

Population growth means new housing, services, and transport will be needed to avoid worsening quality of life and social division. Gentrification of the city centre has priced all but the wealthiest out of the heart of Paris. Outer districts are cut off, physically and culturally. As part of the metropolitan project of Greater Paris, nearly 35 billion euros will be invested in linking the suburbs up with the existing transport network. This will enhance accessibility to education, employment and cultural activities.

Culture is undoubtedly one of the city's strengths. There have been policies to support the development of cultural and creative industries for a long time and public officials have been specifically charged with promoting culture at a national and local level for as long as anyone can remember. Major new venues have also sprung in the past two years; most notably the Frank Gehry designed Foundation Louis Vuitton and the publically funded Philharmonie de Paris in a new building by Jean Nouvel.

References

1. Charles Landry, Franco Bianchini. The creative city. First published in 1995 by Demos. Reprinted in 1997 and 1998 by Demos.
2. Creative Cities Network, UNESCO: <https://en.unesco.org/creative-cities/home>
3. Paris: The French Capital of innovative, social and economic diversity: <http://cor.europa.eu/rie/Pages/story-18.aspx>
4. Smart City: Creative and Sustainable City: <http://www.smartcity.fr/>
5. World Cities Culture Forum: <http://www.worldcitiescultureforum.com>

Матушкіна М.В.,

асистент кафедри менеджменту

ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

м. Старобільськ

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК МОТИВАТОР РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МІСТА

Зміни, які відбулися в розвитку економіки за останнє десятиліття XXI століття – глобалізація, стрімкий розвиток ІТ-технологій, все більше використання досягнень економіки знань (інтелектуальної економіки) – створили фундамент для зародження і виникнення креативної економіки. Базисом для розвитку креативної економіки став

креативний потенціал працівників організацій. Розвиток креативної економіки в різних країнах та навіть географічних регіонах досить розбіжний. Важливою особливістю цього нового напрямку економіки є творчі важелі процесу виробництва, можливості використання креативного потенціалу людини (працівника), яка використовує сучасну базу знань та технологічну платформу, для прискорення економічного росту країни.

Один з основоположників концепції «креативна економіка» Дж. Хокінс (2001 р.) обґрунтував застарілість традиційної економіки, основу якої становлять традиційні фактори виробництва, і підкреслив необхідність переходу до креативної економіки, в основу якої покладено творчі, креативні здібності людини [3].

Креативна економіка – це економіка, яка охоплює не тільки творчий сектор, до якого відносяться процеси, які відбуваються в сфері послуг, а й інші сектори економіки. Вона формує свою базу за рахунок високої питомої ваги креативного класу населення, який виступає мотором інновацій та нових підходів як в сфері науково-дослідної діяльності, так і в сфері бізнесу, мистецтва, дизайну, культури [2].

За іншим визначенням, креативна економіка – це сектор економіки, який базується на індивідуальній і колективній творчості, майстерності і таланті, спроможний генерувати робочі місця та добробут за рахунок створення і використання інтелектуальної власності.

Концепція креативного міста стала широко застосовуватися в епоху креативної економіки. Влада в процесі пошуку стратегій для вирішення гострих міських проблем звернула увагу на ті стратегії, які були успішно реалізованими в інших містах світу. Такі стратегії сприймаються як готовий алгоритм дій, що дозволяє досить швидко виправити місцеву ситуацію. Дослідники підкреслюють, що модель креативного міста здобула популярність не стільки завдяки унікальному позитивному ефекту, який вона чинить на культурне життя міста, скільки в силу ряду інших обставин.

По-перше, культурна політика креативного міста пропонує стратегії, які порівняно прості для реалізації. Вони не вимагають радикальної трансформації існуючої системи економіки і політичних сил. Місцеві органи влади окремих міст можуть легко пристосувати їх до тієї стратегії розвитку, яка є в кожному місті.

По-друге, вони засновані на статистичному аналізі і маркетингових стратегіях, які дозволяють розрахувати можливі вигоди і витрати, а також оцінити ефективність вжитих заходів.

Креативна економіка в умовах міста спирається на малий та середній бізнес, який з готовністю використовує та впроваджує в свою діяльність новітні технології. Персонал

такого рівня організацій бізнесу прагне отримувати і освоювати нові знання для підтримки своєї конкурентоспроможності, поступово додаючи в свій арсенал все нові і нові конкурентні переваги.

Здійснюючи аналіз побудови та формування сучасного креативного міста, можна виокремити такі складові:

- ✓ інфраструктура зв'язку. Суспільство поступово рухається все стрімкіше до переходу від інформаційного до концептуального підходу, використовуючи який більшого значення набувають ідеї. Звичні бізнес-моделі стають неефективними, що стимулює появу креативних міст, заснованих на застосуванні творчого підходу;
- ✓ стратегія переродження через культуру з упором на свої унікальні ресурси, такі як творче і культурне середовище. Усвідомлення культурних ресурсів, які є матеріалом для базових цінностей міста за рахунок креативності як метода перетворення і переведення цих ресурсів на новий рівень (виявити специфічні ресурси, завдяки яким місто є відомим, і перетворити їх на місцеву традицію);
- ✓ створення умов для розвитку екосистеми творчих людей за рахунок збільшення культурного попиту, відкритості, толерантності та інклюзивності;
- ✓ формування баз даних для розуміння, на якому рівні знаходиться розвиток креативності міста;
- ✓ креативне облаштування простору міста. Проектування в арт-напрямку громадських місць, створення умов для розвитку вуличного мистецтва і його мотивація органами місцевої влади;
- ✓ стимулювання виникнення і підтримка креативного підприємництва. Забезпечення і створення на державному рівні умов для розвитку цього сегменту бізнесу за рахунок відкриття грантових програм, зниження податкової ставки, надання приміщень без орендної плати;
- ✓ залучення в місто зовнішніх ресурсів (зокрема інвестицій в туризм);
- ✓ створення творчих кластерів, які повинні бути засновані на кураторських відносинах, відносинах співпраці і партнерства як базису ефективного лідерства, об'єднанні всіх секторів економіки, міждисциплінарній роботі тощо;
- ✓ розкриття і стимулювання творчого потенціалу молоді. Сила ідей творчого і креативного характеру збільшується та примножується при спільній взаємодії;
- ✓ інвестування в розвиток інфраструктури цифрових комунікацій (створення мережі вільної Wi-Fi зони, на всьому територіальному просторі міста);

- ✓ солідаризація мешканців міста, розвиток відчуття приналежності, формування локальної ідентичності та бренда міста.

«Креативне місто» – це технологія створення стратегії розвитку локального співтовариства (поселення, міста) та її реалізації, яка ґрунтується на індивідуальному культурно - історичному минулому спільноти і розвиває соціально-економічні можливості, закладені в цьому конкретному співтоваристві. Творчий підхід дозволяє вловити дух міста і сформувати таку програму розвитку, яка дає людям, які проживають в цьому місті, можливість будувати привабливе і гармонійне майбутнє [1].

Темпи економічних та соціальних змін досить стрімкі. Те, що ще вчора було ультрарадикальним, інноваційним, вже сьогодні стає буденним. Зараз немає надійних інструментів, щоб точно виміряти й оцінити сутність та масштаби змін, хоча фактично вже відбувається поступовий перехід від реальної економіки до креативної економіки.

Список використаних джерел

1. Лэндри Ч. Креативный город / Ч. Лэндри. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 399 с.
2. Флорида Р. Креативный класс, люди которые создают будущее / Ричард Флорида ; пер. с англ. Н. Яцюк. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 420 с.
3. Хокинс Д. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги / Джон Хокинс; пер. с англ. И. Щербакова. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 256 с.

Мозговий А.А.,

к.геогр.н., с.н.с.

Інститут географії НАН України, м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ МІСЬКОГО ПРОСТОРУ В ІНФОРМАЦІЙНУ ДОБУ

Сьогодні технології відкривають нам можливості для здійснення масштабних і точкових втручань до багатьох областей міського життя. Наприклад, вже буденними стали аналіз моделей міського транспортного трафіку, ефективне зонування міського простору та створення міських спільнот за найрізноманітнішими ознаками. У той самий час, важливо усвідомити, що повсюдне застосування Інтернет-технологій породжує потребу в