

## ДЕТЕРМІНАНТИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В МІЖНАРОДНОМУ КОНТЕКСТІ

Скавронська І.В., Синківський І.І.

Тернопільський національний економічний університет

Стаття присвячена дослідженню основних детермінант успішної кластеризації креативних індустрій. Виявлено, що кластеризація креативних індустрій привертає увагу великої кількості науковців, державотворців та підприємців, оскільки несе в собі потенціал вирішення важливих соціально-економічних проблем регіонів та країн світу. Розкрито ознаки, притаманні креативним кластерам. Визначено та здійснено оцінювання детермінант кластеризації креативних індустрій. Проаналізовано міжнародний досвід формування креативних кластерів, який виступає в ролі дороговказу для подальшого соціально-економічного розвитку.

**Ключові слова:** креативність, кластеризація, креативні індустрії, креативний кластер, детермінанти кластеризації.

**Постановка проблеми.** В кінці ХХ століття світова економіка зазнала суттєвих потрясінь – фінансові кризи, зростання безробіття, нестача ресурсів, в зв'язку з чим традиційні галузі перестають бути елементами національного благополуччя. Саме тому на зламі останніх століть в світовій економіці виокремилися нові динамічно зростаючі галузі, які покликані подолати соціально-економічні проблеми регіонів та країн світу – креативні індустрії.

Креативні індустрії в міру своїх експлуатаційних та організаційних особливостей мають схильність до кластеризації, тобто просторового об'єднання. Кластеризація креативних індустрій представляє собою середовище широкої взаємодії креативних професіоналів, що побудоване на комплементарній та опортуністичній поведінці його учасників. Чимало країн світу демонструють як успішні, так і невдалі приклади формування кластерів креативних індустрій. Міжнародний досвід дає можливість визначити основні детермінанти прогресуючих креативних кластерів, на основі яких можна подолати локальні, і, як наслідок, глобальні негаразди світової економіки. Відтак, середовище функціонування та ключові фактори кластеризаційних процесів в креативному секторі сьогодні є актуальним питанням для дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання кластеризації креативних індустрій є маловивченим. Визнаним фахівцем в області вивчення кластерів і засновником однойменної теорії є американський економіст М. Портер. Важливий внесок у цьому напрямі зробив і А. Маршалл. Цінні теоретичні напрацювання у сфері креативних кластерів представлені в роботах таких науковців як Дж. Еванса, Й. Хоукінса, Д. Пауера, А. Прета, Р. Флоріди, Л. Де Пропріс, Л. Гіппонена, С. Ткаленко, Т. Галахова, О. Чуль та інших.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Посилений інтерес зарубіжних і вітчизняних учених до теми бізнес-кластеризації ще не відповів на питання стосовно формування креативних кластерів і чинників впливу на просторову концентрацію креативної діяльності.

**Метою статті** є виявлення й обґрунтування детермінантів просторової концентрації креативних індустрій.

**Виклад основного матеріалу.** Початок ХХІ століття характеризується трансформацій-

ними змінами світового господарства в результаті розвитку цифрових технологій, нормативно-правових змін економічної діяльності, а також внаслідок економічних криз та нестачі ресурсів. За цих умов формується нове глобальне економічне середовище, де на перше місце виходить економіка, яка базується на продукуванні та розповсюдженні знань, замість виробництва та продажу матеріальних товарів.

Інноваційні технології та ідеї стають чи не головним продуктом нових економічних систем, де особливе місце відіграє креативна складова, яка переносить на задній план такі фактори виробництва, як земля і капітал, долаючи тим самим проблему нестачі ресурсів. Серед динамічних галузей світової економіки з'явилися творчі і наукомісткі галузі, які базуються на креативності – необмеженому ресурсі, що покликаний забезпечити динамічний соціально-економічний розвиток окремих суспільних систем світу – креативні індустрії. Як зазначено в звіті Конференції Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) «Creative Economy Report 2010», креативність може бути визначена як процес, за допомогою якого генеруються ідеї і перетворюються в речі, що мають визначену цінність. Іншими словами, це є використання ідей для створення нових ідей [1, с. 33]. Успіх креативних індустрій великою мірою залежить від локального розвитку творчого потенціалу, адже глобалізація і конвергенція мультимедійних та телекомунікаційних технологій перетворили споживачів з пасивних отримувачів культурних повідомлень в активних творців креативного контенту.

Концепція креативних індустрій була розроблена у Великобританії у 1998 р., згідно якої креативні індустрії – це види діяльності, котрі мають своє походження в індивідуальній творчості, майстерності і таланті, та котрі є джерелом багатства і створення нових робочих місць шляхом генерування і використання інтелектуальної власності [5, с. 7]. Креативні індустрії включають такі підсектори: рекламну діяльність, архітектуру, ремесла, дизайн та моду, кіноіндустрію, телебачення, відео, радіо та фотографію, ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги, видавничу справу, музеї, галереї і бібліотеки, музичну індустрію, театральне та образотворче мистецтво [2, с. 21].

Креативні сектор сьогодні є найбільш зростаючим в глобальній економіці. Міжнародна торгівля креативних товарів показує стійке зростання, що стимулювало її значне розширення в останнє десятиліття. Сукупний експорт креативних товарів зріс у вартісному вираженні майже у 2,5 рази до 509 млрд дол. США у 2015 р. порівняно з 2002 р. відповідно, що склало 3,1% від світового експорту товарів, а імпорту не зростання становило 200% до 454 млрд дол. США за той же період, тобто 2,8% від сукупного імпорту товарів [12]. Ці дані свідчать про зростаючу роль креативних індустрій в національних економічних стратегіях розвитку.

Креативність часто характеризується агломеративними процесами, тому креативні індустрії концентруються в певних місцях, а не рівномірно розподілені по всій території. Організаційні та експлуатаційні особливості креативності визначають локальну характерну ознаку креативної діяльності – кластеризацію. Креативні кластери є одним з основних елементів розвитку креативних індустрій, оскільки їх основу складають малі економічні агенти.

Кластеризація цікавила багатьох науковців в різних галузях економіки. Відтак, доведено, що в креативних індустріях процес кластеризації від-

різняється від аналогічних в традиційних промислових галузях (табл. 1).

На основі проведеного аналізу ми визначили ознаки, притаманні креативним кластерам:

Локальний характер: суб'єкти кластеру зосереджуються на обмеженій території.

Ресурсозалежність: основним ресурсом креативних кластерів є знання, інформація та творчий талант, які знаходяться у постійній інтерактивній циркуляції.

Вузька спеціалізація: креативна кластеризація відбувається в межах однієї або декількох споріднених сферах діяльності, але це не впливає на культурне та творче різноманіття учасників кластеру.

Конкурентне співробітництво: широка й активна взаємодія учасників на основі множинності прямих, зворотних локальних відносин та добросовісна конкуренція.

Екстернальна взаємодія: міжособистісні контакти, співпраця між постачальником та клієнтом, взаємодія між науковими центрами та економічними одиницями, а також міжгалузева кооперація та інтеграція.

Інноваційність: кластери є носіями та творцями креативних й інтелектуальних новацій.

Органічність: вони не піддаються штучному створенню чи плануванню.

Таблиця 1

## Критична оцінка категорії «креативний кластер»

Автор	Дефініція	Критичний огляд
М. Портер	Кластер – це географічна концентрація взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з ними установ (наприклад, університетів, агенцій з питань стандартів і торгових асоціацій), які конкурують, але водночас і взаємодіють між собою.	М. Портер є основоположником кластерної теорії економічного розвитку.
А. Маршалл	Локалізація – це об'єднані в мережу підприємства за схожим видом діяльності, так зване локалізоване виробництво, що мають певні конкурентні переваги.	Робота Маршалла «Принципи політичної економії» є однією з перших наукових праць, в якій відведено розділ окремим промисловим районам Великої Британії. Автор у своїй роботі пояснює, що позитивними екстерналіями для конкурентних переваг є швидкий інформаційний обмін та передача знань, високоспеціалізована робоча сила та вузькоспеціалізовані постачальники товарів і послуг. Як результат, такі мережі стимулюють підвищення конкурентоспроможності, продуктивності та прибутковості, посилення інноваційного потенціалу регіону та створення нових бізнес-структур, робочих місць. Маршалл не застосував термін «кластер» у своїй книзі, але саме ці промислові зони за його визначенням у сучасній літературі іменуються кластерами.
Р. Флорида, Н. Кліфтон, П. Кук	Креативний кластер – це географічне скупчення творчих професіоналів, а не підприємств.	В креативному кластері основна увага приділяється не окремим компаніям/фірмам, а окремим особам – творцям.
Л. Де Пропріс, Л. Гіппонен	Креативний кластер – це місця, що об'єднують творчих людей, котрі поділяють інтерес до новинок, але не обов'язково на ту ж тему; місце-катализатор, де люди, відносини, ідеї і таланти можуть «запалити» один одного; середовище, яке пропонує різноманітність, стимули і свободу вираження думок; щільну, відкриту і постійно мінливу мережу міжособистісних обмінів, які живляться індивідуальною унікальністю та ідентичністю.	Передумовою кластеризації креативних індустрій є бажання творців поєднувати місце роботи та місце проживання.
Лондонська агенція з розвитку	Цілі креативних кластерів можуть бути як соціальні, так і підприємницькі, як культурні, так і експансивні, а незначимі фактори для інших галузей тут мають вирішальне значення.	Лондонська агенція з розвитку в звіті «Стратегія креативного простору» вирізняє креативні кластери з-поміж звичайних бізнес-кластерів.

Джерело: розроблено авторами за [4, с. 264; 6, с. 48; 8, с. 379; 10, с. 26]

Креативний клас: в креативних кластерах задіяні високоспеціалізовані креативні професіонали, чия економічна функція полягає у створенні нових ідей, нових технологій і/або творчого контенту.

Велика кількість економічних агентів: розвинута мережа численних креативних підприємств, некомерційних організацій, культурних центрів, театрів поряд з науковим парками та медіа-центрами.

Внутрішнє споживання: надлишкове виробництво можна реалізувати або ж вигідно застосувати в межах кластеру.

Високі соціальні та культурні цінності: збереження культурної спадщини, здоровий соціум та тісні відносини в середині кластеру, побудовані на відкритості та довірі.

Гнучкість: ефективно та своєчасно реагують на макроекономічні зміни.

Урбанізм: креативні кластери характерні для міських та приміських зон.

Кластеризація креативних індустрій стимулює процвітання регіональної економіки. Креативні кластери є значним джерелом бюджетних надходжень та зростання ВВП, створюють нові екологічні робочі місця, які приваблюють кваліфіковану робочу силу з інших регіонів, а на основі ребрендингу формують привабливий імідж регіону як для туристів, так й інвестицій. Кластерна форма організації креативних індустрій проявляє позитивний вплив на інші сектори економіки та на соціальне благополуччя, а циркуляція знань в кластері є основою для зростання інноваційної складової в регіоні та пришвидшує темпи НТП.

Потенціал кластерів креативних індустрій використовують сьогодні як країни Європи та Північної Америки, так і територіальні одиниці Азіатсько-Тихоокеанського регіону, Латинської Америки та Африки. Саме їх досвід дозволяє визначити детермінанти розвитку креативних кластерів.

Перші креативні кластери сформувалися більше двадцяти років тому на території Європи. Станом на 2013 р. прибуток з креативного кластеру економік європейських країн склав більше 700 млрд дол. США, а зайнятих в секторі креативних індустрій налічується близько 8 млн осіб, що видно на рис. 1.

Як демонструє рис. 1, найменша додана вартість креативних індустрій спостерігається в країнах Африки, Латинської Америки та Карибів, що доволі дивно, оскільки саме ці регіони характеризуються низкою різноманітних звичаїв і традицій,

культурними та національними особливостями, на основі яких інтенсивно можуть розвиватися креативні індустрії та їх кластери. Прикладом є азіатські країни, де креативний сектор дуже могутній. Китайські креативні кластери діють в межах соціалістичної ідеології, працюють навколо спільних проблем і загальних цілей, часто вони ініціюються державою. Останнім часом активно на креативні індустрії переорієнтовуються міста Китаю, створюючи мережу креативних кластерів. Зокрема, промисловий гігант Шанхай залучає інвестиції в креативний розвиток районів міста. Тут передбачено формування тисячі креативних парків, кластерів, особливих культурних зон, а креативні індустрії акцентують свою увагу на рекламі та продуктах мультимедійної діяльності. Основним інвестором китайського процесу кластеризації виступає місцева влада.

Втім, найпотужнішими креативними кластерами є європейські кластери, оскільки країни Європи розглядають їх як засіб зміцнення регіональної конкурентоспроможності. Важливе значення тут відіграє розробка теоретичних підвалин креативних індустрій в кінці минулого століття і рання переорієнтація економік регіону на креативний вектор розвитку. Політика кластеризації була запроваджена ще на початку 1990-х років переважно країнами Західної Європи, тоді як в Східній Європі вона почала включатися в стратегії національного розвитку аж у 2000-х роках.

Сьогодні європейські країни все ще різняться за рівнем кластеризації креативних індустрій. Так, креативний сектор розвивається нижчими темпами переважно в країнах Східної Європи. Наприклад, в Польщі більшість креативних кластерів представляє наукомісткі сектори, особливо в сфері фінансових послуг та освіти, тут ідентифіковано 14 кластерів, причому кластерні процеси в креативному секторі беруть свій початок лише з 2016 р. Відсутність взаємодовіри та страх конкуренції в інноваційних сферах, правові та адміністративні бар'єри, формування кластерних ініціатив задля отримання доступу до фондів коштів є причинами відсутності нормальних і зрілих форм кластеризації в Польщі.

З метою однакового розвитку креативного сектору і його кластеризації по всій Європі, з 2008 р. розробкою кластерної політики в Євросоюзі займається окрема інституція – Комісія з питань європейської кластерної політики. Для періоду 2014-2020 рр. ЄС запустив нову програму підтримки європейського культурного та креативного сектору – «Creative Europe», яка стосується питань культури, ЗМІ та інструментів фінансування підприємництва в креативних індустріях.

Фінансування креативних кластерів здійснюють чимало фондів та об'єднань, зокрема Європейський фонд розвитку виділяє кошти на формування кластерів креативних індустрій. Також в межах європейських країн кластерні ініціативи забезпечують себе за рахунок держав-

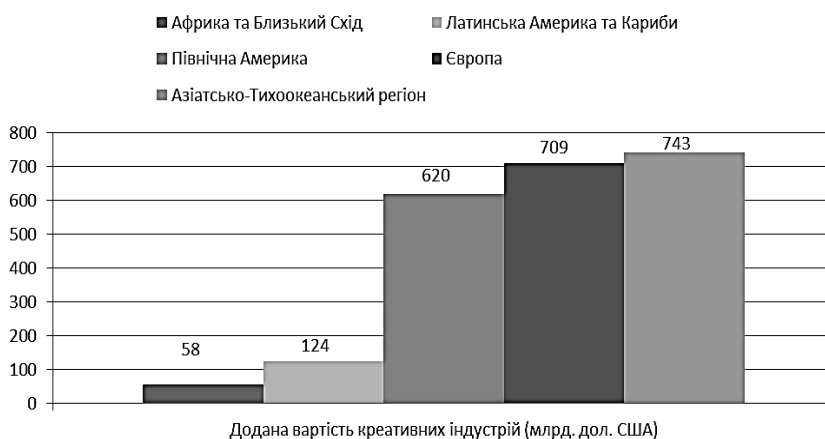


Рис. 1. Додана вартість креативних індустрій за регіонами у 2013 р.

Джерело: розроблено авторами за даними [UNESCO, 2015]

них коштів, грантів, членських внесків. Зокрема, в Берліні підтримкою зростання малих і середніх підприємств креативного сектору міста шляхом надання інвестиційного капіталу займається фонд «VC Fonds Kreativwirtschaft Berlin», банк «Investitionsbank Berlin».

Регіональні інститути розвитку в Європі також мають великий потенціал. Зокрема, у Великобританії діє мережа регіональних агентств розвитку, місцевих підприємницьких об'єднань. Наприклад, в Лондоні функціонує Лондонське агентство з розвитку, що є органом муніципальної влади. Дана установа розробляє стратегію та політику розвитку креативного сектору та надає фінансову допомогу незалежним організаціям, які працюють у різних регіонах міста. Таких організацій в Лондоні налічується близько тридцяти. Сюди відносяться такі центри, як «Hidden Art of Hackney», що кооперує з дизайнерським сектором, «Paddington Development Trust» – відповідає за розвиток креативних кластерів у окремому районі Паддінгтон, агентство «City Fringe», функціями якого є дослідження можливостей діяльності творчих індустрій в будівлях ділового центру Лондона, які вийшли з експлуатації, та інші.

Всього у Великобританії налічується 47 креативних кластерів [7, с. 17]. Їх домінуюча присутність спостерігається в Лондоні і на південному сході Англії. Внутрішній Лондон є найпотужнішим креативним кластером не лише у Великобританії, але в європейському регіоні. Тут задіяно понад 400 тис. підприємців креативних індустрій, які генерують більше 20 млрд фунтів стерлінгів. Креативний розвиток Лондону сприяв тому, що щороку місто відвідують понад 15 млн туристів. Британські креативні індустрії є одними з найбільш впливових й успішних у світі. В 2014 р. валова додана вартість креативних індустрій перейшла поділку 84 млрд фунтів стерлінгів, тобто 5,2% економіки Великобританії, та має тенденцію до зростання [2, с. 5].

Партнерство промисловості та британського уряду, мінімальне державне регулювання та податкове середовище, яке заохочує створення, інвестування та комерціалізацію креативної складової, допомогли у рості креативних кластерів і надалі стимулюють цю сферу.

Важливу роль в розвитку креативних індустрій відіграє Департамент у справах культури, ЗМІ і спорту Великобританії, який з 1998 р. сприяє креативному прогресу країни. Департамент від початку працював з іншими державними та незалежними агентствами і через них узгоджував заходи щодо сприяння креативному сектору, розробляв ключові інституційні та нормативні умови функціонування креативних індустрій та залучав в них інвестиції. Безпосередній вплив на креативну кластеризацію мають також Національний фонд з розвитку науки, техніки і мистецтва, Рада мистецтв Англії, Рада кінематографу Великобританії, Рада досліджень мистецтв та гуманітарних наук та низка інших.

Різноманіття креативного ландшафту Великобританії, культурний та духовний рівні розвитку, особлива культурна експресія британського народу відіграли важливу роль в міжгалузевій та внутрішньогалузевій взаємодії і кластеризації в

подальшому. Ці чинники сприяли росту креативного класу, який у Великобританії складає 44% серед працездатного населення станом на 2015-й рік, що дозволяє їй бути в топ-10 країн за кількістю робітників в креативних галузях [11, с. 15].

Особливу роль у розвитку кластерів креативних індустрій в європейських країнах займають науково-дослідні інституції та освітні центри. Зокрема, Кембриджські освітні установи стали каталізаторами мережі креативних кластерів у регіоні, інкубаторами знань та досвіду, розвинули формальну і неформальну взаємодію місцевої влади, бізнесу та університету, стали платформою для функціонування всесвітньовідомого високотехнологічного кластеру.

Значний розвиток зазнали креативні кластери і на території Північної Америки. Станом на 2013 р. прибуток в сфері креативних індустрій перейшов поділку 600 млрд дол. США, а зайнятих в креативних індустріях тут налічується близько 5 млн осіб (рис. 1).

В США креативні кластери підтримуються як на локальному, так і на державному рівнях. Центр мистецтв та культури, Фондація з Нової Англії з розвитку мистецтв та інші агенції полегшують доступ креативних товарів та послуг на національний і міжнародний ринки, забезпечують фінансування, налагоджують формальні та неформальні зв'язки в регіонах. Крім того, є чимало програм розвитку, які підтримуються приватними компаніями чи організаціями. В Сан-Франциско за підтримки приватних партнерів діє програма «Bridge», яка спрямована на налагодження зв'язку між досвідченими дизайнерами продукції, комунікацій або інтерфейсів в багатооб'єкційних стартапах. Підтримку проекту надають такі партнери, як Pinterest, Dropbox, Flipboard, Coursera, Khan Academy.

Державні та приватні дослідницькі інститути є ключовими факторами успішної кластеризації в креативному секторі США. Успіх Кремнієвої долини визначений впливом освітніх закладів в агломерації. Зокрема, випускники Стенфордського та Каліфорнійського університетів стали ключовими акторами креативного сектору в регіоні. Наявність фахівців та їх тісна взаємодія, підтримка підприємців науковими інститутами стали ключовими детермінантами успіху кластерної структури в Каліфорнії. У 2015 р. в кластері було зайнято більше 1,5 млн осіб, а додана вартість в розрахунку на одного працівника склала 200 тис. дол. США. Значну роль відіграло й ефективне та гнучке інвестування. Фінансове забезпечення надають державні структури та приватні організації, причому існує чималий притік ангельських інвестицій, сума яких у 2015 р. становила більше 4 млрд дол. США [9, с. 7].

На основі вивчення багатогранного міжнародного досвіду становлення креативних кластерів, ми зробили зведений аналіз детермінант кластеризації креативних індустрій (табл. 2).

До основних позитивних детермінантів кластеризації креативних індустрій належать: історико-культурна спадщина, соціальний капітал, високий рівень взаємодії з внутрішнім та зовнішнім середовищем, висока концентрація талановитих висококваліфікованих людей та наявність стійкої науково-дослідної бази, розвинені іннова-

## Зведений аналіз детермінант розвитку креативних кластерів в країнах світу

Країна / region	Особливості розвитку креативних кластерів
Європейський союз	Високий культурний розвиток; Розвиток інститутів та програм кластерного розвитку економіки та креативних індустрій; Велика кількість джерел фінансування; Високий рівень соціальної довіри; Акцент на локальний розвиток; Політика регенерації міст.
Великобританія	Теоретичні розробки розвитку креативного сектора; Розвиток культурної сфери і значна культурно-історична спадщина; Розвинена взаємопов'язана систему науково-дослідних інститутів; Тісна кооперація урядових інституцій та творців креативного контенту; Мережа інститутів розвитку, зокрема регіональних агенцій; Висока частка креативного класу.
Польща	Кластери креативних індустрій представляють наукомісткі сектори; Боязнь розвитку інноваційних сфер; Нормативно-правові перепони; Багато кластерних ініціатив з корисливими цілями.
США	Формальні та неформальні локальні мережі зв'язку; Розвиток креативного потенціалу; Масштабна мережа науково-дослідних інститутів; Велика кількість інвестиційних надходжень.
Китай	Формуються під впливом соціалізму; Значний державний контроль; Переорієнтація міського середовища з промисловості; Фінансується місцевою владою.

Джерело: розроблено авторами

ційна інфраструктура та мережа формальних і неформальних зв'язків, значні фінансові ресурси і державне сприяння (може бути у формі нормативно-правової лібералізації креативної діяльності, інвестування, надання грантів та робочого простору), ефективність якого продемонстрували на своєму прикладі Великобританія та Китай. Однак, в Китаї простежується надто посилений контроль держави за розвитком сектору, що має децю негативне забарвлення. Так само негативними детермінантами кластеризації креативних індустрій є боязнь розвитку інноваційних сфер і ініціювання креативних кластерів з корисливими цілями, як це відбувається у Польщі.

**Висновки і пропозиції.** Аналіз історичних витоків, теоретичних засад та світової практики кластеризації креативних індустрій дозволив виявити позитивний вплив креативних кластерів на локальні та національні економіки і виокремити основні детермінанти кластеризації креативного сектору, які несуть в собі потенціал успішної зміни вектору соціально-економічного розвитку.

Детермінантами кластеризації креативних індустрій є: наявність культурної, археологічної та творчої спадщини; розвинена функціональна мережа та партнерство (креативні кластери формуються на полі взаємодії креативних підприємців, науково-дослідних інститутів, постачальників, органів муніципалітету, громадських організацій та

інших учасників регіонального розвитку); високий рівень соціальної взаємодії та взаємодовіри (здоровий соціум сприяє налагодженню внутрішніх та зовнішніх тісних зв'язків й кооперації); інноваційна база (креативний сектор вимагає нових ідей, рішень та видів діяльності); велика частка висококваліфікованих талантів та інструментів їх розвитку (креативний клас є рушієм кластеризації креативних індустрій); науково-дослідна база, яка сприяє циркуляції знань, досвіду та має потенціал до інновацій; фінансові ресурси (гранти, державні та приватні інвестиції, матеріальна допомога, членські внески є основними джерелами життєздатності креативних кластерів); вільний робочий простір (який проявляється у законодавчій лібералізації формування та функціонування креативних кластерів й у наданні робочого простору під кластерну форму організації); обережне державне втручання (уряд країни може впливати на кластеризацію шляхом розвитку інфраструктури, наукової бази та людського ресурсу, фінансування, надання простору для функціонування кластерів).

Саме сукупність цих факторів забезпечує вдалу кластеризацію креативних індустрій, дозволяє уникнути проблем на шляху формування локальних одиниць взаємодії креативних підприємців та в довгостроковій перспективі проявити позитивний ефект в подальшому впливі на регіональне та національне благополуччя.

### Список літератури:

1. Creative Economy Report 2010. (2010). UNCTAD.
2. Creative Industries Economic Estimates January 2016. (2016). DCMS.
3. Cultural Times – The First Global Map of Cultural and Creative Industries. (2015). UNESCO.
4. De Propris L. and Hypponen L. (2008). Creative Clusters and Governance: The dominance of the Hollywood Film Cluster. In: Cooke, P. and Lazzaretti, L. (2008) 'Creative Cities, Cultural Clusters and Local Development'. Cheltenham: Edward Elgar. Pp. 258-286.
5. Mapping Document. (1998). Department for Culture Media and Sport, United Kingdom (DCMS).
6. Marshall A. (1919). Principles of Economics, Industry and Trade, Macmillan, London.
7. NESTA The Geography of Creativity in the UK. (2015). NESTA.

8. Porter M. E. (1998) On Competition. Boston: Harvard Business School Press.
9. Silicon Valley Index 2016. (2016). Joint Venture.
10. Strategies for Creative Places. (2005). LDA.
11. The Global Creativity Index 2015. (2015). Martin Prosperity Institute.
12. Unctadstat.unctad.org. (2016). UNCTADstat. [online] Available at: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx> [Accessed 22 Nov. 2016].

**Скавронска И.В., Синкивский И.И.**

Тернопольский национальный экономический университет

## **ДЕТЕРМИНАНТЫ КЛАСТЕРИЗАЦИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ КОНТЕКСТЕ**

### **Аннотация**

Статья посвящена исследованию основных детерминант успешной кластеризации креативных индустрий. Обнаружено, что кластеризация креативных индустрий привлекает внимание большого количества ученых, государственных деятелей и предпринимателей, поскольку несет в себе потенциал решения важных социально-экономических проблем регионов и стран мира. Раскрыты признаки, присущие креативным кластерам. Определены и осуществлена оценка детерминант кластеризации креативных индустрий. Проанализирован международный опыт формирования креативных кластеров, который выступает в роли указателя для дальнейшего социально-экономического развития.

**Ключевые слова:** креативность, кластеризация, креативные индустрии, креативный кластер, детерминанты кластеризации.

**Skavronska I.V., Synkivskiy I.I.**

Ternopil National Economic University

## **DETERMINANTS FOR CLUSTERING OF THE CREATIVE INDUSTRIES IN THE INTERNATIONAL CONTEXT**

### **Summary**

The article is devoted to the investigation of the main determinants for the successful clustering of the creative industries. It has been found out that creative clusters attract the attention of a large number of scientists, statesmen and entrepreneurs, because they held the potential to solve socio-economic problems of regions and countries around the world. Features inherent the creative clusters have been revealed. Determinants for clustering of the creative industries have been determined and evaluated. International experience of clustering of the creative industries, which acts as a guide for the further socio-economic development, has been analysed.

**Keywords:** creativity, clustering, creative industries, creative cluster, determinants for clustering.