

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК: 338.49

DOI: 10.5281/zenodo.1304221
ГУЖВА І.Ю.

Роль культурних кластерів у розвитку міст

Предмет дослідження – культурні кластери, як осередки розвитку культури і економіки міст.

Метою написання **статті** є аналіз ролі культурного кластеру в функціонуванні креативного міста, як середовища розвитку культурних та креативних індустрій

Методологія проведення роботи спирається на міждисциплінарний підхід при дослідженні значення культури в розвитку економічних систем. В основі дослідження лежить теорія креативної економіки, яка спирається на концепції культурних та креативних індустрій, креативного міста та креативного класу. В роботі використано метод абстракції та узагальнення при висвітленні сутності та специфічних характеристик культурних кластерів. Системний аналіз було використано для ілюстрації зв'язку між культурою, економікою та покращенням добробуту населення. В цілому робота витримана в традиціях цивілізаційної парадигми.

Результати роботи – проаналізовано значення культури для розвитку та розбудови міста. Виявлено основні передумови для трансформації та розбудови міської інфраструктури відповідно до потреб креативного класу. Виділено характерні риси культурних кластерів, як економіко–культурних центрів.

Висновки – сучасна українська економіка потребує нових підходів та стратегій подальшого розвитку території. Гостро постає питання ревіталізації промислових районів та їх перепрофілювання. Створення кластерів сприяє розвитку міста за допомогою роботи спрямованої на реконструкцію чи реформування міського простору, створення символічного міського ландшафту.

Ключові слова: економіка культури, культурний кластер, кластери інновацій, культурні індустрії, креативне місто, креативний клас.

ГУЖВА І.Ю.

Роль культурних кластерів в розвитку городов

Предмет исследования – культурные кластеры, как центры развития культуры и экономики городов.

Целью написания **статьи** является анализ роли культурного кластера в функционировании креативного города, как среды развития культурных и креативных индустрий.

Методология проведенной работы базируется на использовании междисциплинарного подхода

да при дослідженні значення культури в розвитку економічних систем. В основі дослідження лежить теорія креативної економіки, яка опирається на концепції культурних і креативних індустрій, креативного міста і креативного класу. В роботі використано метод абстракції і обобщення при виявленні сутності і специфічних характеристик культурних кластерів. Системний аналіз був використаний в ході ілюстрації зв'язу між культурою, економікою і покращенням благополуччя населення. В цілому робота видержана в традиціях цивілізаційної парадигми.

Результати роботи – проаналізовано значення культури для розвитку міста. Виявлені основні передумови для трансформації і розвитку міської інфраструктури в відповідності з потребами креативного класу. Виділені характерні риси культурних кластерів, як економіко-культурних центрів.

Висновки – сучасна українська економіка потребує нових підходів і стратегій подальшого розвитку. Виникає питання ревіталізації і перепрофілювання промислових районів. Створення кластерів сприяє розвитку міста за допомогою роботи направленої на реконструкцію або реформування міського простору, створення символічного міського ландшафту.

Ключові слова: економіка культури, культурний кластер, кластери інновацій, культурні індустрії, креативне місто, креативний клас.

HUZHVA I.Y.

The role of cultural clusters in the development of cities

The subject of the study is cultural clusters as a centers for the development of culture and urban economics.

The purpose of the article is to analyze the role of the cultural CLUSTER in the development of cultural and creative industries.

The methodology of the work is based on the use of an interdisciplinary approach for the study of the culture role in the development of economic systems. At the heart of research is the theory of creative economy, which is based on the concept of cultural and creative industries, creative city and creative class. The method of abstraction and generalization is used in the work for revealing the essence and specific characteristics of cultural clusters. The system analysis was used in the course of illustrating the relationship between culture, economics and improving the welfare of the population. In general, work is sustained in the traditions of the civilization paradigm.

The results of the work: the importance of culture for the development of the city was analyzed. The main prerequisites for the transformation and development of urban infrastructure are identified in accordance with the needs of the creative class. Dedicated characteristic features of cultural clusters, as economic and cultural centers.

Conclusions: the modern Ukrainian economy requires new approaches and strategies for further development. There is a question of revitalization and reprofiling of industrial regions. The creation of clusters, the creation of a symbolic urban landscape can become a strategic economic tool.

Key words: culture, cultural cluster, innovation clusters, cultural industries, creative city, creative class.

Постановка проблеми. У сучасному світі величезний попит на нові організаційні форми: структури, центри, платформи, які виходять за межі відомих та звичних моделей. Мається на увазі не народження нових мистецтв, пов'язаних з технічними відкриттями і винаходами, таких як медіамистецтва, а трансформація культурних інститутів. Знову, як і на початку ХХ століття, вони створюють синтетичні форми та активно освоюють дотичні і маргінальні сфери.

Базисом для культури початку ХХІ століття стали руїни індустріального світу – занедбані фабричні будівлі, трамвайні депо, гаражі, склади, цехи. У них організуються демократичні і міждисциплінарні площадки для творчості, комунікації, розваг, та підприємництва.

Друге життя індустріальної спадщини одночасно стає і способом його збереження, що рятує спорожнілі будинки від руйнування і саморуйнування. Ці ділянки і корпуси не освоєні і недорогі

для оренди і купівлі. При цьому вони часто розташовані недалеко від центру міста, мають розгалужену інфраструктуру, оскільки зазвичай виконували місто утворюючу функцію.

На цих територіях складаються творчі кластери – об'єднання незалежних компаній, пов'язаних спільною територією і відносинами взаємної співпраці і конкуренції. Творчі кластери як синтетичне явище поєднують вільний творчий пошук художників, економічні інструменти успішних бізнес-моделей і ініціативи для вирішення соціальних завдань.

Але подібні кластери можуть виникати і в університетському просторі, як, наприклад, медіа-центр Lume в Фінляндії. Творчі кластери не тільки розвивають власну діяльність, але і тісно взаємодіють один з одним. Так виникла європейська мережа культурних центрів Trans Europe Hellenes.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

На початку 2000-х рр. набуває популярності концепція урбаністики. В 1995 р. виходить робота британського соціолога Чарльза Лендрі «Креативне місто» у співавторстві з Франко Бьянчіні, автором багатьох досліджень ролі міста у розвитку культури. Його ідеї знаходять своє подальше продовження в роботах «Мистецтво створення міста» (2006) [6], «Інтеркультурні міста» (2007), [7]. Джастін О'Коннор – британський соціолог в 2000-х випустив низку робіт, які торкнулися всіх основних елементів економіки культури: «Креативні індустрії: критична бібліографія» (2007), «Креативна економіка, креативні міста: Азіатсько-європейські перспективи» (2009), «Культурні індустрії і місто» (2009) та ін. Робота Р. Флоріди «Піднесення креативного класу: Як він трансформує роботу, відпочинок, суспільство і повсякдення життя» (2002) [4, 10] присвячена дослідженню креативного класу, як нової та специфічної верстви населення з власними потребами, вподобаннями та філософією. Подальше дослідження ролі креативного класу у розвитку міст знайшло своє відображення в роботах «Міста і творчий клас» (2005) та «Боротьба творчого класу: Нова глобальна конкуренція за талант» (2005), «Хто ваше місто?» (2008). Просторовим факторам розміщення культурних індустрій присвячені роботи вчених П. Томчака та К. Стаховіяка [14], а також П. Рампла, О. Слеша і Д. Каутського [12]. Питання є актуальним та потребує подальшого осмислення, оскільки інформаційно-культурне середовище розвивається досить ди-

намічно, породжуючи нові бізнес-моделі способи організації праці.

Метою статті є аналіз ролі культурного класу в функціонуванні креативного міста, як середовища розвитку культурних та креативних індустрій.

Виклад основного матеріалу. Роль культури в міському контексті отримує все більше визнання у зв'язку з безперервним процесом урбанізації та зумовленим цим загостренням економічних, екологічних і соціальних проблем. Вперше значення культури, як економічного каталізатору життя в місті було визнано кілька десятиліть тому. Та знайшло своє відображення в концепції креативного міста Ч. Лендрі. Нещодавно це питання отримало новий імпульс для подальшого розвитку розширивши коло питань до переосмислення соціальних та культурних цінностей соціуму, перебудови структури міста з урахуванням економічних та культурних елементів його внутрішнього середовища.

Ми звертаємо увагу на місто, оскільки в умовах глобалізації та становлення економіки культури посилюється конкуренція саме серед міст світу за трудові ресурси, капітали та підприємства.

Економіка культури, як складова постіндустріальної економічної системи, спирається на три базові елементи:

Культурні та креативні індустрії – сектор господарської діяльності та сфера зайнятості;

Креативний клас – специфічні трудові ресурси та людський капітал, які є головним джерелом доданої вартості;

Креативне місто – оптимальне середовище існування креативного класу та функціонування креативного сектору. Значна увага приділяється інфраструктурі та іміджу культурних осередків. Розбудові соціальних мереж та творчих кластерів.

Культурні і креативні індустрії характеризуються специфічним організаційно-економічним механізмом функціонування. Основною його відмінною рисою є перевага проектного підходу організації діяльності та залучення творчих працівників. Все це зумовлює появу нових типів зайнятості – проектної та фрі-лансингу (віддаленої). Подібні зміни організації робочого процесу потребують змін і в організації робочого простору та всієї інфраструктури міста. Таким чином виникають специфічні центри з робочими зонами – хаби, та специфічні бізнес-середовища – куль-

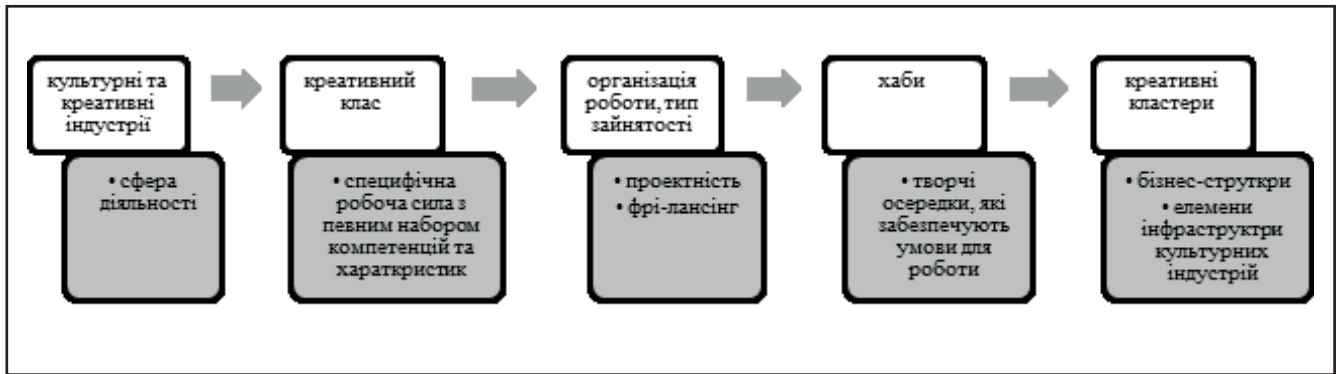


Рисунок 1. Креативне середовище

Джерело: розроблено автором.

турні кластери, які створюють передумови для кооперації та одночасної конкуренції креативних проєктів (рис. 1).

Можемо виділити наступні функції, які культура виконує для міста:

1. Культурний об'єкт або культурний продукт можуть виступити в якості символу території;
2. Культурний центр може виступати в якості центру розвитку та розбудови міста;
3. Культурні події можуть забезпечити привабливість невеликих міст;
4. Сприяє підвищенню креативного потенціалу та посиленню культурної ідентичності.

Економічні ефекти від реалізації зазначених функцій можуть бути якісними та кількісними. Першим і найочевиднішим результатом є посилення фінансових потоків та міграційних процесів, в результаті створення та популяризації культурно-мистецьких об'єктів або подій. І тут маються на увазі витрати місцевого населення та зовнішні туристичні потоки. Наступним результатом є зростання доходів в суміжних сферах та створення нових робочих місць. В цілому культурний об'єкт може стати причиною активізації економічного життя міста та забезпечити диверсифікацію місцевого економічного базису.

Соціальні ефекти також можуть мати місце. Підвищення загального рівня культури, створення нових робочих місць, посилення суспільної згуртованості та зростання громадянської гордості може призвести до скорочення злочинності. А разом із економічними ефектами зумовлюватиме загальне зростання добробуту населення (рис. 2).

Створення культурних об'єктів має довгостроковий вплив та всю соціально-економічну систему міста, забезпечивши створення певного іміджу та набуття конкурентних переваг в бо-

ротьбі за інвестиції, людський капітал та привабливість для підприємців.

Залишається актуальною проблема пошуку оптимальної, динамічної, міждисциплінарної і системної моделі політики розвитку міста. В умовах зростання значення культурної диференціації на місцевих рівнях міська політика має забезпечувати досягнення економічних, культурних, екологічних, соціальних цілей громади. Така модель отримала назву «стійкого міста» в основі якого покладене міське планування та орієнтація на культуру та креативні індустрії. Під екологічними цілями розуміється покращення транспортної інфраструктури, підвищення енергоефективності, використання відкритих просторів, переробка та використання відходів та ін..

При аналізі економічної ролі культури не можна нехтувати соціальними ефектами. Культурні об'єкти та події, посилюючи суспільну згуртованість забезпечує створення нематеріальної мережі культурних зв'язків, які підтримують місцеву громаду.

Польські дослідники П. Томчак та К. Стаховіак запропонували модель класифікації факторів розміщення культурних та креативних індустрій. Вони виокремили наступні критерії: (1) корисність (цінність утилітарна чи культурна); (2) рівень комерціалізації; (3) характеристика вироблених товарів і послуг; (4) способи розташування творчих виробництв; (5) діапазон ринку. На їх основі було розроблено систему характеристик культурних та креативних індустрій [14]. Зазначені критерії були представлені у вигляді свої екстремальних значень: «діапазон ринків» – ілюструє перехід від орієнтації на локальні ринки до глобальних ринків збуту, «спосіб розташування» – перехід від високої концентрації та кластеризації до просторово-

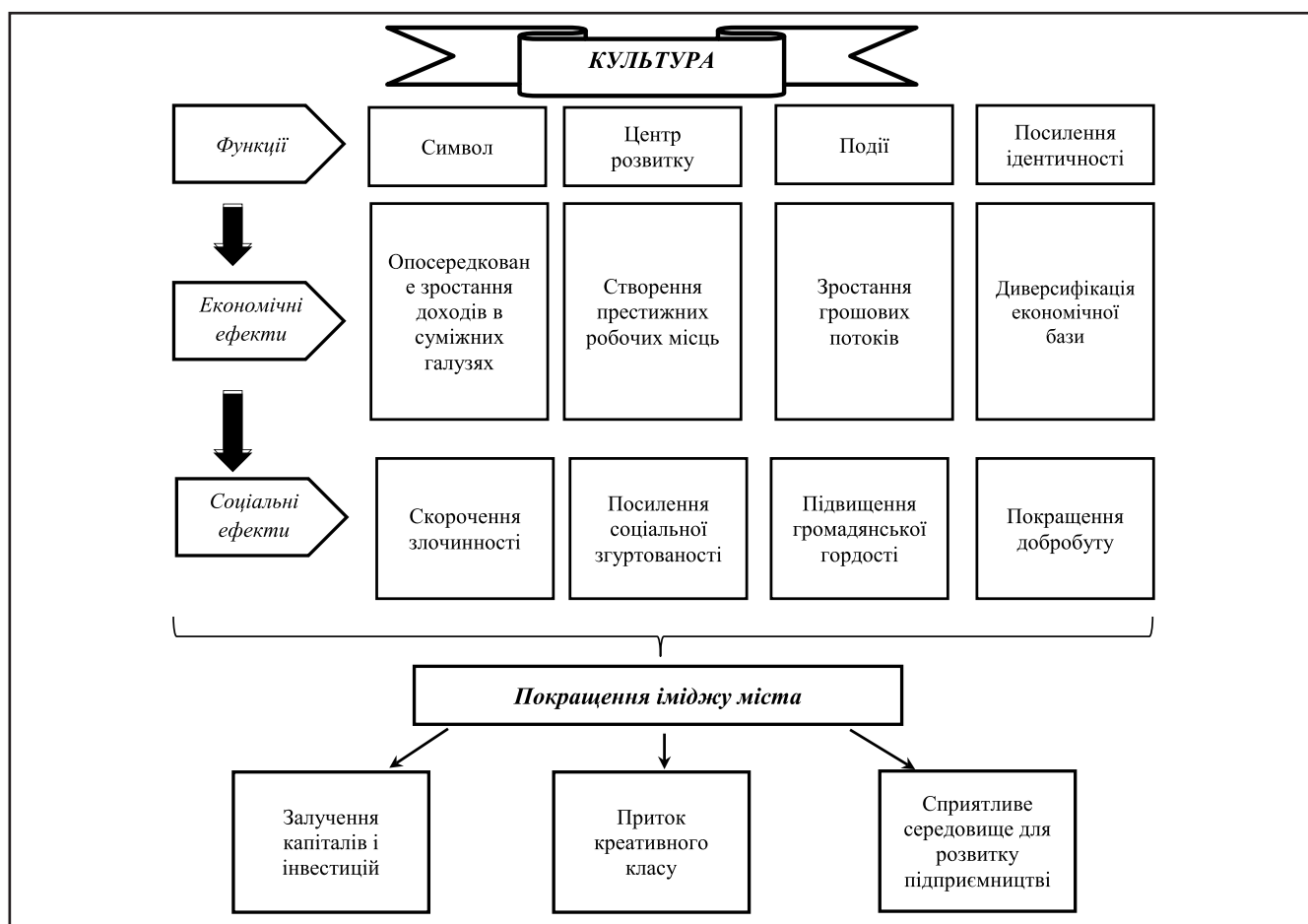


Рисунок 2. Значення культури в розвитку міста

Джерело: розроблено автором

го розпорощення. Останнє притаманно тим, галузям, цінність товарів і послуг яких зумовлюється або історичним розташуванням, або існують відокремлено та не залежать безпосередньо від супутніх товарів та послуг, а навпаки, самі можуть виступати їх джерелом. Критерій «корисність» – ілюструє співвідношення утилітарної цінності та культурної цінності в продукті або послугі [2]. Кожен з культурних індустрій притаманний власний допустимий рівень кластеризації, співвідношення утилітарної та культурної цінностей, потенціал до комерціалізації, та діапазон ринку охоплення.

Два з п'яти аналізованих критеріїв (діапазон ринку та характер локації творчої діяльності) мають просторовий характер. Для культури характерна єдності локального та глобального. Обидві категорії розглядаються тут «реляційним способом як просторові величини відмінностей, соціальні міри, які розмежовують простір (...), а перехід від локального до глобального масштабу – це не перехід від однієї окремої арени до іншої, а процес створення мережі посилення, який до-

зволяє об'єктам рухатися між різними «місцями розміщення» [13]. Таким чином фактор простору в контексті розміщення виробництва відіграє важливу роль в політиці розвитку міста.

Важливе питання механізму та масштабів поширення культурних товарів та послуг. Виявляється функціональна суперечність. Вони не можуть бути адресовані лише місцевим мешканцям, проте досить часто прив'язані до конкретної локації, навколо якої може бути сформована відповідна інфраструктура, перетворюючи пам'ятку архітектури на центр кластеризації.

За умов міського планування та забезпечення передумов формування креативних кластерів просторові чинники мають бути враховані, оскільки розбудова транспортної інфраструктури, логістика відіграють дуже важливу роль при промоції культурних об'єктів.

Характерні риси функціонування креативних кластерів:

1. Мобільність ресурсів: у кластері інновацій власне рух руху пронизує все навколишнє середовище.

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

2. Вирівнювання інтересів, стимулів та цілей: підприємства та особи, що входять до складу інноваційної групи, користуються спільними мережевими цінностями, діловими практиками та культурою. Відбувається кооперація при збереженні конкуренції. Незважаючи на те, що новатори конкурують один з одним, вони разом беруть участь у проектах, спрямованих на впровадження нових рішень. Подібним чином, венчурні капіталісти поділяють потік операцій та здійснюють спільне інвестування. Елементи спільної власності, порушують традиційні бар'єри між власниками та працівниками, а також узгоджують інтереси засновників, менеджерів, працівників, консультантів та інвесторів з успіхом підприємства.

3. Глобальні зв'язки та майно: взаємовідносини між людьми та фірмами в рамках культурних кластерів поширюються на відносини з іншими кластерами. Професіонали та керівники з інших країн часто допомагають своїм фірмам отримати доступ до ресурсів та ринків у країнах свого походження. Подібні міжнародні зв'язки дозволяють отримати доступу до активів та співпраці. Вони виходять за рамки релігійних, етнічних, територіальних та національних кордонів і дають стартапам глобальну перевагу. Глобальна мережа кластерів інновацій визначає три типи міжнародних зв'язків: слабкі, міцні та ковалентні. Слабкі зв'язки є випадковими зв'язками для обміну інформацією або взаємодії з бізнесом. Вони поточні і часто є каналом для відбору персоналу (витік інтелекту з території) та особистої мобільності. Довгострокові зв'язки – це чітко визначені зобов'язання щодо ведення спільного бізнесу. Контракти або трудові відносини, які дозволяють мобілізувати активи та людей з низькими транзакційними витратами. Ковалентні зв'язки виникають, коли географічно віддалені суб'єкти постійно і виконують важливі функції в різних місцях. Коли зв'язки між двома кластерами перетворюються на безліч постійних взаємозалежних зв'язків, які змушують об'єкти в кластері працювати скоординовано, ці сильно зв'язані кластери можна вважати Супер-кластером, де розвиток кожної підсистеми певною мірою зумовлений процесами, що відбуваються в іншому кластері.

Висновки

Створенню кластерів сприяє розвитку і посилює міста за допомогою робіт спрямованих на ре-

конструкцію чи реформування міського простору, створення символічного міського ландшафту.

Незважаючи на те, що підприємництво є потужною силою, яка породжує місцеве та економічне зростання, а державна політика може забезпечити сприятливі умови для його розвитку. Коли підприємці, скупчуються в певних географічних координатах навколо окремих культурних об'єктів, це вдалий прецедент для реалізації урядом публічної політики підтримки креативних кластерів. Це, як правило, не вимагає великих фінансових витрат.

Дослідження принципів розміщення об'єктів креативних індустрій набуває все більшого значення для регіональних кластерних ініціатив, а також інших програм, що сприяють підприємству. Культура формує сприятливе креативне середовище для створення підприємницької ініціативи та розвитку креативного класу.

Список використаних джерел

1. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. – М.: Издательский дом «Классика XXI», 2009. – 240 с.

2. Проскуріна М.О. Значення просторових факторів в реалізації реформ культурного сектору в Україні// *European Journal of Economics and Management*, №1,2018. С.79–86. – https://eujem.cz/wp-content/uploads/2018/eujem_2018_4_1/12.pdf.

3. Тросби Д. Экономика и культура (Текст)/пер. с англ. И. Кушнareвой; Нац. исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». – М.: изд. дом высшей школы экономики, 2013. – 256 с.

4. Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. – М.: Классика–XX1, 2005. – 430 с.

5. Хезмондалш Д. Культурные индустрии/ пер. с англ. И. Кушнareвой, под ред. А. Михалевой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 456 с.

6. Bianchini F. and Parkinson M. Cultural Policy and Urban Regeneration, ed. by F. Bianchini and M. Parkinson. – Manchester: Manchester University Press, 1993. – P.220.

7. Bianchini F. Remaking European Cities: The Role of Cultural Policies // *Cultural Policy and Urban Regeneration*, ed. by F. Bianchini and M. Parkinson. – Manchester: Manchester University Press, 1993. – P. 1–20.

8. Boix R., Lazzeretti L., Hervés-Oliver J. L., De Miguel-Molina B., 2011. Creative clusters in Europe:

A microdata approach. European Regional Science Association, Barcelona.

9. Flew T., 2012b. Origins of creative industries policy. In: Flew T. (ed.), *The creative industries: Culture and policy*. SAGE Publications Ltd, Los Angeles: 9–32.

10. Florida R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. — New York: Basic Books, 2002. — P. 416.

11. Hesmondhalgh D., Pratt A. C., 2005. Cultural industries and cultural policy. *International Journal of Cultural Policy* 11(1): 1–13.

12. Rumpel P., Slach O., Koutska J., 2010. Creative industries in spatial perspective in the old industrial Moravian–Silesian Region. *Ekonomie a Management*(4): 30–46.

13. Throsby D., 2008b. Modelling the cultural industries. *International Journal of Cultural Policy* 14(3): 217–232.

14. Tomczak P., Stachowiak K. Location patterns and location factors in cultural and creative industries. *Quaestiones geographicae* 34(2), 2015.

References

1. Zelentsova E., Hladkykh N. *Tvorcheskye yndustry: teoryy y praktyky*. — M.: Yzdatelskyi dom «Klasyka KhKh1», 2009. — 240 s.

2. Proskurina M.O. *Znachennia prostorovykh faktoriv v realizatsii reform kulturnoho sektoru v Ukraini*// *European Journal of Economics and Management*, №1, 2018. S.79–86. — https://eujem.cz/wp-content/uploads/2018/eujem_2018_4_1/12.pdf.

3. Trosby D. *Экономыка у культура (Tekst)/ per. s anhl. Y. Kushnarevoi; Nats. yssled. Un-t «Vysshhaia shkola ekonomyky»*. — M.: yzd. dom vysshei shkoly ekonomyky, 2013. — 256 s.

4. Floryda R. *Kreatyvnyii klass: Liudy, kotorye meniaiat budushchee / Per. s anhl.* — M.: Klasyka–KhKh1, 2005. — 430 s.

5. Khezmondalsh D. *Kulturnyye yndustry/ per. s anhl. Y. Kushnarevoi, pod red. A. Mykhalevoi; Nats. yssled un-t «Vysshhaia shkola ekonomyky»*. — M.: Yzd. dom Vysshei shkoly ekonomyky, 2014. — 456 s. Bianchini F. and Parkinson M. *Cultural Policy and Urban Regeneration*, ed. by F. Bianchini and M. Parkinson. — Manchester: Manchester University Press, 1993. — P.220.

6. Bianchini F. *Remaking European Cities: The Role of Cultural Policies*// *Cultural Policy and Urban Regeneration*,

ed. by F. Bianchini and M. Parkinson. — Manchester: Manchester University Press, 1993. — P. 1–20.

7. Boix R., Lazzeretti L., Hervés–Oliver J. L., De Miguel–Molina B., 2011. *Creative clusters in Europe: A microdata approach*. European Regional Science Association, Barcelona.

8. DCMS, 2014. *Creative industries economic estimates*. Department for Culture, Media and Sport, London.

9. Flew T., 2012b. Origins of creative industries policy. In: Flew T. (ed.), *The creative industries: Culture and policy*. SAGE Publications Ltd, Los Angeles: 9–32.

10. Florida R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. — New York: Basic Books, 2002. — P. 416.

11. Hesmondhalgh D., Pratt A. C., 2005. Cultural industries and cultural policy. *International Journal of Cultural Policy* 11(1): 1–13.

12. Rumpel P., Slach O., Koutska J., 2010. Creative industries in spatial perspective in the old industrial Moravian–Silesian Region. *Ekonomie a Management*(4): 30–46.

13. Throsby D., 2008b. Modelling the cultural industries. *International Journal of Cultural Policy* 14(3): 217–232.

14. Tomczak P., Stachowiak K. Location patterns and location factors in cultural and creative industries. *Quaestiones geographicae* 34(2), 2015.

Дані про автора

Гужва Ігор Юрійович,

д.е.н., заступник директора Державного науково–дослідного інституту інформатизації та моделювання економіки

e-mail: mfertua@gmail.com

Данные об авторе

Гужва Игорь Юрьевич,

д.э.н., заместитель директора Государственного научно–исследовательского института информатизации и моделирования экономики

e-mail: mfertua@gmail.com

Data about the author

Igor Guzhva,

Deputy Director of State Research Institute of Informatization and Economic Modeling Doctor of Sciences

e-mail: mfertua@gmail.com