

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2019-36-4

УДК 330.34:339.9

**Ушкаренко Ю.В.**

*доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин  
Херсонського державного університету  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7231-5277>  
E-mail: [ushkarenkoj@gmail.com](mailto:ushkarenkoj@gmail.com)*

**Чмут А.В.**

*кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри економічної теорії  
та міжнародних економічних відносин  
Херсонського державного університету  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5947-728X>  
E-mail: [hannach300@gmail.com](mailto:hannach300@gmail.com)*

**Синякова К.М.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри менеджменту і адміністрування  
Херсонського державного університету  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4439-9717>  
E-mail: [syniakovakate@gmail.com](mailto:syniakovakate@gmail.com)*

## **КРЕАТИВНІ КЛАСТЕРИ ЯК ФОРМА КООПЕРАЦІЇ В КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЯХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

У статті обґрунтовано актуальність дослідження теми з урахуванням існуючих нормативних актів Європейського Союзу. Визначені особливості функціонування креативної економіки та креативних індустрій. Охарактеризовані сучасні умови функціонування креативних підприємств та обґрунтовані фактори, що зумовлюють їх інтеграцію. Представлені підходи до класифікації креативних індустрій в країнах Європейського Союзу та в Україні. Обґрунтовано мотиви кооперації підприємств в креативних галузях. Визначені принципи кооперації. Досліджено особливості формування синергетичного ефекту від кооперації. Визначено сутність кластеру. Досліджено особливості креативних кластерів як форм кооперації суб'єктів господарювання та їх види. Досліджені існуючі практики створення креативних кластерів в країнах Європи.

**Ключові слова:** креативна економіка, креативні індустрії, кооперація, креативний кластер, синергетичний ефект.

### **Ушкаренко Ю.В., Чмут А.В., Синякова К.М. КРЕАТИВНЫЕ КЛАСТЕРЫ КАК ФОРМА КООПЕРАЦИИ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА**

В статье обоснована актуальность исследуемой темы с учетом существующих нормативных актов Европейского Союза. Определены особенности функционирования креативной экономики и креативных индустрий. Охарактеризованы современные условия функционирования креативных предприятий и обоснованы факторы, обуславливающие их интеграцию. Представлены подходы к классификации креативных индустрий в странах Европейского Союза и в Украине. Обоснованы мотивы кооперации предприятий в креативных отраслях. Определены принципы кооперации. Исследованы особенности формирования синергетического эффекта от кооперации. Определена сущность кластера. Исследованы особенности креативных кластеров как форм кооперации субъектов хозяйствования и их виды. Исследованы существующие практики создания креативных кластеров в странах Европы.

**Ключевые слова:** креативная экономика, креативные индустрии, кооперація, креативный кластер, синергетический эффект.

**Ushkarenko Iuliia, Chmut Anna, Syniakova Kateryna. CREATIVE CLUSTERS AS A FORM OF COOPERATION IN THE CREATIVE INDUSTRIES OF THE EUROPEAN UNION**

The article substantiates the relevance of the topic in the light of the existing regulations in the European Union. The peculiarities of the creative economy and creative industries functioning are determined. The modern conditions of functioning of creative enterprises are characterized and their factors of production are defined. Different approaches to the classification of creative industries in different countries are revealed as one of the problematic issues in their comparative analysis. The definition of creative industries is presented. The factors that cause the integration of the subjects within the creative industries are justified. Approaches to the classification of creative goods and services are presented in accordance with UNCTAD and EBOPS 2002. Approaches to the classification of creative goods in certain EU countries and in Ukraine are presented. The motives of cooperation of enterprises in creative industries are substantiated. The general and special principles of cooperation in the creative industries are defined. The peculiarities of formation of synergistic effect from cooperation are investigated. The essence of the synergistic effect is determined. The elements of the cooperative system of interaction are highlighted. It is proved that among the forms of cooperation in the creative industries, the most common are the creative industries clusters. The essence of the cluster in the economy is determined. The significant features of the cluster are presented. The peculiarities of creative clusters as forms of cooperation of economic entities are investigated. Types of creative clusters are defined depending on the product type and the operating environment. Existing practices of creating creative clusters in the EU countries, including the creative industries clusters in Spain, Latvia, Poland and Luxembourg, have been investigated. The goals of creation and functioning of modern clusters of creative industries in Europe are defined. Forms of organization of clusters of creative industries in Europe are investigated. The structure of the Creative Industries Cluster of Kherson region is determined.

**Keywords:** creative economy, creative industries, cooperation, creative cluster, synergistic effect.

**Постановка проблеми.** Структурні та технологічні зрушення в сучасній світовій економіці, посилення процесів глобалізації та міжнародної конкуренції сформували передумови для визнання креативності важливим нетехнологічним фактором впливу на інновації. Креативні індустрії вже багато років є прибутковим сектором економіки у багатьох європейських країн. Останнім часом вони стають все більше інтегрованими в міський розвиток, процеси демократизації, розвиток територіальних громад, та сприяють формуванню інноваційних ринків.

Підтримка креативних індустрій в країнах ЄС здійснюється в межах тих цінностей, які відображені в першу чергу в Конвенціях і Резолюціях ЮНЕСКО, зокрема, Декларації про культурне різноманіття [1] та Конвенції про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження [2]. Роль культури як фактора досягнення Цілей сталого розвитку визначається в відповідному документі ЄС. Креативні індустрії, інновації і підприємництво визнані пов'язаними темами в програмах «Горизонт 2020», COSME, Start-up Europe, «Еразмус +» та ін.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Одними з перших хто почав досліджувати питання розвитку і функціонування креативних індустрій та креативної економіки були західні вчені Дж. Хоукінс та Р. Флоріда. На території пострадянського простору питання теоретичного та практичного характеру діяльності креативних індустрій в умовах креативної економіки досліджували І. Дубіна, О. Білокрилова, С. Головін, М. Каменських, А. Локалов, А. Пакуліна та інші.

**Мета дослідження.** Метою статті є визначення сутності креативних індустрій, підходів до їх класифікації. Дослідження форм та мотивів кооперації в креативних галузях. Аналіз особливостей та практик розвитку креативних індустрій в країнах Європейського Союзу та форм їх кооперації на основі створення кластерів.

**Виклад матеріалу дослідження та його основні результати.** Підприємства, що діють в креативних галузях в якості факторів виробництва використовують інтелектуальний капітал, креативний потенціал та талант породжувати нові оригінальні ідеї, в результаті чого створюється інноваційний продукт (товар або послуга наділені економічною цінністю), або приймаються якісно нові рішення з метою забезпечення потреб суспільства [3]. Діяльність таких підприємств протікає в умовах взаємодії з безліччю ринкових та інституціональних соціально-економіч-

них агентів, від дій яких значною мірою залежить успіх їх роботи. Зв'язки, що виникають при цьому формують складні системи, які вимагають детального дослідження.

Світова глобалізація, яка характеризується інтеграцією економічних систем в масштабах держав і регіонів, зумовлює посилення цих процесів і серед економічних суб'єктів. Зокрема це стосується суб'єктів господарювання, які функціонують в креативних галузях.

Термін «креативні індустрії» став використовуватися відносно недавно і його вживання є неоднаковим в різних країнах світу. Креативні індустрії, по суті, перебувають на стику між культурою, творчістю, з одного боку, і комерцією – з іншого. В результаті подібної діяльності відбувається комерціалізація ідеї, що і приносить певний прибуток.

Одним із проблемних питань порівняльного аналізу креативних індустрій країн світу є різні підходи до їх класифікації (табл. 1).

Відповідно до розпорядження Кабінету міністрів України № 265-р від 24.04.2019 р. до креативних індустрій в Україні відносять: виробництво біжутерії та подібних виробів; музичних інструментів; кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, їх компанування, розповсюдження та демонстрація; видання книг, газет, журналів, комп'ютерних ігор та звукозаписів; діяльність у сфері радіо та телевізійного мовлення; комп'ютерне програмування; консультування з питань інформатизації; діяльність інформаційних агентств та у сфері зв'язків із громадськістю; дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук; рекламні агентства та посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації; спеціалізована діяльність із дизайну; надання послуг з перекладу; освіта у сфері культури; театральна та концертна діяльність та їх підтримка; індивідуальна мистецька діяльність; функціонування театральних і концертних залів, бібліотек, архівів, музеїв.

Підприємства креативних галузей, так само як і інші, з метою захисту своїх конкурентних позицій або отримання додаткових конкурентних переваг формують об'єднання різних видів. З кінця XIX ст. в різних країнах світу почала поширюватись та набувати популярність концепція кооперації, яку за своїм змістом можна розглядати як економічне явище сутність якого полягає в економічних взаємовідносинах між партнерами в плані співробітництва з тим, щоб досягти спільної мети за менших питомих

Таблиця 1

## Підходи до класифікації креативних індустрій

| Підхід UNCTAD   | Британський підхід<br>UK DCMS model:   | Німецький підхід<br>Субринки культурних та креативних індустрій:   |
|---|--|--|
| <b>Категорії креативних товарів:</b><br>– Прикладне мистецтво (Art crafts);<br>– Аудіовізуальні товари (Audiovisuals);<br>– Дизайн;<br>– Цифрові засоби виробництва (Digital fabrication);<br>– Нові медіа (New media);<br>– Виконавче мистецтво (Performing arts);<br>– Видавництво (Publishing);<br>– Художня творчість (Visual arts).<br><b>Креативні послуги відповідно до ЕВОПС 2002</b><br>– 278 Реклама, дослідження ринку та опитування громадської думки.<br>– 279 Дослідження і розробки.<br>– 280 Архітектурні, інженерні та інші технічні послуги.<br>– 287 Особисті, культурні та рекреаційні послуги.<br>– 288 Аудіовізуальні та супутні послуги.<br>– 289 Інші особисті, культурні та рекреаційні послуги. | – Архітектура;<br>– Реклама;<br>– Ринок мистецтва та антикваріату;<br>– Ремесла;<br>– Дизайн;<br>– Мода;<br>– Кіно;<br>– Музика;<br>– Виконавче мистецтво;<br>– Галузь розваг та відпочинку;<br>– Видавнича справа;<br>– Телебачення;<br>– Радіомовлення;<br>– Створення програмного забезпечення. | – Музична індустрія;<br>– Книжковий ринок;<br>– Арт-ринок;<br>– Кіноіндустрія;<br>– Індустрія теле- і радіомовлення;<br>– Ринок виконавських мистецтв;<br>– Індустрія дизайну;<br>– Ринок архітектури;<br>– Ринок преси;<br>– Рекламний ринок;<br>– Індустрія програмного забезпечення та ігор;<br>– Інші. |
|   | Австрійський підхід  |  |
|   | – Культурна спадщина;<br>– Виконавче мистецтво;<br>– Аудіовізуальні підприємства;<br>– Візуальне мистецтво;<br>– Книги і видавнича справа;<br>– Міждисциплінарна діяльність.   |  |

Джерело: складено авторами на основі [4-6]

витрат ресурсів на основі взаємної вигоди для всіх учасників. Кооперація стала потужною складовою та перспективним напрямом економічного розвитку багатьох країн світу.

Кооперація ґрунтується на принципах, які є керівними вказівками, за якими учасники втілюють свої цінності в життя.

Загальні принципи включають: добровільність вступу та безперешкодність виходу з кооперативної організації; соціальну справедливість, взаємодопомогу та співробітництво; рівне право голосу під час прийняття рішень; вільний вибір напрямів і видів діяльності; демократичний контроль над діяльністю кооперативних організацій та їх посадових осіб із боку членів організації; безпосередня участь членів кооперативної організації в її діяльності.

Спеціальні принципи включають: законність – рівність усіх суб'єктів кооперативних відносин перед законом, дотримання законів, актів, положень; комплексність – усебічний аналіз діяльності кооперативу, який упорядковує аналітичну роботу, підвищує його ефективність, допомагає приймати обґрунтовані управлінські рішення; результативність (цілеспрямованість) – усі учасники мають прагнути досягнення цілей, запланованих на основі завдань кооперативу, шляхом забезпечення якісного надання послуг усіма членами кооперативу.

Необхідно зазначити, що, кооперація являє собою певний вид партнерських взаємовідносин суб'єктів господарювання з метою отримання більшого економічного ефекту, передусім від зменшення рівня питомих витрат (зокрема трансакційних витрат) та синергізму спільної діяльності.

Основна перевага та мотив кооперації полягає у прагненні отримати додатковий або так званий синергетичний ефект від взаємодії учасників. Синергетичний ефект пов'язаний зокрема з тим, що комбіноване використання кількох взаємоузгоджених стратегій виявляється кориснішим, аніж ізольоване впровадження якоїсь однієї. Синергетичний ефект настає в результаті самоорганізації складних систем. Такою системою є ринкова система, яка характеризується дуже складними відносинами всіх суб'єктів ринку. Однією із форм таких відносин виступає кооперація. Вивчення кооперативної системи взаємодії дозволяє

зробити висновок про його багатоаспектність. Кооперативна система взаємодії – це системи взаємної підтримки ринкових елементів у ланцюгу їхніх взаємовідносин. Можна виділити такі основні елементи кооперативної системи взаємодії: підприємство інтегратор, постачальники матеріальних ресурсів, конкуренти, посередники, споживачі. Структуру кооперативної системи взаємодії можна розглядати на рівні окремих систем, а саме: система взаємодії кооперативного підприємства з постачальниками, з посередниками, зі споживачами, з конкурентами та ін.

Згідно з методологією синергетики можна вважати, що у кооперативній системі взаємодії повинен утворюватися синергетичний ефект. При розгляді синергетичного ефекту кооперативної взаємодії необхідно звернути увагу на економічні відносини між партнерами на засадах взаємної вигоди.

Кооперація у синергетиці «означає колективну поведінку елементів системи когерентної, узгодженої взаємодії». Спробуємо це довести. Нехай  $S_g$  – розмір групи;  $T$  – обсяг сумісно наданого блага для індивіду;  $V_g$  – цінність блага для групи;  $V_i$  – цінність блага для індивіда;  $F_i = V_i/V_g$  – частина загальної вигоди, яка дістається індивіду;  $C$  – витрати по отриманню одиниці блага;  $A_i$  – переваги індивіда від отримання будь-якої кількості блага. Тоді  $A_i = V_i - C$ . Ця індивідуальна вигода буде змінюватися залежно від  $T$ , а

свого максимуму вона досягне при  $\frac{\partial A_i}{\partial T} = \frac{\partial V_i}{\partial T} - \frac{\partial C}{\partial T} = 0$ .

Оскільки  $V_i = F_i \cdot S_g \cdot T$ , причому  $F_i$  і  $S_g$  у кожному конкретний момент часу визнаються постійними,

то  $\frac{\partial (F_i \cdot S_g \cdot T)}{\partial T} - \frac{\partial C}{\partial T} = 0$  і  $F_i S_g - \frac{\partial C}{\partial T} = 0$ . Це визначає

кількість колективного блага, яке придбав би самостійно діючий індивід. Оскільки  $\frac{\partial A_i}{\partial T} = \frac{\partial V_i}{\partial T} - \frac{\partial C}{\partial T} = 0$  і

$\frac{\partial V_i}{\partial T} = F_i \left( \frac{\partial V_g}{\partial T} \right)$ , то  $F_i \left( \frac{\partial V_g}{\partial T} \right) - \frac{\partial C}{\partial T} = 0$  і  $F_i \left( \frac{\partial V_g}{\partial T} \right) = \frac{\partial C}{\partial T}$ , тобто приріст доходу групи ( $dV_g/dT$ ) повинен перевищити витрати на стільки, на скільки дохід групи перевищить дохід одного індивіда ( $1/F_i = V_g/V_i$ ) [7].

Отже, колективне благо буде забезпечено, якщо витрати по його отриманню (в оптимальній для кожного індивіда точці) настільки малі порівняно з

загальною вигодою для групи, що загальна вигода перевищує загальні витрати настільки (чи більше чим), наскільки вона перевищує вигоду окремого індивіда.

Аналіз організаційної будови інтегрованих підприємств дозволяє виділити два основних їх типи: «м'який», що дозволяє учасникам об'єднання зберегти юридичну самостійність (асоціації, консорціуми, стратегічні альянси, корпорації) та жорсткі, що зумовлюють ряд обмежень ведення самостійної діяльності в рамках інтегрованої структури (холдинги, концерни, трести).

Окрім зазначених форм сучасні дослідники виділяють і інші сучасні перспективні форми об'єднань: інтегровані бізнес-групи, кластери, мережі, хаби та ін.

Активне кооперування підприємств на сучасному етапі є однією з ключових стратегій їх розвитку. Несподіваним аспектом кооперації, на який вперше вказали Брандберг А. та Нейлбафф Б. є виділення в системі взаємовідносин ринкових агентів, окрім протилежних сил інтеграції та конкуренції, відносини «співпраця-конкуренція» (co-opetition). Вони стверджують, що даний тип відносин виникають в тих випадках, коли підприємства кооперуються зі своїми конкурентами заради досягнення спільної вигоди. Однією з форм реалізації подібних взаємовідносин може бути кластер.

Кластер (в економіці) – сконцентрована на деякій території група взаємозалежних компаній: постачальників устаткування, що комплектують і спеціалізованих послуг; інфраструктури; науково-дослідних інститутів; вузів й інших організацій, взаємодоповнюючих один одного й посилюючі конкурентні переваги окремих компаній і кластера в цілому. Поняття «кластер» може використовуватися як з метою аналізу, так і з метою практичної діяльності. У першому випадку кластер являє собою альтернативний окремому підприємству або галузі об'єкт вивчення й, зокрема, прогнозування. У другому випадку кластер є об'єктом підтримки в рамках стратегій регіонального розвитку, розроблювачі яких нерідко передбачають заходи щодо формування кластерів, розраховуючи на те, що кластери підвищують продуктивність, інноваційність, конкурентоздатність, прибутковість і зайнятність у фірмах, що перебувають у даному регіоні.

Кластер можна виділити за кількома характерними ознаками: спорідненість технологій, що застосовуються в організаціях, що входять в один кластер; максимальна географічна наближеність один до одного; активне застосування інноваційних технологій і участь в їх розробці; загальні риси в сировинній базі.

Кластер як утворення має наступні цілі: забезпечити ефективне прогнозування і аналіз в галузі, що цікавить; сформувати повноцінну стратегію і підтримку розвитку регіону, підвищити конкурентоспроможність, прискорити процеси створення інноваційної продукції, збільшити рівень прибутку і зайнятність населення, підняти продуктивність.

В даний час кластерний підхід є основним інструментом збільшення конкурентоспроможності територій, а також одним з каталізаторів потенціалу дестинації, наприклад, туристичного, креативного, інноваційного або ресурсного тому активно застосовується в сфері креативних індустрій.

Визначення терміна «креативний кластер» було введено в 2006 році С. Евансом і трактувалося як «спільнота творчо орієнтованих підприємств, які взаємодіють на замкнутій території» [8]. На сьогоднішній день однозначного визначення креативного

кластера немає. Частіше за все зустрічається визначення, яке говорить про те, що креативний кластер – це об'єднання продуцентів товарів і послуг в креативних індустріях.

Побудова кластеру в сфері креативних індустрій вимагає залучення зацікавлених осіб, активних комунікацій між ними, пошуку довіри та прагнення до кооперування. Необхідно зазначити, що світовий досвід створення креативних кластерів досить різноманітний. Моделі креативних кластерів формуються під впливом культурних та національних особливостей, від яких залежить розвиток креативних індустрій, які наповнюють середовище таких кластерів.

Аналіз існуючих кластерів в креативних галузях країн Європи дає можливість виділити їх види залежно від особливостей функціонування:

1. Створення культурного продукту в монокультурній галузі – вертикальна інтеграція (наприклад, телебачення / кіно / відео / музика / постпродакшн / нові медіа тощо). Яскравим прикладом моно-галузевого кластеру є туристичний кластер Майорки (Іспанія), ідеєю якого є об'єднання найбільших підприємств сектору з метою створення спільної стратегії, яка дозволить Майорці зайняти позиції одного з основних напрямів туризму класу «люкс» на міжнародному рівні [9].

2. Створення культурного продукту в мультикультурній галузі – горизонтальна інтеграція, наприклад, робочі середовища (коворкінги, фаб-лаби), візуальні мистецтва, архітектура і дизайн, центри мистецтв. Так, креативний кластер у м. Лієпая (Латвія) створено у 2014 році у вигляді муніципальної установи – центру креативних індустрій «D10», метою якого була організація різних заходів, необхідних для розвитку креативних індустрій внаслідок співпраці творчих підприємств, фрілансерів, освітніх та науково-дослідних установ. У 2016 році кластер перетворено на громадську організацію. Впродовж останніх років, цей креативний кластер забезпечує лобювання культурних та креативних індустрій в плануванні місцевої політики. Це – перший подібний центр Латвії, який підтримує культуру та креативні індустрії, а також пропонує інноваційну модель співпраці між муніципалітетом, громадськими організаціями та приватним сектором. Культурні та креативні підприємці (включаючи фрілансерів) можуть брати участь у різних заходах для розвитку бізнесу та розвитку навичок [10]. Інший приклад – «Шахта креативності» – кластер креативних індустрій у м. Забже (Польща), який створено у 2014 році. Учасниками кластеру сьогодні є 20 фірм, 5 організацій та 3 університети [11]. Сфера співробітництва між членами кластеру включає наступні заходи: спільні рекламні та маркетингові ініціативи, організація семінарів, практикумів, консультацій для членів кластера та проведення інформаційно-промоційних заходів, створення та функціонування системи інформації та обміну досвідом для встановлення та розвитку наукових та економічних контактів, отримання зовнішніх коштів з метою сприяння співпраці між підприємствами в галузі досліджень, інвестицій та мистецького фінансування, що підтримують розвиток творчого бізнесу, залучення вітчизняних та іноземних інвесторів для підприємств із сектору креативної індустрії, реалізованих за участю кластера, співпраця з іншими вітчизняними та зарубіжними організаціями, цілі та сфера діяльності яких залишаються збігаються з цілями та діяльністю кластера.

3. Виробництво-споживання культури – відкриті студії, ярмарки мистецтв, фестивалі, івенти. Напри-

клад, кластер креативних індустрій в Люксембурзі, який створено у 2017 році, об'єднує приватних осіб та компанії, які професійно працюють у творчих галузях Люксембургу. Охоплює 12 різних галузей, включаючи архітектуру (інженерія / містобудування), ремесла, образотворче мистецтво, фільми та аудіовізуальні засоби, дизайн, інтерактивні медіа та ігри, маркетинг та комунікація, література, цифрові засоби масової інформації та видавнича справа, виконавське мистецтво та музика. На теперішній час налічує понад 90 учасників [12]. Особливістю цього кластеру є встановлення пріоритету розвитку онлайн-платформи для виробників креативних продуктів та їхніх клієнтів.

4. Споживання культури – ритейл (мода, електроніка), вуличний продаж/лінки (антикваріат, ремесла), майданчики (квартали) для мистецтва та розваг, наприклад, музейні майданчики, галереї, театральні та кіно-майданчики, ресторани/клуби та ін. Так, наприклад, Квартал Кальнсієма в Ризі (Латвія) є місцем, де регулярно проводяться заходи для сімей та дітей, художні виставки, вистави, концерти під відкритим небом та освітні заходи. Квартал Кальнсієма особливо відомий своїм щотижневим ринком – з 2008 року по суботах місцеві фермери та ремісники привозять у квартал Кальнсієма свою продукцію. Квартал складається із сукупності відреставрованих дерев'яних будівель і має Центр дерев'яної архітектури, винний магазин та кафе, де пропонуються вина з невеликих виноградників, ресторан, художньої галереї та салону дизайну [13].

В останні роки, кластери креативних індустрій починають створюватися і в Україні. Наприклад, створення Кластера креативних індустрій в Херсонській області ініційовано у 2019 році. Метою створення Кластера є об'єднання представників креативних індустрій області: ІТ, нова освіта, туризм, мода, видавництво, дизайн/реклама, організація подій, архітектура/урбанізм, кіно-візуальні мистецтва, перформативні мистецтва – саме ці десять креативних індустрій демонструють найбільший розвиток у Херсонській області. Станом на початок листопада 2019 року Кластер креативних індустрій Херсонської області вже налічує 18 учасників, з них 2 представляють ІТ-галузь, 4 – індустрію моди, 5 – освітні організації, 3 працюють у галузі дизайну/реклами, 1 – у галузі організації подій, 1 – у галузі архітектури/урбанізму, 1 – у галузі кіно-візуальних мистецтв, 1 – у галузі перформативних мистецтв [14].

**Висновки.** З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Креативні індустрії є особливий сектор економіки, особливістю якого є те, що виробництво товарів і послуг здійснюється на основі використання інтелектуального капіталу, креативного потенціалу та таланту. Головною цінністю креативної економіки є інтелектуальний капітал. В умовах посилення конкуренції важливою умовою розвитку галузей є кооперація. Найбільш поширеною формою кооперації в креативних галузях є кластер. В багатьох містах світу креативні кластери стають вагомими важелями, що спроможні вирішити багато соціальних, культурних та економічних проблем як окремих міст, так і країн.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Декларації про культурне різноманіття. URL: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/cultural\\_diversity.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/cultural_diversity.shtml) (дата звернення: 10.11.2019).

2. Конвенції про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/952\\_008](https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/952_008) (дата звернення: 10.11.2019).
3. Ушкаренко Ю.В., Чмут А.В., Синякова К.М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. *Економіка та суспільство*. 2018. № 18. URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18\\_ukr/10.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/10.pdf) (дата звернення: 10.11.2019).
4. UNCTAD Creative Economy Outlook. Country Profiles. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf) (дата звернення: 10.07.2019).
5. Creative Industries Economic Estimates 2016. Department for Culture, Media and Sport. London, 2016. URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/523024/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_January\\_2016\\_Updated\\_201605.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/523024/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2016_Updated_201605.pdf) (дата звернення: 10.07.2019).
6. Cultural and Creative Industries Monitoring Report 2018. URL: <https://www.bmw.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/monitoring-report-cultural-and-creative-industries-2018.html> (дата звернення: 10.07.2019).
7. Ушкаренко Ю.В. Синергія кооперативної взаємодії. *Агросвіт*. 2011. № 12. С. 11–16.
8. Хакимова Е.Р. Креативный кластер в концепции инновационной системы. *Теория и практика общественного развития*. 2013. № 2. С. 236–238.
9. Mallorca Tourism Cluster. URL: <https://www.portamallorquina.com/> (дата звернення: 01.11.2019).
10. Liepaja Creative Industry Cluster. URL: <https://latlit.eu/liepaja-creative-industry-cluster/> (дата звернення: 01.11.2019).
11. Klaster Biznesów Kreatywnych. URL: <http://www.klasterkreatywny.com.pl/> (дата звернення: 01.11.2019).
12. Luxembourg creative cluster. URL: <https://creativecluster.lu/about> (дата звернення: 01.11.2019).
13. Kalnciema Quarter. URL: <http://www.kalnciema.lv/en/kalnciema-quarter/> (дата звернення: 01.11.2019).
14. Офіційний сайт Кластера креативних індустрій Херсонської області. URL: <https://khersonculture.wixsite.com/creative> (дата звернення: 01.11.2019).

#### REFERENCES:

1. UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity (2001). URL: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/cultural\\_diversity.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/cultural_diversity.shtml) (accessed 10 November 2019).
2. Konventsii pro okhronu ta zaokhochennia rozmaittia form kulturnoho samovyrazhennia (2005). [Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions]. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/952\\_008](https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/952_008) (accessed 10 November 2019).
3. Ushkarenko Yu.V., Chmut A.V., Syniakova K.M. (2018). Kreatyvna ekonomika: sutnist poniattia ta znachennia dlia Ukrainy v umovakh yevropejskoi intehtratsii [Creative economy: the essence of the concept and meaning for Ukraine in the context of European integration]. *Ekonmika ta suspilstvo*. № 18. URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18\\_ukr/10.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/10.pdf) (accessed 10 November 2019).
4. UNCTAD Creative Economy Outlook (2018). Country Profiles. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf) (accessed 10 July 2019).
5. Creative Industries Economic Estimates (2016). Department for Culture, Media and Sport. London, 2016. URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/523024/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_January\\_2016\\_Updated\\_201605.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/523024/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2016_Updated_201605.pdf) (accessed 10 July 2019).
6. Cultural and Creative Industries Monitoring Report (2018). URL: <https://www.bmw.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/monitoring-report-cultural-and-creative-industries-2018.html> (accessed 10 July 2019).
7. Ushkarenko Yu.V. (2011). Synerhiia kooperatyvnoi vzaiemodii [Synergy of cooperative interaction]. *Ahrosvit*, 12, 11–16. [in Ukrainian]
8. Khakymova E.R. (2013). Kreatyvni klaster v kontseptsyy ynnovatsyonnoi systemi [Creative cluster in the concept of an innovative system]. *Teoriya y praktyka obshchestvennoho razvytiya*, 2, 236–238. [in Russian]
9. Mallorca Tourism Cluster. URL: <https://www.portamallorquina.com/> (accessed 01 November 2019).



10. Liepaja Creative Industry Cluster. URL: <https://latlit.eu/liepaja-creative-industry-cluster/> (accessed 01 November 2019).
11. Klaster Biznesów Kreatywnych. URL: <http://www.klasterkreatywny.com.pl/> (accessed 01 November 2019).
12. Luxembourg creative cluster. URL: <https://creativecluster.lu/about> (accessed 01 November 2019).
13. Kalnciema Quarter. URL: <http://www.kalncaiemaivela.lv/en/kalncaiema-quarter/> (accessed 01 November 2019).
14. The official site of the Creative Industries Cluster of Kherson region. URL: <https://khersonculture.wixsite.com/creative> (accessed 01 November 2019).

*Стаття надійшла до редакції 25.11.2019.  
The article was received 25 November 2019.*