

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний університет
Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин
ім. Б.Д.Гаврилишина
Кафедра міжнародних економічних відносин

Питель Анастасія Павлівна

**Креативні міста та їх вплив на національну економіку / Creative cities
and their impact on the national economy**

спеціальність: 056 – Міжнародні економічні відносини

Магістерська робота

Виконала студентка групи
МЕВМ-21
А.П. Питель

Науковий керівник:
к.е.н., доцент, І. В. Скавронська

Магістерську роботу допущено
до захисту «___» _____ 20__ р.

Завідувач кафедри
_____ О.М. Сохацька

ТЕРНОПІЛЬ – 2018

ПЛАН

Вступ

РОЗДІЛ I. Концептуальні засади розвитку креативних міст.

- 1.1. Суть, класифікація та характерні риси креативних міст.
- 1.2. Чинники та передумови виникнення креативних міст.
- 1.3. Креативні міста як стратегія розвитку національної економіки.

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ II. Особливості розвитку креативних міст в економіці країн світу.

- 2.1. Міжнародний досвід формування креативних міст.
- 2.2. Стратегії розвитку креативних міст в національних економіках.
- 2.3. Оцінювання ефективності функціонування креативних міст.

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ III. Трансформація міського планування у рамках розвитку креативних міст в Україні.

- 3.1. Креативний потенціал міст України.
- 3.2. Проблеми розвитку креативних міст.
- 3.3. Перспективи розвитку і стимулювання креативних міст в Україні.

Висновки до розділу 3

Висновки

Список використаних джерел та літератури

ВСТУП

Актуальність дослідження. Велику роль у позиціонуванні країн на арені світового співтовариства відіграють не лише їхні економічні чи фінансові становища, інвестиційна привабливість або ж наявність прибуткових корисних копалин, а розвиток й процвітання їх міст, та забезпеченість населення всіма потребами. На даний час, проблема розвитку міст в Україні постає особливо гостро, оскільки задовільні умови життя наявні лише в столичному регіоні та в обласних центрах. Після здобуття незалежності, більшість заводів та фабрики були закриті, що й призвело до зниження рівня життя та соціальної нестабільності. Тому, не лише українські міста, але й інших країн, що розвиваються прагнуть перейти на новий ступінь розвитку економіки, так званий перехід на «креативну економіку», основним фактором виробництва якої є не лише творча активність населення, але й здатність створювати цілком нові продукти. Основою метою даного переходу є створення інноваційного середовища, головним інструментом в досягненні цілі є «побудова» креативних міст, фундаментом яких і буде творчі індустрії.

Багато вчених займаються розробкою даних тем, проте поки що не існує універсальної методики переходу до цієї економіки нового типу. Причиною цього є те, що при дослідженні необхідно враховувати специфіку кожної країни та міста окремо тобто, розмір території, чисельність населення, інвестиційна привабливість, наявність природних ресурсів та багато чого іншого.

Проте, не зважаючи на всі труднощі, які пов'язані з даною темою, сьогодні ми все частіше чуємо розмову про креативну економіку та про креативне місто. Як не дивно, концепція «креативного міста» розпочала свій розвиток ще в 1980 році. Саме тоді британський дослідник Чарльз Лендрі запропонував ідею нового міського планування, яка з того часу стала глобальним рухом. Згідно з твердженнями дослідника, культура та спосіб життя міст, залежить безпосередньо від маси людей, яка їх населяє. Чарльз Лендрі заохочує використання уяви та креативу для впровадження змін у

державних, приватний та суспільних сферах, тим самим, сприяючи вирішенню наявних проблем. З огляду на це, динамічно розвивається інфраструктура, формуються комфортні зони для життя, популяризується екологічність, що безпосередньо впливають на економічні показники, визначаючи рівень привабливості певного населеного пункту для інвесторів.

В сучасній урбаністичній теорії термін «креативне місто» тісно переплітається з поширеною містобудівною стратегією планування та перебудови міст, яка реалізується не залежно від характеристики міста, його розміру або ж чисельності населення. Тобто, дана стратегія виходить за рамки архітектури та проектування. Вже понад десятиліття поняття «креативний», для позначення міст, стало синонімом зовсім іншого терміну - «успішний». За останніми підрахунками, більше ніж 60 міст володіють статусом креативних, до них належать: Париж, Лондон, Лос-Анджелес, Сан-Франциско, Нью-Йорк, Осло, Токіо, Барселона, Сінгапур, Берлін.

Тема розвитку креативних міст більш популяризована закордоном, а в Україні дана ідея лише зароджується, проте деякі міста нашої країни, вже ступили на шлях креативного розвитку та вдосконалення. Крім того, можна констатувати факт успішного існування креативних просторів, хабів та угруповань творчих людей не лише в столиці, але й у Львові, Івано-Франківську, Тернополі та в деяких інших містах нашої країни. Тому, можна стверджувати, що дане питання є актуальним, не лише для зарубіжних країн, але й для України.

Об'єктами дослідження роботи являються задіяв здобутки та праці як зарубіжних так і вітчизняних науковців, присвячені розвитку сучасної культури і концепції культурного виробництва. З-поміж них особливе значення мали Ч. Лендрі, Е. Пратт, Р. Флоріда, Ф. Вуд, М. Кастельс, Е.Гертлер, О. Андерссон, І. Скавронська, І. Вахович, А. Ванова, А. Гончарик та інші.

Метою магістерської роботи є дослідження феномену «креативне місто» шляхом аналізу їх розвитку в теорії та на практиці, а також виявити

вплив розвитку креативних міст на економіки країн світу, включаючи Україну.

Для досягнення зазначеної мети були поставлені наступні завдання:

- окреслити суть, класифікацію та характерні риси креативних міст;
- визначити чинники та передумови виникнення креативних міст;
- описати креативні міста як стратегію розвитку національної економіки;
- проаналізувати міжнародний досвід формування креативних міст;
- розглянути стратегії розвитку креативних міст в національних економіках;
- оцінити ефективність функціонування креативних міст;
- описати креативний потенціал міст України;
- пояснити проблеми та перспективи розвитку креативних міст.

Відповідно, предметом даної магістерської роботи є особливості впливу креативних міст на економіки країн світу.

В процес дослідження автором були використані методи збору й аналізу інформації із досліджень, наукових статей, публікацій, періодичних видань, докладів органів державної влади різних країн, доклади ООН, нормативно-правові документи, державні програми, інтерв'ю з представниками різних сфер і так далі. Особливістю даної роботи є той факт, що були досліджені різноманітні матеріали, які раніше не перекладалися на українську мову.

Відповідно завдань дослідження структура роботи включає вступ, три розділи та висновок.

РОЗДІЛ I

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ МІСТ

1.1. Суть, класифікація та характерні риси креативних міст

Сучасному світу притаманно постійно змінюватися та вдосконалюватися. Людство завжди прагнуло досягти досконалості, комфорту чи якості у всіх сферах свого життя. Постійно формуються нові напрями в стилі, моді, з'являються економічні нововведення, зміни в управлінні, тобто люди завжди мають ціль, до якої прагнуть рухатися. В результаті формуються певні тренди, одні з яких є креативні міста. Їх розвиток стає щодня все більш потужним рушієм національних економік.

Вперше теорію «креативного міста» було озвучено загалу на семінарі, організованому Австралійською радою в м. Мельбурн, Міністром планування та навколишнього середовища та Міністром культури та мистецтва у вересні 1988 року. Вони досліджували, як мистецтво та культурні проблеми можуть краще інтегруватися в процес планування розвитку міста. Девід Йенкен, колишній секретар з питань планування та охорони навколишнього середовища, зробив значний внесок, стверджуючи, що міста мають бути емоційно задоволені та мають мати необхідний стимул для творчості серед їх громадян [1].

З минулого сторіччя тема креативних міст розвивалася в наукових дослідженнях у всіх країнах і не втрачає своєї актуальності до сьогодні. Проте, важливо розуміти, що вперше намагалися пояснити креативність на рівні міста у Великобританії і характеризували, як:

- певний вид культурної діяльності, який не потребує суспільного фінансування та сприяє покращенню рівня життя населення;
- всі види культурної діяльності, як комерційні, так і некомерційні, які спрямовані на виготовлення культурної продукції, надання послуг, які пов'язані з масовим використанням [2, с. 326].

Важливі гіпотези висунув О. Андерссон, шведський науковець, який досліджував взаємозв'язок між креативністю та містами, стверджуючи, що креативним людям потрібні креативні міста. На думку Андерссона, креативне місто – це неформальна та спонтанна організація, яка просторово розвивається і виступає ареною всіх масштабних креативних революцій [3]. Дані міста притягують непропорційно велику частку переселенців та мігрантів з творчими навичками, які сприяють розвитку креативності місцевих жителів. Такі міста стають ареною для демонстрації результатів отриманих в інших містах, та для розвитку нових ідей співробітництва з іншими креативними людьми [4, с.191].

Не менш важливою є думка М. Кастельса, який зауважував, що креативне місто – управлінський центр прийняття рішень, центр комунікації інформаційного суспільства [5].

Ф. Вуд також, є одним із дослідників «креативного міста». Він стверджував, що стимули креативного міста – забезпечення атмосфери, створення правильних умов, в яких буде можливий розвиток їх прихованого творчого потенціалу. Зі слів Ф. Вуда креативне місто – це населений пункт, який під впливом політичних, економічних та управлінських криз прийшов до нових, нестандартних рішень і використання нових ідей для покращення життя мешканців [6]. Фактори, які впливають на розвиток такого міста, є природній процес змін міст та етнічних меншин, конкуренція з іншими містами, навчання креативності, процес творчих експериментів, співробітництво в обговорення нових ідей, а також «щось цілком неочікуване та непередбачене»[7].

Тому, сучасні міста все частіше порівнюються з креативними містами, які поширюють ідею важливості культури та мистецтва в урбаністичному контексті. З середини 1990-х років, вперше в британському, а пізніше і в американському контексті, концепція креативного міста стала нормативною парадигмою та новою моделлю орієнтації на урбаністичне планування. Дослідник Ч. Лендрі та економіст Р. Флоріда стали основними

представниками того, що можна називати концепцію «креативного міста», яка переважно застосовується міськими посадовими особами, бізнес-будівельниками міста та всіма мешканцями, які цікавляться розвитком міського простору з метою переосмислення міста, як креативного центру [8].

Разом з тим, досить новою точкою зору на початку розвитку теорії креативності та її вплив на формування міст, виявилась концепція П. Ліндера, який наголошував, що культура вигідна для бізнесу, оскільки певна атмосфера, яка необхідна для креативності - виступає маркетинговими цілями територіальних суспільних систем [9, с.15-21].

У цьому контексті І. Скавронська у своїй роботі «Еволюція креативних індустрій» зазначає думку відомих експертів Я. Хокіса та Дж. О'Коннор. Для прикладу, Я. Хокінс, який знає як перетворити ідеї в гроші, заявив у 2001, що креатив є найцікавішою і найвигіднішою галуззю економіки. Творче мислення стало тим, що прості люди хочуть робити і хочуть досліджувати. Також, ми підтримуємо думку дослідника Дж. О'Коннор, який стверджує, що креативність дала змогу створювати зв'язки, інновації для спілкування та співпраці, що потребують сучасні роботодавці, і це є життєво необхідним для того, щоб молодь могла грати свою роль у швидко мінливому світі [10, с.34]

Сьогодні, фактор креативності позиціонує у концепції розвитку креативного міста будь-якої країни. Ця активізація продуктивності, людей, творчих навичок та талантів має велику фінансову силу, що робить місто, ключовим елементом світової економіки [11]. Згідно з Р. Флорідою, місце, в якому ми вирішили жити впливає на кожен аспект нашого буття, де здійснюються життєво важливі рішення. Важливо відзначити, що цей вибір не має залежати від свободи чи економічних чинників [2].

Творчі ідеї та думки Р. Флоріди стосовно креативного містопланування спричинили бум у США. У своїй праці «Підйом креативного класу», яка була написана у 2002 році, відбулася популяризація терміну «креативний клас», котрий інтерпретується як певні люди, які наділені творчими навичками та мисленням, отримують дохід займаючись творчістю, – і є ключовим

фактором економічного росту міст та переформатування їх на креативні. Дослідник стверджує, щоб розвивався креативний клас, необхідні стимули у вигляді трьох факторів: технологій, таланту та толерантності. Як приклад, виступають такі урбаністичні міста, як Сан-Франциско, Бостон, Сіетл та інші. Його вчення спрямоване на те, щоб допомогти містам швидко зростати, стати більш конкурентоспроможними та привабливими у глобальному вимірі [2].

Е. Пратт, виходець з Великобританії, характеризує креативне місто, як простір загального користування, який включає в себе місця для проведення конференцій, публічних лекцій, семінарів, функціонують різноманітні кафе, бари, клуби, місця, які забезпечують відкрите спілкування та сприяють розвитку та реалізації творчих ідей на благо суспільства [12].

Крім того, Е. Патт виділяє такі умови розвитку креативних міст:

- увагу до культурних та історичних цінностей;
- економічний розвиток, маркетинг місця та місцеву конкуренцію;
- соціальну інтеграцію;
- суттєву увагу зосереджено на індустрії культури та творчості.

Дослідження феномену «креативного місто» висвітлено в працях багатьох вчених, проте, найбільший вклад у розвиток даної сфери здійснив Чарльз Лендрі, який описав своє вчення в книзі «Креативне Місто». Інструментарій для «міських новаторів», яка була видана у 2000 році [13]. Чарльз Лендрі є міжнародним діячем, який використовує уяву та креативність в міському плануванні. Його концепція сфокусована на тому факті, що міста здатні створити сприятливі умови для людей, організацій, які будуть сприяти до роздумів, планів, дій з врахуванням креативного фактору. Саме ці дії будуть сприяти вирішенню проблем та запобіганню їх виникнення. Поняття «Креативне місто» стало глобальним рухом і змінило спосіб міст думати про їхні можливості та ресурси. За допомогою своїх досліджень та робіт, Чарльз Лендрі прагне донести до людей розуміння того, що мешканці будь-якого населеного пункту здатні ідентифікувати та максимально задіяти потенціал їхнього міста шляхом застосування

винахідливості. Мета дослідника полягає в тому, щоб допомогти містам стати більш стійкішими, самодостатніми та досягти більшої вагомості. Діючи в якості друга-порадника, він працює в тісному контакті з особами, які приймають рішення, які є місцевими лідерами, як в коротко-, так і довгостроковій перспективі. Він стимулює і надихає міста та допомагає знайти влучні та оригінальні рішення [14].

В розумінні Лендрі, креативне місто - це не лише населений пункт, а місце концентрації основного фактору розвитку – креативного мислення, яке використовується для створення комфортного життя. В креативності Ч. Лендрі вбачає метод експлуатації і оновлення культурних ресурсів. Найбільшою проблемою при використанні культурних ресурсів є не способи їх виявлення, а обмеження уяви або реальних можливостей населення. Основним завданням влади, дослідник вважав, виявляти ці ресурси, керувати ними й експлуатувати їх зі всією відповідальністю. При такому підході культура буде визначати технологію місцевого планування, а не виступати як неіснуючий та нерентабельний додаток до таких питань, як житлове будівництво, транспорт та землекористування. Саме таке сприйняття перспектив міст крізь призму культури та творчості має задавати систему координат для планування місцевого життя, економічного та соціального розвитку [13, с.31].

Дослідивши думки різних вчених, ми сформулювали власне визначення терміну «креативне місто». Отже, «креативне місто» - це населений пункт, який виник історично та розвивався під впливом глобалізації, та в якому відбулося скупчення креативних людей і груп, в результаті формування сприятливих умов для розвитку. Дане угруповання людей сприяє зміцненню ідентичності міста, покращення добробуту населення, розширення інфраструктури, внесення позитивних змін у всі сфери суспільства [15, с.259].

Трактування терміну «креативне місто» різними фахівцями надане в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Трактування терміну «креативне місто»

Дослідник	Трактування
О. Андерссон	Креативне місто – це неформальна та спонтанна організація, яка просторово розвивається і виступає ареною всіх масштабних креативних революцій [3].
М. Гертлер	Креативне місто – це сукупність високоосвіченої робочої сили «таланту», які працюють над вирішенням двосторонніх цілей: підвищення економіки та покращення якості життя всіх суб'єктів міста, а не лише на деякі привілейовані групи [16].
М. Кастельс	Креативне місто – управлінський центр прийняття рішень, центр комунікації інформаційного суспільства [5].
Ф. Вуд	Креативне місто – це населений пункт, який під впливом політичних, економічних та управлінських криз прийшов до нових, нестандартних рішень і використання нових ідей для покращення життя мешканців [6].
Р. Флоріда	Креативне місто – це «місце» де відбулася активізація людей та продуктивності творчих навичок та талантів, яка має велику фінансову силу, що робить місто ключовим елементом світової економіки [4].
Е. Пратт	Креативне місто – простір загального користування, який включає в себе місця для проведення конференцій, публічних лекцій, семінарів, кафе, бари, клуби, місця, які забезпечують відкрите спілкування та сприяють розвитку та реалізації творчих ідей на благо суспільства [12].
Ч. Лендрі	Креативне місто – це не лише населений пункт, а місце концентрації основного фактору розвитку – креативного мислення, яке використовується для створення комфортного життя [13].

Джерело: розроблено автором.

Основне завдання креативного міста – це створення комфортного середовища для проживання, оскільки креативність виступає рушієм позитивних змін. Інструментом в створенні такого оточення являються креативні групи людей та ідеї, які сприяють трансформації міст в глобальні інноваційні центри зі стабільним показником росту добробуту, з наявним приростом робочих місць та з грамотним розподілом міських ресурсів. Важливою характерною рисою креативного розвитку міста є здатність швидко реагувати на зміни та з успіхом приймати виклики в економічній, соціальній та екологічній сферах.

1.2. Чинники та передумови виникнення креативних міст

Сьогодні креативні міста відіграють все більшу роль в інтегрованому інфраструктурному просторі та забезпечують імпульс для розвитку. Більшість факторів поєднуються з метою ефективного використання децентралізованої інфраструктури та забезпечення нових можливостей для ефективності та контролю. Хоча кожен чинник існує протягом деякого часу, комбінація цих факторів дає поштовх до швидких змін міської інфраструктури та послуг. Швидка трансформація розширює промислові мережі, створюючи нові місцевості для інженерів, ІТ-компаній. В результаті, промислова мережа адаптується за межі своїх традиційних кордонів. Оскільки, ці нові горизонти стають доступними, інженери отримують цінність та інтелект з продуктів та послуг, пов'язаних із впровадженням нових пристроїв. Так само і місто, під впливом різноманітних чинників та причин, розвивається та виходить за межі свого комфорту, щоб створити нові та максимально ефективні умови для проживання людей [17].

Фактори місцевого або регіонального розвитку різноманітні, залежно від типу території – сільської, міської, чи від визначених цілей розвитку. Вони також дуже різноманітні, і, як вважалося, найважливіший фактор розвитку тридцять років тому може з'явитися в кінці списку сьогодні. Традиційні фактори розвитку, такі як ВВП, капітал, ступінь технічного прогресу, якісний людський капітал, структура економіки, зайнятість тощо, сьогодні доповнюються показниками якості життя та так званими «м'якими» показниками розвитку, що втілюються в концепції креативного міста [18].

Останнім часом, важливішим є міський потенціал, пов'язаний з показниками якості життя, і знаннями, як використовувати цей потенціал для досягнення певних цілей розвитку, використовуючи творчість, культуру та співпрацю як основні інструменти покращення середовища міста. Як зазначив М. Гертлер, креативне місто повинно підвищити якість життя та розвиток місцевої економіки, що матиме позитивний вплив на більшість суб'єктів міста, а не лише на деякі привілейовані групи [16].

Згідно з твердженнями науковця, креативні міста працюють над одночасним вирішенням двосторонніх цілей підвищення економіки та покращення якості життя мешканців завдяки тісній взаємодії трьох факторів: креативності, конкурентоспроможності та згуртованості. Загалом, наявність творчої активності стимулює конкурентоспроможність. Проте, успіх в генерації та зберіганні творчої активності в значній мірі залежить від якості місцевості та особливостей громади щодо міцної соціальної єдності.

М. Гертлер також звертається до теорії Р. Флоріди та його колег, підтверджуючи думку, що високоосвічена робоча сила «талант» - один з найважливіших факторів виробництва товарів та послуг. Творчі люди покладаються на свій постійний успіх та власну здатність стверджувати свою творчість. Більше того, креативні люди звертаються за допомогою, або порадою до громад інших людей – як тих, хто професійно подібні до них, або ж різних професійних ідентичностей. Саме це і є вираженням згуртованості в процесі здійснення роботи. Крім того, критична маса професійних колег у певному місці сигналізує про наявність добре розвиненого ринку праці, який пропонує багатий портфель можливостей для працевлаштування, що, в свою чергу, стимулює конкуренцію [16].

У професійній та науковій літературі ми знаходимо різні думки щодо найбільш актуальних, традиційних факторів місцевого або регіонального розвитку. Крім вищезгаданих чинників (ВВП, капітал, ступінь технічного прогресу тощо), зазначені ще додаткові фактори, які поділені на ендогенну та екзогенну групи, як це показано в таблиці 1.2.

Як зазначається в таблиці 1.2. креативні міста функціонують на перетині культури, технологій та бізнесу, тому основними напрямками розвитку є кластери, хаби, коворкінги та інкубатори.

Кластер - це територіально-галузеве добровільне об'єднання підприємств, які тісно співробітничать із науковими установами та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції та економічного зростання регіону [19].

Таблиця 1.2.

Традиційні фактори розвитку креативних міст

Фактори	Індикатори
Ендогенні	Потенціал міста; конкурентоспроможність; інноваційні стратегії; інноваційні кластери та установи; громадські організації; «м'яка» інфраструктура; спосіб зв'язку та його канали; інфраструктура дозвілля; зелені простори.
Екзогенні	Ступінь розвитку всієї країни; відкритість економіки по відношенню до зарубіжних країн; економічна та соціальна політика; прямі іноземні інвестиції; політична система; правова база.

Джерело: [18]

Хаб - це неприбуткова організація, головною метою є створення сприятливих умов для розвитку та надаються різні види підтримки для громадських організацій [20].

Коворкінг (спільно працювати) - це модель організації роботи людей з різним типом зайнятості з метою обміну досвідом та знаннями [21].

Інкубатори - це інноваційна екосистема підтримки та розвитку молодіжного підприємництва в Україні, яка формується на базі університетів. Створення мережі академічних бізнес-інкубаторів є важливим елементом розвитку малого та середнього підприємництва в Україні і одним з ключових напрямків підтримки інноваційних та технологічних стартапів, як частини розвитку креативної економіки [22].

Альтернативою традиційним факторам розвитку є показники якості життя, які впливають на кожну сферу міста, такі як охорона здоров'я, освіта, навколишнє середовище, соціальна структура, житло, і, звичайно, місцева економіка. Якісні показники життя відображають той факт, що для вимірювання добробуту та якості життя, ВВП або інших факторів економічного розвитку в сучасному глобалізованому суспільстві

недостатньо. Тому, ми пропонуємо існуючі фактори доповнити додатковими, які визначають якість життя населення (табл. 1.3.).

Таблиця 1.3.

Фактори якості життя в креативному місті

Фактори	Індикатори	Напрямок розвитку
Політичні та публічні	Рівень децентралізації влади, прийняття рішень; підтримка добровільного та громадського сектора; якість роботи у державних установах; співпраця місцевих органів влади та фірм; сформовані стратегії використовують для безперервного процесу планування	Співпраця
Соціальний клімат	Соціальна толерантність; відкритість до різноманітності(іноземці, субкультури); відкритість державних, приватних та громадських секторів; залучення громади, довірчі стосунки між людьми та владою; наявність громадських об'єднань; місто сприяє розвитку місцевих талантів.	
Інфраструктура	Автентичні квартали; екологічно чиста інфраструктура; охорона здоров'я та соціальні послуги; якісні навчальні заклади (школи, університети)	
Представництво міста	Чітка ідентичність міста; різноманітні культурні простори та доступ до них; відкритість культурного різноманіття міста; навколишнє середовище, багате наукою, гастрономією, культурним життям тощо.	Культура
Зручності	Культурні фестивалі; парки, освітні приміщення, спеціалізовані бібліотеки; різноманітність кафе та ресторанів; архітектурно-археологічна спадщина; яскраве життя на вулиці.	
Підприємництво, дослідження та інновації	Місто є комфортним для бізнесу; соціальне визнання підприємців; широка система підтримки старих та нових підприємців; інновації та можливості наукових досліджень; значна роль креативних індустрій.	Креативність
Комунікації та мережевий зв'язок	Високоякісна система громадського транспорту; добра і якісна транспортна інфраструктура; знання іноземних мов; наявність кластерів, координаційних центрів обміну знаннями; бездротові мережі.	
Життєздатність та добробут	Якість факторів життя; ВВП; злочинність; безпека; людям подобається жити і працювати в місті.	Соціум

Джерело: розроблено автором за даними [18]

Опираючись на дані з таблиці 1.2., традиційні фактори ендogenous розвитку сформувалися з тих факторів, які впливають на місцевий чи регіональний розвиток та які неможливо легко виміряти і їх вплив не настільки очевидний. Більш того, ендogenous та екзogenous чинники сильно впливають один на одного. Також, спостерігається взаємозв'язок між ними та якістю життя чи творчими міськими факторами.

Якщо ж розглядати таблицю 1.3., то творчі міські фактори базуються в основному на абстрактних чи нематеріальних характеристиках міста, ніж на матеріальних – взаєминах, ставленнях, цінностях, почуттях тощо.

Вищеперераховані фактори стають частиною розумної інтегрованої інфраструктури, яка є більш розподіленою, інтегрованою та інтелектуальною. Інфраструктура дозволяє отримати доступ до нової локальної мережі. Інженерні компанії можуть отримати більшу цінність від розвиненої системи комунікацій і можуть бути залученими до нових та сучасних систем. Інженерно-технічні та інформаційні компанії можуть надавати більш якісні послуги та оперувати більш оперативним розумінням клієнтів, які хочуть підвищити продуктивність або стійкість. Міста та комунальні підприємства будуть в змозі скористатися новою аналітикою, щоб стати більш усвідомленими, пов'язаними, ефективними та стійкими. Оскільки інфраструктура розвивається, з'являються нові підходи до проектування, інжинірингу та експлуатації цієї інфраструктури, щоб забезпечити повну вигоду від цих конвергентних можливостей та нових технологій [17].

Важливе пояснення чинників та передумов виникнення креативних міст висловлює один з основоположників даного терміну – Ч. Лендрі. Він вважає, що «генетичний код» креативності міста можна виявити у будь-кому населеному пункті. Проте, необхідно розкрити творчий потенціал завдяки пошуку особистісних факторів таких, як стимулююче міське середовище, яке необхідне для творчого мислення, виношування ідей, осмислення цілей. Існує, принаймні, 7 груп факторів розвитку креативних міст:

1. Особистісні якості.
2. Воля, лідерські здібності.
3. Людське різноманіття і доступність до різноманітних талантів.
4. Організаційна культура.
5. Місцева ідентичність.
6. Міський простір.
7. Динаміка мережевих відносин [13, с.163].

Найголовнішими є особистісні якості, оскільки креативні міста не існують без креативних особистостей, готових до інтелектуального обміркування проблем. Успіх міста залежить від маси людей, яким притаманна відкрита свідомість та інтелектуальна сміливість. Група креативних людей здатна змінити місто, якщо вони займають стратегічну позицію і володіють впливом – не обов'язково завдяки зв'язкам з владою. Трансформація Барселони, Мадрида та інших міст здійснювалася, переважно, завдяки не більше десятка людей.

Також, Ч. Лендрі стверджує, що креативне місто потребує людей, які не тільки мають волю до креативності, але до досягнення успіху шляхом змін. Проте, необхідна «добра воля» має бути врівноваженою, великодушною та здатною до співпереживання. Крім того, важливим є лідерські здібності, які включають в себе здатність розуміти, що хочуть люди, коли потрібно рухатися вперед. Успішний лідер – це поєднання волі, мудрості, енергії та розуміння потреб міста.

Наступним, не менш важливим, фактором є людське різноманіття. Саме це зміцнює суспільство, спілкування, взаємодію та підвищує потреби його членів, і в результаті створює активну творчу атмосферу. Різноманіття стосується не лише різних професійних груп, або вікових категорій, але й національностей. Нові та різні люди можуть подивитися на місто новим, свіжим поглядом, більш того, завдяки першому враженню, можна виявити потенціал росту міста.

Стосовно організаційної культури, то для розвитку креативних міст необхідна розвинена структура організацій, які відкриті для нововведень, не мають ієрархічної структури. Більш того, елементи креативності мають бути присутніми у всіх процесах прийняття рішень на всіх рівнях: від приватного до державного секторів. Важливо також є здатність до організації, яка може виявити та примножити ресурси і засоби. Організаційна здатність і відкрита система управління – це основа основ креативного міста.

Культурна ідентичність відіграє важливу роль. Специфічні символи міста: їжа, пісні, місцеве виробництво, мова, ресурси, історичні пам'ятки – це все подвоює цінність міста. Не менш важливим є збереження історії, проте свідомість міста не має бути цілком заглиблена в минуле, з іншого боку, важче новим містам, хоча вони можуть виділитися зовсім іншими засобами.

Креативним людям необхідне місце для життя та творіння. Міський простір має бути зручним та комфортним як для роботи, проживання, так і для відпочинку. Важливим є використання та створення дешевих площадок, які знизять фінансові ризики та будуть стимулом для експериментів; вторинне використання старих промислових будівель для створення «інкубаторів», штаб-квартир. Прикладом є Лос-Анджелес, Сан-Франциско.

Останнім фактором є мережеві відносини, які бувають двох видів: всередині міста та міжнародні. Ці мережі можна порівняти з невидимим клеєм, який підтримує єдність окремого міста, країни, мережі міст. Саме це утворює взаємодію, підтримку іміджу міста далеко за його межами. Більшість мережевих відносин виступають джерелом співробітництва при вирішенні загальних проблем, допомагають ділитися досвідом та дослідженнями, сприяють розвитку туризму, особливо віртуального [13, с.165-195].

Важко сказати, чи змогло б місто проявити свою креативність за відсутності хоча б одного з перерахованих факторів. Міста можуть розвиватися в креативному руслі при наявності лише декількох факторів, проте найкращого результату вони досягнуть при використанні всіх вказаних

факторів. Відсутність, для прикладу, політичної волі або організаційної культури може створити ризик додаткових проблем. Досягнути креативності в масштабах міста не просто, оскільки необхідно об'єднувати різноманітних людей, організації та діяльність установ, посередників, потенціал та культури. Лише креативним містам притаманна тісна взаємодія, бачення майбутнього і динаміка мережевих взаємовідносин.

1.3. Креативні міста як стратегія розвитку національної економіки

Креативні міста є феноменом епохи постіндустріального суспільства. Неодмінною умовою їх розвитку є не лише демократизація суспільства, але й наявність міської та громадської спільноти, розвинена соціальна сфера і високий рівень доходу на душу населення.

З точки зору форм бізнесу, креативні міста засновані на пріоритеті малих і середніх підприємств, що виробляють творчі продукти і послуги. Водночас, це місцеві виробництва, орієнтовані на пошук виходу на глобальні ринки в умовах сучасної економіки [23, с. 155]. Ці фірми потребують більш ніж ефективного процесу виробництва, контролю за витратами та гарної технологічної бази, щоб залишатись конкурентоспроможними. Це також вимагає міцного бренду та мотиваційного персоналу, який поважає креативність та розуміє її процес. Це також потребує розвитку продуктів та послуг, які відповідають очікуванням громадян або створюють ці очікування. Культура, творчість та інноваційність може бути дуже корисною у цьому відношенні. Технології відіграють важливу роль у цій нематеріальній економіці, оскільки вони забезпечують нові форми соціальних обмінів та значно сприяють новому вираженню креативності. Звичайно, культурне виробництво (такі як музика, видавництво та кіно) робить нову технологію більш релевантною для споживачів, дозволяє розвивати нові ринки та сприяти цифровій грамотності. Проте успіхи вільного програмного забезпечення та програм з відкритим кодом, такими як Вікіпедія, також є

тенденціями, які формують економіку, де обмін знаннями та навичками не ґрунтуються на забезпеченні фінансової вигоди.

У цій новій парадигмі маркетинг та послуги настільки ж важливі, як продукція. Для цього потрібні творчі навички та думки, оскільки підвищення продуктивності праці на виробництві більше не є достатнім для створення конкурентної переваги.

Креативні міста та все, що входить в їх основу розвитку (підприємства, творчі угруповання, хаби тощо) є потужним засобом скасування норм і конвенцій з метою висвітлення в умовах інтенсивної економічної конкуренції. Креативні люди та творці є ключовими, оскільки вони розробляють ідеї, метафори та повідомлення, які допомагають розвивати креативне місто [24].

Креативні міста виникають там, де насичений ринок споживчих товарів, і залучають інвестиції не тільки тому, що створюють нові робочі місця, а ще й тому, що вони забезпечують швидкий обіг капіталу. Таким чином, основна ціль формування креативних міст - це забезпечення високого рівня життя. Вони прагнуть поєднати економічну творчість зі стабільністю, стимулюючи децентралізацію на всіх рівнях і підвищуючи стандарти якості міського обслуговування. Висока якість життя підвищує економічну і соціальну динаміку та використовується як стимул та інструмент у конкурентній боротьбі з іншими містами [23, с. 155].

Креативні міста реалізуються завдяки інноваційним ідеям, творчим підходам до вирішення проблем, як правило, з акцентом на розвиток культури, мистецтва, збереження історичної спадщини, підтримку визначних особливостей міста та розвиток його унікальності [13, с. 39].

Варто зауважити, що креативні міста здатні «виробляти імпульс» або створювати мультиплікаційний ефект в інших сферах діяльності локальної економіки, таких як: сільське господарство, текстильна галузь, туризм, гастрономія, підвищуючи їхній розвиток та перспективи. У життєдіяльності креативних міст спостерігається ефект переливу знань: трансферу

інформації, технологій, інновацій в бізнесі, у загальну економіку і незалежно від географічної близькості. Також, спостерігається тенденція задіяння особистостей з креативними навичками в інших сферах діяльності. В додаток до цього, декілька субсекторів креативних індустрій, таких як, архітектура, дизайн, реклама та програмне забезпечення продають більшість своїх продуктів та сервісів іншим бізнесам [25].

Часто, креативні міста представлені великою кількістю високо інноваційних підприємств із значним потенціалом, які мають суттєвий внесок у ВВП країни. Динамічний розвиток підприємств сфери культури має стійке економічно-культурне підґрунтя. Культурний підтекст відіграє значну роль у розвитку інформаційного суспільства, живить інвестиції у соціальну та промислову інфраструктуру, цифрові технології, появляються нові споживчі телекомунікаційні та електронні прилади. Крім того, розвиток креативних міст є важливими двигунами економічних та соціальних інновацій решти секторів економіки. В середині культурних та креативних населених пунктів зароджується основа відродження, «брендінгу» країни, регіону, міста, розвитку інформаційних та комунікаційних вмінь (е-вміння), навчання протягом життя, досліджень, комунікаційних цінностей, зеленого способу життя, міжкультурного діалогу, відбувається розбудова «глобального села». Тісне кооперування з освітнім сектором дає можливість розвивати креативні, підприємницькі, міжкультурні вміння громадян, що є характеристикою суспільства заснованого на знаннях, більш того, стимулює попит на більш різноманітні товари та послуги, окреслює рамки нових більш конкурентоздатних ринків країн світу. Таким чином, зовнішні ефекти розвитку креативних міст можна розглядати як підґрунтя для майбутнього розвитку добробуту націй.

Також, важливими складовими креативного міста є створення та об'єднання груп людей з креативним мисленням в кластери та інкубатори. Навіть сектори, в яких переважають великі фірми, щільно заповнені мікропідприємствами, що є носіями креативності та нововведень, та беруть

на себе основний ризик виявлення нових талантів, розробки інноваційних напрямків.

Варто зазначити, що більшість міст приймають активну участь у міжнародній торгівлі культурними благами, що позитивно впливає на економічні показники. До таких товарів належать: книги, картини, журнали, періодичні видання. Постійна оптимізація структури культурних індустрій, особливо підприємств із виробництва культурних послуг, формує основу для зростання частки культурних благ у загальному товарообігу [26, с. 184-185]. Таким чином, творчий потенціал та креативне мислення здатні перетворити та відтворити ті населені пункти, та держави, загалом, як в результаті економічних трансформацій, низькому розвитку економічних сфер діяльності, втратили свою самобутність та позицію на світовій арені.

Розвиток креативних міст забезпечує не лише мобільність, безперешкодний вихід на глобальний ринок, але й формує творче мислення з використанням різноманітних ресурсів, що в свою чергу сприяє розвитку людської індивідуальності, довіри в суспільстві, збереженню культури, історії і традицій, формуванню креативного середовища. Саме тому, креативні міста стають найбільш ефективними рушіями економіки, забезпечуючи підвищення їх конкурентоспроможності, пов'язаної з реструктуризацією і модернізацією системи економічних відносин, на основі здатності генерувати значно вищі доходи та забезпечувати стабільність їх розвитку. Такий ефект зумовлений тим, що функціонування креативних індустрій, в межах населених пунктів, посилює взаємозв'язок її основних суб'єктів, креативних інститутів. Це забезпечується завдяки розвитку малого бізнесу, активізації впровадження інновацій та знань, реалізації креативного потенціалу, стимулювання нових форм бізнесу, активізації інвестиційного потенціалу, створення нових робочих місць, формування якісної інфраструктури та на цій основі покращення якості життя населення [9, с.43-46].

Завдяки ефективному розвитку інновацій у креативній економіці, як зазначалося вище, відбувається підвищення рівня конкурентоспроможності як окремого міста, так і держави загалом. Крім того, креативність міста може сприяти наданню державних послуг та інновацій різними способами, а участь у креативній діяльності може підкреслити відчуття приналежності до суспільства, що також підвищує довіру до суспільної сфери та громадських послуг. Тому культура та креативність на місцевому рівні може допомогти наблизити певні суспільні послуги до своїх виборців - деякі публічні послуги стали піонерами нових методів спільного зворотного зв'язку та прийняття рішень шляхом інтеграції творчих медійних інновацій - онлайніві дискусійні форуми, соціальні мережі та Інтернет-петиції дозволяють громадськості більш легко взаємодіяти з державними службами [24].

Відповідно це сприяє затвердженню та зміцненню іміджу в наукових, інтелектуальних та культурних сферах. Розвиток креативного міста дасть змогу:

- забезпечити якісні освітні послуги в регіоні/країні з використанням інноваційних підходів;
- активізувати виставку творів мистецтва в регіоні;
- збільшити кількість музеїв та галерей, які користуватимуться попитом серед відвідувачів та туристів;
- проводити спортивні змагання між національними та іноземними учасниками та збільшити кількість спортивно-тренувальних закладів;
- проводити екскурсії історичними та культурними пам'ятками регіону;
- збільшити науково-дослідницькі розробки в регіоні та формування наукових центрів;
- активізувати діяльність в сфері кінематографії, радіо- та телемовлення;
- збільшити кількість наукових праць написаних і виданих в регіоні;
- збільшити якість та кількість дизайнерських послуг в регіоні;
- розвивати програмне забезпечення та цифрові технології в регіоні;

- розвивати архітектуру;
- збільшити туристичні потоки [17, с. 173-174].
- залучаються технологічні інновації;
- стимулювання досліджень, оптимізація людських ресурсів;
- відбувається передача цінностей;
- розвиваються нові продукти та послуги [24].

Варто зазначити, що уряди більшості країн намагаються підтримувати розвиток творчих індустрій в містах, оскільки вбачають у них ефективний спосіб економічного розвитку, створення нових робочих місць, вирішення соціальних проблем (особливо в бідних районах), а також перетворення міського простору. Творчі підприємці, зазвичай, приходять в бідні, напівзруйновані і взагалі «проблемні» райони міста, тому що ціни на нерухомість там істотно нижче. Їх присутність досить швидко «облаштовує» район: тут виникають вулиці і квартали, де кипить життя, відкриваються нові заклади, культурні центри, упорядковуються будівлі і міська інфраструктура. Поступово такі місця стають відомі і популярні не тільки серед самих художників, а й серед туристів та поціновувачів мистецтва та культури. У результаті, ціни на нерухомість тут починають зростати, і на місце творчих підприємців приходять більш консервативні компанії. У далекій перспективі такий район повністю займають досвідчені компанії та фірми, а художники і творчі підприємці, як бойовий загін відродження міст, йдуть далі, освоюючи нові території.

Ми підтримуємо думку, що лише одних культурних ресурсів не достатньо для виникнення креативного міста. Тому, необхідна ще раціональна політика держави, яка направлена на підтримання та розвиток креативних індустрій, створення інфраструктури та ефективного їх функціонування [23, с.156].

Підсумовуючи вищевказане, можна стверджувати, що основними ефектами від створення креативних міст є переорієнтація економіки регіону чи країни, посилення його привабливості для інвесторів, покращення якості

життя, побудова загартованішого громадянського суспільства, створення нових форм співпраці, формування креативних кластерів, інтенсифікація розвитку креативного підприємництва, підвищення інтенсивності науково-дослідної та освітньої співпраці, покращення співробітництва в культурній сфері, підвищення рівня соціальної мобільності населення.

Висновки до розділу I

1. Розвиток та поширення креативних міст є невід'ємною особливістю будь-якого сучасного суспільства. Впродовж останніх років, креативні міста вважаються ефективною моделлю економічного розвитку, яка потребує мінімальних інвестицій. Дану стратегію розвитку вперше описали у Великобританії і невдовзі про креативні міста «заговорив» весь світ. Поняття «креативне місто» стало глобальним рухом в тому числі і завдяки роботам Чарльза Лендрі. В його розумінні «креативне місто» - це місце концентрації креативного мислячих осіб, які, за допомогою творчих знань, навичок та вмінь, прагнуть створити комфортні умови для життя. Лише те місто, яке виявить свій творчий потенціал, зможе стати справді інноваційним та передовим.

2. Для того, щоб креативний феномен вдало розвивався у містах, необхідно враховувати як регіональні або місцеві фактори, так і традиційні. До даних груп належать: соціальний клімат, місцева влада міста, рівень політизованості та публічні обмеження, інфраструктура, комунікації, добробут, особистісні якості, воля, лідерство, згуртованість. Всі ці фактори є важливі, проте місто може розвивати творчий потенціал і без врахування певних критеріїв, проте цілковитого та самобутнього розвитку не відбудеться. Тому, якщо місто задіє всі фактори та ресурси, то зможе досягти найвищого результату.

3. Загалом, креативне місто приносить безліч переваг для національної економіки та економіки регіону. До них належать не лише додаткова зайнятість населення та підвищення рівня мобільності робочої сили,

переорієнтація економіки, збільшення привабливості для інвесторів, створення нових форм співробітництва, формування креативних кластерів та центрів, покращення рівня життя та добробуту населення. Проте, одних культурних та творчих ресурсів не достатньо для виникнення та ефективного функціонування креативного міста. Тому необхідна раціональна політика держави та сприяння створенню інфраструктури.

РОЗДІЛ II.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ МІСТ В ЕКОНОМІЦІ КРАЇН СВІТУ

2.1. Міжнародний досвід формування креативних міст

Сучасні міські райони є основою для розробки нових стратегій та ініціатив, спрямованих на підвищення рівня культури, та креативності населення. Саме ці людські цінності виступають рушійною силою для сталого розвитку та відродження країн шляхом стимулювання інноваційної діяльності та сприяння міжкультурного діалогу, соціальній згуртованості. Таким чином, міста реагують та відповідають на основні виклики та проблеми, з якими вони стикаються, такі як: економічна криза, негативний вплив на екологію, демографічне зростання, соціальна напруга. Варто зазначити, що сучасні міста є домом для більшої половини населення земної кулі, більш того, три четверті їх економічної активності включає значну частку креативний сектор.

Вирішальна роль міст у сприянні сталого розвитку орієнтована на суспільство та дотримання прав людини. Варто згадати той факт, що у вересні 2015 року в рамках 70-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН у Нью-Йорку відбувся Саміт ООН для прийняття Порядку денного в галузі розвитку на період з 2016 по 2030 роки. Однією з 17-ти цілей сталого розвитку є конкретна мета: зробити міста та населені пункти більш безпечними, стійкими та комфортними, і визначальним важелем для дій у цьому контексті виступають культура та творчість [27].

Більшість творчих та успішних міст пов'язані між собою «Мережею Креативних Міст ЮНЕСКО», яка зображена на рис.2.1 та класифікація яких зображена в табл. 2.1. Учасниками програми «Мережа Креативних Міст», за сприянням ЮНЕСКО, є 116 міст з 54 країн світу.



Рис. 2.1 Карта міст розподілених за креативними групами

Джерело: [28]

Приєднавшись до Мережі, міста зобов'язуються поділитися своїми найкращими практиками та розвивати партнерські стосунки з громадським та приватним секторами, а також громадянським суспільством.

Переваги участі креативних міст у програмі «Мережа Креативних Міст» наступні:

- посилення креативного виробництва, поширення культурних заходів, товарів та послуг;
- розвиток центрів творчості та інновацій, розширення можливості для творців та фахівців у галузі культури;
- полегшення доступу та участі в міжнародному культурному житті, зокрема уразливих груп населення та окремих осіб;
- цілковита інтеграція культури та творчості у плани сталого розвитку.

Згідно з карти ЮНЕСКО, що зображена на рис. 2.1. можна побачити, які креативні міста переважають на різних континентах. Найбільш популярні міста, які набули титулу креативних зображені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1.

Розподіл найвідоміших креативних міст за групами

Креативні групи	Перелік міст
Прикладного та народного мистецтво	Аль-Акса (Саудівська Аравія) Баміян (Афганістан) Дуран (Еквадор) Ісфахан (Іран) Джайпур (Індія) Лубумбаші (Конго) Сан-Крістобаль де лас-Касас (Мексика)
Дизайну	Будапешт (Угорщина) Детройт (Сполучені Штати Америки) Кобе (Японія) Сінгапур (Сінгапур) Буенос-Айрес (Аргентина) Хельсінкі (Фінляндія) Шанхай, Пекін (Китай) Берлін (Німеччина) Сеул (Південна Корея) Монреаль (Канада)
Кінематографії	Бітола (Македонія) Рим (Італія) Сантос (Бразилія) Софія (Болгарія) Сідней (Австралія)
Гастрономії	Берген (Норвегія) Газіантеп (Туреччина) Пхукет (Таїланд) Естерсунд (Швеція) Газіантеп (Туреччина) Попаян (Колумбія) Белем (Португалія)
Літератури	Багдад (Ірак) Тарту (Естонія) Ульяновськ (Росія) Барселона (Іспанія) Любляна (Словенія) Львів (Україна) Монтевідео (Уругвай) Прага (Чехія) Дублін (Ірландія)
Медіа	Ліон, Енгхен-ле-Бейн (Франція) Саппоро (Японія) Кванджу (Південна Корея) Дакар (Сенегал) Тель-Авів-Яффа (Ізраїль)
Музики	Кінгстон (Ямайка) Катовіце (Польща) Ліверпуль (Великобританія) Сальвадор (Бразилія)

Джерело: розроблено автором за даними [28]

Мережа охоплює 7 творчих полів, які можуть бути вибрані містами відповідно до їх переваг в певному секторі креативної галузі:

1. Креативні міста музики
2. Креативні міста літератури
3. Креативні міста дизайну
4. Креативні міста прикладного та народного мистецтва
5. Креативні міста гастрономії
6. Креативні міста медіа-мистецтва
7. Креативні міста у сфері кінематографія.

Міста-члени, які утворюють мережу, походять з різних регіонів, мають різні рівні доходу та населення. Мережа, в першу чергу, складається з міст, готових об'єднати свої ресурси, свій досвід та знання для спільних цілей, викладених у Місії. Креативні міста ЮНЕСКО є ключовими партнерами ЮНЕСКО для місцевого виконання Програми ООН щодо сталого розвитку ООН 2030 року.

Приєднання до мережі - це довготривале зобов'язання; це має передбачати участь у процесі та перспективний підхід. Міста повинні представити реалістичний план дій, що включає конкретні проекти, ініціативи чи політику, які будуть виконуватись протягом наступних чотирьох років з метою реалізації цілей Мережі.

Саме ця організація, завдяки даній програмі, надає можливість містам спільно навчатися та співпрацювати в проектах, які принесуть вигоду з їх творчих активів та дозволять використати креативний потенціал для побудови стійкого та всебічного розвитку економічної, культурної, екологічної та соціальної сфер.

Варто зазначити, що у переліку є й одне українське місто – Львів, відбір якого до програми «Місто літератури ЮНЕСКО» означає інтеграцію у світовий книжковий контекст, розвиток літературного туризму, популяризацію українських культурних здобутків у світі. Українське місто включене у літературні туристичні маршрути [29].

Відповідно до результатів опитування, опублікованого компанією Adobe, креативні міста – це модно та вигідно. Adobe Systems, Incorporated – американська компанія, яка розробляє програмне забезпечення та здійснює дослідження у різних сферах, на основі великої вибірки опитаних осіб. Аналізуються данні великою кількістю спеціалістів, і тому, дослідження та розробки є другою по величині статтею витрат, які становлять \$844,4 млн. у 2017 році [30].

Дослідження охопило 5000 дорослих у п'яти країнах, і було встановлено, що інвестиції в креативні міста призводить до численних переваг від більшої національної конкурентоспроможності до більш високого рівня доходів мешканців.

Перше місце у дослідженні 2016 року «ТОП креативних міст» посідає Токіо (Японія) (рис. 2.2), яке респонденти (27%) оцінили креативним центром земної кулі, випередивши Нью-Йорк (23%) та Париж (14%). Навіть Сан-Франциско, відомий своїми технологічними новинками, отримав лише 7% голосів.

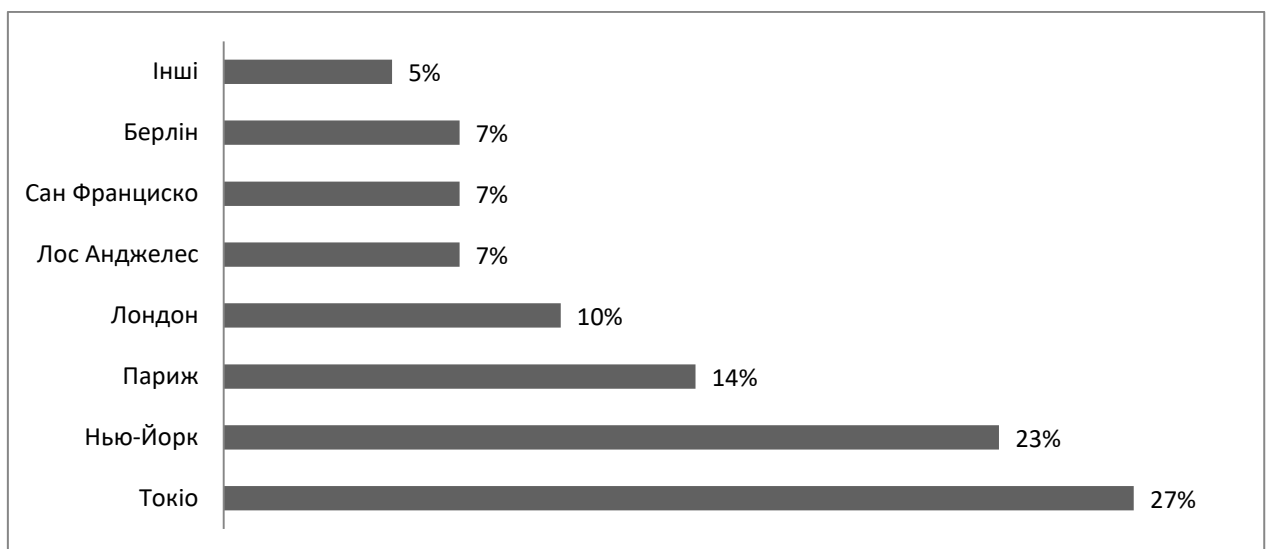


Рис. 2.2. ТОП креативні міста світу згідно компанії Adobe

Джерело: [30]

Варто зазначити, що досліджень стосовно рейтингів креативних міст є достатньо, і більшість досліджує різні сфери діяльності креативних міст, тому часто перелік міст в рейтингу буває різним. Проте, найбільш глибоке

дослідження представлене компанією Juniper Research (Basingstoke, UK) [31], також у 2016 році, яка оцінювала претендентів за багатьма показниками, проте основними були: впровадження сітки смарт-технологій, інтелектуальне освітлення, використання інформаційних технологій для вдосконалення трафіку, точки Wi-Fi доступу, смартфон проникнення та додатки ландшафту.

При дослідженнях застосовують різні вагові коефіцієнти для транспорту та енергетики, які, на думку аналітиків, є найбільш важливими елементами в розумних містах. При оцінці транспортування, розглядалися варіанти громадського транспорту, віднімаючи пункт для міст з високим рівнем приватної власності транспортного засобу. При оцінці зусиль міст щодо вдосконалення трафіку, аналітики оцінювали місцеве планування, зусилля щодо здійснення плати на в'їзд, динамік світлофорів, використання дорожніх датчиків та смарт-парковок.

Що стосується споживання енергії, то підлягали розгляду всі види політики міста, зокрема смарт-мережа, діяльність уряду щодо вдосконаленні міст на всіх рівнях, розвиток накопичувальної енергетики.

Крім того, вивчається економіка великих міст, їхнє виробництво, експорт та імпорт та всі показники, щоб переконатися, що наявний зворотній зв'язок з урядом, який здатний допомогти та оплатити технології для майбутніх креативних міст.

В результаті досліджень, було вирішено номінувати Сінгапур як найбільш інноваційне місто на землі [32]. Порівняльну характеристику двох рейтингів представлено у табл. 2.2.

В цих креативних містах-лідерах, які зображені у табл. 2.2, найбільша кількість арт-ринків, музеїв, дизайн-студій та найбільш розвинені ремесло й індустрія сувенірів, відбувається впровадження та розвиток технологій. Потенціал згаданого мегасектору значною мірою пов'язаний із розвитком бізнесу та туризму [32].

Таблиця 2.2.

Позиціонування креативних міст у рейтингах досліджень компаній
Adobe та Juniper Research

Позиція	Adobe (USA)	Juniper Research (Basingstoke, UK)
1	Токіо	Сінгапур
2	Нью-Йорк	Барселона
3	Париж	Лондон
4	Лондон	Сан-Франциско
5	Лос Анджелес Сан-Франциско Берлін	Осло

Джерело: розроблено автором за даними [30], [31]

Згідно з отриманими даними можемо стверджувати, що дані міста можна вважати креативними, проте такі міста, як Лондон, Нью-Йорк, Сінгапур та Сан-Франциско варто вважати загальноновизнаними креативними містами. Саме вони визначаються у щорічних звітах, що їх провідні консалтингові компанії та університети готують на замовлення Європейської комісії, національних урядів, муніципалітетів, професійних мереж та асоціацій [32].

Згідно з опрацьованими даними, ми порівняли на якому рівні зараз відбувається розвиток основних складових тих креативних міст, які в більшості рейтингів посідають пріоритетні позиції.

Основою креативного міста є підприємництво у цій сфері, що працює на перетині культури, технологій і бізнесу, яке включає креативний бізнес, соціальне підприємництво, урбаністику, дизайн, архітектуру, цифрові інновації, креативні хаби, а також проектний менеджмент тощо. Відповідно ці міста мають одні з найвищих показників серед усіх креативних міст, а лідером виступає Лондон. Креативний сектор - це потужна складова британської економіки (третину репрезентують галузі ІТ-індустрії і відеоігор), в якій задіяно 1,8 млн. осіб і яка щорічно генерує 84,1 млрд фунтів стерлінгів. Глобально креативний сектор становить близько 3% світового ВВП й охоплює майже 30 млн працівників.

За критерієм ВВП міста, звичайно ж, лідерами є Токіо, Нью-Йорк та Лондон, ВВП яких займає значну частину ВВП відповідних країн – 1,520 млрд дол. США, 1,210 млрд дол. США, 731,2 млрд дол. США, відповідно (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Дані про ВВП креативних міст та відсоток підприємництва у креативній сфері

Місто	ВВП	Підприємництво у креативній сфері
Токіо	1,520 млрд дол. США	12,90 %
Париж	669,2 млрд дол. США	9 %
Лондон	731,2 млрд дол. США	16,20 %
Нью-Йорк	1,210 млрд дол. США	8,60 %
Лос-Анджелес	789,7 млрд дол. США	5,42 %
Сан-Франциско	326 млрд дол. США	6,11 %
Варшава	53,6 млрд дол. США	1,60 %
Мадрид	251,76 млрд дол. США	9 %

Джерело: розроблено автором [33]

Одне з міст-лідерів – це Токіо. У період Едо - який тривав близько 260 років до 1868 року, за рік до того, як столиця була перенесена з Кіото до Токіо, світовий клас утворився навколо міста Едо (пізніше Токіо). Це включало товарне господарство, розвиток 5 артеріальних доріг та створення системи освіти (наприклад, створення теракоя, храмові школи). Також розцвіли талант укіє-е художників, таких як Хокусай і Хіросіг, чії роботи мали значний вплив на західних художників, як Japonisme. Унікальна чуйність, висока культура та освіта, що виростили до зрілості в епоху Едо, залишилися як спадщина для наступного покоління. Саме така спадщина стало рушійною силою швидкої модернізації Токіо, як креативного міста, що і допомогло створити міцну позицію в міжнародному суспільстві.

Особистість Токіо – це різноманітність областей, що розвиваються протягом багатьох років. Є такі області, як Асакуса, Акіхабара, Хараджуку і Шибуйа, які мають особливі культурні особливості. Токіо відомий своїми історичними святинями та храмами, а також традиційними виконавськими видами мистецтва, такими як Но, Кабукі, Ракуго, промислове мистецтво та

фестивалі, які передавались та святкували протягом багатьох поколінь. У той же час, столиця також відома як джерело нової культури, такої як найсучасніша мода, медіа-контент, дизайн, анімація, поп-арт та технології. Токіо прагне стати центром, де як міжнародні, так і японські творці можуть зібратися разом [34].

Мистецтво та культура креативного міста підкріплені унікальністю та різноманітністю його поєднання традиційного та сучасного, які зближуються і зливаються разом. Токіо, який залишається найважливішим центром традиційної японської культури, має основні місця для такого мистецтва, включаючи театр Кабукі-За, Національний театр Но і театр Кокугікан.

Токіо знане своїм фестивалем, який відбувається щороку, починаючи з 2016 в районі Ікебукуро, де розташовані невеликі театральні заклади. Цей захід збирає всіх митців, креативних людей та колективи для обміну результатами в галузі мистецтва [33].

Наступним містом є Нью-Йорк – одне з найбільших міст світу, яке порівнюється лише з Лондоном у його міжнародних зв'язках та впливі. З XVII ст., коли він був заснований як торговельний пост Голландії, він був центром торгівлі та одним із головних шлюзів для імміграції в США.

Одне з перших мегаполісів, його нинішнє населення становить 8,5 млн – з-понад 20 млн у столиці. Сьогодні майже 40% жителів міста Нью-Йорка є іноземцями. Він також є домом для однієї з найбільших у світі єврейських громад.

У своєму початку XIX століття прагнення конкурувати з Бостоном, а згодом і великими містами Європи, культурне життя Нью-Йорка вже давно розглядається як символ більш широкої життєвої сили міста. Від Carnegie Hall до MoMA, державно-приватні партнерства, що пов'язують громадянські амбіції з багатими благодійниками, сприяють створенню в місті все більш неприбуткових культурних установ.

Проте місто Нью-Йорк також продовжує робити значні інвестиції у свою креативність, визнаючи, що його культурне життя залежить від

різноманітного поєднання інститутів та окремих осіб. З цією метою приблизно половина культурних грантів надається невеликим організаціям [33].

Не менш важливим прикладом креативного міста є Лондон, який заснований римлянами, давно є великим світовим містом, його зв'язки розвивалися століттями завдяки міжнародній торгівлі та світовій Британській імперії. Вплив ранньої промислової революції Британії означав, що Лондон був найбільшим у світі містом протягом XIX-XX ст. Хоча XX ст. ознаменувало кінець імперії та втрату промислової бази Великобританії, Лондон залишив свій вплив, спираючись на свій розвинений сектор фінансових послуг та його культуру.

Сьогодні в Лондоні проживає близько 9 млн населення, кількість якого продовжує швидко зростати. Це надзвичайно різноманітне місто, 37% - іноземці, які розмовляють понад 300 мовами.

Лондон є провідним центром фінансових та ділових послуг, а також центром культурних і креативних галузей, де активно розвивається технологічна індустрія. Інновації та креативність визнані ключовими складовими успіху Лондона в різних галузях, включаючи фільми, моду та дизайн.

Варто зазначити, що Лондон вже давно займає високі позиції в рейтингах креативних та розумних міст. Все розпочалося з простих дій стосовно використання технологій, щоб вирішити проблеми заторів і недостатньої кількості паркових міст. Саме в цьому місті світлофори реагують на користь автобусів та водії проінформовані про затори, все є для того, щоб полегшити сполучення між районами та розвантажити громадський транспорт. Будучи одним з технологічних вузлів світу, Лондон є лідером серед європейських країн у багатьох сферах, проте потребує вдосконалення саме енергетичної галузі [32].

Лондон – одне з найпопулярніших туристичних напрямків у світі, що налічує понад 30 млн відвідувачів на рік. З них 80% кажуть, що їх основною

причиною відвідування є «культура та спадщина». У Лондоні є одні з найпопулярніших музеїв у світі – Британський музей, «Тейт Модерн» та Національна галерея [33].

Важливим внеском в розвиток креативних міст внесло Сан-Франциско, яке було засноване в 1776 році, з 1821 року по 1848 рік було частиною Мексики. У 1849 році відбулася розбудова залізниць, формується Китайський квартал Сан-Франциско, який існує до цього періоду - зараз більше 35% її населення - азіатські американці.

З середини ХХ століття Сан-Франциско був відомий як центр американської контркультури, в 1967 році він став місцем збору для хіпі та інших радикалів під час «Літа любові». Протягом цього періоду район Кастро став також батьківщиною однієї з перших ідентифікованих спільнот нетрадиційної орієнтації Америки та провідного центру активізму геїв [33].

Крім вище згаданого, Сан-Франциско – це перше з міст в Північній Америці, яке цілком відповідає назві креативного та розумного міста, оскільки саме там розташована всім відома Силіконова долина. Як заявили дослідники, Сан-Франциско є точкою для сатрапів, тому нещодавно спостерігався технологічний бум. Дане місто отримало високі показники аналітиків з точки зору доступності автобуса та досить розвинутою платіжною мережею. Тобто, можна всі рахунки оплачувати онлайн та завдяки доступними безконтактними платіжками. Проте, проблема, з якою стикаються мешканці міста є перезавантаження доріг, становище чого лише погіршується. Більшість вважають, що причиною цього є високий рівень приватної власності транспортних засобів. Проте, є містом лідером з точки зору паркування та їхнього проекту SF Park. Ідея цього проекту полягає в тому, що завдяки датчикам міська влада Сан-Франциско використовує дані для динамічної системи паркування.

Тому, можемо сміливо стверджувати, що Сан-Франциско – це місто, яке є світовим центром інноваційної культури. У дослідженні ЮНЕСКО в

2015 році Сан-Франциско зайняла четверте місце в світі за концентрацію творчих талантів [35].

Приклади Лондона, Токію, Парижу та інших креативних міст показують, наскільки важливими є інновації, нові технології, культурні та креативні активи міста, які виступають і стимулом, і основою розвитку міської економіки. Всі ці фактори разом мають тривалий та значний економічний ефект, які здатні проникати у будь-який аспект "способу" роботи міста в сенсі підвищення інноваційності, креативності та гнучкості.

2.2. Стратегії розвитку креативних міст в національних економіках

Розповсюдження креативних міст останніми роками є свідченням переконання урядів, що майже незалежно від місцевих умов вони також можуть мобілізувати креативність, щоб трансформувати свої економіки та громади, так як це трапилося в Торонто, Берліні, Нью-Йорку, Лондоні та інших містах.

Проте разом з розвитком креативних міст відбувався не лише економічний розвиток, так як різні міста прагнули досягти, крім того, ще інші стратегічні цілі: встановлення соціальної рівноваги, розвиток підприємництва, впровадження інновацій в повсякденне життя, автоматизація робочих процесів, розвиток соціального капіталу, культурне програмування громади, створення туристичних місць. Деякі стратегії креативних міст спрямовані на спрощення застосування конкретних можливостей фінансування (у Європі, Європейський фонд регіонального розвитку (ERDF) для інфраструктурних інвестицій, Європейський соціальний фонд (ESF) для навчання та соціальної підтримки, в освоєнні територій, Світовий банк для стратегічних інвестицій) [36].

Для прикладу, Токію, яке завдяки реалізації концепції креативного міста, намагається:

- вирішити проблему демографічного переходу, створюючи більше можливостей для соціальної інтеграції та залучення громадськості;

- реалізувати відчутну і нематеріальну культурну спадщину в 2020 Summer Olympics, офіційно знану, як Games of the XXII Olympiad [33].

Токіо – це незмінний магніт для творчості, і це не дивно: місто багате новими можливостями на кожному кроці, інфекційним «всемоżliвим» вибором, величезним населенням і стійкою рішучістю стати творчим капіталом [37].

Концепція креативного міста в Токіо розвивається шаленими темпами, особливо після стихійних лих минулих років, які спричинили ядерну кризу і японська влада обрала вісім «креативних» проектів, які отримують субсидії на реалізацію своїх ідей. Ці проекти спрямовані на досягнення оптимального використання енергії за рахунок використання чистих джерел енергії, в тому числі для заводів Tohoku та таких великих виробників, як Toyota Motor Corp. та Nippon Steel Corp., а також місцевих підприємств з переробки морепродуктів. Більше того, для ефективного управління енергією у домогосподарствах встановлюються «інтелектуальні лічильники» [38].

На цьому в Японії не зупиняються і в 2014 році, 50 кілометрів від Токіо було побудовано Фудзісава – місто майбутнього, інфраструктура якого переважно працює на джерелах альтернативної енергетики, стовідсотково безпечних для навколишнього середовища. Для реалізації проекту був створений спеціальний інноваційний консорціум під управлінням Корпорації Panasonic - Fujisawa SST Council. Вже за чотири роки працівники консорціуму урочисто ввели в експлуатацію Fujisawa SST Square - футуристичний архітектурний комплекс на центральній площі Фудзісави. Загальна площа інноваційного комплексу складає 19 га в центральному районі міста. До його складу увійшли близько 1000 приватних будинків, інфраструктурних і комерційних об'єктів.

Більше 30% електроенергії «місто майбутнього» отримує з альтернативних відновлюваних джерел, в першу чергу, - за рахунок сонячних батарей. Це на 70% скорочує вуглецевий слід. Нові технології також дозволяють скоротити споживання води на 30%. У разі землетрусу і

припинення електропостачання місто може повністю забезпечити своїх мешканців електроенергією, зв'язком і навіть гарячою водою протягом трьох діб [39].

Останнім нововведенням в креативній столиці був винахід «розумного кошика» для здійснення покупок, в який достатньо скласти продукти і корзина сама обраховує суму. Отже, Японія, зокрема Токіо не поступає свої позиції креативного міста, щодня можна віднайти на просторах інтернету, або почути по новинах про нововведення, які роблять життя людей комфортнішим та легшим [40].

Щодо Нью-Йорку, то завдяки розвитку креативної сфери уряд прагне:

- підтримати туризм, який за останні десять років збільшився на 40;
- реагуючи на зростаючі ціни на нерухомість, місто прагне побудувати 1500 одиниць доступного житла та робочого простору для художників;
- створити комунальні ідентифікаційні картки, щоб жителі мали доступ до бібліотек та закладів культури, а також до міських служб [33].

За останнє десятиліття Нью-Йорк став чи не найважливішим креативним осередком в Америці та світі. Різке збільшення фінансування міського капіталу та приватних благодійних фондів, рекордне збільшення туризму сприяло розширенні мережі музеїв та театрів. У п'яти районах виникли креативні кластери. Технологічні зміни створили нові виклики для традиційних галузей: музична та видавнича справа. Інтернет-платформи Kickstarter та Etsy пропонують нові можливості для художників та некомерційних організацій. В сучасний період, більшість креативних галузей швидко зростають і формують чи не найбільший сегмент економіки міста.

Зростає працевлаштування в кіно та телебаченні на 53%, тоді як архітектура (33%), мистецтво (26%), реклама (24%), образотворче мистецтво (24%) та прикладний дизайн (17%) випереджають загальне зростання зайнятості міста [41].

В Парижі головними стратегічними цілями є:

- майже 35 млрд євро буде інвестовано у покращення транспортної мережі, що підвищить доступність освіти, зайнятості та культурної діяльності;
- якщо місто буде успішним у виграші 2025 Олімпійських і / або World Expo 2025, Париж матиме чудову платформу, щоб показати себе та свою креативність для нової глобальної аудиторії.

Культура, безсумнівно, є однією з сильних сторін Парижу. Місто має високу якість життя і є блискучим прикладом того, як планування може зробити місто креативним та комфортним.

Держава тривалий час підтримує розвиток культурних і креативних галузей, державним посадовим особам спеціально покладаються обов'язки щодо просування культури на національному та місцевому рівнях. Основні нові місця також виникли протягом останніх двох років, зокрема, Френк Гері розробив Fondation Louis Vuitton і державну філармонію де Пари в новій будівлі Жана Нувеля.

Тим часом, в Парижі налічується близько 150 музеїв, туристи часто не можуть вибрати між Лувром чи Musée Rodin або L'Orangerie. Це креативне місто продовжує встановлювати темпи для інновацій. Останні заходи включали озеленення міського ландшафту та експерименти з усім, починаючи від стильних водних таксі до часових телескопів VR [42].

Париж – дуже різноманітний, справді глобальне місто з сотнями різних національностей. Можливість нових ідей та зв'язків, не тільки всередині міста, але й за межами державних кордонів, є величезною. Її громадяни іноземного походження можуть з'єднувати Париж зі світом, але багато з них також є підприємцями, готові створити соціальну та економічну цінність [33].

Велична столиця Лондон прагне досягти такі стратегічні цілі:

- врегулювати різко зростаючі ціни на нерухомість, які ставлять під загрозу культурне життя в Лондоні;

- створити та вдосконалити комісію «Нічний час» для підтримки нічного часу в Лондоні;
- створити нові культурні центри для розвитку місцевої молоді.

Лондон завжди був в першості креативності, проте в результаті розвитку виникли економічні та культурні проблеми, включаючи збільшення нерівності. Зростаюче населення та масштаби міжнародних інвестицій призвели до різкого збільшення цін на нерухомість. За десять років ціна на житло в Лондоні зросла вп'ятеро. Це має конкретний вплив на художників: у 2014 році передбачалося, що 30% студій художників будуть втрачені протягом п'яти років. Більше третини місцевих музичних майданчиків у Лондоні закрилися менш ніж за десять років, втрачаючи роль міста як інкубатора нового музичного таланту.

У 2012 році в Лондоні відбулися Олімпійські та Параолімпійські ігри. Проте зараз не використовують ті спортивні майданчики, які побудували в 2012. Тому, влада намагається реалізувати проект у 1,3 мільярда фунтів стерлінгів, щоб перетворити саме місце Олімпійського парку на новий культурний центр. Він включатиме нові кампуси для Лондонського університетського коледжу та лондонського коледжу моди, а також сайти для Смітсоніан, Садлерс Wells і V & A.

Лондон залишається одним з провідних креативних міст світу. Як його високі ціни на нерухомість, так і фінансові наслідки викликали проблеми майбутнього Лондона, але підтримка своєї безпрецедентної культурної пропозиції є важливим пріоритетом для міста [33].

Для Лос- Анджелеса стратегічними цілями розвитку є:

- врегулювання відносин між працівниками, яка займаються креативною роботою (806 осіб з 100000, показник є найвищий серед всіх міст Америки) [43];

- підтримка розвитку приватної благодійності, яка сприяє діяльності креативних організацій.

Фактично від ХХ століття, часу заснування Голівуду, Лос-Анджелес відомий як глобальна столиця індустрії розваг. Окрім кіноіндустрії, він є осередком телевізійної, музичної, дизайнерської та видавничої діяльності, а креативні галузі є четвертими за величиною економічним сектором регіону. Саме в цьому місті діють понад 6000 відео- та фото-компаній.

Культурна політика у Лос-Анджелесі часто фокусується на туризмі, економічному розвитку та маркетингу. У 2016 році регіон досяг рекордного рівня майже 46 млн туристів, які залучили майже 20 млрд дол. США у прями витрати. Туристи частково беруть участь у фестивалях та парадах LA: Парад Роза Пасадена, що проходить на Новий рік і приваблює 700 тис. глядачів, і більше 50 млн людей спостерігають по телебаченні по всій країні. Лос-Анджелес, також, є місцем найважливіших церемоній нагородження індустрії розваг – «Оскар», «Еммі», «Золотий глобус», «Греммі», а також промислових ярмарок та кінофестивалів [33].

Приватна благодійність також є центром культури в Лос-Анджелесі. Музей Гетті, провідний туристичний атракціон і один із самих відвідуваних музеїв у світі, базується на приватній колекції - і винятковому ентузіазмі нафтового магната Дж. Пол Гетті. Концертний зал Уолта Діснея, який відкрився у центрі Лос-Анджелеса у 2003 році, був значно профінансований сім'єю Діснея. І Музей Broad, новий музей сучасного мистецтва площею 50 000 кв. м, який відкрився у 2015 році, фінансувався благодійником Елі Бродом [43].

Щодо ще одного креативного міста, Сан-Франциско, то:

- Сан-Франциско вважається місцем народження руху осіб нестандартної орієнтації, тому ціллю є врегулювання даного явища.
- Розвиток та підтримка діяльності Силіконової долини, яка зробила місто світовим капіталом для творчої та технологічної промисловості [44].

Сан Франциско – це осередок креативних та творчих шкіл, гуртків, коледжів мистецтва, тобто інноваційний коридор для світу у сфері мистецтва та культури, який потрібно підтримувати та розвивати [43].

В Сан-Франциско на душу населення більше художників та мистецьких організацій, ніж в будь-якому іншому великому місті Сполучених Штатів. Культурний сектор також особливо успішно виграє як державне, так і приватне фінансування: організації Сан-Франциско виграють 7% грантів на розвиток культури та мистецтва, понад 10 000 доларів, а також залучають один з найвищих рівнів фінансування Національного фонду мистецтв.

Його культурна сцена робить Сан-Франциско магнітом для туризму. У 2016 році вона мала 24,6 млн. Відвідувачів, з яких 2,9 млн - міжнародні відвідувачі за один день.

Багато закладів культури міста розташовані навколо його Громадського центру, який служить місцем збору для міських фестивалів, включаючи Gay Pride. Також неподалік розташовані: головна публічна бібліотека, Азіатський художній музей, Театр Орфей і SF JAZZ та інше [33].

Кількість молоді та студентів є бездоганним індикатором цікавості міста, наявності креативних просторів, різноманітних культурних закладів та розвитку інновацій, що є характерним для Берліна:

- Шанси уникнути вивчення німецької мови, коли живеш там – найвищі у світі, що і сприяє формуванню притулку для митців, креативних людей та спільнот, які потребують підтримки.

- Берлін – це креативне місто для нестандартних людей та найбільша кількість літніх фестивалів, кількість яких прагнуть збільшити, щоб отримати першість.

- Департамент економіки сприяє розвитку креативного Берліну завдяки проекту Zukunft [45].

Проект Zukunft, що організовується департаментом економіки, технологій та досліджень Департаменту Сенату Берліна, відіграв ключову роль у підтримці креативного міста. Projekt Zukunft розробляє стратегії для

Берліна як центру мистецтва; будує платформи для культурних обмінів; ініціює створення мереж для цифрової та креативної економіки; організовує обміни з бізнесом; розробляє нові комунікаційні інструменти; складання досліджень; і реалізує інноваційні проекти для економіки та суспільства в цілому [46].

В Берліні існує п'ять університетів мистецтв та численні приватні фонди, які пропонують широкий спектр освітніх можливостей, орієнтованих на дизайн. Завдяки цій інфраструктурі в місті проживають понад 5000 дизайнерів.

У Берліні також є численні регіональні та міжнародні мережі дизайну та моди. У їхньому місті знаходяться широкий спектр, в тому числі Створення Берлінської мережі, Міжнародний дизайн-центр Берлін, Designpool і berlindesign.net.

Відкрита атмосфера в Берліні ідеально підходить для міжнародно визнаних ярмарків, фестивалів та майданчиків, таких як Design Mai, Update, Берлінський фестиваль фотографії та Walk of Fashion, що сприяє міжнародному обміну та підтримці дизайну Берліна [28].

Якщо, вище згадані креативні міста, розвиваються за рахунок свого творчого потенціалу, то Сінгапур, Барселона та Осло не перестають впроваджувати технологічні нововведення, які приносять ефективність. Діяльність цих міст підтримується державою і всі проекти впроваджуються не лише в одному місті, що сприяє покращенню життя їх мешканців на рівні держави.

Для прикладу, Сінгапур:

- оголосив позицію стати першою смарт країною;
- підтримка програми розвитку міст, в рамках якої оснащується весь острів невизначеною кількістю камер та датчиків, щоб відстежувати все, від чистоти до руху транспорту.

Уже зараз місто може заявити, чи люди палять в недозволених містах чи викидається сміття з висотних будівель. Таким чином, Сінгапур виходить на абсолютно новий рівень «креативного міста».

Сінгапур чи не єдине місто-держава, яка має найдешевшу та найбільш поширену мережу інтернет, яка дозволяє завантажити двогодинний ролик протягом 90 секунд. Крім того, буде активна відкрита платформа даних, яка дозволить всі проекти міста зробити доступними для громадськості [47].

Барселона, столиця Каталонії на північному сході Іспанії:

- широко використовує датчики для управління трафіком;
- прагне реконструювати транспортний потік таким чином, щоб скоротити трафік на 21%.

В Барселоні встановлюються та активно функціонують технології смарт-парковок, діє розумне вуличне освітлення, а також працюють датчики для контролю якості повітря та шуму. У більшості громадських місць наявний безкоштовний Wi-Fi. Сила Барселони в енергетичних проектах, а також в комплексному плані щодо скорочення викидів вуглекислого газу. Зараз місто працює над низкою екологічних проектів, які в майбутньому посилять їхню позицію в рейтингу.

Крім того, Барселона є основоположником, щодо розв'язку проблеми з посухою. Було розроблено інтелектуальну систему датчиків для зрошення, які одночасно аналізують прогнозований рівень опадів що, відповідно, допомагає зберегти водні ресурси. Також, місто створило вільно доступну платформу «Sentilo», де розміщені різноманітні проекти та плани міста, які кожен в будь якій країні може переглянути, дослідити та впровадити у себе на батьківщині [32].

Щодо столиці однієї з найбагатших країн світу – Осло, то це місто:

- позиціонується як одне з найрозумніших та найкреативніших міст у світі;
- досягає успіху у використанні інформаційній технологій для стримування споживання енергії та викидів парникових газів.

– до 2020 року прагне скоротити викиди до 50% завдяки переробці своєї транспортної мережі, а до 2030 року прагне стати на 95% кліматично нейтральною [33].

Як і в інших креативних містах встановлені датчики, які допомагають контролювати паркування, допомагають вразливим верствам населення та літнім людям. Влада міста запровадила мережу смарт вуличного освітлення, яка скоротила споживання енергії майже на дві третини. Осло має велику мережу електричних транспортних засобів. Крім того, ця скандинавська країна розпочала розгортати проект з використанням смарт світлодіодного освітлення [32].

Таким чином, завдяки розвитку креативних міст, вирішуються різноманітні проблеми демографічного характеру, врівноважується дисбаланс між різними верствами населення, розвивається культура та творчість місцевого населення, вдосконалюються та автоматизуються повсякденні процеси, які роблять життя людей легше. Більш того, для креативних міст Європи, Азії та Америки характерна підтримка уряду та меценатів, яка є потужним поштовхом для різностороннього розвитку міста, увага яких, забезпечує доказ важливості креативності, творчості та інноваційності та їх внесок у покращення соціально-економічних перспектив та стійкості.

2.3. Оцінювання ефективності функціонування креативних міст

Креативні міста, які культурно-орієнтовані на економічний розвиток взаємозалежні від внутрішньо-культурного та економічного впливу з врахуванням соціально-екологічних наслідків. В кінцевому підсумку це впливає на соціальне поєднання міста, його фізичну / просторову структуру та на культурну ідентичність. Розвиток креативних міст є, по суті, динамічним процесом, який постійно піддається змінам, що визначають темп та форму процесів, що відбуваються. Таким чином, розвиток креативних міст спрямований на підтримку та зростання робочих місць, вдосконалення

інфраструктури, покращення економічного становища міста, що впливає на економіку країни. Основним елементом креативних міст є культурні та креативні індустрії, оскільки у цій сфері, станом на 2015 рік, вироблялося 3,5% усіх продуктів та послуг Європи, а також використовується понад 6,7 млн осіб або 3% європейської робочої сили. Розвиток креативних міст та основної її складової – креативної та культурної індустрії, стають важливим сектором підтримки економіки країни та інвестицій, крім того є:

- зростаючою та стійкою часткою економіки країн;
- генерує все більшу кількість робочих місць;
- сприяє інноваціям у інших секторах, таких як інформаційні та комунікаційні технології;

Попередній досвід показує, що інвестиції в креативні ініціативи міст можуть принести виняткові результати, проте даний сектор страждає від браку стратегічної підтримки та фінансових інвестицій.

Що стосується сектору економіки, культурна та креативна зайнятість пов'язана з такими видами діяльності, як: творча, мистецька та розважальна діяльність, бібліотеки, архіви, музеї та інші культурні заходи, програмування та трансляція, кіно-, відео- та телевиробництво, звукозапису та музичної видавничої діяльності.

Що стосується креативних та творчих професій, то до них належать такі, як письменники, архітектори, музиканти, журналісти, актори, танцюристи, бібліотекарі, ремісники, ІТ-працівники, дизайнери, графічні дизайнери, винахідники, дослідники та інші [48].

Для прикладу, в Лондоні наявні 882,900 робіт в креативній сфері, що становить 16,9% зайнятості в столиці, порівнюючи з 7,9% з рештою Великобританії. Таблиця 2.4. вказує на важливість креативного сектора в економіку Лондона і важливість Лондонського креативного сектора для Великобританії.

Таблиця 2.4.

Кількість робочих місць у креативній сфері в Лондоні та
Великобританії, 2012 -2016 рр.

Показник	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	тис.ос.
						% в 2016 р.
Робота в креативній сфері в Лондоні	711	752	800	829	883	16.9%
Робота в креативній сфері в цілій країні	1,847	1,871	1,957	2,082	2,151	7.9%

Джерело: [49]

Ми дослідили розподіл креативних професій за різними підгрупами у Лондоні у відсотковому значенні, який зображений на рис. 2.3. Вони включають професії в креативній сфері та інших сфер, які налічують більшу частку професій в креативній економіці 2016 року (29,5%). ІТ-індустрія, програмне забезпечення та комп'ютерний сервіс є наступною найбільшою часткою – 19,6%. Реклама та маркетинг (11,1%), музика, виступи та мистецтво (11,1%), фільми, відео , радіо та фото (10,6%) Архітектура (2,9 %) і музеї, галереї та бібліотеки (2,2%).

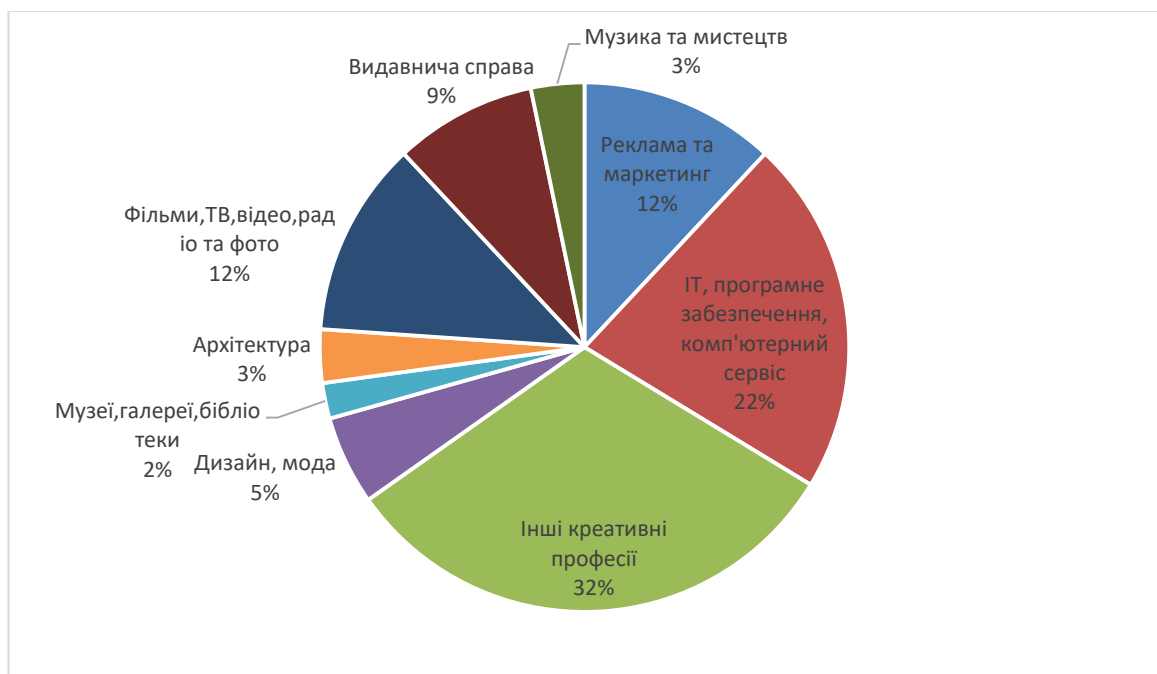


Рис. 2.3. Розподіл професій у креативній сфері (%) у Лондоні, 2012-2016 рр.

Джерело: [49]

Щоб детально проаналізувати працевлаштування в креативній економіці, варто розглянути рисунок 2.4, який ілюструє відсоткові зміни у видах робіт в креативному секторі з 2012-2016 рр. в Лондоні та у Великій Британії.

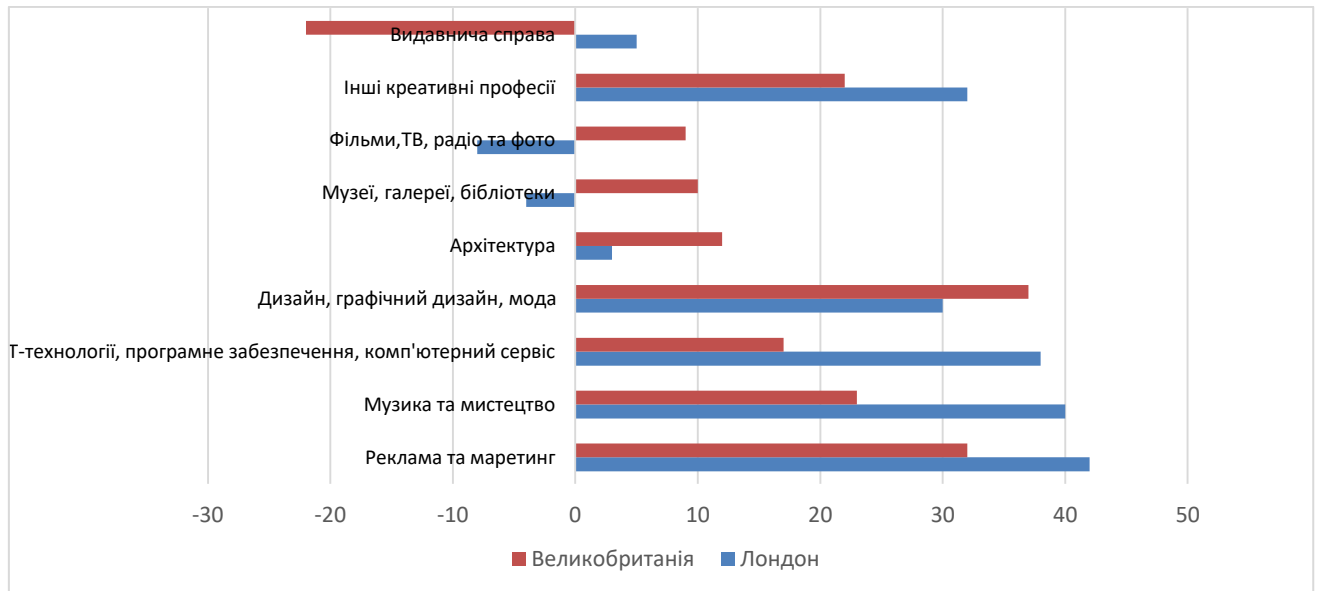


Рис. 2.4. Зростання робочих місць (%) у креативній сфері у Лондоні та Великобританії, 2012-2016 рр.

Джерело: [49].

Лондон характеризується швидкими рейтингами приросту робочих місць в цій сфері з 2012 в рекламі та маркетингу (+41,7%, 28, 900 робочих місць), на позиції нижче розташована музика та мистецтво (+40,5%; 28, 200) та ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерний сервіс (+32%, 47,000). Негативні показники спостерігаються у таких професіях: фільми, ТВ, відео радіо та фотографія (-8,1%, -8 200) та музеї, галереї, бібліотеки (-3,4%, -700).

Розвиток різноманітних видів професій у креативній сфері спричинений, перш за все, збільшенням закладів культури: музеї, ресторанів, галерей. Різнманітні музичні та мистецькі фестивалі сприяють припливу туристів. Як відомо, щоб зацікавити іноземців необхідно здивувати інноваційними містами, які наповнені сучасною та добре збереженою історичною архітектурою, сучасними виставками та іншими заходами. Статистику міжнародних відвідувачів, які відвідали найосновніші креативні міста у 2016 році, згідно з статистичним порталом «Statista» [50], зображена

на рис. 2.5. Найбільша кількість іноземних туристів в рік, серед досліджуваними нами креативних міст, спостерігається у Лондоні, Парижі, Сінгапурі та Нью-Йорку.

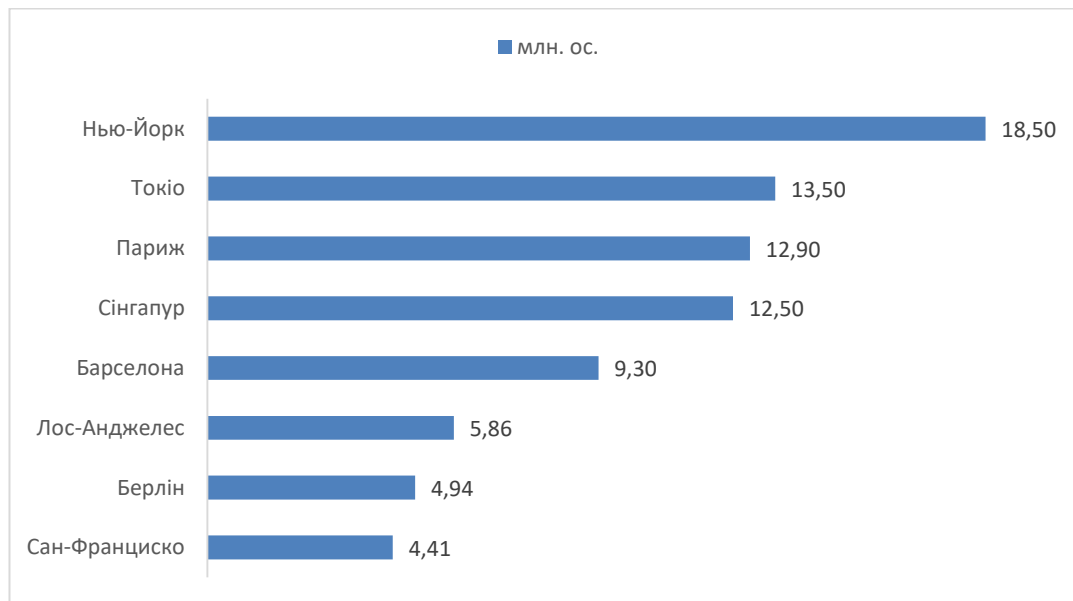


Рис. 2.5. Кількість іноземних туристів, які відвідали креативні міста за 2016 рік.

Джерело: [50].

У період з 2010 року по 2015 рік щорічна кількість міжнародних відвідувачів креативних міст зростає більше, ніж на 3 млн осіб. Найбільша кількість відвідувачів в Нью-Йорку, це пояснюється великою кількістю популярних визначних пам'яток міста. У 2014 р. Time Square Нью-Йорк був другою за величиною туристичною визначною пам'яткою в світі після Лас-Вегаса (39,2 млн відвідувачів). Крім того, центральний парк Нью-Йорка зайняв третє місце (37,5 млн відвідувачів). Місто також надає широкий спектр послуг у сфері культури. У 2016 р. мюзикли, п'єси та вистави на Бродвеї залучили близько 13,27 млн осіб [50].

Отже, як зазначалося вище, розвиток креативних міст – це один з найважливіших секторів підтримки економіки країни. Тому, ми дослідили глобальні транскордонні поїздки та витрати туристів серед 132 міст, охоплених Індексом Mastercard Global Destination Cities [51]. Рейтинг здійснюється компанією Mastercard, що вже понад 10 років досліджує, куди

подорожують та як витрачають гроші люди у всьому світі. Досліджуваний індекс продовжує зростати швидше, ніж світовий.

Отже, якщо розглядати креативні міста за кількістю відвідування іноземними туристами, що зображено в табл. 2.5. Спостерігається позитивна тенденція до збільшення кількості іноземних туристів протягом 2012-2016 рр. в основних креативних містах. Для Лондона характерне зростання на 4,42 млн осіб, а за 2015-2016 рр. приріст становить 7%. Париж прийняв туристів на 2,27 млн осіб більше, ніж у 2012 р. (2,1% зростання за 2015-2016 рр.). Досліджувані креативні міста Сінгапур – 4,1% росту, а Токіо аж 12,2%, показник є найвищий серед усіх креативних міст. Суттєвий ріст пояснюється тим, що потенційних туристів намагаються спокусити, пропонуючи екзотичне поєднання столітніх традицій, що поєднуються з найбільш прогресивними досягненнями у світі інновацій.

Таблиця 2.5.

Топ 10 креативних міст за кількістю іноземних туристів, 2016 р.

Місто	Країна	Кількість іноземних туристів (млн.ос.)					% приріст 2015-2016 рр.	Витрати іноземних туристів у 2016 р. (млрд дол. США)
		2012	2013	2014	2015	2016		
Лондон	Велика Британія	15,46	16,81	17,40	18,58	19,88	7,0%	\$19,8
Париж	Франція	15,76	17,20	17,19	17,66	18,03	2,1%	\$12,9
Дубаї	ОАЕ	10,95	12,19	13,21	14,20	15,27	7,5%	\$31,3
Нью-Йорк	США	10,92	11,38	12,02	12,37	12,75	3,1%	\$18,5
Сінгапур	Сінгапур	11,10	11,90	11,86	11,63	12,11	4,1%	\$12,5
Стамбул	Туреччина	8,82	9,87	11,27	11,91	11,95	0,3%	\$7,5
Токіо	Японія	4,89	5,40	7,68	10,43	11,70	12,2%	\$13,5
Сеул	Південна Корея	7,51	8,03	9,84	9,26	10,20	10,2%	\$12,3
Гон Конг	Китай	8,37	8,26	8,36	8,35	8,37	0,2%	\$6,8
Барселона	Іспанія	6,91	7,18	7,42	7,70	8,20	6,4%	\$9,3

Джерело: [51]

Зростання туристів схвалюється бізнесом, оскільки туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі, що, в свою чергу, сприяє освоєнню нових територій для туристів,

створенню належної інфраструктури та матеріально-технічної бази, підготовці висококваліфікованих спеціалістів. Приплив коштів в іноземні валюти покращує стан платіжного балансу міста, зменшує дефіцит [52].

Дані на рис. 2.6. показує витрати туристів в креативних містах у 2016 р. З досліджуваних нами міст, Лондон посідає перше місце за величиною витрат (19,08 млрд дол. США), Нью-Йорк посідає другу позицію з позначкою 18,5 млрд дол. США.

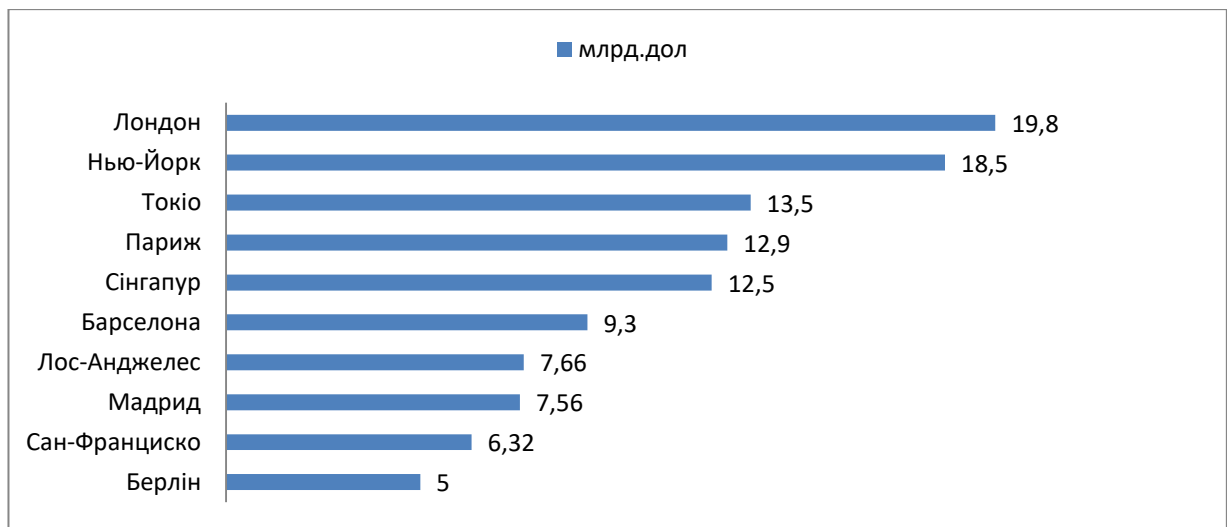


Рис. 2.6. Витрати іноземних туристів у 2016 р.

Джерело: [50].

Якщо ж розглядати креативні міста за міжнародними витратами відвідувачів, то дані представлені в табл. 2.6. Високу позицію посідає Лондон, зі збільшенням витрат на 2,42 млрд дол. США протягом 2012-2016 рр. та 7,4% приросту за 2015-2016 рр.

Таблиця 2.6.

Динаміка зміни кількості іноземних туристів креативних містах світу, 2016

Місто	Країна	Витрати іноземних туристів (млрд.дол.)					% приріст з 2015-2016 рр.	Кількість іноземних туристів 2016 р. (млн. ос.)
		2012	2013	2014	2015	2016		
Лондон	Велика Британія	\$15,97	\$17,97	\$19,47	\$18,39	\$19,76	7,4%	19,9
Нью-Йорк	США	\$15,52	\$16,67	\$17,62	\$18,39	\$18,52	0,7%	12,7
Токіо	Японія	\$6,09	\$6,30	\$8,26	\$10,57	\$13,48	27,5%	11,7
Париж	Франція	\$17,25	\$19,50	\$16,42	\$13,00	\$12,88	-0,9%	18,0
Сінгапур	Сінгапур	\$15,23	\$15,44	\$14,47	\$12,34	\$12,54	1,7%	12,1

	р							
Сеул	Південна Корея	\$9,87	\$11,96	\$14,31	\$12,53	\$12,30	- 1,9%	10,2
Барселона	Іспанія	\$7,61	\$8,65	\$8,88	\$8,95	\$9,28	3,6%	8,2
Лос-Анджелес	США	\$6,58	\$6,84	\$7,51	\$7,88	\$8,10	2,9%	5,6
Мадрид	Іспанія	\$6,06	\$6,40	\$7,16	\$7,78	\$8,02	3,1%	5,3
Стамбул	Туреччина	\$6,31	\$7,39	\$8,73	\$8,51	\$7,54	-11,4%	12
Гон Конг	Китай	\$7,11	\$7,03	\$6,93	\$6,90	\$6,84	-0,9%	8,4
Сан-Франциско	США	\$4,80	\$5,32	\$5,57	\$5,82	\$5,93	1,9%	3,9
Берлін	Німеччина	\$4,64	\$5,11	\$5,63	\$4,82	\$5,00	3,8%	4,9

Джерело: [51]

Якщо ж розглядати витрати іноземних туристів за ключовими категоріями в креативних містах, то можна побачити профіль кожного міста та висвітлити відмінності між ними (табл. 2.7.). Наприклад 40% витрат у Парижі використовуються на проживання, що сприяє розвитку житлового будівництва. У Лондоні 46,7% коштів витрачається на шопінг, в Токіо – 43,1% відповідно, що опосередковано впливає на розвиток торгівлі, сільського господарства, виробництво товарів народного споживання тощо. Один з найбільших показників – це 11,4% коштів туристів витрачається на транспорт, саме це стимулює приплив коштів і вдосконалення транспортної системи міста, прокладання доріг.

Топ 10 креативних міст за витратами іноземних туристів, 2016 р.

Таблиця 2.7.

Місто	Країна	Причини візиту		Розподіл витрат іноземних туристів за категоріями					
		Бізнес	Дозвілля та інші цілі	Проживання	Харчування	Шопінг	Локальний транспорт	Локальний сервіс	Інше
Лондон	Велика Британія	20,9%	79,1%	30,1%	16,5%	46,7%	4,3%	1,9%	0,5%
Париж	Франція	29,7%	70,3%	44,8%	23,6%	16,7%	6,6%	8,3%	0,0%
Дубаї	ОАЕ	20,0%	80,0%	27,0%	15,0%	31,0%	9,0%	18,0%	0,0%
Нью-Йорк	США	13,6%	86,4%	29,1%	18,9%	24,7%	11,4%	13,1%	2,7%
Сінгапур	Сінгапур	22,7%	77,3%	29,0%	12,3%	22,5%	4,5%	31,8%	0,0%
Стамбул	Туреччина	9,2%	90,8%	20,4%	30,8%	24,6%	11,0%	7,1%	6,1%

	а								
Токіо	Японія	27,5%	72,5%	28,2%	20,3%	43,1%	6,9%	1,4%	0,3%
Сеул	Південна Корея	16,3%	83,7%	24,1%	9,8%	58,7%	2,7%	2,8%	1,8%
Гон Конг	Китай	23,4%	76,6%	35,4%	19,5%	30,9%	4,5%	5,8%	4,0%
Барселона	Іспанія	9,7%	90,3%	35,2%	29,0%	16,9%	6,8%	12,1%	0,0%

Джерело: [51]

Крім туризму, можна очікувати, що культура та креативність стимулюється місцевими жителями для підвищення їх якості життя. Дійсно, амбіційне міське самоврядування може використовувати креативність для покращення і стабілізації клімату міста, сподіваючись залучити нових резидентів: багаті домашні господарства збільшують податкову базу міста; кваліфіковані працівники підвищують якість місцевої роботи; «нові таланти», які б втілили новий проект і принесли новизну в місцеве середовище [53].

Тому, згідно з отриманими дослідженнями Лондон, Нью-Йорк та Париж можна вважати прикладами для всіх міст, які змінюються у напрямку креативності. Саме в цих містах креативність формує ідеальні умови для життя, роботи, особливо студентів та креативної молоді, а також привабливі для створення нових домогосподарств.

Висновки до розділу 2

1. Досвід формування креативних міст – різноманітний, оскільки все залежить від культурних особливостей, історичних та територіальних. Лондон, Нью-Йорк, Сінгапур та Сан-Франциско – це ті креативні міста, які вважаються до різних етнічних груп, історично відомі як центри своїх альтернативних культур, осередки творчої та технологічної промисловості. Самі ці креативні осередки зберігають свою нинішню активну культурну суміш та можуть надати модель для інших міст світу, що стоять перед питанням креативного розвитку.

2. Стратегії розвитку креативних міст вражають своєю різноманітністю, проте всі вони зосереджені на покращення життя

населення та полегшення повсякденної роботи. Кожне місто створює та вдосконалює свою інфраструктуру для більшої практичності, естетичності, використовуючи мистецтво та культуру для вирішення таких проблем, як: демографічний перехід, реалізація нематеріальної спадщини, підтримка туризму, підвищення доступності до освіти тощо.

3. Розвиток креативних міст спрямований на підтримку та зростання робочих місць, вдосконалення інфраструктури, покращення економічного становища міста, що впливає на економіку країни. Основним елементом креативних міст є креативна сфера, у якій станом на 2015 рік, вироблялося 3,5% усіх продуктів та послуг Європи, а також використовується понад 6,7 млн осіб або 3% європейської робочої сили. Розвиток різноманітних видів професій у креативній сфері спричинений, перш за все, збільшенням закладів культури: музеї, ресторанів, галерей. Різноманітні музичні та мистецькі фестивалі сприяють припливу туристів. У період з 2010 року по 2015 рік щорічна кількість міжнародних відвідувачів креативних міст зросла більше, ніж на 3 млн осіб. Для Лондона характерне зростання на 4,42 млн осіб, а за 2015-2016 рр. приріст становить 7%. Париж прийняв туристів на 2,27 млн осіб більше, ніж у 2012 р. (2,1% зростання за 2015-2016 рр.). Досліджувані креативні міста Сінгапур – 4,1% росту, а Токіо аж 12,2%, показник є найвищий серед усіх креативних міст. Отже, ми підтвердили думку, що розвиток креативних міст – це один з найважливіших секторів підтримки економіки країни.

РОЗДІЛ III.

ТРАНСФОРМАЦІЯ МІСЬКОГО ПЛАНУВАННЯ У РАМКАХ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ МІСТ В УКРАЇНІ

3.1. Креативний потенціал міст України

Стратегія креативного міста стала чи не найбільш вагомими рушієм розвитку всіх країн світу. Оскільки, як великі, так і малі міста є центрами розвитку цивілізації, тому вони змушені боротися з багатьма викликами стосовно розвитку інфраструктури, екології, соціальною привабливістю та технологічним розвитком. Сучасне місто – це джерело економічної сили, розвиненої культури та освіти, це перш за все, місце, де є можливість реалізувати ідеї, нововведення, технології та інновації, які покращать добробут населення. Виходячи з цього, поглиблюється конкуренція між містами, оскільки комфортна інфраструктура має суттєвий вплив на показники населеного пункту та сприяє заохоченню іноземних інвестицій.

Україна лише на шляху розвитку, який вже давно пройшли більшість вищезазначених міст світу та досвід, яких можна перейняти нашим містам. Наша держава багата на природні ресурси і корисні копалини, а також має потужний людський фактор (інтелект нації). Втім, ускладнена внутрішня ситуація і постійний зовнішній тиск стимулюють пошуки нових джерел економічного зростання і продуктивності.

Україна залишається осередком національної самобутності та унікальності завдяки традиціям та історичним подіям міжнародного значення, динамічній культурі і людям різних національностей, що в сукупності забезпечує їй сталі переваги та відчуття натхнення і спритності для посилення економічного зростання в найближчому майбутньому. Відтак, в Україні є значний потенціал для розвитку як креативних міст, так і стимулювання креативних проектів в інших галузях економіки [54].

В Україні вже сьогодні на стадії реалізації знаходиться чимало проектів щодо розвитку креативних міст, до найпотужніших з яких належать

концепція розвитку столиці України – Києва, на основі інновацій та ІТ-сектору. Вже реалізовано безліч проектів в межах концепції креативного міста, головними з яких є: електронне паркування, картка киянина, єдиний проїзний квиток для всіх видів громадського транспорту, програма диспетчеризації транспорту для контролю за переміщенням громадського транспорту й оптимізації витрат пального, інтелектуальна система управління транспортом тощо.

Вдалим прикладом є реалізація проекту креативного міста у Львові. Саме в цьому місті вже функціонують, в рамках проекту, електронні петиції до Львівської міської ради, системи онлайн закупівель ProZorro. В ближчій перспективі мешканців чекає створення інтерактивних класів у школах, система моніторингу ефективності теплопостачання та водопостачання, замовлення довідок через Інтернет.

Ще в 2012 році компанія KPMG визнала Львів одним із найбільш перспективних міст для розвитку аутсорсингу в галузі ІТ-індустрії, а “The Financial Times” назвала Львів 4 містом у Європі за потенціалом людських ресурсів для ІТ-галузі.

Загалом, у Львові працює 25% усіх програмістів України. Це одна з провідних галузей економіки у Львові та в Україні за темпами росту. Успіх, якого вже досягнув Львів, притягує нових інвесторів і нові кадри. Лише минулого року понад 10 компаній з Криму, Донецька та Харкова вирішили перенести свої офіси до Львова, швидко зростає кількість нових робочих місць.

Крім того, були сформовані пріоритети розвитку креативного міста до 2020 року:

- Будівництво найбільшого в Україні ІТ-парку біля львівського аеропорту;
- Впровадження повноцінної картки львів'янина та розвиток електронного «Особистого кабінету мешканця»;

- Стимулювання розвитку креативних просторів, інкубаторів, коворкінгів, фондів початкового інвестування для інноваційних підприємств;
- Ріст частки галузі інформаційних технологій у ВВП міста до 15%;
- Запровадження інформаційних технологій у всіх сферах життя міста;
- Прихід до Львова 10 найбільших технологічних компаній (Intel, Cisco, Microsoft, Hewlett-Packard, Ericsson тощо) – реалізація проекту «креативний квартал» (комплекс для розробки та втілення проектів)[55].

Отже, певні українські міста все більше прагнуть інноваційного розвитку у всіх сферах, оскільки вбачають в цьому не лише майбутнє сучасного міста, проте не всім це вдається. Найбільший прорив в даній сфері був здійснений в Києві із запуском технології безконтактної оплати Mastercard в Київському метрополітену в 2015 році. Тоді Київ став п'ятим містом в світі, де стало можливим розрахуватися банківською картою в метро на турнікеті. Сьогодні ця технологія вводиться на всі види громадського транспорту. Вже в двох містах – в Києві та Львові – функціонують «розумні» місця для паркування автомобілів та додаток для автомобілістів, який дозволяє оплатити стоянку на муніципальних парковках столиці онлайн [56, с.42-47].

Завдяки концепції креативного міста у Києві вже реалізуються такі проекти:

1. Академія кодування – це безкоштовна освітня програма з основ програмування. В результаті, прийнято понад 1500 заявок на навчання та понад 100 дітей вже отримали знання з основ програмування та алгоритмів.

2. Акселератор міських проектів - допомагає рішенням та продуктам, які хочуть стати частиною інформаційно-комунікаційної структури міста. Акселератор надає обраним проектам ресурси, які мають пришвидшити процес виходу продукту та виведення його на ринок або ж на етап створення пілотного проекту. Пріоритети акселератору – розвиток штучного інтелекту в рамках міста, покращення екології та

енергоєфективність, технології для індустрій креативної економіки, фінансового сектору, медицини.

3. «Open World» - це соціальний проект, який допомагає незрячим людям і людям з проблемами зору шляхом оптимізації і поліпшення міста в якому вони живуть. Головною частиною системи є спеціальні Bluetooth-Low-Energy маячки, які будуть встановлені на міському транспорті, світлофорах і інших важливих місцях. Кожен зможе встановити такий маячок на дверях власного будинку, кафе і будь-якому місці, де він може стати корисним. Людина, з проблемами зору, може отримати перелік маячків, що знаходяться навколо, за допомогою спеціального мобільного додатку, прослухати додаткову інформацію, прокласти маршрут і дізнатися точне положення об'єкта в просторі (звукове повідомлення від маячка) [57].

Від столиці України не відстає й Івано-Франківськ, з великою кількістю креативних проектів, з яких найпопулярніше це «Тепле місто», що має на меті перетворити місто на прогресивне, комфортне та привабливе для туристів. Зробити це планують через розвиток середнього класу та горизонтальних зв'язків у місті. Частиною ініціативи є проект «Теплий арт», який підтримує сучасне мистецтво. Він включає в себе відкритий освітній лекторій і мистецьку резиденцію в Івано-Франківську (першим до неї потрапив польський скульптор та автор відео Павел Альтгамер). Наразі активісти планують реконструкцію однієї з вулиць, що має наочно втілити плани «Теплого міста» [58].

Вже реалізовано в Івано-Франківську ресторанчик-проект «Urban space 100», також розробляється концепція трансформації заводу «Промприлад» на креативний простір творчості та пізнання [59].

Креативне місто – це приваблива зовнішня інфраструктура, тому у Вінниці в рамках креативної концепції реалізують проект «Vin Art City», тобто мурал-арт (стінопис). За останній час чимало стін вінницьких будівель прикрасили картини художників з різних міст України (Вінниці, Києва, Луцька, Харкова, Львову). Це не лише формує креативне міське середовище

та туристично привабливий імідж міста, а й активізує безпосередню участь вінничан у перетворенні свого міста [60].

Проте, найбільша кількість мурал-арту реалізовується в Києві, оскільки в 2016 році спостерігався «бум» даного прояву мистецтва. Для стінопису часто запрошуюються художники не лише з України, але й з Бразилії, Австралії, Польщі, Аргентини, Британії, Португалії та Іспанії. Приїзд креативних творців і витрати на матеріали оплачують спонсори. Мурали вже стали справжньою прикрасою Києва та мають всі шанси стати його новою візитною карткою. Наразі Київмурал налічує 149 стінописа та 28 художника [61]. Варто зазначити, що ця креативна тенденція розвивається ще у Львові, Дніпрі та Харкові.

Отже, прояв розвитку наряду креативного міста спостерігається практично в кожному обласному центрі не лише завдяки створенню креативних парків та арт-об'єктів, але й коворкінг або хабів. У Львові на етапі реалізації арт-кластер «Фабрика повидла» й анонсовано амбітний проект під назвою «Креативний квартал», який реалізовуватиметься спільно з Intel, Cisco, Microsoft, Hewlett-Packard, Ericsson, Schneider Electric, Mastercard, а також за підтримки УКУ, LvBS, «Дзиги», Музею ідей тощо.

У Рівному розпочато мапування культурних і творчих ініціатив з метою створення креативного кластера. Ще в Вінниці, Києві, Львові, Чернігові розвивається мережа IT-коворкінгів під брендом iHUB яка має на меті забезпечення доступу до освіти й інвестицій, а також створення простору для діяльності IT-компаній в Східній Європі [62].

Центром тяжіння для креативного класу в Києві за минулий рік став Арт-завод «Платформа» з однойменним коворкінгом. Сьогодні, це є вдалим прикладом формування сучасного простору для представників креативних сфер: IT компаній, дизайнерів, художників, театралів, скульпторів, сатрапів та всієї активної громадськості. Основна ціль арт-завод – це поєднати розвиток, освіту та відпочинок, тому регулярно організовуються пізнавальні

конференції, лекції, воркшопи, виставки, перформанси, де можна знайти однодумців або налагодити зв'язки співпраці з освітніми центрами та різноманітними організаціями.

Загальна територія «Арт-заводу Платформа» сягає 120 000 м² та поділена на офіси, коворкінг, закриті виставкові площадки, галереї, арт-простір, івент-простори для проведення фестивалів, конференцій, хакатонів, концертів та маркетів.

Основна філософія даного проекту це «Люди. Ідеї. Робота»:

– Люди. Талановиті креативні люди – це рушій прогресу сучасного бізнесу. На «Арт-заводі Платформа» діє та розвивається спільнота професіоналів нового покоління. Тому, завданням є створити комфортні умови для розвитку.

– Ідеї. «Арт-заводу Платформа» був створений завдяки трансформації минулого в майбутнє. Організатори впевнені, що це дасть поштовх жителям та гостям міста реалізувати свої ідеї та відкрити нові горизонти.

– Робота. Проект сприяє об'єднанню праці з відпочинком та освітою - тренд креативної економіки. На теренах «Арт-заводі Платформа» реалізуються сотні цікавих проектів та активізуються спільноти новаторів та підприємців, лідерів майбутнього [63].

Варто зазначити що формування креативного міста залежить від наявності креативних просторів. До прикладу, в 2010 році було засновано проект фонду «Ізоляція» - IZONE. Це креативне співтовариство, яке функціонує як на національному, так і на міжнародному рівнях. Офіс даного товариства розташований в 4-поверховій будівлі на березі Дніпра та складається з багатофункціональних робочих зон індустриального стилю, серед яких є галереї, виставкові зони, локації для проведення конференцій, зустрічей, концертів, студій, творчих майстерень, а також є магазин, кафе та тераса.

Ціль – заохочення широких мас суспільства в креативні процеси, сприяючи їхньому розвитку та об'єднання всіх, хто зацікавлений в творчій реалізації.

Організатори проекту забезпечують робочим середовищем для дослідження креативних процесів та виробництво креативного продукту. Крім того, всім охочим пропонується набір різноманітних дисциплін та видів діяльності з метою стимулювання діалогу в умовах культурного експерименту та підприємництва.

IZON –це:

- освітні програми, майстер-класи, курси, лекції;
- виставки українських та іноземних митців;
- великі фестивальні проекти;
- міжнародні програми, як спрямовані на підтримку молодих спеціалістів в креативному секторі.

Цілі IZONE:

- створення успішних колективів творчих людей та підприємців, надаючи можливості, простір та ресурси для отримання прибутку;
- передача досвіду на навиків;
- розвиток креативного суспільства як експертний центр місцевого, національного та міжнародного значення;
- стимулювання місцевої економіки за допомогою культурних ініціатив, розвиваючого туризму, соціальних інтеграцій та співробітництва;
- розробляти освітніх програм [64].

Також, важливим досягненням є створення муніципального креативного простору «Level 80» для молоді в центрі Вінниці. Його відмінність від інших є безкоштовне перебування. Креативний простір «Level 80» містить: зону для відпочинку, ігрову кімнату, креативну фотозону, зону буккросингу, настільні ігри, Free WiFi. Заклад створений з метою об'єднання

креативної молоді та створення місця, де можна реалізувати свій потенціал [65].

Варто зазначити, що в Україні досить популярним став проект «Творимо креативні міста в Україні», ідея якого полягає в тому, щоб сформувати джерело даних та поширювати інформацію про концепцію креативних міст, ділитися досвідом та знаходити допомогу для реалізації задуманого. Даний проект функціонує завдяки ГО «Творча майстерня «Штука» у співпраці з Британською радою в Україні та Центром міської історії Центрально-Східної Європи. Основною метою проекту є підвищення рівня життя населення у містах шляхом залучення молодих, творчих та активних людей. Основним партнерами в рамках співпраці виступили приватні та громадські організації та європейські міста у Великобританії, Польщі, Чеській Республіці, Угорщині, Словаччині, Словенії, Україні, Швеції, Норвегії, Данії, Фінляндії, Естонії, Латвії, Литві.

Проявом розвитку феномену «креативне місто» в Україні – це реалізація спільного проекту ЄС/ПРООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» допомагає 26 містам-партнерам інтегрувати інноваційні технології у життя міст, щоб зробити їх більш комфортними та доступними для всіх жителів. У Івано-Франківську люди з обмеженими можливостям та батьки маленьких дітей можуть комфортно переміщатись містом. Веб платформа DOSTUP [66] допомагає спланувати маршрут, з урахуванням наявності пандусів, громадського транспорту з низьким розташуванням підлоги, світлофорів з звуковими сигналами та іншого. Це лише один приклад успішної інтеграції технологій з поміж інших 39 ініціатив, підтриманих проектом ЄС/ПРООН. У результаті понад 2,5 млн людей в Україні отримали користь від впровадження таких заходів як «Розумна Рада», «Електронна медицина», «Розумні автобусні зупинки», мобільні додатки для туристів тощо. Усі ці технології мають на меті зробити міста комфортними та доступними для всіх людей [67].

Варто зазначити, що потенціал креативних міст характерний більше для великих міст України, проте одне невеличке українське місто Косів, Івано-Франківської області, все ж таки вибороло перемогу в проекті «Креативні міста і регіони», який є ініціативою Програми ЄС і Східного партнерства «Культура та креативність». В результаті, експерти сформуують план культурного розвитку регіону, що можливо дасть поштовх до креативного розвитку.

Стосовно проекту, було опрацьовано понад 84 заявки із шести країн. Проте, перемогу отримали: Сісіян (Арменія), Шамкір (Азербайжан), Світлогорськ (Білорусь), Мцхета-Мтианеті (Грузія), Орхей (Молдова) та Косів (Україна).

Як винагорода, експерти не лише проаналізують культурні та креативні ресурси цих регіонів, але й розглянуть індивідуальний план розвитку сектора і сприятимуть співпраці міст з міжнародними консультантами по розвитку.

Мета ініціативи «Креативні міста і регіони» – допомогти містам підвищити креативний потенціал, туристичну привабливість, а також обізнаність серед жителів і місцевих адміністрацій про значення культури в креативних індустріях у малих та середніх містах і регіонах.

Косів – це мальовниче місто на Гуцульщині, відоме своїми ремісниками та збереженням національних традицій вишивки, кераміки, ткацтва і кування. У місті також працює Інститут декоративно-прикладного мистецтва, який приваблює студентів зі всієї України. Поруч з містом діють креативні простори «Хата Майстерня» і «Дідова Хатчина» [68].

Проте, більшість проектів реалізуються в Україні за підтримки зарубіжних і міжнародних компаній, зокрема з Європи, Америки та Канади. В той час, як українські інвестори, фірми та підприємства менш захоплені ідеєю креативності і не готові вкладати кошти в проекти такого типу. Тут потрібне відповідне середовище, партнерство та внутрішня підтримка, з чим в Україні проблематично.

3.2. Проблеми розвитку креативних міст

Креативні міста – не далеке майбутнє, це сьогоднішня з яким стикаються більшість міст, які прагнуть розвиватися. Проте виникає багато перепон на шляху креативного вдосконалення в Україні. Перш за все, варто зазначити основу креативних міст, так звані чотири надійні «слони» дійсно вдалих креативних міст Європи, Австралії, Канади та Америки:

- 1) сформована політика та законодавство, які сприяють розвитку креативних міст;
- 2) кластери, хаби, інкубатори;
- 3) креативні ресурси (в тому числі й людські);
- 4) професійні мережі та асоціації.

Ці опори забезпечують сталий розвиток та стійкість креативного міста. Активну роль у створенні креативних зон відіграє муніципалітет, оскільки сучасні міста у світі конкурують передусім за креативних людей і доступ до технологій. Мережі та асоціації відстоюють інтереси сектору в політичному середовищі й спонукають дотримуватися відповідних стратегій та ухвалювати нормативні акти, які усувають, а не створюють бар'єри на шляху розвитку.

Натомість, в Україні лише починає формуватися сприятливе середовище для креативних сфер, оскільки інституційна спроможність сектору слабка, проте наявний потужний креативний потенціал [62].

З точки зору економіки, Україна – це відносно невеликий ринок, якщо порівнювати з ринками Європи чи Америки, тому економічний вплив креативних індустрій незначний [69]. Внесок креативного сектору до ВВП України, станом на 2016 рік, складає 3,4% валового внутрішнього продукту. До даного сектору можна віднести ІТ, створення креативної продукції, кіно і музику, рекламу та інше, в якому зайнято до 1 млн осіб, в т.ч. в ІТ секторі - приблизно 100 тис. чоловік. Значна кількість осіб, працюють в Україні в іноземних компаніях, в сфері комп'ютерних технологій [70].

В Україні спостерігається негативні показники впливу креативних індустрій на міжнародну торгівлю, про що свідчить зменшення товарообороту креативною продукцією у 2015 році в порівнянні з 2012 роком. В експорті креативною продукцією спостерігається пониження показника на – 16, 345, а імпорт -27, 407. Втім, позитивний показник характерний при порівнянні 2015 р. з 2003 р, зі збільшенням імпорту на 9,125 та експорту на 13,221. Більшість українського імпорту надходить з країн, що розвиваються, і частково з розвинених економік.

Таблиця 3.1.

Темпи зростання обсягу експорту та імпорту товарів, річний, 2003-2015 рр.

Період	2003 – 2015 рр.		2012 – 2015 рр.	
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт
Продукт				
Всі креативні товари, млн дол. США	13,221	9,125	-16,345	-27,407
Мистецтво, млн дол. США	3,602	6,612	-10,717	-15,395
Дизайн, млн дол. США	13,636	13,621	-17,757	-28,137
Виконавче мистецтво, млн дол. США	3,486	10,254	-19,640	-27,997
Видавнича справа, млн дол. США	17,161	0,962	-16,288	-29,508
Візуальне мистецтво, млн дол. США	29,798	9,765	-10,899	-39,541

Джерело: [70]

Незважаючи на те, що товарооборот креативною продукцією повільно збільшується, частка креативних товарів України в світовому експорті не перевищує 0,17%, які направляються переважно в країни з перехідною економікою. При цьому товарна структура експорту мало диверсифікована і включає в основному продукцію сфери дизайну, видавничої діяльності і творчих ремесл. До того ж, креативна продукція України часто реалізується з метою задоволення духовних потреб, а не отримання прибутків, що не має позитивного ефекту у вітчизняній економіці [54].

На сьогодні більшість міст України характеризуються низьким рівнем соціально-економічного розвитку і ділової активності, є депресивними, що ускладнює формуванню креативних міст. Однак певні з них володіють значним туристично-рекреаційним, культурно-історичним і природним

потенціалом. Сприяння розвитку туристичної сфери в містах необхідно розглядати як інструмент підвищення рівня зайнятості населення, зменшення трудової міграції, посилення ділової активності, поліпшення фінансових показників діяльності підприємств, формування позитивного туристичного іміджу.

Проблеми, які існують в сучасних містах України є наступними:

- незадовільний стан загальної інфраструктури (дороги, водопостачання, водовідведення, теплопостачання) та комунікаційної інфраструктури (рівень телефонізації, зв'язку, транспортного сполучення, інформатизації);

- значні деформації людського потенціалу в його структурі: від'ємне значення природного приросту населення; зростання кількості осіб пенсійного віку;

- високий рівень безробіття;

Відсутність в туристичній індустрії кваліфікованих кадрів та низька якість підготовки наявних фахівців, як на рівні підприємств (закладів розміщення, харчування та екскурсійного обслуговування), так і органів управління, загострює недостатнє інформаційне забезпечення сприянню промоції міст [71].

Однак, в умовах сучасної економіки особливістю креативного міста є не тільки висока концентрація представників креативного класу, але і реальні результати креативної економіки у вигляді інноваційних розробок і росту високотехнологічного виробництва. Вони також демонструють стійкі ознаки життєздатності регіонів, такі як приріст населення і зайнятості. Щодо України, то важко сказати скільки міст активно проводять власну політику розвитку своїх міст.

Формування креативних міст має базуватися, перш за все, за наявності певної інфраструктури. Тому завданням регіональної влади має бути підтримка соціального підприємництва, закладів культури і мистецтва, сприяння креативного потенціалу міст. Мається на увазі підтримка освітніх

закладів, розбудова системи охорони здоров'я, забезпечення дозвілля населення, розробка заходів сприяння інвестиційної привабливості регіону.

На державному рівні культурна політика повинна бути спрямована на пряму підтримку креативного підприємництва, формування гнучкої податкової політики, політиці захисту інтелектуальної власності в рамках реалізації креативних проєктів.

По-друге, головною умовою розвитку креативних міст полягає у формуванні креативного міського середовища, утворенні соціально інклюзивних творчих місць, розвитку креативного класу, без існування якого, власне, розбудова креативної економіки практично виключається. Це пов'язано з тим, що креативний клас стає не тільки активним споживачем креативних товарів і послуг, а й основним його виробником.

Забезпечення належних умов життя, підвищення її якості, формування соціальної стабільності та адаптації забезпечать привабливість міста не тільки для його мешканців, а й сприятиме розвитку туристичних потоків. Крім того, зменшується ризик трудової еміграції, які набувають лише тенденції приросту, особливо після впровадження безвізового режиму.

З цієї позиції завданням регіональної влади спільно з вищими навчальними закладами стає формування системи профорієнтації молоді, налагодження програм стажування тощо. Реалізація таких заходів дасть змогу забезпечити ринок праці успішними та перспективними кадрами.

Креативні міста сприятимуть підвищенню динамічності, стійкості та загальної конкурентоспроможності регіональної економічної системи. Досягнення таких результатів можливо через активізацію інноваційної діяльності. Заходи державного впливу повинні бути спрямовані на створення єдиного інституційного та нормативного простору для функціонування приватного сектору та державних структур. Поєднання державних та приватних ініціатив спрямованих на досягнення єдиної цілі – формування креативного простору, стане вагомим кроком до забезпечення соціальної стабільності та стійкого економічного міського розвитку.

Таким чином, основними напрямками формування креативного міста має бути спільна діяльність усіх суб'єктів креативної економіки спрямована на:

- підтримку та розвиток високотехнологічного підприємництва;
- забезпечення інвестицій в людський капітал та підтримку креативного підприємництва;
- підтримку та сприяння наукових та дослідних розробок;
- оптимізацію культурних та суспільних послуг, вільний доступ до них;
- широке застосування інформаційних технологій у державному секторі, використання інноваційних підходів до реалізації їх цілей;
- формування умов для покращення якості життя;
- підвищення комунікації між різними формами підприємництва, забезпечення тісних зв'язків з мистецтвом і культурою [72].

Оскільки Україна прямує до Європи, то необхідно відповідати європейським стандартам. Тому, всі креативні міста Європи, як зазначалося вище, включені в «Мережу Креативних Міст ЮНЕСКО», в якій є лише одне українське місто – Львів. Щоб стати членом «Мережі», місто має пройти спеціальні процедури: сформувавати звіт з чітким описом наявних культурних активів, запропонувати можливі напрямки співпраці з європейськими містами та найважливіше необхідно мати стратегію або стратегічний план, що і є найбільшою проблемою, оскільки не у всіх містах вони є, а якщо наявні – то дуже старі, які не підлягають реалізації [73].

Окрім перерахованих вище проблем, одним з найактуальніших для всіх секторів творчої економіки є питання захисту авторських прав. Розглянувши проблеми безпосередньо творчих секторів економіки України, можна провести невеликий аналіз ресурсів, які можуть бути задіяні у формуванні креативних індустрій. Одним з головних ресурсів є організаційно-фінансовий. На державному і муніципальному рівнях влади необхідне

включення креативних індустрій у програми по підтримці малого і середнього бізнесу, створення системи додаткових податкових пільг і зон вільної економічної діяльності. Окрім цього комерційні і некомерційні організації, що становлять економічний сектор креативних індустрій, повинні мати право на отримання державних і муніципальних субсидій, грантів.

Ще однієї, не менш важливою проблемою є кадрове забезпечення, безпосередньо пов'язане з нерозвиненістю креативного ринку в більшості невеличких міст. Відсутність у місті грамотних професіоналів, арт-менеджерів, продюсерів, кураторів творчих проектів, з одного боку, і відсутність посередників між творцем і споживачем — колекціонерів, критиків, цінителів мистецтва, моди і та ін., з іншого боку, стримує розвиток креативних міст і творчий обмін між творцями і споживачами. Окрім перерахованих вище проблем, одним з найактуальніших для всіх секторів є питання захисту авторських прав [74].

На жаль, треба констатувати, що в Україні не всі міста мають креативний потенціал. В Україні спостерігається відсутність повноцінної інформації про креативні індустрії, креативні міста та зайнятість в креативній сфері. Багато представників органів влади стверджує, що виникають серйозні труднощі з формулюванням державної політики в сфері культури через брак, а часто і повну відсутність, необхідної інформації про практичні методи та стратегії управління. Разом з тим, проблемою є і саме розуміння культури, її значення в сучасному світі і тієї ролі, яку вона може грати в модернізації суспільства й економіки. І навіть саме трактування культури, яке використовується в Україні, є застарілим і часто дуже вузьким, тому що опирається на концепції XIX століття або ідеї класичної культури, що створює реальні перешкоди для тих можливостей, які можуть забезпечити в країні креативні індустрії [54].

Жоден креативний проект, який вже реалізований в українських містах не є власне мистецьким, культурні практики є їхньою невід'ємною частиною. Коли говорити про майбутнє таких або подібних проектів в Україні, то

вивчення європейського досвіду синергії культурних і міських проектів показує: більшість із них не могли б відбутися без участі державних інституцій, які переважно надають свою матеріальну й інфраструктурну підтримку. Культурні інституції, своєю чергою, докладають зусиль для того, щоб зменшити навантаження на місцеві бюджети, але уявити успішні практики повністю поза участю держави дуже складно. Потрібна підтримка вищих рівнів влади, тих хто приймає рішення, на жаль в Україні така практика не здійснюється. Натомість, складність ситуації полягає не лише в бюджетному фінансуванні, а й у самих процесах комунікації та співпраці між державними та недержавними організаціями. Брак очевидних зусиль налагодити прозору та відповідальну роботу, з одного боку, та брак довіри, з другого, майже унеможливають плідну співпрацю в межах довготривалих проектів.

Вітчизняні спроби оновлення просторів на кшталт «Арт-заводу Платформа» чи Центру Довженка в Києві чиновники зустрічають байдужістю або опором. Ціла низка голосних конфліктів останніх місяців (від ситуації зі Сквером Небесної Сотні до Софії Київської), кульмінацією яких став процес обрання нового головного архітектора столиці, показує, що ситуація зайшла в глухий кут.

Влада не хоче ставати відкритою до культурних організацій і громад, а активісти вчаться обходитися без її допомоги у своїх планах. Це наразі ставить хрест на можливості розбудови глобальних міських проектів [58]. Звичайно певні міста мають потенціал стати креативними містами і можуть переймати досвід вже реалізованих зарубіжних міст, проте на нашу думку, для цього потрібна держава, яка створить комфортне середовища та готові до змін люди.

3.3. Перспективи розвитку і стимулювання креативних міст в Україні

Старі способи функціонування міст вже давно не працюють так добре, як у минулому. Міста з неприємною атмосферою, не сучасним дизайном та

не привабливим зовнішнім виглядом не зможе впоратися з викликами сучасності та бути конкурентоспроможним, а таких міст в Україні більшість, не говорячи про містечка та населені пункти. Тому, для створення креативного місто достатньо реалізовувати ідеї, які набули популярності та принесли позитивні зміни у багатьох креативних містах різних країн світу. Найпростішими та найдоступнішими проектами для розвитку креативних українських міст є:

1. Створення сервісу оренди велосипедів, облаштування велодоріжок та паркінгу. Саме це необхідно містам, де є велике скупчення історичних пам'яток на різних відстанях (Львів, міста Карпат та Закарпаття) [75]. На даний час функціонує перша система громадського велопрокату «Next Bike». Суть проекту – це можливість взяти в оренду велосипед в одному місці та здати в іншому місці. Така система працює у Львові, де наявні такі 4 пункти прийому-здачі [76].

2. Обмеження використання малих архітектурних форм (МАФів) та впорядкування вуличних ринків. В будь-якому місті можна спостерігати велику кількість пластикових, металевих чи дерев'яних кіосків, які не вписуються в архітектуру та дизайн міста і достатньо псуєть вигляд. Особливо таке явище можна спостерігати на центральних площах. Тому, для початку, достатньо просто уніфікувати дизайн і розміщати в спеціальних місцях [75].

3. Роздільний збір сміття –це найбільша проблема українців, проте починати треба, оскільки креативне місто функціонує в гармонії з природою, а не забруднює її [75]. Як зазначається у звіті Міністерства регіонального розвитку, будівництва і житлово-комунального господарства «Стан сфери поводження з побутовими відходами в Україні за 2016 рік», лише 5,8% усього сміття в Україні було утилізовано: 2,71% – спалили, а 3,09% – відправили на перероблення. Більш того, у 2016 році у 575-ти населених пунктах впровадили роздільний збір сміття, працював один сміттєспалювальний завод і три сміттєспалювальні установки. Проте,

позитивним зрушенням є те, що згідно з поправками у статті 32 Закону України «Про відходи», з 1 січня 2018 року Україна зобов'язалася сортувати все сміття за видами матеріалів, а також розділяти його на придатне для повторного використання, для захоронення та небезпечне [77].

Також є проекти, які здійснюються безпосередньо з підтримкою держави і вони не менш значущі:

1. Кожне креативне місто має мати генеральний план. Розробка таких планів вимагає коштів, яких у містах переважно нема, проте це є важливим пунктом у розвитку креативного напрямку. Генеральний план населеного пункту наявний лише у великих містах або ж обласних центрах.

2. Перетворення старих заводів та приміщень під креативні центри. В Україні цей проект набуває поширення, як згадувалося раніше, і це правильно, оскільки молоді не хватає місць та центрів де можна розвинути свій креативний потенціал на благо міста. Для успіху цього проекту необхідні дві складові: воля міської влади та інвестор, який приведе будівлю в робочий стан.

3. Реставрувати фасади історичних будівель, яка практикується у всіх містах Європи. Переважно здійснюється на основі роздільного фінансування влади та власників будинку [76].

4. Безкоштовна цифрова бібліотека. Радянський тип бібліотечної справи відходить в минуле. В цифрову епоху, коли в кожного вдома є принаймні один гаджет, нерозумно не використовувати цей потенціал. Для початку – у співпраці з компаніями, як це показує досвід МТС у великих містах України. Послугами такої віртуальної бібліотеки вже змогли скористатися мешканці та гості Києва, Львова, Вінниці, Одеси та Житомира. Для прикладу, у Львові через мобільну бібліотеку, можна було завантажити понад 500 книг різних жанрів. Віртуальні книжкові полиці були розташовані на західній частині площі Ринок. На корінцях зображених на них книг розміщені спеціальні QR-коди, за допомогою яких книги можна безкоштовно завантажити в

електронних форматах через публічну мережу Wi-Fi і залишити у себе назавжди [78].

5. Прибрати зовнішню рекламу з історичного центру міста. Історичні фасади сховані за убогою рекламою біл-бордів, якої останнім часом стало дуже багато. Прикладом слугують європейські країни, які місця на щитах, що залишились, продаються за принципом аукціону, і що приносить міському бюджету великий прибуток [79].

6. Соціальні контейнери. На противагу сміттєвим бакам є доцільність встановити по місту кілька точок для збору вживаного одягу (досвід Львову, Луцьку, Волині). В Луцьку соціальний контейнер – чималий, його розмір 2 на 2 метри. Їх в Луцьку поки два. Зібрані речі зберігають на складі міського територіального центру соціального обслуговування. Волонтери все ретельно сортують [80].

7. Розмальовані стіни. Значна частина житлового фонду українських міст побудована за радянських часів, і зараз наші будинки – сірі, непривабливі та часом навіть моторошні. виправити ситуацію легко: віддайте стіни будинків для розмальовування митцям, як це щороку роблять на фестивалі Республіка у Кам'янці-Подільському [81].

8. Креативне місто має мати свій логотип та бренд. Такі візуали – це мова спілкування міського середовища з його гостями. Створити свій бренд в ОТГ допомагає проект «BRANDVILL». Команда молодих та креативних людей допомагає містам, містечкам та об'єднаним громадам знайти свій бренд (виготовлення меду, сироварня, виробництво соків чи садівництво), допомагає створити карту села для туристів та пропонує логотип. Такі заходи неодмінно підвищать імідж міста [82].

9. Інтерактивні музеї – це майбутнє, яке має замінити нудні виставки та старі музеї. В Європі застосовуються нові технології для заохочування відвідувачів музею [81]. Прикладом виступає музей у Вінниці та Тернополі. У Вінниці – це понад 1000 кв. м. простору, 150 експонатів до яких можна торкатися, фотографувати, без жодних обмежень у часі. У музеї Науки

проводять майстер-класи, хімічні та фізичні уроки [83]. У м. Тернополі інтерактивний музей дещо менший, 660 кв.м. та 30 експонатів, проте можна познайомитися з історією розвитку ІТ-технологій та зрозуміти найважчі теорії фізики та хімії [84].

Одним із не менш дієвим стимулом розвитку креативного міста в Україні є навігатор сталого розвитку, який виступає певним інструментом ухвалення системних управлінських рішень на основі даних, що генерує місто. Навігатор дає змогу грамотно оперувати креативним потенціалом міста, дотримуючись принципів сталого розвитку міського середовища.

У перспективі очікується, що послідовне використання Навігатора дозволить зробити міста привабливими креативними урбаністичними середовищами, комфортними для життя, сприятливими для творчої самореалізації та ведення бізнесу.

Місто з такими характеристиками стає магнітом для талантів, які формують життєздатну спільноту, тобто оперативно і винахідливо долають виклики, перед якими місто постає в пост-індустріальному та пост-конфліктному середовищі.

Для пілотування методики Навігатора обрано — Київ, Львів, Івано-Франківськ та Дніпропетровськ, які є одні з основних міст, які мають перспективу стати креативними в Україні. Тому, дані міста не мають втратити дану можливість, яка допоможе їм на шляху креативного розвитку.

Навігатор складається з системи координат:

1. Містяни та гості міста

Отримують путівник, який підкаже яким чином розкрити і реалізувати свій креативний потенціал в локальному урбаністичному ландшафті та які сприятливі сили діють в конкретному середовищі, а які фактори слабо розкриті в характері міста.

2. Громадські діячі та соціальні інвестори

Виявлять критерії ефективності для локальних програм та регіональних проєктів, вплив яких буде найбільш релевантним і тривалим в місцевому

контексті; зможуть обрати оптимальну «траєкторію» для взаємодії з іншими гравцями на час роботи з локальними викликами, включаючи розв'язання конфліктів та досягнення синергії; зможуть розширяти доступ до фінансування на принципах поінформованості та максимізації соціальної віддачі добродійних ресурсів, і таким чином виступати в ролі певного оператора процесу сталого розвитку міст і скоординованим зусиллям забезпечувати його керування.

3. Міські департаменти та міністерства

Застосують цей інструмент з метою оперативного відновлення регіонів для розробки та ухвалення системних управлінських рішень в контексті актуальних та майбутніх викликів, що стоять перед країною; на основі даних про креативну спроможність міст визначають дієві пріоритети для формування нової креативної моделі економіки в регіонах; впроваджують ефективні політики для приватних та державних інвестицій, з якими побудують змістовні комунікації та налагодять співпрацю із зацікавленими сторонами в регіоні та зовнішніми партнерами.

4. Бізнес-активісти та креативні підприємці

Застосують цей інструмент з метою формування інтелектуаломістких індустрій, для розробки та ухвалення системних управлінських рішень, здатних посилити конкурентні переваги на локальному та глобальному рівнях; відкалібрують на власних підприємствах ланцюги створення доданої вартості та мережі дистрибуції продуктів, сервісів заради активізації бізнес-процесів. підвищення продуктивності обмежених ресурсів в поєднанні з досягненням соціальної та екологічної рівноваги [85].

Отже, ситуація в майже в кожному українському місті склалася аналогічна: не розвинена інфраструктура, проблеми з освітленням, хаотичне будівництво та інше, проте для кожного міста характерна наявність різних креативно-мислячих людей, які здатні розпочати ці зміни, які потім підхопить все місто. Ідей для розвитку міста та переформатування його в креативне досить багато – це встановлення ліхтарів-вказівників, монтування

інтерактивних скульптур, зелені насадження та клумби, публічні туалети, облаштування пустирів, встановлення правил оформлення вивісок магазинів, нічні рейси громадського транспорту, енергозберігаюче освітлення, безпечні дитячі майданчики та інше [86].

Проте, ми вважаємо що не всі українські міста мають перспективу стати креативними, проте ті, які все ж таки досягнуть цієї мети відкриють нові горизонти соціально-економічного прогресу. Ці міста стануть динамічними та високоприбутковим сектором національної економіки, завдяки якого буде поєднуватися суспільний, культурний, соціальний та інституційний капітал на всіх рівнях.

Висновки до розділу 3

1. На сучасному етапі в контексті розвитку креативних міст, для України притаманно розвиток ІТ-сфери та впровадження інновацій, особливо у Львові, Києві та Вінниці. Звичайно ж, значна частка зайнятих в ІТ-сфері сформувалася у Львові - 25%, що є одним з пріоритетних напрямків розвитку економіки. Щодо столиці, Київ розвивається в напрямку креативного міста досить швидкими темпами, оскільки реконструюються парки, зелені зони, формуються креативні простори, розвивається вуличне мистецтво та оновлюється інфраструктура міста. Звичайно ж, від вищевказаних міст не відстає Івано-Франківськ та Вінниця. Отже, розвиток креативних міст в Україні знаходиться лише на початковому етапі, який виражається створенням хабів, креативних угруповань та просторів в деяких містах – Києві, Львові, Вінниці, Дніпрі, Чернігів та Івано-Франківську.

2. Перешкод до розвитку креативного напрямку в українських містах багато. Проблемними питаннями залишаються такі, як необхідне створення концепції розвитку, стратегічні плани міст та механізмів реалізації концепції розвитку. Необхідна модернізація існуючих освітніх закладів та мистецтва. Також наявна проблема недостатнього регулювання креативної сфери з боку держави, яка має безпосередній вплив на розвиток креативних міст.

3. Перспективи розвитку креативних міст в Україні – значні, проте не для всіх міст. Великим потенціал володіють Київ, Львів, Вінниця та Івано-Франківськ, які можуть стати осередками розвитку креативного напрямку. Проте, є такі міста, які мають потенціал, креативних людей, проте нема необхідного середовища для реалізації, до них належать: Дніпро, Київ, Одеса та міста в Карпатах.

Необхідно створити умови для розвитку і реалізації творчого потенціалу креативної молоді. Проте, варто зазначити, що формування креативного середовища та розвиток креативного міста не тільки завдання регіональної та державної влади, а й креативного класу. Державна політика відіграє важливу роль у розвитку творчих активів міста, його інфраструктури, поєднанні ініціатив приватного та державного сектору. Формування інституційного та інформаційного простору, заснованого на основі розвитку креативної економіки забезпечить унікальні переваги міста у забезпеченні його соціально-економічного розвитку.

Було б добре, якби ви подумали на основі опрацьованої інформації, чи є в Україні міста, які мають потенціал стати креативними, але не роблять цього. Якщо є, то які і перерахуйте, що включає їхній потенціал

ВИСНОВКИ

В процесі розвитку історії економіки країн мінялися в залежності від типу суспільства. Сьогодні ж, як Україна так й інші країни знаходяться на стадії переходу до економіки нового типу. Невід'ємним елементом сучасного розвитку є «креативне місто» - це населений пункт, який виник історично та розвивався під впливом глобалізації, та в якому відбулося скупчення креативних людей і груп, в результаті формування сприятливих умов для розвитку. Дане угруповання людей сприяє зміцненню ідентичності міста, покращення добробуту населення, розширення інфраструктури, внесення позитивних змін у всі сфери суспільства [16]. Важливим є не лише виявлення та розвиток креативних вмінь та навичок людей, але й утворення сприятливого середовища для розвитку цих креативних груп.

Для того, щоб показати позитивний вплив креативних міст на національній економіки, в процесі дослідження нами було проаналізовано поява і розвиток даного явища за кордоном, на прикладі міст, які посідають найвищі позиції у рейтингах креативності: Токію, Нью-Йорк, Сан-Франциско,

Лос-Анджелес, Лондон та Париж крім того, надавались приклади розвитку й інших вже вдало реалізованих креативних міст.

Токіо – місто майбутнього, яке завдяки розвитку концепції креативне місто вирішує проблеми демографічного переходу, створюючи більше можливостей для соціальної інтеграції та залучення громадськості, прагне досягти оптимального використання енергії за рахунок використання чистих джерел енергії. 50 кілометрів від Токіо було побудовано Фудзісава – місто майбутнього, в якому більше 30% електроенергії отримується з альтернативних поновлюваних джерел, в першу чергу - за рахунок сонячних батарей. Це на 70% скорочує вуглецевий слід. Нові технології також дозволяють скоротити споживання води на 30%.

Нью-Йорк це місто, в якому більшість креативних галузей швидко зростають і формують чи не найбільший сегмент економіки міста. Зростає працевлаштування в кіно та телебаченні на 53%, тоді як архітектура (33%), мистецтво (26%), реклама (24%), образотворче мистецтво (24%) та прикладний дизайн (17%) випереджають загальне зростання зайнятості міста.

Щодо столиці Франції, Парижу, місто має хорошу якість життя і є блискучим прикладом того, як планування може зробити місто креативним та комфортним. Тим часом, в Парижі налічується близько 150 музеїв, туристи часто не можуть вибрати між Лувром чи Musée Rodin або L'Orangerie. Це креативне місто продовжує встановлювати темпи для інновацій. Останні заходи включали озеленення міського ландшафту та експерименти з усім, починаючи від стильних водних таксі до часових телескопів VR.

Лондон залишається одним з провідних креативних міст світу, проте в результаті розвитку виникли економічні та культурні проблеми, включаючи збільшення нерівності. Тому, завдяки концепції «креативного міста» мешканці та влада прагнуть врегулювати різко зростаючі ціни на нерухомість, які ставлять під загрозу культурне життя в Лондоні; створити нові культурні центри для розвитку місцевої молоді.

Лос-Анджелес – це один з найефективніших прикладів функціонування креативного міста, зокрема в Америці. Культурна політика у Лос-Анджелесі часто фокусується на туризмі, економічному розвитку та маркетингу. У 2016 році регіон досяг рекордного рівня майже 46 млн туристів, які залучили майже 20 млрд дол. Через це формується великий попит на осіб, які займаються креативною роботою, зараз це 806 осіб з 100000, показник є найвищий серед всіх міст Америки.

Щодо ще одного креативного міста, Сан-Франциско, то це осередок креативних та творчих шкіл, гуртків, коледжів мистецтва, тобто інноваційний коридор для світу у сфері мистецтва та культури, який потрібно підтримувати та розвивати. Організації Сан-Франциско виграють 7% грантів на розвиток культури та мистецтва, понад 10 000 доларів, а також залучають один з найвищих рівнів фінансування Національного фонду мистецтв.

Його культурна сцена робить Сан-Франциско магнітом для туризму. У 2016 році вона мала 24,6 млн. відвідувачів, з яких 2,9 млн - міжнародні відвідувачі за один день. А діяльності Силіконової долини, зробила місто світовим капіталом для творчої та технологічної промисловості.

Далі, в процесі роботи було досліджено стан та перспективи розвитку креативних міст в Україні, проаналізовано появу феномену креативного міста на вітчизняній практиці, розглянуто проблеми, характерні для даного сектора нашої країни та міст, загалом.

В якості прикладу розвитку креативного міста в Україні нами було розглянуто Київ, Львів, Івано-Франківськ та ще декілька міст, які мають перспективу. Київ, на даний час, здійснює найбільше заходів та проектів, на шляху до набуття статусу креативного. Причиною цього являється не тільки історичний статус столиці, як центра всього нового і передового в нашій країні, але й активні дії з боки як населення, так і влади. В процесі дослідження ми ознайомилися з розробками програм, які направлені на розвиток креативного підприємництва, підтримки творчої активності, на

облаштування суспільних територій та створення благополучного простору для комфортного життя та креативної самореалізації мешканців та гостей міста.

Під час написання роботи автор намагався здійснити аналіз показників, щодо працевлаштування осіб в креативній сфері та виготовлення креативного продукту в межах міста, проте нема достатньої інформації для здійснення подібних досліджень, що свідчить про суттєві недоробки в системі статистики креативної сфери в Україні.

Здійснюючи аналіз розвитку креативних міст в Україні, нами зроблений висновок, що не дивлячись на збільшення уваги влади до культури та здійснення більшості кроків для розвитку креативного потенціалу міст, залишається ще ряд проблем та недоліків як в організації роботи міста, так і в національній економіці, виправлення яких триватиме ще не один рік.

В підсумку, автор підтверджує ефективність впровадження концепції «креативного міста» в Україні, проте зазначає, що не всі міста нашої країни мають потенціал, а ті міста, які все ж таки ним володіють, змушені пройти ще довгий шлях до набуття статусу креативного міста. Проте, в процесі досягнення поставленої мети, вже відбудуться зміни в житті населення, які змінять повсякденне життя і будуть гарантувати стійкий розвиток в майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Commission for the Future and Australia Council for the Arts (1989). "The Relationship between Creativity and an Innovative Productive Future". Papers and Proceedings of the Creative Australia National Workshop. Melbourne: Commission for the Future [online] Revolvvy.com Available at: https://www.revolvvy.com/main/index.php?s=Creative%20city&item_type=topic [Accessed Oct. 2017]
2. Барышева Е. А. (2005) Великобритания: «культурная индустрия» в современной культурной политике In: Эволюция культурной деятельности в новом столетии: Социально-экономические аспекты культурной политики. Т. 2. СПб.: Алетейя, с. 324-342.
3. D. E. Andersson, E. Andersson, Charlotta Mellander (2011) Handbook of Creative Cities [online] Books.google.com.ua Available at: <https://books.google.com.ua/books?id=L1OjeFrer8C&pg=PA416&lpg=PA416&dq=creative+city+A.+Anderson&source=bl&ots=DldZcBIIPW&sig=QxU6oaPUd9BkbO1liO>

sC78EMd4Y&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwjQ2oXFzZPYAhXGxqQKHShMAG
 QQ6AEIVzAJ#v=onepage&q=creative%20city%20A.%20Anderson&f=false
 [Accessed Dec.2017]

4. Ричард Флорида (2016) Креативный класс: Люди, которые создают будущее; пер. С англ. Н. Яцюк. М.: Манн, Иванов и Фербер, 420 с.

5. M. Castells (2015) The Rise of the Network Society: Economy, Society and Culture v.1: The Information Age: Economy, Society and Culture [online] Deterritorialinvestigations.files.wordpress.com Available at: https://deterritorialinvestigations.files.wordpress.com/2015/03/manuel_castells_the_rise_of_the_network_societybookfi-org.pdf [Accessed Dec.2017]

6. Phill Wood (2007) The intercultural city: Planning for diversity advantage [online] Academia.edu Available at: http://www.academia.edu/701059/The_intercultural_city_Planning_f [Accessed Dec.2017]

7. Алексей Гончарик (2009) Политика в области творческих индустрий: зарубежный опыт и российские реалии [online] Creativeindustries.ru Available at: <http://creativeindustries.ru/rus/publications/6> [Accessed Oct. 2017]

8. Kirchberg, Volker (2006): Book Reviews: The City as an Entertainment Machine, by Terry Nichols Clark (ed.) and Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City, by Richard D.Lloyd. In: City & Community [online] Cis.uchicago.edu Available at: http://cis.uchicago.edu/oldsite/outreach/summerinstitute/2011/documents/sti2011clarktaking_entertainment_seriously.pdf [Accessed Oct. 2017]

9. Вахович Ирина (2014) Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір : монографія . Луцьк : Вежа-Друк, 288 с.

10. Skavronska, I. (2016) The evolution of creative industries Схід № 1 (141). – с. 32-34.

11. Julia Hahn (2010) Creative Cities and (Un)Sustainability – Cultural Perspectives [online] Cultura21.net Available at: <http://www.cultura21.net/wp-content/uploads/2011/01/Julia-Hahn-c21-ebook-vol3.pdf> [Accessed Oct. 2017]

12. A. Patt (2010) Creative cities: Tensions within and between social, cultural and economic development [online] Nhu.edu.tw Available at:<http://www.nhu.edu.tw/~lbhung/10201-Research%20Methods/02.pdf> [Accessed Dec.2017]
13. Чарльз Лэндр и креативный город (2011) М.: Издательский дом «Класика – XXI, 399с.
14. Офіційний сайт Charles Landry [online] Charleslandry.com Available at: <http://charleslandry.com/about-charles-landry/biography/>[Accessed Aug.2017]
15. Матецкая М.В. (2013) Творческие индустрии сквозь призму культурной политики: сборник научных трудов. М.: ИЭ РАН, 398 с
16. M.S.Gertler (2004) Creative Cities: What Are They For, How Do They Work, and How Do We Build Them? Ottawa: Canadian Policy Research Networks Inc. [online]Rcrpp.org Available at:http://rcrpp.org/documents/31348_en.pdf [Accessed Dec.2017]
17. Олександренко І.В. (2015) Особливості інноваційного розвитку креативної економіки регіону In: Економічний форум 3. Л: Луцький національний технічний університет, с. 170 – 176.
18. Anna Vaňová, Andrea Mišková, cers (2014) 5th Central European Conference in Regional Science. What Makes the City Creative – Comparison of Creative City's and Local Socio-economic Development's Factors [online] 3.ekf.tukeAvailable at:<http://www3.ekf.tuke.sk/cers/files/zbornik2014/PDF/Miskovicova,%20Vanova.pdf> [Accessed Aug.2017]
19. Ковальова Ю.М. (2007) Кластер як нова форма організації та розвитку економіки «Становление современной науки -2007» In: Экономические науки [online] Rusnauka.com Available at: http://www.rusnauka.com/17_SSN_2007/Economics/22544.doc.htm [Accessed Jan.2017]
20. Офіційний сайт Громадський Хаб [online] Civil-hub Available at: <http://civic-hub.org/> [Accessed Jan.2017]

21. Офіційний сайт Тернопільський Регіональний центр зайнятості [online] Dcz.gov.ua Available at: http://www.dcz.gov.ua/ter/control/uk/publish/article?art_id=98532 [Accessed Jan.2017]
22. Офіційний сайт YEP Incubators [online] Yepworld.org Available at: <http://www.yepworld.org/%D1%96%D0%BD%D0%BA%D1%83%D0%B1%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8/> [Accessed Jan.2017]
23. Лошковська Х. С. (2014) Креативні індустрії як сучасний сегмент стратегічного розвитку країн світу In: Актуальні проблеми міжнародних відносин. К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут міжнародних відносин – Вип. 119(2), с. 153 – 158.
24. European Commission (2009)The Impact Of Culture On Creativity [online] European Commission Available at: Http://Www.Keanet.Eu/Docs/Impact_culturecreativityfull.Pdf [Accessed Jan.2017]
25. NESTA 2007 Rural Innovation, NESTA: London. [online] Nesta.org.uk Available at:www.nesta.org.uk/publications/reports/assets/documents/rural_innovation[Accessed Sep.2017]
26. Осаул А.О. (2012) Креативність як основа розвитку конкурентоспроможної національної економіки In: Вісник: Економічні науки. З: Запорізький національний університет. Вип. №4, с. 180-188.
27. Офіційний сайт ООН [online] Un.org.ua Available at: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku> [Accessed Aug. 2017]
28. Офіційний сайт ЮНЕСКО [online] En.unesco.org Available at: <http://en.unesco.org/creative-cities/>[Accessed Aug.2017]
29. Сліпченко К., Перехрест О. (2015) Львів став містом літератури ЮНЕСКО [online] Zaxid.net Available at: https://zaxid.net/lviv_stav_mistom_literaturi_yunesko_n1376121[Accessed Aug.2017]
30. Офіційний сайт Adobe [online] Adobe.com Available at: http://www.adobe.com/content/dam/acom/en/max/pdfs/AdobeStateofCreate_2016_Report_Final.pdf [Accessed Nov. 2017]

31. Офіційний сайт Juniper Research [online] Juniperresearch.com Available at: <https://www.juniperresearch.com/home> [Accessed Nov. 2017]
32. Internet of Things Institute The World's 5 Smartest Cities (2016) [online] Ioti.com Available at: <http://www.ioti.com/smart-cities/world-s-5-smartest-cities> [Accessed Nov. 2017]
33. Офіційний сайт World Cities Culture Forum [online] Worldcitiescultureforum.com Available at: <http://www.worldcitiescultureforum.com/cities/tokyo> [Accessed Aug. 2017]
34. Офіційний сайт Tokyo Metropolitan Government [online] Metro.tokyo.jp Available at: http://www.metro.tokyo.jp/ENGLISH/ABOUT/ENVIRONMENTAL_POLICY/index.htm [Accessed Nov. 2017]
35. John Deferios and Adeline Chen, CNN (2015) Move over silicon valley, San Francisco is new hippest tech scene [online] Edition.cnn.com Available at: <Http://edition.cnn.com/2015/02/17/americas/san-francisco-tech-hub/> [Accessed Aug. 2017]
36. Jo Foord (2008) Strategies for creative industries: an international review [online] Citeseerx.ist.psu.edu Available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.463.1200&rep=rep1&type=pdf> [Accessed Nov. 2017]
37. Kate Lewin, Creativepool City Guides: Tokyo 2017 [online] Creativepool.com Available at: <https://creativepool.com/magazine/inspiration/creativepool-city-guides-tokyo.12030> [Accessed Nov.2017]
38. The Tokyo time (2003) «Smart city» projects catch on in Japan [online] Tokyotimes.com Available at: <https://www.tokyotimes.com/smart-city-projects-catch-on-in-japan/> [Accessed Aug. 2017]
39. Офіційний сайт Eco town [online] Ecotown.com.ua Available at: <http://ecotown.com.ua/news/U-YAponiyi-ofitsiyno-vidkryto-rozumne-misto-Fudzisava/> [Accessed Nov.2017]
40. Офіційний сайт Tech Insider [online] Available at: <https://www.techinsider.com/> [Accessed Dec.2017]

41. Adam Forman (2015) Creative New York [online] Nycfuture.org Available at: <https://nycfuture.org/research/creative-new-york-2015> [Accessed Dec.2017]
42. Sebastian Modak (2017) The World's Best Cities for Arts and Culture [online] Cntraveler.com Available at: <https://www.cntraveler.com/galleries/2014-09-19/the-world-s-best-cities-for-arts-and-culture-lovers> [Accessed Dec.2017]
43. By Emily Richey (2017) The Top 25 Most Creative Cities in America [online] Rismedia.com Available at: <http://rismedia.com/2017/04/27/top-25-most-creative-cities-america/#close> [Accessed Dec.2017]
44. Сайт Business Insider [online] Businessinsider.com Available at: <http://www.businessinsider.com/most-creative-cities-in-the-us-2017-4> [Accessed Dec.2017]
45. Mushroom Magazine [online] Mushroom-magazine.com Available at: <https://www.mushroom-magazine.com/germany-berlin-creative-city/>[Accessed Dec.2017]
46. Офіційний сайт Projekt Zukunft [online] Projektzukunft.berlin.de Available at: <https://projektzukunft.berlin.de/>[Accessed Dec.2017]
47. The Wall Streey Journal (2016) Singapore is taking the «smart city» to whole new level [online] Wsj.com Available at: <https://www.wsj.com/articles/singapore-is-taking-the-smart-city-to-a-whole-new-level-1461550026>[Accessed Dec.2017]
48. Офіційний сайт Європейської комісії [online] Ec.europa.eu Available at: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester_en [Accessed Jan.2017]
49. Лондон.Креативні індустрії (2017) Glaeconomics [online] London.gov.uk Available at: https://www.london.gov.uk/sites/default/files/working_paper_89-creative-industries-2017.pdf [Accessed Jan.2017]
50. Статистичний портал Statista [online] Statista.com Available at: <https://www.statista.com/> [Accessed Jan.2017]

51. Офіційний сайт Mastercard [online] Newsroom.mastercard.com Available at: <https://newsroom.mastercard.com/wpcontent/uploads/2016/09/FINAL-Global-Destination-Cities-Index-Report.pdf> [Accessed Jan.2017]
52. Мельник О.В. (2003) Вплив туризму на економіку регіону In: Актуальні питання економічних наук: матеріали міжнародної наукової конференції. Л: Львівський політехнічний національний університет [online] Ena.lp.edu.ua Available at: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9058/1/20.pdf> [Accessed Dec.2017]
53. J. Van Der Borg A.P. Russo (2005) The Impacts of Culture on the Economic Development of Cities. European Institute for Comparative Urban Research (EURICUR). Erasmus University Rotterdam [online] Wien.gv.at Available at: <https://www.wien.gv.at/meu/fdb/pdf/intern-vergleichsstudie-ci-959-ma27.pdf>[Accessed Dec.2017]
54. Турський І. В. (2016) Глобальні та регіональні тренди креативних індустрій та перспективи їх розвитку в Україні [online] Elartu.tntu.edu.ua Available at: <http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/22480/1.docx> [Accessed Jan.2017]
55. Звіт та пріоритети м. Львів до 2020 року [online] Lviv2020.com Available at: <http://lviv2020.com/technology/> [Accessed Jan.2017]
56. Скавронська І. В., Питель А. П (2017) Креативні Міста: переваги виникнення па розвитку. Міжнародні економічні відносини України в умовах інтеграційних процесів: стан, проблеми та перспективи розвитку In: Збірник тез Всеукраїнської міжвузівської студентської науково практичної конференції. Дубляни, , с.42-47.
57. Офіційний сайт Kyiv Smartcity [online] Kyivsmartcity.com Available at: <https://www.kyivsmartcity.com/> [Accessed Dec.2017]
58. Досвід перетворень. Острови креативності змінюють міста (2017). Нова Полтава. Нові люди. [online] Nova.poltava.ua Available at: <http://www.nova.poltava.ua/dosvid-peretvoren-ostrovi-kreativnosti-zminuyut-mista/> [Accessed Dec.2017]

59. Офіційний сайт Creative Cities [online] Creativocities.org Available at: <http://www.creativocities.org.ua/uk/creativeeconomy/?category=experience-economy> [Accessed Dec.2017]
60. Офіційний сайт Моя Вінниця [online] Myvin.com.ua Available at: <http://www.myvin.com.ua/ua/news/events/51044.html> [Accessed Jan.2017]
61. Офіційний сайт Київмурал [online] Kyivmural.com Available at: <http://kyivmural.com/uk/index> [Accessed Jan.2017]
62. Креативні міста України (2017). Аналітичний журнал Alter idea [online] Alter-idea.info Available at: <http://alter-idea.info/kreativni-mista-ukrayini-2/> [Accessed Dec.2017]
63. Офіційний сайт Платформа Арт-запов [online] Artzavodplatforma.com Available at: <http://artzavodplatforma.com/ru> [Accessed Dec.2017]
64. Офіційний сайт IZONE [online] Izone.ua Available at: <https://izone.ua/ru/labs> [Accessed Dec.2017]
65. Офіційний сайт Вінницький інформаційний портал [online] Vezha.vn.ua Available at: <https://vezha.vn.ua/tag/level-80/> [Accessed Jan.2017]
66. Офіційний сайт DOSTUP [online] Dostup.mvk.if.ua Available at: <http://dostup.mvk.if.ua/> [Accessed Dec.2017]
67. Офіційний сайт Місцевий розвиток орієнтований на громаду [online] Cba.org.ua Available at: <http://cba.org.ua/ua/> [Accessed Dec.2017]
68. Офіційний сайт Міністерства культури України. Національне газетно-журнальне видання (2017) Місто Косів стало переможцем проекту «Креативні міста і регіони» [online] Cultua.media Available at: <http://cultua.media/msto-kosv-stalo-peremozhcem-proektu-kreativn-msta-regoni> [Accessed Dec.2017]
69. Скавронська І. В. Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю [“Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами”], (Луцьк, 8 грудня 2016 року) / РВВ Луцького НТУ, 2016. – Ч. 5. – 350 с. – С. 218 – 222.

78. Офіційний сайт MTS [online] Company.mts.ua Available at: <http://www.company.mts.ua/ua/news/press-relizy/5430-mobilnaya-biblioteka-mts-otkryvaet-filial-v-onlajne/> [Accessed Dec.2017]
79. 50 ідей для розвитку будь-якого українського міста (2014) Платформа розвитку міст [online] Urbanua.org Available at: <http://urbanua.org/ideyi-i-proekty/prosti-rishennya/138> [Accessed Dec.2017]
80. Національна суспільна радіокомпанія України Волинська РД [online] Voltv.com.ua Available at: <http://voltv.com.ua/u-lutsku-zyavylysyakontejnery-kudy-kozhen-mozhe-poklasty-rechi-dlya-znedolenyh/> [Accessed Dec.2017]
81. Ідеї для розвитку українських міст (2014) Інформаційний портал Благоустрій [online] Blagoustriy.info Available at: <http://blagoustriy.info/experiences/29/show/> [Accessed Dec.2017]
82. Офіційна сторінка BrandVille [online] Facebook.com Available at: <https://www.facebook.com/Brandville.ua/> [Accessed Dec.2017]
83. Офіційний сайт Музей науки [online] Cience-museum.com.ua Available at: <http://www.science-museum.com.ua/#homepage> [Accessed Dec.2017]
84. У Тернополі на відкритті Центру Науки (2017) [online] Tenews.org.ua Available at: <http://www.tenews.org.ua/post/view/1514400209-u-ternopoli-na-vidkritti-centru-nauki-usi-eksponati-okropili-svyatoyu-vodoyu-foto> [Accessed Dec.2017]
85. Офіційний сайт Код міста [online] Kodmista.com.ua Available at: <http://kodmista.com.ua/navigator-stalogo-rozvytku/> [Accessed Jan.2017]
86. Розумна О.П. Перспективи приєднання України до платформи «Креативна Європа». Аналітична записка [online] Niss.gov.ua Available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/1863/> [Access Dec.2017]