



УДК 330.342:005.961]:316.4

JEL Classification: O31, O33, R11, Z11

DOI: 10.31713/ve2202620

Осадча О. О.¹

доктор економічних наук, професор

ORCID ID: 0000-0003-1314-3281

E-mail: o.o.osadcha@nuwm.edu.ua

Неділько Д. В.¹

здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня

ORCID ID: 0009-0003-1054-866X

E-mail: d.v.nedjelko@nuwm.edu.ua

¹Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне,
Україна

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНАЛІЗУ СТРУКТУРНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

У статті обґрунтовано застосування кластеризації креативних індустрій як аналітичного інструменту дослідження структурної модернізації економіки. Доведено, що креативний сектор характеризується внутрішньою структурною неоднорідністю, яка не може бути адекватно відображена в межах описового або суто галузевого підходу. Визначено систему критеріїв кластеризації креативних індустрій, що охоплює галузеві, функціональні, територіальні, мережеві, інституційні та людсько-капітальні параметри. Сформовано багатокритеріальну систему аналітичних показників, придатну для кластерного аналізу креативного сектору в умовах фрагментарності національної статистичної бази. На основі запропонованого підходу ідентифіковано типи кластерів креативних індустрій та визначено їх відмінні аналітичні профілі. Показано структурну роль кожного типу кластерів у процесах модернізації економіки, зокрема у формуванні економіки знань, забезпеченні мультиплікативних ефектів і підвищенні адаптивності національної економічної системи.

Ключові слова: креативні індустрії; кластеризація; кластерний аналіз; структурна модернізація економіки; креативний імператив; економіка знань; типологія кластерів; креативні кластери.

Актуальність теми. Актуальність дослідження кластеризації креативних індустрій як інструменту аналізу структурної модернізації економіки України зумовлена трансформацією ролі креативного

сектору в умовах воєнних шоків, релокації бізнесу та асиметричного регіонального розвитку. Попри суттєві інституційні та інфраструктурні обмеження, креативні індустрії демонструють здатність до збереження економічної активності, проте водночас характеризуються високим рівнем просторової та галузевої концентрації, що унеможлиблює їх адекватний аналіз у межах традиційного описового підходу.

Згідно зі статистичним оглядом Українського центру культурних досліджень, у 2024 році креативні індустрії України зберігають чітко виражену територіальну концентрацію економічної активності. Так, до групи регіонів-лідерів за обсягами задекларованих доходів стабільно належать Львівська область (понад 127 млрд грн), Харківська (понад 119 млрд грн), Дніпропетровська (близько 75 млрд грн) та Київська область (понад 64 млрд грн), тоді як у низці регіонів доходи креативного сектору не перевищують 1,4–7,5 млрд грн [1]. Така диференціація відображає не лише наслідки воєнних дій та релокації підприємств, а й структурну неоднорідність креативної економіки, що актуалізує потребу у застосуванні кластерного підходу для типологізації регіонів за профілями розвитку.

Не менш показовою є галузева структура креативних індустрій. У 2024 році домінуючу позицію в секторі займають цифрові види діяльності: комп'ютерне програмування (КВЕД 62.01) забезпечило 787,7 млрд грн задекларованого доходу, а консультування з питань інформатизації (КВЕД 62.02) – 143,9 млрд грн [1]. Водночас у суміжних креативних видах діяльності також фіксуються економічно значущі обсяги, зокрема в архітектурній діяльності (КВЕД 71.11), де у 2024 році задекларовано 22,1 млрд грн доходу [1]. Це свідчить про формування внутрішньо диференційованої структури креативних індустрій, у межах якої співіснують як висококонцентровані цифрові сегменти, так і галузі з потенціалом міжгалузевої диверсифікації.

У теоретико-методологічному вимірі дослідження спирається на концепт креативного імперативу, відповідно до якого креативність, знання та інноваційна діяльність виступають системоутворювальними чинниками сучасного економічного розвитку і визначають напрями його структурної реконфігурації [2]. У цьому контексті кластеризація креативних індустрій розглядається не лише як метод групування економічних суб'єктів, а як інструмент виявлення внутрішніх структурних зрушень, асиметрій та потенційних «точок зростання» креативної економіки.

Отже, актуальність теми визначається необхідністю методично коректного аналізу внутрішньої структури креативних індустрій України на основі кластерного підходу, який дозволяє системно поєднати емпіричні дані з концепцією креативного імперативу та обґрунтувати інструменти політики структурної модернізації економіки в умовах воєнного та післявоєнного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних економічних дослідженнях креативність дедалі частіше розглядається як системоутворювальний чинник трансформації моделей розвитку, що визначає зміну логіки створення вартості в умовах домінування нематеріальних активів, цифровізації та мережових форм організації економічної діяльності. У межах цього підходу формується концепція креативного імперативу, яка поєднує інтелектуальний, соціокультурний та економічний виміри в єдину парадигму інноваційного розвитку.

Суттєвий внесок у теоретичне осмислення зазначеної проблематики здійснено у працях Д. В. Копійки, де креативний імператив визначається як детермінанта структурних змін у сучасній економіці. Авторка наголошує, що креативний імператив формується «на основі пріоритетного розвитку людського капіталу, інтернаціоналізації та інформатизації економіки», а також підкреслює, що він «зумовлює всеохопну креативізацію економічних процесів» [2]. Такий підхід дозволяє трактувати креативність не як окремий ресурс чи фактор виробництва, а як системну логіку розвитку, що трансформує галузеву, просторову та інституційну структуру економіки.

Подальший розвиток ідей щодо економічної ролі креативних індустрій простежується у працях українських науковців, орієнтованих на емпіричний аналіз їхнього внеску у створення доданої вартості та зайнятості. Так, Ю. Забалдіна, Т. Ткаченко та С. Хлопак зазначають, що креативні індустрії «стають важливим елементом не лише культурної, але й економічної політики держав» [3]. Автори підкреслюють, що, попри відносно невелику частку у ВВП, «внесок креативних індустрій виходить за межі прямих економічних показників» і проявляється через мультиплікативний ефект у суміжних секторах економіки [3]. Така постановка питання підкреслює необхідність переходу від узагальнених макроекономічних оцінок до структурного аналізу внутрішньої неоднорідності креативного сектору.

Міжнародний науковий дискурс доповнює національні дослідження концептуальними підходами до розуміння креативності як чинника стійкості та адаптивності економічних систем. Зокрема, у статті I. Kajzer Mitchell та J. Walinga креативний імператив розглядається як необхідна умова забезпечення сталого розвитку, оскільки «креативність, творче розв'язання проблем і інтуїтивно-аналітичне осягнення не є факультативними, а становлять імперативні умови забезпечення сталості складних систем» [4]. Автори доводять, що креативність виступає ключовим механізмом нелінійного управління інноваційними процесами в умовах зростаючої невизначеності, що концептуально узгоджується з логікою креативного імперативу як системного феномену.

Емпіричне підтвердження можливостей реалізації креативного імперативу на регіональному рівні представлено у дослідженні C. De Lucia, P. Balena, M. R. Stufano Melone та D. Borri, присвяченому програмі Principi Attivi в регіоні Апулія (Італія). Автори зазначають, що у межах цієї ініціативи креативність була інтегрована у публічну політику як інструмент поєднання підприємництва, соціальних інновацій та сталого розвитку [5]. У статті підкреслюється, що «інтеграція креативності в інструментарій державної політики здатна генерувати довгострокову економічну та соціальну цінність на регіональному рівні» [4], що робить кластерний підхід до розвитку креативних індустрій методично обґрунтованим та практично значущим.

Отже, аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про наявність ґрунтовного теоретичного та прикладного доробку щодо креативної економіки та креативних індустрій. Водночас у науковій літературі недостатньо розробленими залишаються підходи до структурної типологізації креативного сектору та ідентифікації внутрішніх кластерів розвитку, особливо в умовах асиметричного регіонального середовища. Це обумовлює доцільність подальших досліджень, спрямованих на поєднання концепції креативного імперативу з інструментарієм кластерного аналізу.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування кластеризації креативних індустрій як аналітичного інструменту дослідження процесів структурної модернізації економіки та виявлення внутрішньої неоднорідності розвитку креативного сектору в умовах трансформаційних зрушень. Досягнення поставленої мети передбачає перехід від описового аналізу креативних індустрій до

структурно-аналітичного підходу, що дозволяє ідентифікувати типи розвитку, асиметрії та потенційні «точки зростання» в межах національної економіки.

Викладення основного матеріалу. У сучасних умовах трансформації економічних систем креативні індустрії дедалі чіткіше проявляють себе як чинник структурної модернізації національної економіки, впливаючи на зміну галузевих пропорцій, характер зайнятості та механізми створення доданої вартості. На відміну від традиційних секторів, орієнтованих на матеріальне виробництво, креативні індустрії базуються на інтелектуальному, культурному та творчому капіталі, що зумовлює зсув акцентів економічного розвитку у бік нематеріальних активів і знаннєво-орієнтованих видів діяльності.

Важливою характеристикою креативних індустрій є їх здатність генерувати структурні ефекти, що виходять за межі власного сектору. Насамперед ідеться про диверсифікаційний ефект, який проявляється у розширенні економічної бази регіонів і зменшенні залежності від вузькоспеціалізованих галузей, а також мультиплікативний ефект, пов'язаний із стимулюванням суміжних сфер – інформаційних технологій, освіти, туризму, медіа та професійних послуг. Окрім того, креативні індустрії відіграють роль інноваційного каталізатора, прискорюючи поширення нових бізнес-моделей, цифрових рішень і форм підприємницької взаємодії.

Таким чином, креативні індустрії доцільно розглядати не лише як окремий сектор економіки, а як структуроутворювальний компонент сучасної моделі економічного розвитку. Саме ця обставина зумовлює необхідність застосування інструментів структурного аналізу, зокрема кластерного підходу, який дозволяє виявити внутрішню неоднорідність креативного сектору, типи його розвитку та роль у процесах модернізації національної економіки.

Формування методології кластеризації в економічній науці пов'язується насамперед із працями М.Портера, який заклав підґрунтя сучасної кластерної теорії, розглядаючи кластери як систему взаємопов'язаних фірм та інституцій, здатну генерувати конкурентні переваги через концентрацію, спеціалізацію та взаємодію [6]. Кластер виступає не просто формою територіального групування підприємств, а складною економічною системою, у межах якої поєднуються конкуренція і кооперація, формуються ланцюги доданої вартості та виникає синергетичний ефект. Саме цей підхід

дозволяє використовувати кластеризацію як аналітичний інструмент для дослідження структурних зрушень в економіці, зокрема у секторах, де домінують нематеріальні активи та знаннєві ресурси, до яких належать креативні індустрії.

У вітчизняних дослідженнях кластерний підхід адаптується до специфіки української економіки та розглядається ширше, ніж інструмент регіональної політики. Так, В. Синиця акцентує увагу на креативних хабах і кластерах як нових центрах економічного розвитку, що виконують функції концентрації людського капіталу, підприємницьких ініціатив і міжгалузевої взаємодії [7]. У цьому контексті креативні кластери розглядаються як простори перетину різних видів діяльності – культури, дизайну, ІТ, медіа, підприємництва, що зумовлює доцільність застосування не лише галузевого, а й функціонального та мережевого підходів до їх кластеризації. Така логіка дозволяє ідентифікувати не окремі види економічної діяльності, а стійкі конфігурації взаємодії суб'єктів, що формують структурні ефекти модернізації економіки.

Важливе методологічне уточнення кластерного підходу міститься у праці А. В. Карпенка та Н. М. Карпенко, де кластери інтерпретуються як особлива форма бізнес-спільнот із чітко визначеними рисами: територіальна концентрація, наявність спеціалізованого органу управління, кластерна інфраструктура, коопераційні відносини, «м'яка» конкуренція, спільні інноваційні та інвестиційні проекти і синергетичний ефект [8]. Такий підхід є принципово важливим для аналітичної кластеризації, оскільки дозволяє перейти від простого групування суб'єктів до ідентифікації якісно відмінних типів кластерних утворень. Додатково методичну цінність кластерного аналізу як інструменту інтерпретації складних економічних процесів підтверджує дослідження О. Скорика, який показує можливості використання кластерного аналізу для типологізації, порівняння та подальшого управлінського аналізу економічних систем на мікро- та мезорівнях [9]. У сукупності це створює методологічне підґрунтя для застосування кластеризації креативних індустрій як інструменту аналізу структурної модернізації національної економіки.

З урахуванням наведених теоретичних положень та методологічних підходів, кластеризація креативних індустрій у межах цього дослідження ґрунтується на багатокритеріальному підході, що поєднує галузеві, функціональні, територіальні та мережеві

параметри. Такий підхід відповідає класичному розумінню кластера як системи взаємопов'язаних суб'єктів і інституцій, а також сучасним вітчизняним інтерпретаціям кластерів як особливих форм бізнес-спільнот і просторів концентрації людського капіталу та взаємодії. Для операціоналізації зазначених підходів і подальшої аналітичної кластеризації сформовано систему критеріїв кластеризації креативних індустрій, подану в табл. 1, яка слугує методологічною основою для емпіричного аналізу та типологізації структурних моделей розвитку креативного сектору.

Таблиця 1

**Критерії кластеризації креативних індустрій у контексті
структурної модернізації економіки**

Критерій кластеризації	Зміст критерію	Аналітичне призначення
Галузева належність	Види економічної діяльності креативних індустрій	Виявлення структурної спеціалізації та міжгалузевої взаємодії
Функціональна роль	Участь у ланцюгах створення доданої вартості (створення контенту, дизайн, цифрові рішення, комунікації)	Аналіз функціонального внеску у структурну модернізацію
Територіальна концентрація	Просторова локалізація діяльності, формування хабів і кластерів	Ідентифікація агломераційних і регіональних ефектів
Мережеві взаємодії	Коопераційні зв'язки, партнерства, бізнес-спільноти	Оцінка синергійного та мультиплікативного ефектів
Людський капітал	Креативні компетентності, знання, навички	Визначення знаннєвої та інноваційної складової кластерів
Інституційно-управлінська організація	Наявність органів управління, інфраструктури, спільних проєктів	Характеристика кластера як керованої бізнес-спільноти

Джерело: сформовано автором за [6–9]

Кластерний аналіз креативних індустрій як інструмент дослідження структурної модернізації економіки потребує формування системи показників, здатних відобразити багатовимірну природу цього сектору. З огляду на специфіку креативних індустрій,

доцільно використовувати групи економічних, соціальних, інноваційних та інституційних індикаторів. Економічні показники охоплюють обсяги доданої вартості, кількість суб'єктів господарювання, рівень зайнятості та експортну активність; соціальні – характеристики людського капіталу, зайнятість у креативних професіях, рівень концентрації творчих кадрів; інноваційні – використання цифрових технологій, інтелектуальної власності, участь у стартап-екосистемах; інституційні – наявність хабів, кластерних ініціатив, програм підтримки та органів координації. Така багатовимірна система індикаторів дозволяє перейти від вузькоекономічного трактування кластерів до їх інтерпретації як складних соціально-економічних утворень.

Вибір методів кластерного аналізу зумовлюється як дослідницькими завданнями, так і якістю статистичної бази. У дослідженнях структурних зрушень традиційно застосовуються ієрархічні методи кластеризації, що дозволяють виявляти природну ієрархію об'єктів та попередньо оцінювати кількість кластерів. Водночас неієрархічні методи, зокрема алгоритми типу k-середніх, забезпечують більш чітке групування за заздалегідь визначеною кількістю кластерів і є придатними для подальшої інтерпретації результатів. З огляду на складність і неоднорідність креативних індустрій доцільним є комбінований підхід, який поєднує ієрархічні та неієрархічні методи і дозволяє мінімізувати суб'єктивність кластерних рішень.

Суттєвим обмеженням кластерного аналізу креативних індустрій в Україні залишається фрагментарність та нерівномірність статистичної інформації. Офіційна статистика не завжди дозволяє виокремити креативні індустрії як цілісний об'єкт спостереження, а частина показників має оціночний або непрямий характер. В умовах неповної інформації доцільним є адаптований методичний підхід, що поєднує використання доступних кількісних даних із нормалізацією показників, агрегуванням суміжних видів діяльності та залученням проксі-індикаторів. Такий підхід не претендує на абсолютну точність, однак забезпечує аналітичну відтворюваність результатів і дозволяє здійснити типологізацію креативних індустрій у контексті їх ролі в структурній модернізації національної економіки.

Застосування багатокритеріального підходу до кластеризації креативних індустрій потребує подальшої операціоналізації визначених критеріїв через систему аналітичних показників. Саме

показники дозволяють перейти від концептуального рівня кластеризації до її аналітичної реалізації та забезпечують можливість порівняння різних сегментів креативного сектору за ключовими економічними, соціальними, інноваційними та інституційними параметрами.

Ураховуючи фрагментарність офіційної статистики щодо креативних індустрій в Україні, доцільним є використання системи показників, яка поєднує кількісні та якісні індикатори і допускає застосування проксі-змінних. Запропонована система аналітичних показників для кластерного аналізу креативних індустрій наведена у табл. 2.

Таблиця 2

**Система аналітичних показників для кластерного аналізу
креативних індустрій**

Група показників	Показник	Аналітичний зміст показника	Роль у кластерному аналізі
Економічні	Частка виду діяльності у загальних доходах креативних індустрій	Відображає економічну вагу сегмента в структурі креативного сектору	Виявлення економічно домінуючих сегментів
	Кількість суб'єктів господарювання	Характеризує рівень підприємницької концентрації	Ідентифікація масових і нішевих сегментів
	Середній дохід на суб'єкт	Показує економічну результативність діяльності	Диференціація кластерів за ефективністю
Соціальні	Частка зайнятих у креативних професіях	Відображає роль людського капіталу	Визначення знаннєво-орієнтованих кластерів
	Територіальна концентрація зайнятості	Частка зайнятих у великих агломераціях	Оцінка просторової асиметрії розвитку

продовження таблиці 2

Інноваційні	Рівень цифровізації діяльності	Частка цифрових продуктів і послуг	Виявлення інноваційно-активних кластерів
	Використання об'єктів інтелектуальної власності	Наявність авторських прав, ТМ, ліцензій	Оцінка нематеріальної складової вартості
Інституційні	Наявність креативних хабів та кластерних ініціатив	Функціонування організованих форм взаємодії	Визначення інституційної зрілості
	Участь у програмах підтримки	Державні та донорські інструменти	Оцінка інтегрованості у політику розвитку
Мережеві	Інтенсивність коопераційних зв'язків	Спільні проєкти, партнерства	Виявлення синергетичного потенціалу
	Орієнтація на зовнішні ринки	Частка експорту або міжнародних проєктів	Ідентифікація глобально інтегрованих кластерів

Джерело: сформовано автором за [1; 6–9].

Запропонована система аналітичних показників (табл. 2) створює можливість здійснення кластерного аналізу креативних індустрій на основі поєднання економічних, соціальних, інноваційних, інституційних та мережевих характеристик. Використання цих показників дозволяє не лише здійснити формальне групування видів креативної діяльності, а й інтерпретувати отримані кластери як відмінні моделі функціонування та розвитку креативного сектору в умовах структурної модернізації економіки.

Результати типологізації кластерів креативних індустрій України, подані у табл. 3, свідчать про внутрішню структурну неоднорідність креативного сектору та наявність кількох відмінних моделей його функціонування. Виділені кластери відрізняються не лише за економічною результативністю, а й за роллю людського капіталу, інноваційною інтенсивністю, рівнем інституційної зрілості та характером мережевих взаємодій.

Таблиця 3

Типологія кластерів креативних індустрій України за аналітичними профілями

Тип кластера	Домінуючі аналітичні показники (за табл. 2)	Характеристика кластерного профілю	Структурна роль у модернізації економіки
Цифрово-інноваційний	Висока частка доходів; високий середній дохід на суб'єкт; високий рівень цифровізації; активне використання ІВ; орієнтація на зовнішні ринки	Кластер із домінуванням знаннєво- та технологічно-інтенсивних видів діяльності, високою експортною спроможністю та інноваційною динамікою	Формування економіки знань, інтеграція у глобальні ланцюги доданої вартості
Креативно-сервісний	Висока кількість суб'єктів; середній рівень доходів; розвинені мережеві зв'язки; участь у програмах підтримки	Кластер, орієнтований на надання креативних і комунікаційних послуг бізнесу та суміжним галузям	Забезпечення мультиплікативного ефекту та міжгалузевої взаємодії
Культурно-орієнтований	Низький середній дохід; висока частка зайнятих у креативних професіях; слабка інституційна підтримка; орієнтація на внутрішній ринок	Кластер із домінуванням культурного продукту та соціально значущих видів діяльності	Диверсифікація економіки, збереження культурного та соціального капіталу
Гібридний (хаб-орієнтований)	Середні значення більшості показників; висока інтенсивність кооперації; наявність хабів і кластерних ініціатив	Кластер, що поєднує цифрові, культурні та сервісні практики на основі мережевої взаємодії	Підвищення адаптивності економіки в умовах невизначеності

Джерело: авторська типологізація на основі критеріїв кластеризації (табл. 1) та системи аналітичних показників (табл. 2)

Цифрово-інноваційний кластер характеризується домінуванням видів діяльності з високою технологічною та знаннєвою інтенсивністю, що проявляється у значній частці доходів, високому середньому доході на суб'єкт і вираженій експортній орієнтації. Такий кластер виконує функцію драйвера структурної модернізації, забезпечуючи інтеграцію національної економіки у глобальні ланцюги створення доданої вартості та формування економіки знань.

Креативно-сервісний кластер вирізняється значною кількістю суб'єктів господарювання та розвиненими мережевими зв'язками, що зумовлює його мультиплікативний вплив на суміжні галузі. Його структурна роль полягає у підтримці міжгалузевої кооперації, поширенні креативних рішень та посиленні сервісної складової економіки.

Культурно-орієнтований кластер, попри відносно нижчу економічну результативність, характеризується високою концентрацією творчого людського капіталу та значною соціальною значущістю. У структурному вимірі він забезпечує диверсифікацію економіки та відтворення культурного потенціалу, формуючи нематеріальні передумови довгострокового розвитку.

Гібридний (хаб-орієнтований) кластер поєднує риси цифрових, культурних і сервісних сегментів та ґрунтується на інтенсивній кооперації і функціонуванні креативних хабів. Саме цей тип кластерів демонструє найвищу адаптивність до умов неповної інформації та інституційної нестабільності, що робить його перспективним елементом структурної модернізації економіки України.

Висновки і перспективи подальших розвідок. У результаті проведеного дослідження обґрунтовано доцільність використання кластеризації креативних індустрій як аналітичного інструменту дослідження процесів структурної модернізації національної економіки. Доведено, що креативний сектор характеризується внутрішньою структурною неоднорідністю, яка не може бути адекватно відображена в межах описового або суто галузевого підходу. Саме кластерний підхід дозволяє ідентифікувати відмінні моделі функціонування креативних індустрій, просторові та функціональні асиметрії, а також потенційні точки економічного зростання.

У межах дослідження сформовано систему критеріїв кластеризації креативних індустрій, що поєднує галузеві, функціональні, територіальні, мережеві, інституційні та людсько-

капітальні параметри. Запропоновані критерії дозволяють розглядати креативні індустрії не як сукупність окремих видів економічної діяльності, а як складні соціально-економічні утворення, інтегровані у ланцюги створення доданої вартості та процеси структурної трансформації економіки.

Подальша операціоналізація кластерного підходу здійснена через розробку системи аналітичних показників для кластерного аналізу креативних індустрій, яка охоплює економічні, соціальні, інноваційні, інституційні та мережеві індикатори. Запропонована система показників враховує специфіку креативного сектору та обмеження національної статистичної бази, допускаючи використання проксі-індикаторів і агрегованих змінних. Це забезпечує аналітичну відтворюваність кластерного аналізу в умовах неповної інформації та створює підґрунтя для подальших емпіричних досліджень.

На основі поєднання критеріїв кластеризації та системи аналітичних показників здійснено типологізацію кластерів креативних індустрій України, у межах якої виокремлено цифрово-інноваційний, креативно-сервісний, культурно-орієнтований та гібридний (хаб-орієнтований) типи кластерів. Показано, що кожен із виділених кластерів виконує специфічну структурну роль у модернізації економіки – від інтеграції у глобальні ланцюги доданої вартості та формування економіки знань до забезпечення мультиплікативних і диверсифікаційних ефектів та відтворення культурного і соціального капіталу.

Отримані результати підтверджують, що кластеризація креативних індустрій є не лише інструментом регіональної політики, а насамперед аналітичним механізмом виявлення структурних зрушень і моделей розвитку сучасної економіки. Запропонований методичний підхід дозволяє поєднати концепцію креативного імперативу з емпіричним аналізом і може бути використаний у формуванні політики структурної модернізації, розвитку креативних екосистем і післявоєнного економічного відновлення України.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з поглибленням емпіричної верифікації запропонованої типології на регіональному рівні, застосуванням кількісних методів кластерного аналізу до розширених статистичних вибірок, а також з аналізом динаміки трансформації кластерів у часі. Окремий науковий інтерес становить дослідження впливу креативних кластерів на стійкість регіональних

економік, зайнятість і соціальну згуртованість у контексті післявоєнної відбудови та євроінтеграційних процесів.

1. Український центр культурних досліджень. Креативні індустрії: основні показники діяльності (2023–2024) : статистичний огляд / О. Іщенко, О. Козлова. Київ, 2025. 50 с. URL: <https://uccr.org.ua/news/kreatyvni-industrii-osnovni-pokaznyky-diialnosti-u-2023-2024-rokakh-statystychnyy-ohliad> (дата звернення: 10.02.2026).
2. Копійка Д. В. Креативний імператив реконфігурації глобальної економіки : дис. канд. екон. наук : 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2019. 275 с. URL: https://scc.knu.ua/upload/iblock/11c/dis_Kopiyka%20D.V._new.pdf (дата звернення: 10.02.2026).
3. Забалдіна Ю., Ткаченко Т., Хлопак С. Креативні індустрії як фактор економічного зростання. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2025. № 4. С. 18–39. [https://doi.org/10.31617/3.2025\(141\)02](https://doi.org/10.31617/3.2025(141)02) (дата звернення: 10.02.2026).
4. Kajzer Mitchell I., Walinga J. The creative imperative: The role of creativity, creative problem solving and insight as key drivers for sustainability. *Journal of Cleaner Production*. 2017. Vol. 140. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.09.162> (дата звернення: 10.02.2026).
5. De Lucia C., Balena P., Stufano Melone M. R., Borri D. Policy, entrepreneurship, creativity and sustainability: The case of “Principi Attivi” (“Active Ingredients”) in the Apulia Region (southern Italy). *Journal of Cleaner Production*. 2016. Vol. 135. P. 1461–1473. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.068> (дата звернення: 10.02.2026).
6. Porter M. E. Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*. 1998. URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=46852> (дата звернення: 10.02.2026).
7. Синиця В. Креативні хаби та кластери: нові центри економічного розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 70. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-6> (дата звернення: 11.02.2026).
8. Карпенко А. В., Карпенко Н. М. Механізм управління розвитком кластерів в Україні як особливою формою бізнес-спільнот. *Економіка і організація управління*. 2023. № 2 (50). С. 61–75. <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2023.2.6> (дата звернення: 11.02.2026).
9. Скорик О. В. Аналітична інтерпретація кластерного аналізу зовнішньоекономічної діяльності та використання його результатів на мікро-рівні. *Український економічний часопис*. 2024. № 6. С. 137–141. <https://doi.org/10.32782/2786-8273/2024-6-23> (дата звернення: 11.02.2026).

REFERENCES:

1. Ukrainskyi tsentr kulturnykh doslidzhen. Kreatyvni industrii: osnovni pokaznyky diialnosti (2023–2024) : statystychnyi ohliad / O. Ishchenko, O. Kozlova. Kyiv, 2025. 50 s. URL: <https://uccr.org.ua/news/kreatyvni-industrii-osnovni-pokaznyky-diialnosti-u-2023-2024-rokakh-statystychnyy-ohliad> (data zvernennia: 10.02.2026).
2. Kopyika D. V. Kreatyvnyi imperativy rekonfiguratsii hlobalnoi ekonomiky : dys. kand. ekon. nauk : 08.00.02 – svitove hospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny. Kyivskyi natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. Kyiv, 2019. 275 s. URL: https://scc.knu.ua/upload/iblock/11c/dis_Kopiyka%20D.V._new.pdf (data zvernennia: 10.02.2026).
3. Zabaldina Yu., Tkachenko T., Khlopiak S. Kreatyvni industrii yak faktor



ekonomichnoho zrostantia. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*. 2025. № 4. S. 18–39. [https://doi.org/10.31617/3.2025\(141\)02](https://doi.org/10.31617/3.2025(141)02) (data zvernennia: 10.02.2026).

4. Kajzer Mitchell I., Walinga J. The creative imperative: The role of creativity, creative problem solving and insight as key drivers for sustainability. *Journal of Cleaner Production*. 2017. Vol. 140. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.09.162> (data zvernennia: 10.02.2026).

5. De Lucia C., Balena P., Stufano Melone M. R., Borri D. Policy, entrepreneurship, creativity and sustainability: The case of “Principi Attivi” (“Active Ingredients”) in the Apulia Region (southern Italy). *Journal of Cleaner Production*. 2016. Vol. 135. P. 1461–1473. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.068> (data zvernennia: 10.02.2026).

6. Porter M. E. Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*. 1998. URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=46852> (data zvernennia: 10.02.2026).

7. Synytsia V. Kreatyvni khaby ta klasteri: novi tsentry ekonomichnoho rozvytku v Ukraini. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2024. Vyp. 70. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-6> (data zvernennia: 11.02.2026).

8. Karpenko A. V., Karpenko N. M. Mekhanizm upravlinnia rozvytkom klasteriv v Ukraini yak osoblyvoiu formoiu biznes-spilnot. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*. 2023. № 2 (50). S. 61–75. <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2023.2.6> (data zvernennia: 11.02.2026).

9. Skoryk O. V. Analychna interpretatsiia klasterneho analizu zovnishnoekonomichnoi diialnosti ta vykorystannia yoho rezultativ na mikro-rivni. *Ukrainskyi ekonomichnyi chasopys*. 2024. № 6. S. 137–141. <https://doi.org/10.32782/2786-8273/2024-6-23> (data zvernennia: 11.02.2026).

Osadcha O. O.¹

Doctor of Economics, Professor

ORCID ID: 0000-0003-1314-3281

E-mail: o.o.osadcha@nuwm.edu.ua

Niedielko D. V.¹

Post-graduate Student

ORCID ID: 0009-0003-1054-866X

E-mail: d.v.njedjelko@nuwm.edu.ua

¹National University of Water and Environmental Engineering, Rivne, Ukraine

CREATIVE INDUSTRY CLUSTERING AS A TOOL FOR ANALYZING STRUCTURAL ECONOMIC MODERNIZATION

The article substantiates the application of creative industry clustering as an analytical tool for studying the processes of structural economic modernization. It is demonstrated that creative industries are characterized by significant internal structural heterogeneity, which cannot be adequately revealed within descriptive or purely sector-based analytical frameworks. The research is grounded in the integration of cluster theory and the concept of the creative imperative, which allows creative industries to be interpreted

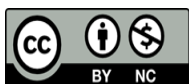
as structurally significant components of contemporary economic development rather than isolated sectors.

A methodological framework for clustering creative industries is developed. In particular, a system of clustering criteria is formulated that combines sectoral affiliation, functional roles within value creation chains, territorial concentration, network interactions, institutional and managerial organization, and human capital characteristics. To ensure analytical operability of the proposed framework, a multidimensional system of indicators is constructed, covering economic, social, innovation, institutional, and network parameters. This system enables cluster analysis under conditions of fragmented and asymmetric national statistical data.

Based on the proposed criteria and indicators, a typology of creative industry clusters is identified. The study distinguishes digital-innovation, creative-service, cultural-oriented, and hybrid (hub-oriented) clusters, each characterized by a specific analytical profile. The results demonstrate that cluster types differ in their economic performance, innovation intensity, network connectivity, and institutional maturity. It is shown that these clusters perform differentiated structural functions in economic modernization, including integration into global value chains, support of intersectoral interaction, diversification of economic structures, and enhancement of adaptive capacity. The proposed clustering approach provides an analytical basis for identifying structural asymmetries and development trajectories within the creative sector and may be applied in the design of policies aimed at structural transformation and post-crisis economic development.

Keywords: creative industries; clustering; cluster analysis; structural economic modernization; creative imperative; knowledge economy; cluster typology; creative clusters.

Отримано/Received:	15.02.2026
Прийнято до друку/Accepted:	24.03.2026
Опубліковано/Published:	29.06.2026



This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 License (<http://www.creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits use and distribution in any medium, provided the original work is properly cited and the use is non-commercial.

© 2026 The Author(s).