

УДК 332.242

О. М. Чуль,
аспірант кафедри фінансів, Луцький національний технічний університет

КОНЦЕПЦІЯ РОЗБУДОВИ МІСТ В РАМКАХ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ТА ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТИ

О. М. Chul,
Ph. D candidate, Lutsk National Technical University

CONCEPT OF DEVELOPMENT OF THE CITIES WITHIN THE CREATIVE ECONOMY: METHODOLOGICAL AND PRACTICAL ASPECTS

В статті проаналізовано сутнісні характеристики креативного міста та окреслено методологічні та практичні аспекти реалізації концепції креативної економіки з міського розвитку. Автор робить висновок, що сучасні постулати міського розвитку акцентовані на її соціальній складовій, здатності забезпечити якісно новий рівень життя населення та можливостей для реалізації його творчого потенціалу. При цьому наголошує, що політика розбудови сучасних міст повинна ґрунтуватися на збереженні його культурної ідентичності, автентичності та особливостей. Важливо аби траєкторії розвитку були зосереджені на формуванні творчого середовища, можливостей для реалізації творчого потенціалу, сприяли соціальній адаптації. З цієї позиції розроблено ключові завдання, що стоять перед державою, бізнесом та креативним класом в розбудові креативного міського середовища.

The paper analyzes the essential characteristics of creative cities and outlines methodological and practical aspects of the creative economy concept of the urban development. The author concludes that modern urban development postulates accented by its social component, ability to provide a new level of life and opportunities for the realization of his creative potential. This stresses that the policy of building modern cities should be based on maintaining its cultural identity, authenticity and features. It is important, to trajectory was focusing on building a creative environment, opportunities for creativity, contributed to social adaptation. From this position developed key challenges facing the state, business and the creative class in the development of creative urban environment.

Ключові слова: креативне місто, концепція розбудови міст, креативна економіка, міський розвиток.

Keywords: creative city, the concept of building cities, creative economy, urban development.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Трансформація економіки в останні десятиліття поставила нові вимоги до управління територіальним розвитком. Інформаційна «революція» дала значний поштовх до розвитку нових форм виробництва, формування нових правил ведення бізнесу та конкуренції, розширила ринки та докорінно змінила розуміння державного регулювання регіонального розвитку.

В таких умовах, традиційні методи управління регіональним розвитком, зорієнтовані переважно на забезпечення її промислової складової, втрачають свої позиції. Траєкторії розвитку зміщуються на її соціальну складову. Головна увага зосереджується на привабливості території, а постулати регіонального розвитку ставлять за мету сформувати бренд території. Як стверджує Ч. Лендрі в таких умовах ключовим моментом стає розвиток міст, формування їхньої адаптивності, гнучкості та здатності знаходити нові вирішення регіональних проблем [1, с.8].

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Започатковану Ч. Лендрі, теорію креативного міста в різних аспектах досліджували такі науковці як М.Гертлер, Р. Девол, Д. Пінк. Свої дослідження вони зосереджували на вивченні особливостей побудови міського простору здатного сформувати найпривабливіші умови для населення, підвищення якості їхнього життя та формування можливостей для реалізації творчого потенціалу. Саме тому концепції креативного міста та креативного класу у їхніх працях знаходяться у тісній залежності.

Серед вітчизняних науковців, розглядали концепцію креативного міста як можливість підвищення його конкурентоспроможності Брикова І.В., Орловська В.С., Чала В.С.

Разом з тим, залишається не вирішеним питання особливостей та ключових характеристик креативного міста, методологічних та практичних аспектів реалізації концепції креативної економіки на місцях.

Цілі статті. Метою статті є визначення ключових характеристик креативного міста, окреслення передумов та можливостей реалізації концепції креативної економіки на регіональному та місцевому рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Розвиток технологій зробив значний вплив на розподіл економічної активності, що призвело до зростання значимості міського середовища здатного забезпечити економічний успіх нації [2]. Роль міст у сучасній урбаністиці значно зростає. Сьогодні міста стають центрами передового розвитку, та здатні гідно конкурувати на міжнародній арені із цілими регіонами і навіть країнами.

Особливості функціонування міст в рамках розвитку креативної економіки потребує від нас визначення її сутнісної концепції та окреслення ключових особливостей.

Як стверджує Р. Девол [2] передумовами нового розуміння сутності міського розвитку та переходу до концепції креативного міста стали:

1. зниження потужності факторів розвитку індустріального міста, зміна пріоритетів до залучення креативного класу;
2. підвищення уваги до кваліфікації, адаптації, мобільності робочої сили;
3. посилення значимості якості життя, забезпечення соціальної стабільності та захищеності населення;
4. поглиблення міжнародного співробітництва не тільки на державному рівні, а й налагодження тісної співпраці між містами;

5. оновлення інфраструктури, заснованої на використанні найсучасніших інформаційних технологій;
6. підвищення швидкості, чутливості і гнучкості прийняття рішень;
7. інноваційність та міжкультурність розвитку;
8. зростання інтересу до якості освіти населення та підсилення науково-технічного та науково-дослідного потенціалу державних інститутів та бізнес-структур, налагодження їхньої тісної взаємодії.

Очевидним стає, що постулати міського розвитку акцентовані на її соціальній складовій, здатності забезпечити якісно новий рівень життя.

Аналізуючи ознаки креативного міста, Ч. Лендрі вказує на те, що такі міста характеризуються «міждисциплінарним та тісним синергетичним зв'язком» [1, с.207], а також сприяють розвитку зв'язків між наукою і мистецтвом, створюють сприятливу атмосферу для розвитку творчих ідей та реалізації творчого потенціалу населення. Крім того, підтримуючи думку видатного урбаніста сучасності П. Холла він вказує на те, що для креативного міста легше подолати невизначені та неминучі зміни у культурній, науковій та технічній сферах.

З цієї позиції, для формування креативного середовища у місті велике значення має і підприємницька активність та наявність кваліфікованих фахівців.

Так, за словами Д. Пінка [3] внесок креативної економіки в розвиток підприємницьких структур значно вищий і зумовлений він тим, що «бізнес усвідомлює, що єдиний спосіб виокремити (диференціювати) свої товари і послуги в сучасному матеріально переповненому ринку - зробити їх пропозицію привабливішою фізично і емоційно переконаливішою».

Погоджуємось із думкою Д. Пінка про необхідність формування індивідуальних конкурентних переваг та переносимо їх на більш широкий масштаб – міське середовище. Вважаємо, що політика управління територіальним розвитком повинна бути побудована таким чином, аби приваблювати не тільки туристичні потоки, а й бути привабливою для місцевого населення, спрямованою на забезпечення підвищення якості його життя. В цьому аспекті, нові підходи до розбудови міського середовища змушує державні органи реалізовувати таку регіональну політику, яка б формувала не тільки успішний бренд території, а й могла залучити та утримати креативний клас, здатний створювати інновації, розвивати технології та забезпечувати тим самим стабільне економічне зростання.

Вважаємо, що політика розбудови сучасних міст повинна ґрунтуватися на збереженні її культурної ідентичності, автентичності та особливостей. Важливо аби траєкторії розвитку були зосереджені на формуванні творчого середовища, можливостей для реалізації творчого потенціалу, сприяли соціальній адаптації. Не варто залишати поза увагою і технологічність такої політики. Досвід реалізації політики розвитку креативних міст показує, що технологічна складова територіального розвитку виступає не тільки показником якості центрів передового досвіду, а й основою підтримки для менш розвинених територій. Яскравим прикладом чого може слугувати розбудова Силіконової долини у США, що визнана найбільшим Hi-Tech центром США та одним із найбільших центрів креативної економіки світу.

Очевидним залишається той факт, що сьогодні головним завданням в рамках концепції креативного міста стає формування різного роду інститутів здатних у найкоротші терміни і найменшими витратами адаптуватися до нових умов розвитку. В цьому аспекті саме побудова якісної міської інфраструктури із налагодженням тісних взаємозв'язків між державою, бізнесом та культурою, встановленням міжкультурного діалогу стає ключовим компонентом успіху креативних міст.

Враховуючи вищевикладене креативним містом можна назвати те, в якому гармонійно, і з естетичної і з практичної точки зору, поєднуються природа і архітектура, використовуються всі можливі ресурси, а людина може вільно реалізувати свій творчий потенціал.

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.

Враховуючи вищевикладене окреслимо ключові характеристики креативного міста:

- стійкість до змін в економічній, соціальній, культурній, науковій, технічній сферах;
- перенесення акцентів з матеріальних факторів на нематеріальні, активізація сфери послуг;
- розвиток різноманітності та міжкультурної взаємодії;
- поглиблення міждисциплінарності та синергії, налагодження зв'язків між наукою, бізнесом та культурою;
- орієнтація на інноваційний розвиток та досягнення високої якості життя.

Очевидним залишається той факт, що зацікавленість влади, громади та бізнесу в розбудові креативного міста виявляється, принаймні, у наступних трьох аспектах, реалізація яких повинна бути забезпечення у тристоронньому порядку – владою, бізнесом та креативним класом.

По-перше, формування креативного міста базується на наявності певної інфраструктури. І така інфраструктура значно відрізняється від інфраструктури промислового міста, головним чином своєю соціальною спрямованістю [4, с.3]. Тому завданням регіональної влади стоїть підтримка соціального підприємництва, закладів культури і мистецтва, сприяння творчого 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 прямій підтримці креативного підприємництва, формування гнучкої податкової політики, політиці захисту інтелектуальної власності в рамках реалізації креативних проєктів.

Разом з тим, не залишаємо поза увагою традиційну міську інфраструктуру, формування якої повинно бути на належному рівні. Мова йде про забезпечення населення житлом, доступністю закладів охорони здоров'я і освіти, транспортного та логістичного сполучення із іншими центрами. Одночасно, така розбудова міської інфраструктури повинна бути заснована на збереженні культурної спадщини та історичної автентичності міста, забезпечуючи тим самим його індивідуальність та особливості, архітектурну цілісність, формуючи бренд.

По-друге, креативні міста стають своєрідним плацдармом високої якості життя населення та можливостей для реалізації їх творчого потенціалу. Головне завдання в цьому аспекті 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. Його творчі ідеї та проєкти, здатність до креативного мислення та управління стають основою «життєздатності» міста. Так, за словами Г. Фесенко високий рівень інтегрованості людини у міський простір виявляється через наявні у ньому можливості відтворювати «якісний образ життя», саме тому культурний простір сучасного міста набуває характерної ідентичності, стаючи «збирачами людських ресурсів» [5].

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.

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.

Нарешті, креативні міста сприятимуть підвищенню динамічності, стійкості та загальної конкурентоспроможності регіональної економічної системи. Досягнення таких результатів стає можливим 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.

Висновки. Формування творчого 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 постулатах розвитку креативної економіки забезпечить унікальні переваги міста у забезпеченні його творчої ініціативності та соціально-економічного розвитку.

Література:

1. Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Издательский дом «Классика XXI». – 2011. – с.399.
2. America’s High Tech Economy: Growth, Development and Risks for Metropolitan Areas, Ross C. Devol, 1999, Milken Institute, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.milkeninstitute.org/publications/view/5>
3. Pink, D.F. “The MFA is the New MBA.” *Harvard Business Review* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blogs.hbr.org/2008/04/the-mfa-is-the-new-mba>
4. Meric S. Gertler Creative Cities: What Are They For, How Do They Work, and How Do We Build Them?, Canadian Policy Research Networks Inc. (CPRN), 2004 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.oldvancouver.com/pdfs/creative_cities_gertler.pdf
5. Фесенко Г. КУЛЬТУРНИЙ ПРОСТІР СУЧАСНОГО МІСТА ЯК ЦИВІЛІЗАЦІЙНИЙ ВИБІР/ Г. Фесенко //Вісник Харківського політехнічного інституту. – 2013. – с.264-268 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vestnik.kpi.kharkov.ua/files/Conferences/Культурний простір сучасного міста як цивілізаційний вибір.pdf>

References:

1. Landry Ch. (2011) *Kreativnyy gorod. [Creative city]*, Izdatel'skiy dom “Klassika XXI”, Moscow, Russia
2. Ross C. Devol (1999), “America’s High Tech Economy: Growth, Development and Risks for Metropolitan Areas”, *Milken Institute*, Available at: <http://www.milkeninstitute.org/publications/view/5>, (Accessed 24.08.2014).
3. Pink, D.F. (2008), “The MFA is the New MBA.” *Harvard Business Review*, Available at: <http://blogs.hbr.org/2008/04/the-mfa-is-the-new-mba>, (Accessed 24.08.2014).
4. Meric S. Gertler (2004), “Creative Cities: What Are They For, How Do They Work, and How Do We Build Them?”, *Canadian Policy Research Networks Inc. (CPRN)*, Available at: http://www.oldvancouver.com/pdfs/creative_cities_gertler.pdf (Accessed 24.08.2014).
5. Fesenko G. (2013) Cultural space of the modern city as a civilized CHOICE, *Vіsник Kharkіvs'kogo поліtekhнічного інституту*. Available at: <http://vestnik.kpi.kharkov.ua/files/Conferences/Культурний простір сучасного міста як цивілізаційний вибір.pdf>, (Accessed 10.09.2014).

Стаття надійшла до редакції 16.09.2014 р.



ТОВ "ДКС Центр"