

EKONOMSKA ODRŽIVOST KREATIVNOG GRADA

Tamara Kliček¹, Željko Vučković², Slađana Čabrilo³

Rezime: Danas više od polovine stanovnika sveta živi u urbanim oblastima. Gradovi su mesta gde se mogu naći i problemi, ali i rešenja za njih. U vremenu ekonomske krize dobra povezanost u klastere kroz ekonomskih aktivnosti, lokalno takmičenje poput kvaliteta rada i kreativnosti i potreba da za promenom u industriji usluga su snage koje čine ekonomsku održivost urbanih oblast. Ovo bi trebali biti glavni temelji budućeg rasta. Ovaj rad se bazira na analizu sadržaja literature o klasterima u funkciji ekonomske održivosti gradova danas.

Gljučne reči: ekonomska održivost, kreativni grad, klasteri, strategija, kreativnost, inovativnost

ECONOMIC SUSTAINABILITY OF A CREATIVE CITY

Abstract: More than a half of the total population in the world live in urban areas today. Cities are places with various problems but with solutions for these problems too. During the economic crises a well established network of clusters through a series of economic activities, local competition in work quality and creativity, as well as the necessity to introduce changes in industry of services represent forces that make up economic sustainability of urban areas. The afore mentioned should be the foundations for the future growth. This work paper is based on the analysis of literature on clusters which are ensuring economic sustainability of cities today.

Key words: economic sustainability, creative city, clusters, strategy, creativity, innovativeness

¹ Mr Tamara Kliček Tamara.kliccek@gmail.com

² Prof. dr Željko Vučković zeljko.sombor@yahoo.com,

³ Doc. Dr Slađana Čabrilo, sladjanacabrilo@gmail.com

1 UVOD

Grad u 21. veku uzima primat u smislu broja stanovnika koji žive u njemu. Neki sociolozi koji se bave fenomenom grada idu tako daleko da tvrde da globalnog društvo u 21. veku prolazi kroz veliku promenu paradigme, jer iz društva nacionalne države prelazi u društvo grada. Gradovi su oduvek bili, a i danas su fokus modernog društva i oni su socijalno, kulturno i ekonomski dinamični entiteti kojima treba upravljati, ali novo vreme nosi nove izazove.

Koncept kreativnog grada naglašava prelazak sa geografskih i prirodnih resursa ka ekonomskoj vitalnosti koja zavisi od ideja i akcija ljudi koji žive u gradovima. Gradovi na ovaj način postaju i proizvođači i potrošači kreativnosti - bilo da se radi o kreativnosti u umetnosti, kulturi, tehnologiji ili drugim kreativnim aktivnostima.

Ekonomsko planiranje i napredak gradova se sve više baziraju na proizvođačima i potrošačima kreativne ekonomije. Pokret kreativnosti traži interdisciplinarni pristup u kome prekršiti neka ili ponekad sva pravila koja vladaju u praksi 'normalnog' planiranja doprinosi okruženju koje odiše kreativnošću, inovativnošću i na kraju, ekonomskim napretkom. Traženje novih rešenja za postojeće probleme i donošenje neobičnih rešenja za nove izazove je odlika kreativnosti, a kreativnost je postala baza za rast i razvoj uspešnih gradova. Danas se u svetu govori već o pokretu kreativnog grada. I dok je još suviše rano izmeriti ekonomski napredak ovog pokreta, mnogi gradovi uključuju koncept kreativnog grada u svoje planiranje i u revitalizaciju urbanog prostora kroz strategije razvoja, jer u vremenu koje je hiper turbulentno, potrebno je promisliti o tome koliko zapravo tradicionalni alati i mehanizmi za planiranje i upravljanje gradom i oni koji se bave planiranjem i upravljanjem u turizmu odgovaraju zahtevima savremenih okolnosti. Nove okolnosti traže nove alate i načine rada da bi se efikasno delovao.

Predmet ovog rada je ekonomska održivost kreativnog grada i važnost delovanja kroz klastere na lokalnom nivou da bi se postigla konkurentna prednost na globalnom tržištu.

2 GRAD I EKONOMSKA ODRŽIVOST

Gradski prostor predstavlja važan deo nacionalne ekonomije i njegova glavna karakteristika je da ima

viši bruto domaći proizvod po glavi stanovnika i nivo produktivnosti od proseka zemlje. Ovaj prostor je takođe središte velike nezaposlenosti, siromaštva, problema, mnoštva ljudi na jednom mestu, zagađenosti i kriminala.

Ukoliko grad želi da raste i napreduje, on mora biti ekonomski održiv tj. mora imati ekonomski održivu bazu. Na kratke staze, ekonomski kapaciteti grada zavise od velikih ili malih kompanija u njemu i od njihove fleksibilnosti u datim uslovima na tržištu, od radne snage i tržišta nekretnina. Efikasan i efektivna menadžment grada i reakcije na uticaje sa tržišta omogućuju da ekonomska baza grada bude održiva (Krugman, 1996)

Ipak, vizija održivost jednog grada, naročito danas, ukoliko on želi da bude uspešan treba da bude mnogo šira. Ekonomska održivost grada je ona u kojoj lokalna ekonomija treba, svakako da nastavi da poboljšava svoje performanse, koje vode ka ostvarivanju ciljeva i profita. Ipak, iskustva iz sveta pokazuju da uspešni gradovi pored svojih ekonomskih ciljeva, ostvaruju ciljeve svojih građana i postižu pozitivne socijalne efekte, kao i efekte u kulturi i zaštiti životne sredine grada (Lupton, 2003).

Ekonomija jednog grada ne zavisi samo od usko definisanih ciljeva izvođenja poslova lokalne ekonomije. Gradovi sa svojim zajednicama takođe treba da se suočavaju sa efektima lokalne ekonomije koji se odražavaju na društvu. Neki gradovi su uspeli da razviju sposobnost transformacije društvenih problema u značajne ekonomske mogućnosti, dok drugi gradovi dopuštaju nagomilavanje siromaštva koje razjeda društveni i ljudski kapital grada (www.worldbank.org).

Ovo pokazuje da je kompetencija i širina onih koji upravljaju gradom isto toliko značajni faktori ekonomije grada, kao i sama ekonomija grada. Ovo znači da su i firme i ljudi u gradu, takođe odgovorni za upravljanje gradom i postizanje njegovih ekonomskih ciljeva, a ne samo i jednostavno ekonomska produktivnost (www.oecd.org).

U Velikoj Britaniji se gradovi sa prigradskim naseljima posmatraju u strategijama ekonomskog razvoja kao nosioci značajnog udela u regionalnoj produktivnosti. Još 90tih godina prošlog veka Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD), u fokus je stavila ekonomsku konkurentnost gradove i njihove okoline. Na nekoliko OECD konferencija održanih u Španiji, Japanu i Kanadi, fokus je bio na važnosti održavanja i unapređivanja konkurentnosti gradova. Nekoliko nacionalnih vlada, pored vlade Velike Britanije su usvojile ovaj prostorni okvir u svojim ekonomskim strategijama. Velika Britanija

zastupa stav da gradovi i gradske regije imaju rast i veliki efekat na ekonomiju čitave države (www.oecd.org)

Koncept kreativnog grada je nova paradigma viđenja i razumevanja grada danas za razliku od grada pre četrdeset godina. Jednom kada se zagrebe ispod površine skoro svako mesto ima kreativne potencijale, ali koji su u većini gradova blokirani. Koncept kreativnog grada se bavi proučavanjem izvora i dinamike kreativnosti grada i tendencijom da se učini praktičan korak i ode dalje od ideje. Takođe on ukazuje da kreativnost nije isključivo vezana za umetnike i umetnost i da inovacije ne moraju biti samo tehnološke. Postoje ekonomska, socijalna, kulturna i ekološka inovativnost (Landry, 2006). I upravo poreklo koncepta kreativnog grada leži u razmišljanju o tome zašto se čini da se neki gradovi teško prilagođavaju promenama i čak pate i muče se zbog toga i opet im teško ide. Sa druge strane izgleda da socijalne i ekonomske promene u nekim gradovima dolaze maltene spontano i lako. Gradovi poput Barselone, Roterdam, Glazgov, Ciriha, Dablin, Kuritiba, Vankuver, Karlsrue, Strasburg čine da ekonomske, socijalne, kulturne i ekološke promene rade za njih.

Brojni su pozitivni primeri iz sveta o primeni kreativnosti na ekonomsku održivost grada i oni nisu uvek usko vezani za veliki budžet i filozofiju 'koliko se uloži, toliko se može očekivati'. Upravo kreativnost stavra dodatnu vrednost onome što se kreira i efekti mogu daleko prevazilaziti ekonomsku produktivnost i ralu materijalnu verdnost proizvoda ili relanu vrednost usluge, bez obzira da li je reč o turizmu, zgradi, javnom prostoru i sl. O tome najbolje svedoče reči i savet Žaima Lerner (2007) bivšeg i u više navrata, gradonačlenika brazilskog grada Kuritibe, kolegama koji se bave upravljanjem gradom: "Kreativnost počinje kada se iseče nula iz vašeg budžeta. A ako odstranite dve nule, još bolje" (www.ted.com). Sa takvim načinom razmišljanja grad Kuritiba je danas, jedan od najkreativnijih i ekonomski najnaprednijih i održivih gradova u svetu. On je 2010. godine dobio Globalnu nagradu za održivost, iako njegova populacija nazustavljivo raste dolaskom novih stanovnika. Danas Kuritiba ima 1,8 miliona stanovnika u gradu i gradskoj regiji 3,2 miliona ljudi koji gravitiraju ka gradu id ok je prosečna godišnja stopa ekonomskog rasta Brazila 4,2%, Kuritiba beleži 7,1% godišnju ekonomsku stopu rasta (www.newint.org).

3 KLASITERI U EKONOMSKOJ ODRŽIVOSTI GRADA

Gradovi se danas suočavaju sa globalnim izazovima koji su ponekad neuhvatljivi, jer se odvijaju velikom brzinom, zato je potrebno ponovno preišljanje i postavljanje strategije gradova i njihovih regija. Ipak u ovakvoj situaciji neminovne promene, grad može da se suoči sa ekonomijom na lokalnom nivou koja je do sada funkcionisala na jedan način.

Ekonomija i konkurentnost jedne države zavise, između ostalog, od međusobne saradnje gradova. Kada je reč o kompanijama, one, bar u razvijenom svetu, često nastupaju udružene, a to može biti zasnovano na regionalnom ili čak gradskom nivou. Globalna utakmice može se posmatrati kao ekonomija umreženosti na nivou mesta koje se takmiči sa drugim mestom. Samim tim, klasteri i kompanije u jednom gradu i regiji imaju veliki značaj na regionalnu i nacionalnu produktivnost. Danas se, međutim i gradovi umrežavaju u klasterne prema kreativnom opredeljenju ili turističkom ili privrednom i na taj način doprinose nacionalnom i regionalnom prosperitetu. (Boix,2003).

Klasteri mogu biti naročito dobri za inovacije. Najvažniji klasteri su klasteri kompanija. To su kompanije koje koriste inovacije da bi na tržištu bile konkurentne. Drugi tip klastera su institucije koje proizvode znanje. Treći su obrazovne organizacije poput škola. Univerziteti su specijalan slučaj, jer često igraju dvojnu ulogu i istraživačkih institucija i obrazovanja. Četvrti tip su organizacije koje su nosioci kapitala, poput banaka i osiguravajućih društava. Peta moguća grupa klastera su vladine organizacije od lokalnog do nacionalnog nivoa i to su ustanove koje donose strategije i odluke o javnoj infrastrukturi, regulativama i sl. (Lindqvist i Orjan, 2008)

Većina uspešnih velikih i srednjih gradova podstiče živost post-industrijske ekonomije i često je izvozi. Takvi gradovi sve više postaju centri za razonodu i potrošnju slobodnog vremena, turizam i druge konzumerske aktivnosti. Samo deset godina ranije smatralo se da će informacione tehnologije potisnuti ekonomsku bazu gradova, ali izgleda da se upravo suprotno desilo. Nove tehnologije su dozvolile povezivanje u okviru regija gradova i doprinele su da se domaćinstva bolje organizuju u kompleksnom dnevnom životu. Umesto da se kreira 'ravan' globalni svet u kome nije važno gde se nalazite, jer je sve dostupno u Internet ravni, upravo su ova elektronska

povezanost i tehnološki napredak izazvali novo grupisanje inovacija i kreativnosti u stvarnom geografskom prostoru poput np. Silikonske dolinu u San Francisku, aeronautičke industrije u Montrealu i kreativnih industrija u Londonu. (Friedman, 2005).

U nekim zemljama gradovi su shvatili da će u narednih trideset godina prirodni sektor gradova i igrati veoma važnu ulogu u ekonomsku rastu i razvoju čitavih zemalja (21 Issues for 21st Century, 2012). Po nekim analizama, grupisanje leži u srcu konkurentne prednosti gradova regija. Iako su konkurenti među sobom, firme imaju beneficiju od ujedinjavanja u klaster, jer na taj način privlače na svoju teritoriju kompetentnu radnu snagu i investicije, kreiraju lokani zajednički poduhvat, fondove za talente i investitore. Firme koje su ujedinjenje uživaju beneficije kao što su unapređenje kroz nove tehnologije i procese. Imaju i beneficije kroz ekonomiju na širem lokalnom tržištu, pojednostavljen promet roba, usluga i ideja koje idu od dole od do vrha (Porter, 2011).

Majkl Porter (2011) kaže da se ekonomsko ujedinjavanje kompanija dešava onda kada postoji kritična masa firmi plus snažna naučna i tehnološka baza i kultura koja je okrenuta inovacijama i preduzetništvu. Iako, klasteri sami po sebi ne znače obavezno dovoljnost i osiguran uspeh na duge staze, veruje se da su veliki gradovi privilegovani, jer imaju koncentraciju klastera na jednom mestu, ovo ne znači da manji gradovi i manje zajednice ne mogu imati koristi od klaster modela.

U gradu Otavi, Kanada, klaster visoke tehnologije može postati moćan motor ka rastu grada na svim nivoima. Jaka povezanost među firmama, dobavljačima, negde i istraživačkim institutima, univerzitetima i korisnicima usluga i proizvoda je moguća i efekat koncentracije na jednom mestu, može proizvesti fantastičan rast produktivnosti i inovativnosti (Torjman, Leviten-Reid, 2003).

Da bi maksimalno iskoristili svoj potencijal klasteri se moraju fokusirati na svoje postojeće prednosti i resurse. Tradicionalno su klasteri sektora znanja ti koji su najuspešniji, ali isto toliko vredni mogu biti i klasteri drugih industrija np. klaster mašinske industrije u Detroitu. Za uspeh mesta potrebna je ozbiljna procena potencijala klastera (Klepper, 2010).

Ovo je izazov koji je široko povezan sa ljudima i strategijama na lokanom nivou. Baš kao što je atmosfera mesta stvar kreativnosti, isto tako društveno i ekonomsko umrežavanje u mestu utiče na formiranje saradnje i stvaranje inovativnih mreža. Nedavno je jedna Evropska studija pokazala da regionalni i međunarodni inovativni centri podstiču ovakvo

povezivanje, a samim tim i rad klastera (Regional Clusters in Europe, 2002).

Jaki istraživački kapaciteti na Univerzitetima omogućavaju načine povezivanja nauke i inovacija, privlačenje kreativnih i visoko kvalifikovanih radnika. Pristup dobro povezanom unutar urbanog i internacionalnog transportu tako da se inovativnost može prodati. Ričard Florida (2002) naglašava važnost tolerancije, raznolikosti i visokog kvaliteta života da bi se privikla kreativna kasa. On takođe tvrdi da je živost metropoliten regija ta koja daje raznolikost, povezivanje i klaster novih ideja. Ipak, iako je Florida, koji živi i radi u Kanadi, visoko rangirao neke kanadske gradove kao najkreativnije u Severnoj Americi, ostaje pitanje zašto na ekonomskoj skali ovi gradovi nisu tako uspešni. Ovo zavisi od stalnog promišljanja strategija i stalnom prilagođavanju gradova turbulentnim promenama u savremenom svetu.

Kada je reč o kreativnom gradu, uglavnom se misli na kreativne klaster, kao nosioce kreativnosti. 'Kreativni klasteri su geografsko, gransko ili funkcionalno povezivanje subjekata kreativnog sektora radi kreiranja nove celine na osnovu unutrašnje komplementarnosti i spoljašnje svrhovitosti, uz glavni kriterijum ekonomske logike zajedničkog nastupa ili prodora na tržištu i dodavanje kapitalne vrednosti i nematerijalnog kreativnog svojstva svakom pojedinačnom povezanom autputu i klasterskoj celini ukupno' (Đeric, 2009). Iako kreativni klasteri mogu biti moćni katalizatori ekonomske održivosti grada, prema Landriju (Landry, 2000), ekonomska održivost kreativnog grada ne zavisi samo od kreativnih klastera, koji se odnose na kreativne industrije i kreativni sektor, već od ukupne kreativnosti u radu i povezivanju ostalih klastera bez obzira da li su oni industrijski ili tehnološki ili klasteri usluga koje ne moraju biti vezane za kreativni sektor. Upravo u tom međugranskom povezivanju i kreativnom načinu razmišljanja ljudi koji su nosioci klastera se ogleda prava kreativnost kreativnog grada koja je široka i obuhvata sve segmente funkcionisanja grada i na taj način doprinosi ekonomskoj održivosti.

4 STRATEGIJE EKONOMSKI ODRŽIVOG GRADA

Da bi neki grad bio ekonomski uspešan, strategije grada moraju biti analitički razmatrane i što bolje ugrađene u sve zakone i odluke vlade. Sve strategije

na svim nivoima i nacionalnom i lokanom i gradskom veoma utiču na konkurentsku prednost grada na duge staza, a naročito one koje se tiču obrazovanja, produktivnosti i rasta, urbanog planiranja i prepreka na lokanom nivou. Čest je slučaj da čak i najefikasnije strategije nisu dobro koordinirane sa vladama na regionalnom i nacionalnom nivou i ne izlaze u susret potrebama mesta. Čak je slučaj da unutrašnje barijere zadržavaju konkurentnost i kreativnost grada, ipak konkurentnost grada je uvek zasnovana na kreativnosti (<http://cprn.org>).

Da bi se obezbedila buduća uloga i suverenost gradova i njihovih regija potrebno je da se uspostavi realna efikasna budžetska saradnja između gradova i vlade. Gradovi srednjih veličina će imati koristi od rasta autonomije i resursa, naročito u razvoju regionalnih ekonomskih strategija koje obuhvataju srednje i manje gradove, a vlada treba da obezbedi prilaz gradovima, transport, povezanost, i jačanje informacione i tehničke povezanosti, i obezbeđivanje minimalnog efektnog obrazovanja za radnike, njihovu medicinsku zaštitu i zdravlje životne sredine (<http://cprn.org>).

Ljudski kapital postaje sve važniji u lokalnoj ekonomiji isto kao i njihov gubitak. Uspešan grad pre svih ostalih sektora treba da ima razvijen obrazovni sistem u kome se veštine i znanje prilagođavaju stalno promenama na globalnom nivou. Strategije uspešnih gradova treba da pomognu svojim ljudima da ne budu izolovani i da razviju unaprede svoje veštine i nađu poslove. Gradovi moraju postati takmičarski nastrojani u globalnom takmičenju za talente (Schutt, 2006).

Najbolji svetski Univerziteti privlače najtalentovanije i postaju magnet za investitore, jer Univerziteti kreiraju idealne uslove za inovativnost i kreativnost. Za Univerzitet je neophodno da pospešuju povezanost sa drugim sektorima naročito malim i srednjim biznisom i povezanost sa zajednicama. Oni takođe igraju značajnu ulogu u društvenom povezivanju i pojačavaju zahteve za tolerancijom i raznolikošću. Oni revitalizuju gradske centre, zajednice i prostore kroz svoj doprinos muzejima, galerijama, pozorištima i jednostavno životu u gradu. U skorašnje vreme potražnja za Univerzitetским obrazovanjem i Visokim školama je porasla mnogo više od resursa koji postoje, dok je trening veština ostao ispod nivoa potreba. Od suštinske važnosti je da se ovaj trend promeni i da ponuda kvalifikovanih radnika u gradovima i manjim zajednicama poraste. Uspešni gradovi se nalaze u konstantnom treningu da bi bili konkurentni (Hilton, 2004).

Vlada ima tendenciju da razvija strategije koje se odnose na velika pitanja, fokusiraju se na efikasne investicije i na ljudski kapital. Ali trebalo bi da se u ove strategije uvrste kreativnost, inovativnost, preduzetništvo i brzina, hitrost prilagođavanja promenama (Landry, 2000).

Važnost ljudskog kapitala i dobrobit tj. kvalitet života pojedinaca ušla je nacionalne ekonomije kroz koncept doživotnog učenja i aktivnog tržišta rada koje promovise produktivniji ljudski kapital (www.globalpolicy.org).

Ekonomski rast takođe zahteva promišljanje upotrebne zemljišta u ekonomske svrhe. Zemljište treba da se posmatra ne kao deo infrastrukture, nego kao infrastruktura. U ovakvom kontekstu upotreba zemljišta uzima u obzir ulogu mesta u oblikovanju socijalnih i ekonomskih promena. Ekonomska budućnost grada se suočava sa globalnim izazovima, ali reakcija na te izazove je bar delimično uvek lokalna (Zhang, 2001).

Nacionalne i regionalne ekonomske strategije imaju malo razumevanja za funkcionisanje zemljišta i tržište gradova. Ove strategije su često u potpunosti odvoje od upotrebe zemljišta i strategija urbanog planiranja. Potrebno je da strategije na svim nivoima budu artikulisane preciznije i dublje da razmišljaju o upotrebi zemljišta kao mogućnosti ekonomskog rasta na duge staze (www.oecd.org).

Naravno grad nailazi na barijere koje dolaze od nacionalnih i regionalnih strategija. Potrebno je lobirati kod vlade da razume lokalne probleme i da se složi sa interesima provincije. Gradovi sa svojim regijama često prevazilaze granice provincije sa svojim povezivanjima sa ostalim gradovima i regijama (Landry, 2006).

Obe perspektive i tradicionalna i perspektiva nove ekonomije i na ekonomskom, razvojnom i inovativnom planu daju važnost kvalitetu mesta u privlačenju visoko kvalifikovanih radnika. Tradicionalna ekonomska perspektiva se fokusira na dobre škole, malo kriminala, dok se savremena perspektiva fokusira na kreativnost (Florida, 2002).

Gradski sistem koji ignoriše tržište propada, a gradovi koji ne planiraju postaju manje efikasni od onih koji planiraju. Veliki broj zemalja iz OECDa su ispravili prioritete u svom planiranju i uključile se u kreiranje politike za stvaranje dobrih mesta za život gradova, koji uključuju ekonomsku, društvenu, kulturnu dimenziju i dimenziju životne sredine. Na nivou grada planiranje stvara okvir strategije i reguliše ponudu (www.oecd.org).

Funkcionalno i fleksibilno tržište rada će biti od centralne važnosti za buduću ekonomski uspeh grada.

U Evropi i SAD aktivne strategije rada uzimaju u obzir grad. Tamo gde gradsko tržište ima grešku kao np. smanjeni prihod po domaćinstvu, grad to ne treba da ignoriše već da se suočio sa tim (www.worldbank.org).

Nju Jork, London, Paris i Tokio su najmoćniji gradovi sveta. Nova istraživanja su procenjivala 35 gradova iz celog sveta, prema šest kriterijuma: ekonomiji, istraživanjima i razvoju, kvalitetu života, pristupačnosti, kulturne interakcije, ekologije i prirodnog okruženja. Nju Jork je najbolji u ekonomiji kao i prema istraživanjima i razvoju. London prema kulturnom kapitalu, a Paris prema uslovima za život i pristupačnosti. Ženeva, Cirihi i Beč imaju najbolju ekologiju i prirodno okruženje (www.citymayors.com).

5 ZAKLJUČAK

Savremeno doba je doba gradova, jer najveći deo populacije čovečanstva prvi put u istoriji civilizacije, živi u gradovima nego u ruralnim oblastima. U doba globalizacije geografske granice ne predstavljaju više prepreku, ali ipak, rešenja za izazove koje donosi globalizacija i ekonomsku održivost leže na lokalnom nivou.

Da bi grad opstao, ali i rastao i napredovao mora biti ekonomski održiv. To mu kratkoročno omogućavaju njegovi ekonomski kapaciteti koji zavise od ekonomske snage i produktivnosti kompanija u samom gradu, kao i od lokalnih gradskih vlasti.

U doba ekonomske krize i velikih promena koje doživljavaju gradovi i njihove zajednice, potreban je nov način razmišljanja koji će omogućiti gradovima da budu što fleksibilniji i funkcionalniji u okolnostima novog doba. Upravo, koncept kreativnog grada naglašava prelazak sa geografskih i prirodnih resursa ka ekonomskoj vitalnosti koja zavisi od ideja i akcija ljudi koji žive u gradovima. Gradovi na ovaj način postaju i proizvođači i potrošači kreativnosti - bilo da se radi o kreativnosti u umetnosti, kulturi, tehnologiji ili drugim privrednim aktivnostima.

Na lokalnom nivou klaster predstavlja motor ekonomske održivosti i opstanka grada. Povezanost u klaster je od vitalnog značaja. Više se ne radi samo o klasterima unutra jedne delatnosti, već međusektorska povezanost u klaster, koji donose rešenja. Kada je reč po kreativnom gradu, on se ne posmatra samo kroz prizmu klastera kreativnog sektora, već je to

kreativnost u povezivanju, produktivnosti i kokuretnosti na globalnom tržištu svih privrednih klastera.

Zapravo može se reći da je i sam kreativni grad jedan veliki klaster, sastavljen od manjih klastera i u zavisnosti od njihove kreativnosti, inovativnosti i fleksibilnosti zavisice ekonomska održivost jednog grada. A da bi se ovo postiglo strategije koje se postavljaju za grad, moraju se redovno korigovati i promišljati u skladu sa brzim promenama savremenog globalnog sveta. Ekonomska održivost grada zavisi od holističkog pristupa gradu i od njegove ekološke, društvene i kulturne održivosti. Ukoliko se ne radi sve obuhvatnom pristupu paralelno, grad neće biti održiv. Da bi bili ekonomski održivi savremenim gradovima je potrebno da budu kreativni u svim aspektima gradskog života, ne samo u kulturi.

I upravo poreklo koncepta kreativnog grada leži u razmišljanju o tome zašto se čini da se neki gradovi teško prilagođavaju promenama i čak pate i muče se zbog toga i opet im teško ide. Sa druge strane izgleda da socijalne i ekonomske promene u nekim gradovima dolaze maltene spontano i lako.

LITERATURA

- [1] *Organizing clusters for innovation: Lessons from city regions in Europe*, Lindqvist, G., Orjan, S., Clusters and City networks, European Union's Regional Development Fund, 2008, EU
- [2] *The origin and growth of industry clusters: The making of Silicon Valley and Detroit*, Klepper, S., Journal of Urban Economics, 2010, pp. 15-32.
- [3] *Regional Clusters in Europe* European Commission, European Communities, Brussels, Belgium, 2002.
- [4] *The Importance of Human Capital for Economic Growth*, Schutt, F., University of Bremen, Bremen, Germany, 2006.
- [5] *The role of the University in knowledge economy*, Hilton, J., University of Virginia, Charlottesville, USA, 2004.
- [6] *Clusters and the New Economics of Competition*, Porter, M., Harvard Business Review, Nov-Dec 1998, Boston, USA.
- [7] *The Creative City – toolkit for urban innovators*, Landry, Ch, Earthscan, London, UK, 2000.
- [8] *Economic Development and Land-Use Conversion in the Main Course Area of the Yangtse River Basin*, Zhang, L., Geocarrefour, 2001, pp. 13-18.
- [9] *The Art of City Making*, Landry, Ch, Earthscan, London, UK, 2006.

- [10] *Networks of cities and growth: theory, network identification and measurement of the network externality*, Boix, R., University of Florence, Florence, Italy, 2003.
- [11] *Kreativni klasteri – definicije i modeli*, Đerić A., tematski zbornik, Kreativne industrije i ekonomija znanja, Akademika, 2009, Beograd, pp. 69-73.
- [12] *The Creative City*, Landry, C. & Bianchini, B., Demos, London, UK, 1995.
- [13] *Self-organized economy*, Krugman P., Blackwell Publishers, Oxford, UK, 1996.
- [14] *Neighborhood effects*, Lupton R., Centre for Analysis of Social Exclusion, London, UK, 2003.
- [15] *OECD Territorial Reviews: Competitive Cities in the Global Economy*, OECD – Better policies for better living, Paris, France, 2006.
- [16] *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*, Friedman, T., Farrar, Straus and Giroux, New York, USA, 2005.
- [17] *Competition, Competitive Advantage, and Clusters: The Ideas of Michael Porter*, Porter, M., Oxford University Press, New York, USA, 2011.
- [18] *21 Issues for 21st Century*, United Nations Environment Programme (UNEP), Nairobi, Kenya, 2012.
- [19] *Innovation and Poverty Reduction*, Torjman, S., Leviten-Reid, E., Caledon Institute of Social Policy, Ottawa, Canada, 2003.
- *Canadian Policy research Network*: <http://cprm.org>
 - *City Mayors*: www.citymayors.com
 - *Europe Innova*: www.europe-innova.eu
 - *Global Policy Forum*: www.globalpolicy.org
 - *New Internationalist*: www.newint.org
 - *OECD – Better Policies for Better Lives*: www.oecd.org
 - *TED – Ideas Worth Spreading*: www.ted.com
 - *The World Bank*: www.worldbank.org

