

UNIwersytet
MIKOŁAJA KOPERNIKA
W TORUNIU

Wydział Nauk o Ziemi



**Gen_Y
City**

Mapowanie sektorów kreatywnych w przestrzeni toruńskiej Starówki dla projektu GEN-Y City

LESZEK S. DĄBROWSKI

STEFANIA ŚRODA-MURAWSKA

TORUŃ 2016/2017

Sektor kreatywny

Czym jest sektor kreatywny?

Za **sektor kreatywny** (creativity knowledge sector) w gospodarce narodowej uważa się ten, na który składają się działalności oparte na własności intelektualnej, mające swe korzenie w kulturze i nauce.



Źródło: Opracowanie własne

Przemysły kreatywne (działalności twórcze)

architektura	działalność wydawnicza	dzieła sztuki
film, wideo, działalność muzyczna	fotografia	kultura, działalność artystyczna
kultura, dziedzictwo	oprogramowanie	radio i telewizja
reklama	rzemiosło artystyczne	wzornictwo, projektowanie

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Department of Culture, Media and Sport (2001)

Działalności o dużym stopniu nasycenia wiedzą

produkcja i usługi w zakresie technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) z wyjątkiem oprogramowania

usługi finansowe, usługi prawne i inne usługi dla biznesu (np. konsulting, badania rynku)

działalność badawczo-rozwojowa oraz szkolnictwo wyższe

Źródło: Opracowanie własne
na podstawie Stryjakiewicz, Stachowiak (2010)

Teoria klasa kreatywnej

Teoria klasy kreatywnej stworzona została przez R. Floridę (2002). Zakłada ona, iż główną siłą napędową miast i regionów jest klasa kreatywna składająca się z **superkreatywnego rdzenia** oraz **twórczych profesjonalistów**.

- **Superkreatywny rdzeń:** aktorzy, projektanci, naukowcy, inżynierowie, architekci (*creative industries*).
- **Twórczy profesjonalści:** sektor wymagający zaawansowanej wiedzy (m.in. ochrona zdrowia, high-tech, usługi finansowe, usługi prawnicze, zarządzanie biznesem) (*knowledge-intensive sector*).



Teoria 3T



Technologia - infrastruktura techniczna - wypadkowa ilości parków technologicznych, centrów innowacyjności oraz przedsiębiorstw z branży high-tech.



Talent - kapitał wysoce wykształconej, utalentowanej ludności, za wskaźnik „talentu”, którym dysponuje dane miasto przyjmuje się ilość osób mających tytuł licencjata lub wyższy.



Tolerancja - różnorodna struktura demograficzna oraz wieloetniczność sprzyjają atmosferze otwartości, która jest tak istotna dla ludzi twórczych.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Florida (2002)

Przemysły kreatywne a rozwój miast

- Lata 70. XX wieku - termin *przemysły kultury*
- Termin **przemysły kreatywne** (creative industries) pojawił się w latach 90. XX wieku na szczeblu rządowym w Wielkiej Brytanii.
- W latach 80. i 90. XX wieku wiele miast europejskich (np. Barcelona, Hamburg, Birmingham) wykorzystowało przemysły kreatywne w celu zagospodarowania i rewitalizacji zdegradowanych, poprzemysłowych obszarów.
- Proces zaobserwowany w miastach Europy Zachodniej 30 lat temu rozpoczął się z pewnym opóźnieniem w krajach postsocjalistycznych i trwa do dziś (Środa-Murawska, Szymańska, 2013).

Przemysły kreatywne a rozwój miast

Współczesne miasta chcą, aby przemysły kreatywne tworzyły się i rozwijały w ich granicach, ponieważ wpływa to pozytywnie na rozwój miast pod względem społeczno-demograficznym i gospodarczym (Klasik, 2008).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Klasik (2008)

Znaczenie przemysłów kreatywnych

Zakłada się, iż **przemysły kreatywne** będą odgrywać coraz ważniejszą rolę w tworzeniu gospodarki. Jest to związane m.in. z wzrastającą liczbą podmiotów w **sektorze kreatywnym**, które prowadzą **młodzi ludzie** – mobilni, zdolni do ryzyka, znający i używający najnowszych technologii (Namyślak, 2013).

Gospodarka kreatywna oddziałuje na sferę społeczno-ekonomiczną, jak i społeczno-kulturową.

Ze **sferą społeczno-ekonomiczną** wiąże się rosnący udział w wytwarzaniu PKB, tworzenie nowych miejsc pracy, rozwój przedsiębiorczości opartej na własności intelektualnej, czy zwiększanie wpływów z eksportu.

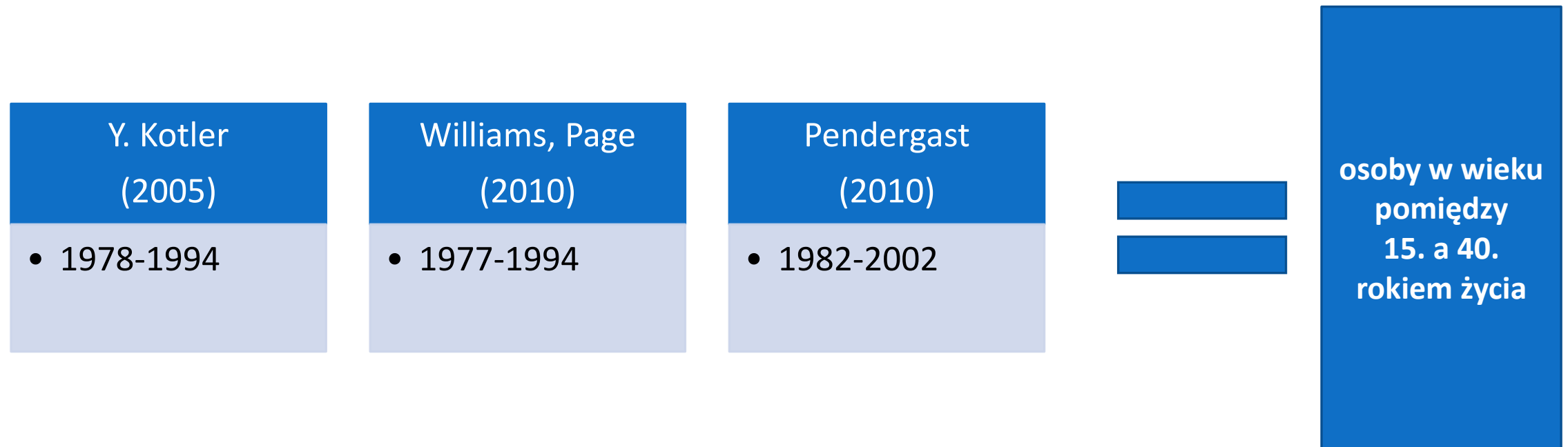
Sfera społeczno-kulturowa powoduje przemiany w mieście, które objawiają się jako odnowa miast, rewitalizacja obszarów zdegradowanych (często postindustrialnych), jak i w przemianie tożsamości kulturowej (Klasik, Drobnik, Wrana, 2009).



Pokolenie Y

Gen Y, czyli kto?

Pokolenie Y (również znane pod nazwą *Gen Y, Millenials*)



Gen Y, czyli kto?

- Ważnymi aspektami w życiu *pokolenia Y* jest poszanowanie etyki, możliwość korzystania z komputera w różnych miejscach (dom, praca, szkoła), czy wielokulturowość.
- Często funkcjonują w elektronicznej, internetowej rzeczywistości (Zajadacz, 2014).
- **Jest to pierwsze polskie pokolenie**, które posiada **cechy globalne**; dotyczy to przede wszystkim młodzieży pochodzącej z wielkich miast, która dorastała wraz z Internetem (Kowalczyk-Anioł, 2012).
- Jej reprezentanci mają silną potrzebę uzyskania akceptacji rówieśników; zawierają i utrzymują kontakty z nimi przez media społecznościowe.
- Przedstawiciele *Millenials* są **otwarc** na innych, optymistycznie podchodzą do życia, posiadają dużą motywację do osiągnięcia sukcesu oraz są ukierunkowani na cele (Zajadacz, 2014).

Mapowanie sektorów kreatywnych

Obszar badań



0 5 10 20 30 40 50 km

Źródło: Opracowanie własne



Obszar Toruńskiego Centrum Miasta

Źródło: http://btcn.torun.pl/?page_id=400, DoA: 12.06.2017

Cel, zakres i przedmiot badań

Cel: określenie potencjału branż kreatywnych zlokalizowanych w obszarze toruńskiej Starówki w aspekcie ilościowym.

Zakres przestrzenny: Starówka w Toruniu rozumiana jako obszar podlegający szczególnej opiece Biura Toruńskiego Centrum Miasta (BTCM).

Zakres czasowy: stan przedsiębiorstw na dzień 31.12.2016 r.

Zakres przedmiotowy: przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie sektora kreatywnego (przestrzenne zlokalizowanie przedsiębiorstw - mapowanie; okres funkcjonowania danego przedsiębiorstwa; wielkość firmy wyrażoną liczbą zatrudnionych).

Mapowanie - oznaczanie na mapie; graficzne przedstawienie punktów (lub powierzchni) znajdujących się w przestrzeni.

Metoda badań

W pracy wykorzystano **analizę danych zastanych**.

Metoda badań: metoda *desk research* polegająca na wyszukiwaniu danych istotnych ze względu na poruszany temat. W badaniach polegających na tej metodzie badacze skupiają się na analizie danych zastanych w różnych raportach, biuletynach, bazach danych itp. (Makowska, 2013).

Dane pozyskane bezpośrednio z **Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG)** za pośrednictwem Urzędu Miasta (UM) Torunia oraz z **Krajowego Rejestru Urzędowego Podmiotów Gospodarki Narodowej (REGON)** [stan na 31.12.2016 r.].

Łącznie przeanalizowano około **25 000 wpisów**, z czego **514 działalności** zostało zakwalifikowanych do sektora kreatywnego na toruńskiej Starówce.

W celu znalezienia informacji na temat liczby zatrudnionych osób skorzystano z serwisu **WP Money**, przy czym nie są one dostępne dla wszystkich przedsiębiorstw.

Metoda badań

Dane zawarte w pracy zostały odniesione do Polskiej Klasyfikacji Działalności (**PKD 2007**). Problemem, który wysuwa się na pierwszy plan jest brak wydzielenia działalności twórczych czy działalności o dużym stopniu nasycenia wiedzą w PKD 2007. Działalności twórcze rozproszone są pomiędzy sekcje:

- C – przetwórstwo przemysłowe,
- G – handel hurtowy i detaliczny,
- J – informacja i komunikacja,
- M – działalność profesjonalna, naukowa i techniczna,
- R – działalność związana z kulturą i rozrywką.

Natomiast działalności o dużym stopniu nasycenia wiedzą obejmuje następujące sekcje:

- C – przetwórstwo przemysłowe,
- J – informacja i komunikacja,
- M – działalność profesjonalna, naukowa i techniczna,
- P – edukacja.

Działalności twórcze	Kod według PKD	Nazwa grupowania	Działalności twórcze	Kod według PKD	Nazwa grupowania	Działalności twórcze	Kod według PKD	Nazwa grupowania
Rzemiosło artystyczne	C.23.41.Z	Produkcja ceramicznych wyrobów stołowych i ozdobnych	Film, wideo, działalność muzyczna	J.59.11.Z	Działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo i programów telewizyjnych	Wzornictwo, projektowanie	M.74.10.Z	Działalność w zakresie specjalistycznego projektowania
Rzemiosło artystyczne	C.31.0	Produkcja mebli						
Rzemiosło artystyczne	C.32.1	Produkcja wyrobów jubilerskich, biżuterii i podobnych wyrobów	Film, wideo, działalność muzyczna	J.59.12.Z	Działalność postprodukcyjna związana z filmami, nagraniami wideo i programami telewizyjnymi	Fotografia	M.74.20.Z	Działalność fotograficzna
Rzemiosło artystyczne	C.32.20.Z	Produkcja instrumentów muzycznych		Pozostałe***		M.74.30.Z	Działalność związana z tłumaczeniami	
Dzieła sztuki	G.47.78.Z*	Sprzedaż detaliczna pozostałych nowych wyrobów prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach	Film, wideo, działalność muzyczna	J.59.13.Z	Działalność związana z dystrybucją filmów, nagrań wideo i programów telewizyjnych	Kultura, działalność artystyczna	R.90.01.Z	Działalność twórcza związana z wystawianiem przedstawień artystycznych
Dzieła sztuki	G.47.79.Z**	Sprzedaż detaliczna artykułów używanych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach	Film, wideo, działalność muzyczna	J.59.14.Z	Działalność związana z projekcją filmów	Kultura, działalność artystyczna	R.90.02.Z	Działalność wspomagająca wystawianie przedstawień artystycznych
Działalność wydawnicza	J.58.11.Z	Wydawanie książek	Film, wideo, działalność muzyczna	J.59.20.Z	Działalność w zakresie nagrań dźwiękowych i muzycznych	Kultura, działalność artystyczna	R.90.03.Z	Artystyczna i literacka działalność twórcza
Działalność wydawnicza	J.58.12.Z	Wydawanie wykazów oraz list						
Działalność wydawnicza	J.58.13.Z	Wydawanie gazet	Radio i telewizja	J.60.10.Z	Nadawanie programów radiofonicznych	Kultura, działalność artystyczna	R.90.04.Z	Działalność obiektów kulturalnych
Działalność wydawnicza	J.58.14.Z	Wydawanie czasopism i pozostałych periodyków	Radio i telewizja	J.60.20.Z	Nadawanie programów telewizyjnych ogólnodostępnych i abonamentowych	Kultura, dziedzictwo	R.91.01A	Działalność bibliotek
Działalność wydawnicza	J.58.19.Z	Pozostała działalność wydawnicza	Oprogramowanie	J.62.01.Z	Działalność związana z oprogramowaniem	Kultura, dziedzictwo	R.91.01B	Działalność archiwów
Działalność wydawnicza	J.58.21.Z	Działalność wydawnicza z zakresu gier komputerowych	Pozostałe***	J.63.91.Z	Działalność agencji informacyjnych	Kultura, dziedzictwo	R.91.02.Z	Działalność muzeów
Działalność wydawnicza	J.58.29.Z	Działalność wydawnicza z zakresu pozostałego oprogramowania	Architektura	M.71.11.Z	Działalność w zakresie architektury	Kultura, dziedzictwo	R.91.03.Z	Działalność historycznych miejsc i budynków oraz podobnych atrakcji turystycznych
			Reklama	M.73.1	Reklama			

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Namyślak (2013)

* Z podklasy G.47.48Z wyodrębniono na potrzeby niniejszej pracy jedynie sprzedaż detaliczną: pamiątek, wyrobów rzemieślniczych i artykułów religijnych, znaczków i monet oraz sprzedaż realizowaną przez handlowe galerie artystyczne.

** Z podklasy G.47.49Z wyodrębniono sprzedaż detaliczną antyków oraz sprzedaż prowadzoną przez domy aukcyjne.

*** Kategoria „Pozostałe” obejmuje działalności, których nie można jednoznacznie zakwalifikować tylko do jednego rodzaju działalności twórczej.

Działalności o dużym stopniu nasycenia wiedzą	Kod według PKD	Nazwa grupowania	Działalności o dużym stopniu nasycenia wiedzą	Kod według PKD	Nazwa grupowania
Produkcja i usługi w zakresie ICT z wyjątkiem oprogramowania	C.26.1	Produkcja elektronicznych elementów i obwodów drukowanych	Usługi finansowe	K.64.1	Pośrednictwo pieniężne
Produkcja i usługi w zakresie ICT z wyjątkiem oprogramowania	C.26.2	Produkcja komputerów i urządzeń peryferyjnych	Usługi finansowe	K.66.1	Działalność wspomagająca usługi finansowe, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszów emerytalnych
Produkcja i usługi w zakresie ICT z wyjątkiem oprogramowania	C.26.3	Produkcja sprzętu telekomunikacyjnego	Usługi dla biznesu	M.69.1	Działalność prawnicza
Produkcja i usługi w zakresie ICT z wyjątkiem oprogramowania	C.26.4	Produkcja elektronicznego sprzętu powszechnego użytku	Usługi dla biznesu	M.69.2	Działalność rachunkowo-księgowa, doradztwo finansowe
Produkcja i usługi w zakresie ICT z wyjątkiem oprogramowania	C.26.5	Produkcja instrumentów i przyrządów pomiarowych, kontrolnych i nawigacyjnych	Usługi dla biznesu	M.70.1	Działalność firm centralnych (head offices) i holdingów z wyłączeniem holdingów finansowych
Produkcja i usługi w zakresie ICT z wyjątkiem oprogramowania	J.61.1	Działalność w zakresie telekomunikacji przewodowej	Usługi dla biznesu	M.70.2	Doradztwo związane z zarządzaniem
Produkcja i usługi w zakresie ICT z wyjątkiem oprogramowania	J.61.2	Działalność w zakresie telekomunikacji bezprzewodowej, z wyłączeniem telekomunikacji satelitarnej	Badania i rozwój	M.72.1	Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie nauk przyrodniczych i technicznych
Produkcja i usługi w zakresie ICT z wyjątkiem oprogramowania	J.61.3	Działalność w zakresie telekomunikacji satelitarnej	Badania i rozwój	M.72.2	Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie nauk społecznych i humanistycznych
Produkcja i usługi w zakresie ICT z wyjątkiem oprogramowania	J.61.9	Działalność w zakresie pozostałej telekomunikacji	Usługi dla biznesu	M.73.2	Badanie rynku i opinii publicznej
Produkcja i usługi w zakresie ICT z wyjątkiem oprogramowania	J.63.1	Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi	Szkolnictwo wyższe	P.85.42B	Szkolnictwo wyższe
Produkcja i usługi w zakresie ICT z wyjątkiem oprogramowania	J.63.9	Pozostała działalność usługowa w zakresie informacji			

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Namyslak (2013)

Projekt Gen-Y City



Gen_Y
City

Starówka w Toruniu jako miejsce dla rozwoju sektora kreatywnego?

- Toruńska Starówka ma unikalny i niepowtarzalny charakter. W 1997 roku została wpisana na **listę Światowego Dziedzictwa UNESCO**. Corocznie Starówkę odwiedza **ponad 2 mln turystów**, co jest dodatkowym impulsem do dalszego jej rozwoju.
- Średniowieczna zabudowa połączona z duchem młodej przedsiębiorczości, to połączenie, które może być przyszłością Starówki w Toruniu, co zauważyły władze miasta, ponieważ obecnie w Toruniu realizowany jest projekt **Gen-Y City** w ramach **programu URBACT**, którego celem jest właśnie promowanie rozwoju przedsiębiorstw innowacyjnych.

Starówka w Toruniu jako miejsce dla rozwoju sektora kreatywnego?

Liderem utworzonej sieci Gen-Y City jest miasto **Poznań**, a pozostałymi miastami partnerskimi są:

- Granada (Hiszpania),
- Wolverhampton (Wielka Brytania),
- Kłajpeda (Litwa),
- Dyneburg (Łotwa),
- Genua (Włochy),
- **Toruń (Polska),**
- Kristiansand (Norwegia),
- Coimbra (Portugalia),
- Bologna (Włochy),
- Nantes (Francja),
- Sabadell (Hiszpania).

Ongoing networks Closed networks

Gen-Y City

Select a theme or a topic

or display

CITIES

COUNTRIES



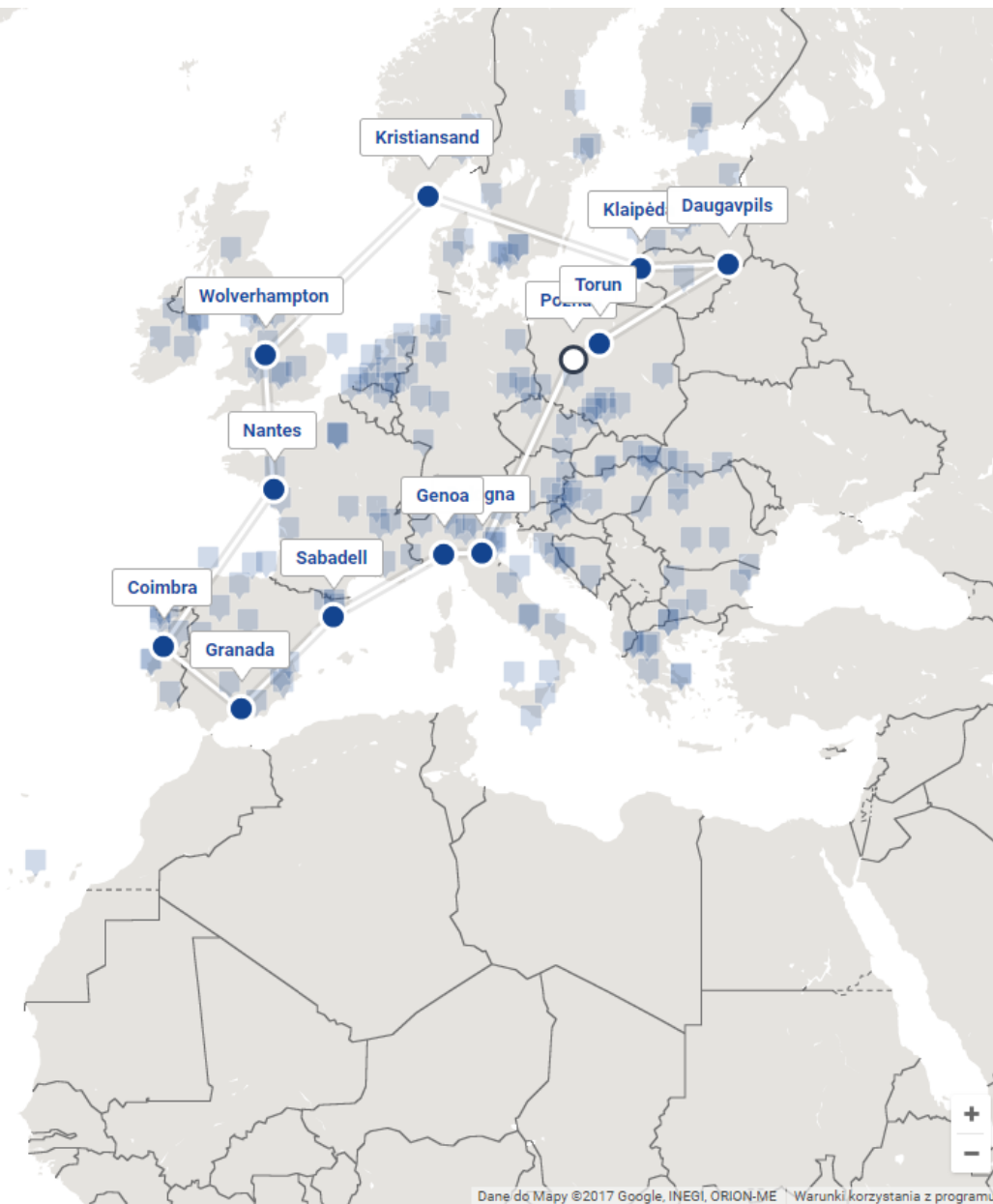
Gen_Y
City

Gen-Y City

Developing, attracting &
retaining Gen-Y 'creative tech'
talent in European cities.

Lead Partner: Poznań - Poland

Partners: Bologna (Italy), Genoa (Italy), Sabadell (Spain),
Granada (Spain), Coimbra (Portugal), Nantes (France),
Wolverhampton (United Kingdom), Kristiansand
(Norway), Klaipėda (Lithuania), Daugavpils (Latvia), Torun
(Poland),



Google

Dane do Mapy ©2017 Google, INEGI, ORION-ME Warunki korzystania z programu.

Starówka w Toruniu jako miejsce dla rozwoju sektora kreatywnego?

- Koordynatorem projektu w Toruniu, obejmującego lata 2016-2018, jest **Biuro Toruńskiego Centrum Miasta**.
- Młodzi przedsiębiorcy, sektor publiczny i organizacje pozarządowe mają wspólnymi siłami opracować i wdrażać politykę wsparcia dla **branży innowacyjnej i kreatywnej**.
- W Toruniu władze chcą stworzyć **miasto przyjazne mieszkańcom**, a w szczególności przyjazne centrum miasta, jakim jest Starówka.
- Dodatkowo działania podejmowane w projekcie pozwolą wypracować rozwiązania, które mają na celu **zatrzymanie w mieście młodych ludzi**. Pomiędzy miastami uczestniczącymi w projekcie zostanie wymieniona wiedza i doświadczenia dotyczące **zarządzania centrami miast**.
- Innym wskazywanym celem jest **zatrzymanie potencjału intelektualnego w Toruniu**, który jest głównym pretendentem do **tworzenia sektora kreatywnego** w mieście.

WYNIKI BADAŃ



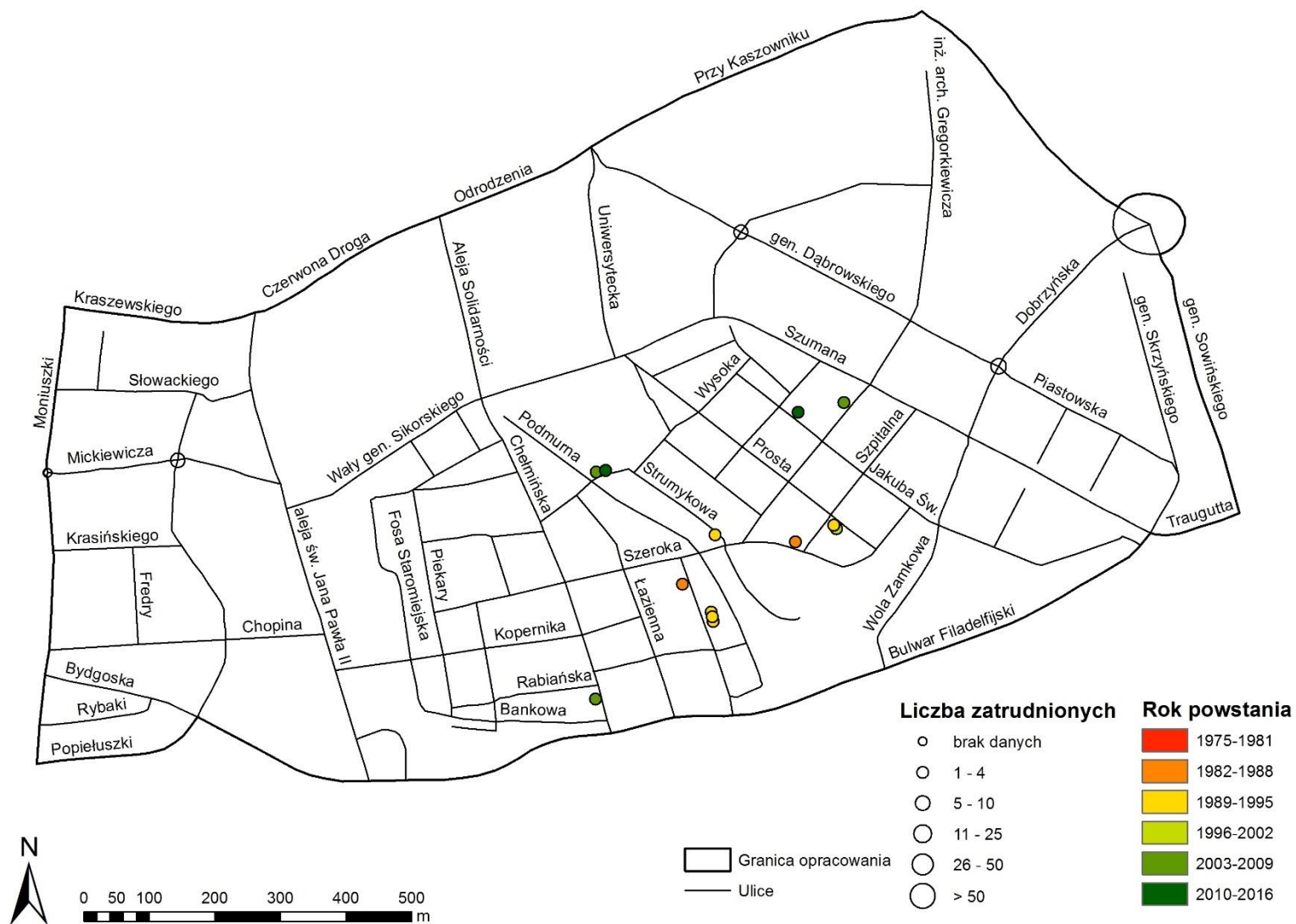
Wszystkie działalności

Źródło: Opracowanie własne

WYNIKI BADAŃ

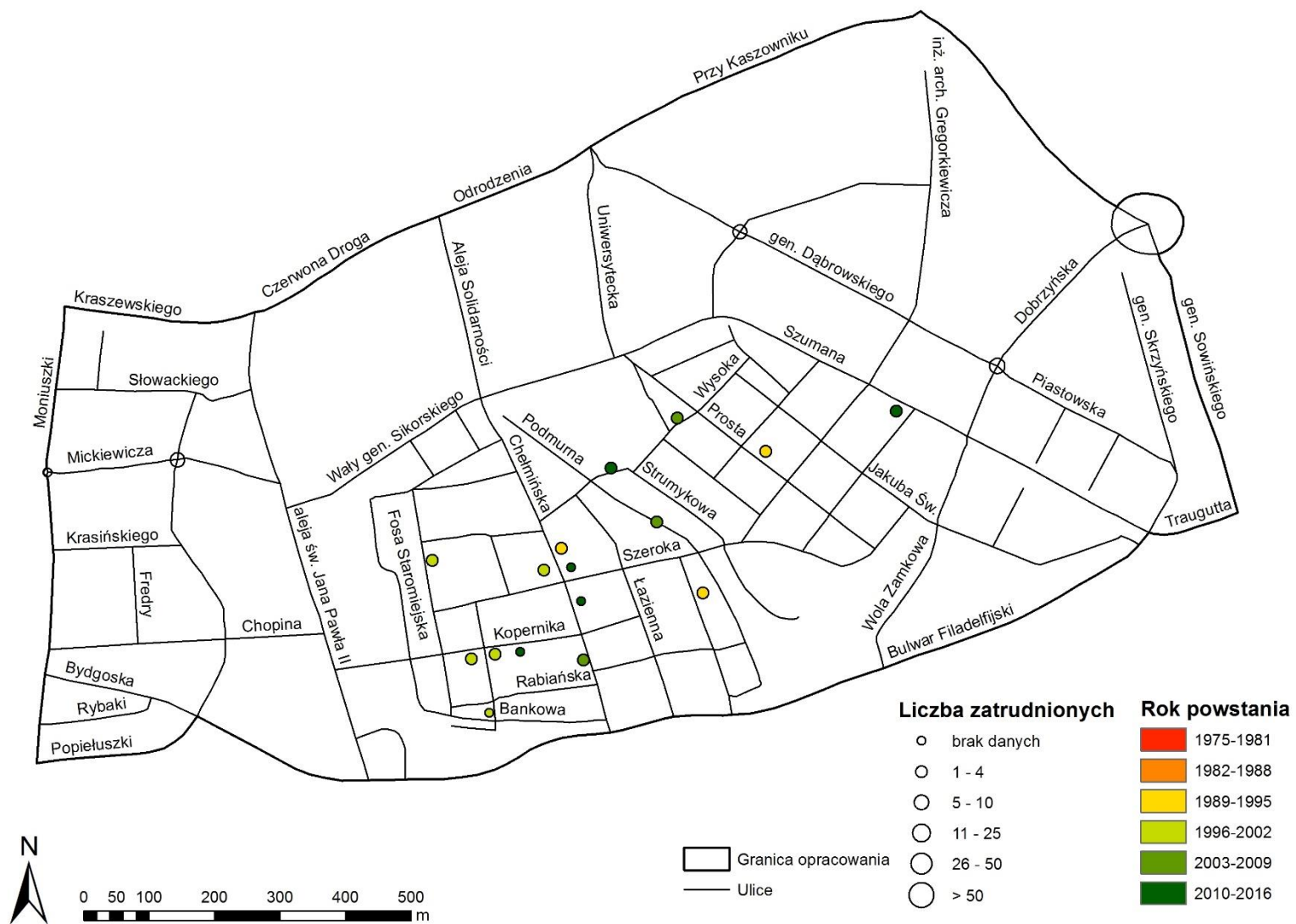
Działalności twórcze

Rzemiosło artystyczne - dziedzina sztuki obejmująca ręczną wytwórczość przedmiotów użytkowych o wysokich walorach estetycznych



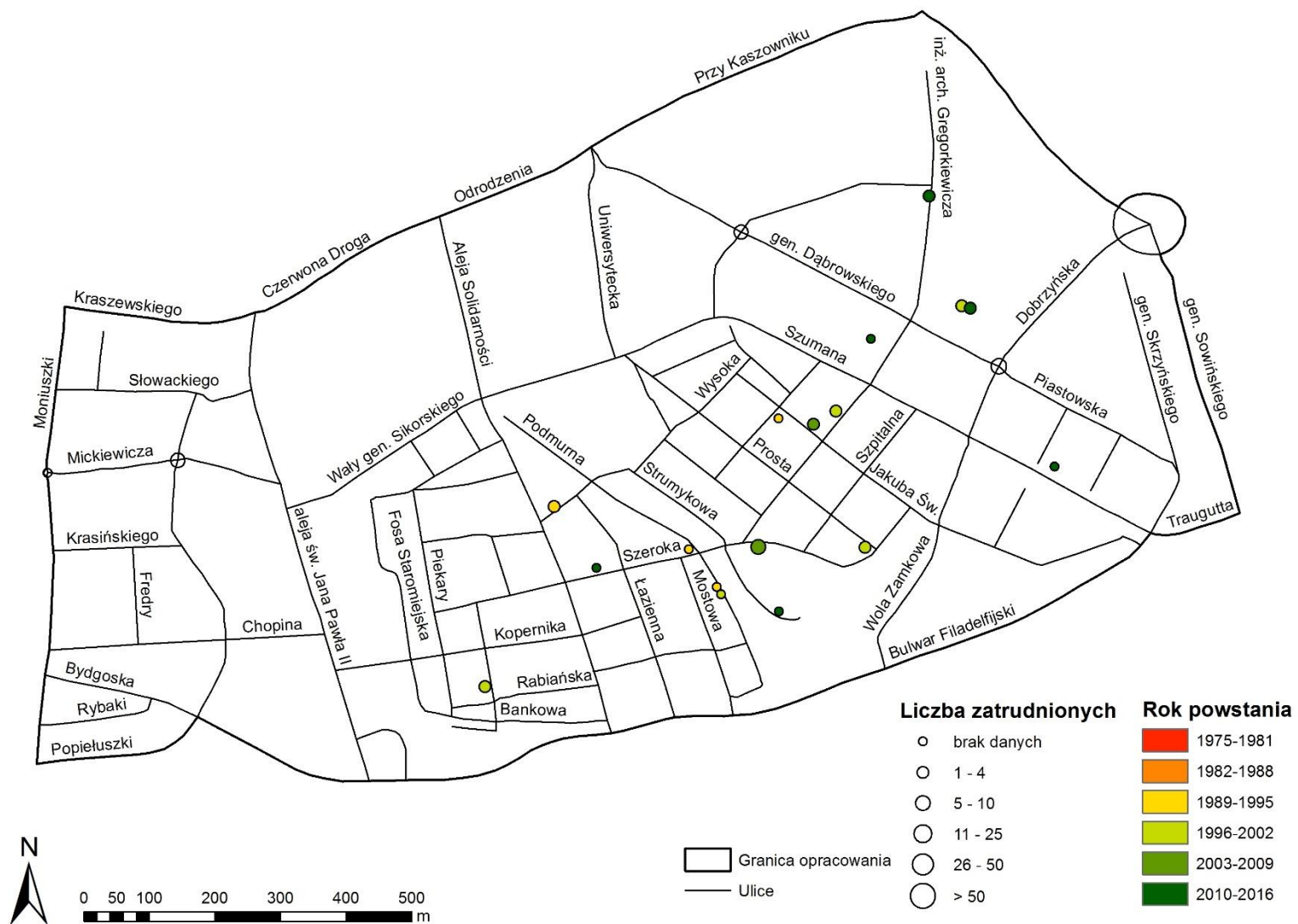
Źródło: Opracowanie własne

Dzieła sztuki - sprzedaż dzieł sztuki w wyspecjalizowanych sklepach



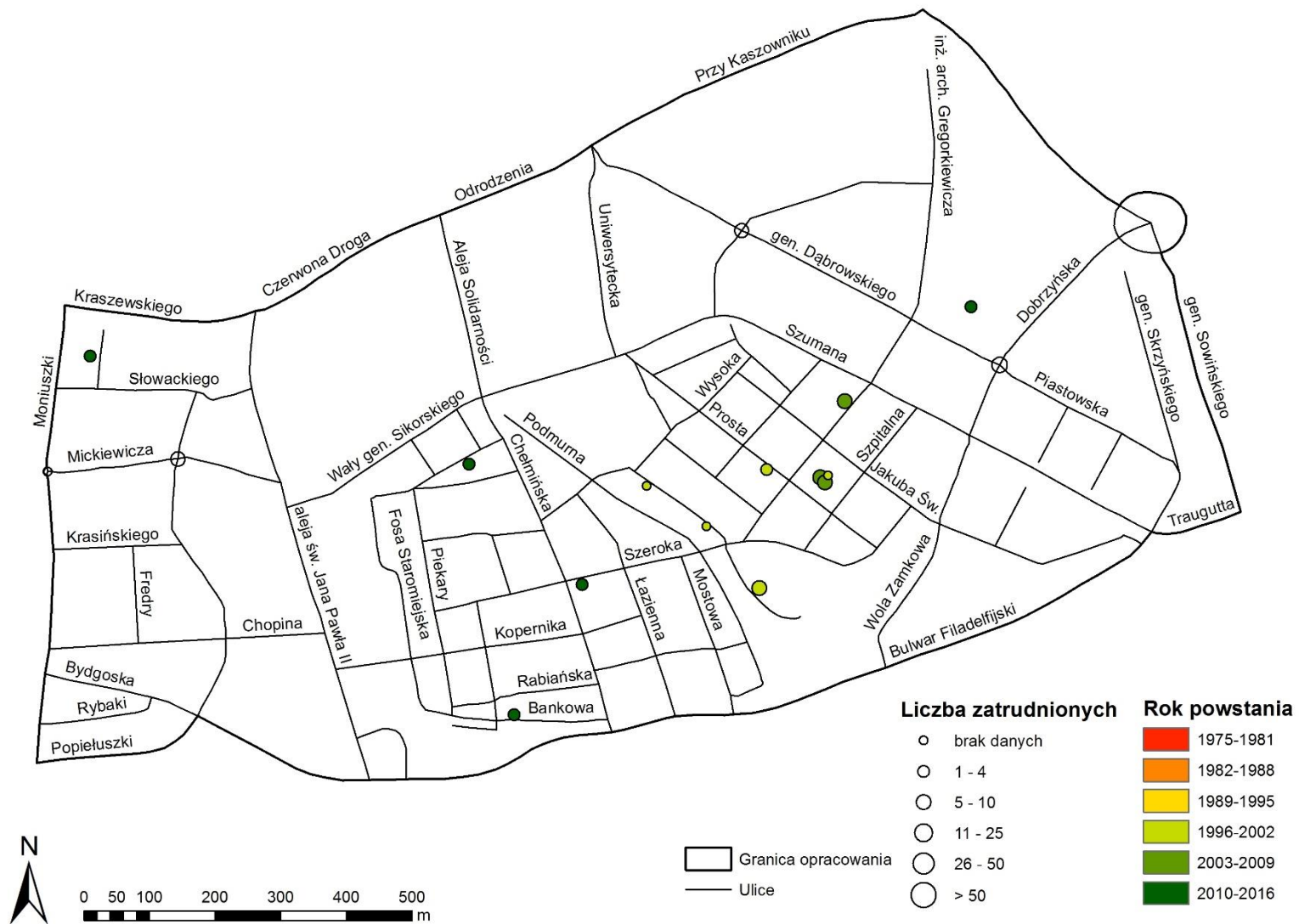
Źródło: Opracowanie własne

**Działalność
wydawnicza -
publikowanie,
produkcja i
rozpowszechnianie
dokumentów do
użytku publicznego**



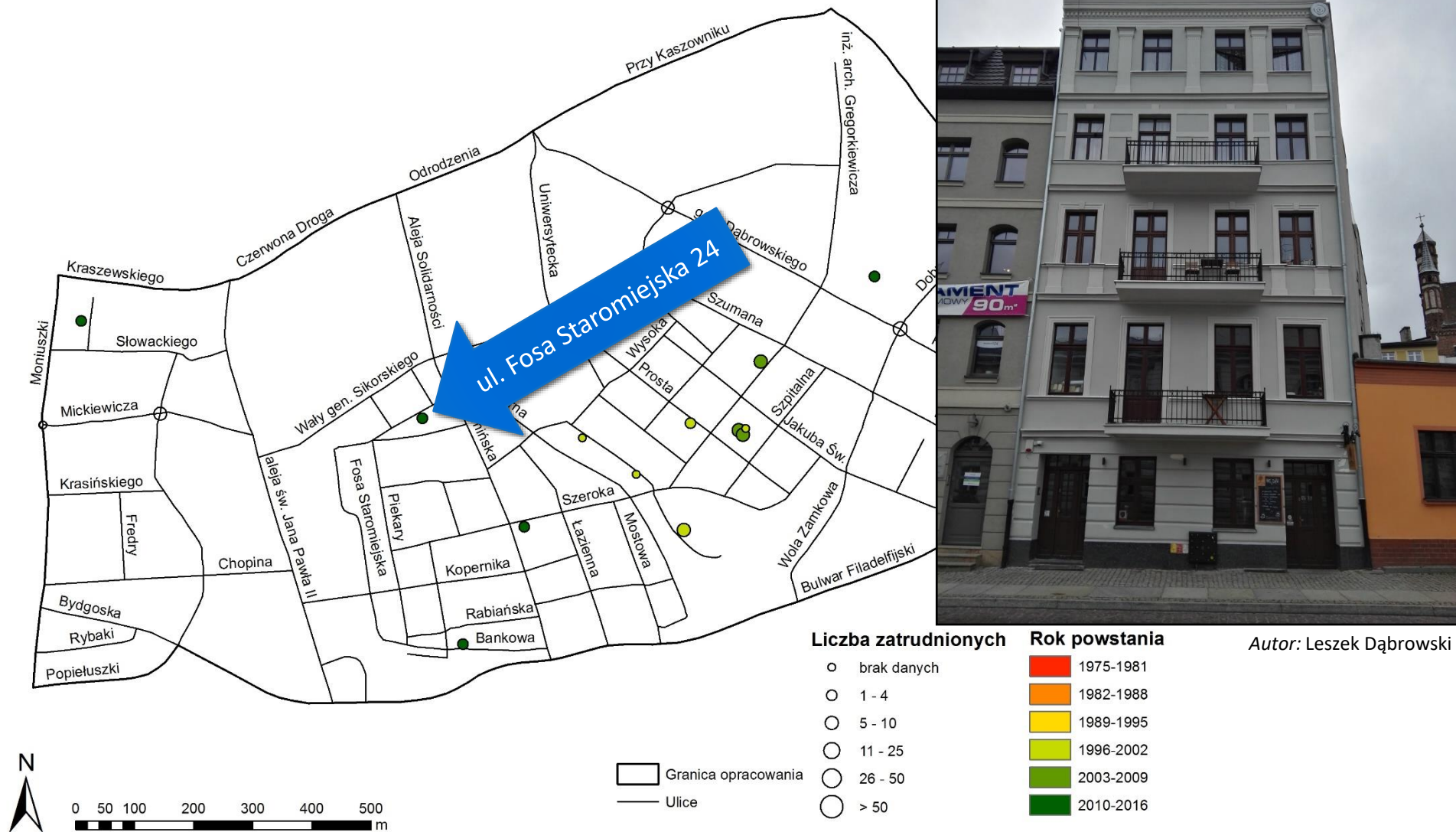
Źródło: Opracowanie własne

**Film, wideo,
działalność muzyczna** -
produkcja filmów,
nagrań wideo, nagrań
dźwiękowych i
muzycznych oraz ich
dystrybucja



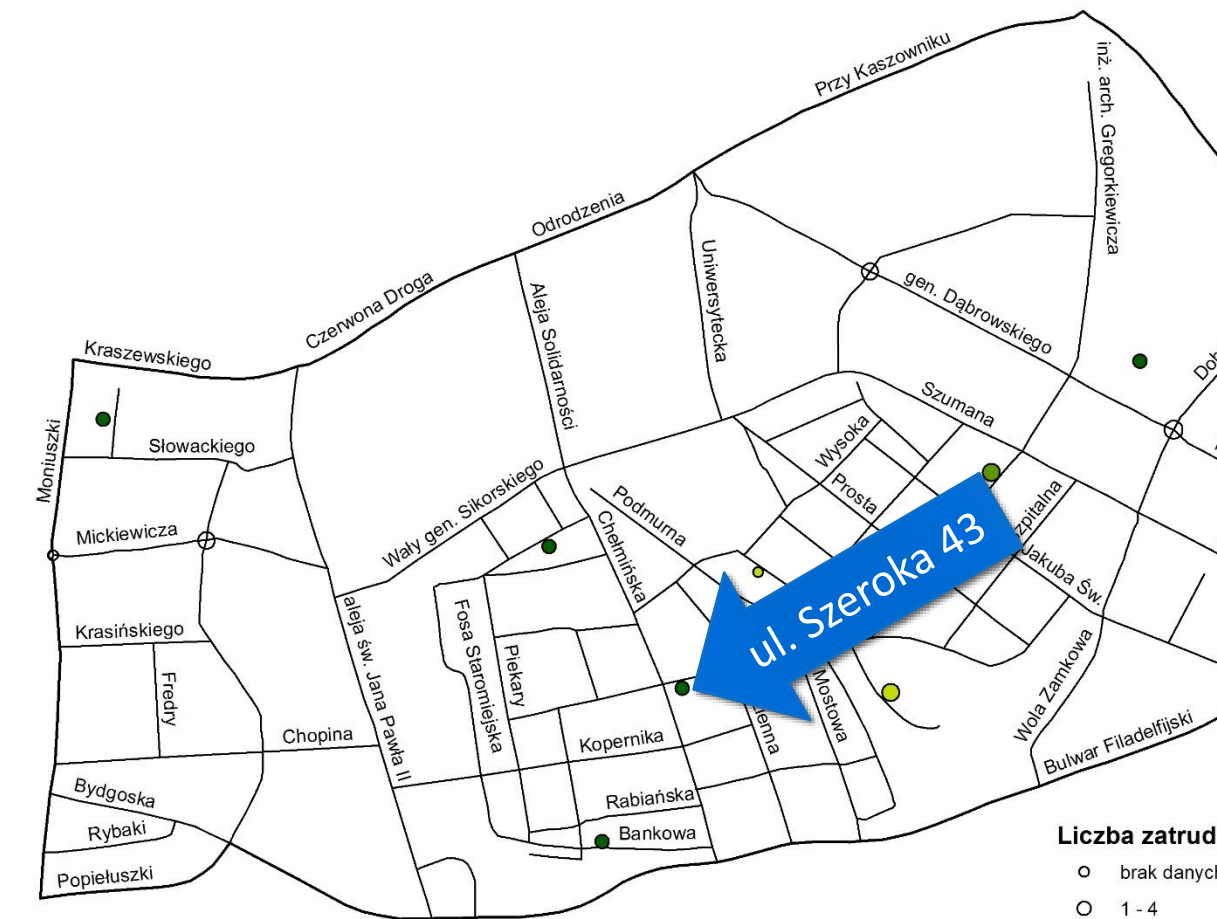
Źródło: Opracowanie własne

**Film, video,
działalność muzyczna** -
produkcja filmów,
nagrań wideo, nagrań
dźwiękowych i
muzycznych oraz ich
dystrybucja



Źródło: Opracowanie własne

**Film, video,
działalność muzyczna** -
produkcja filmów,
nagrań wideo, nagrań
dźwiękowych i
muzycznych oraz ich
dystrybucja



□ Granica opracowania
— Ulice

Liczba zatrudnionych

- brak danych
- 1 - 4
- 5 - 10
- 11 - 25
- 26 - 50
- > 50

Rok powstania

- 1975-1981
- 1982-1988
- 1989-1995
- 1996-2002
- 2003-2009
- 2010-2016

Autor: Leszek Dąbrowski

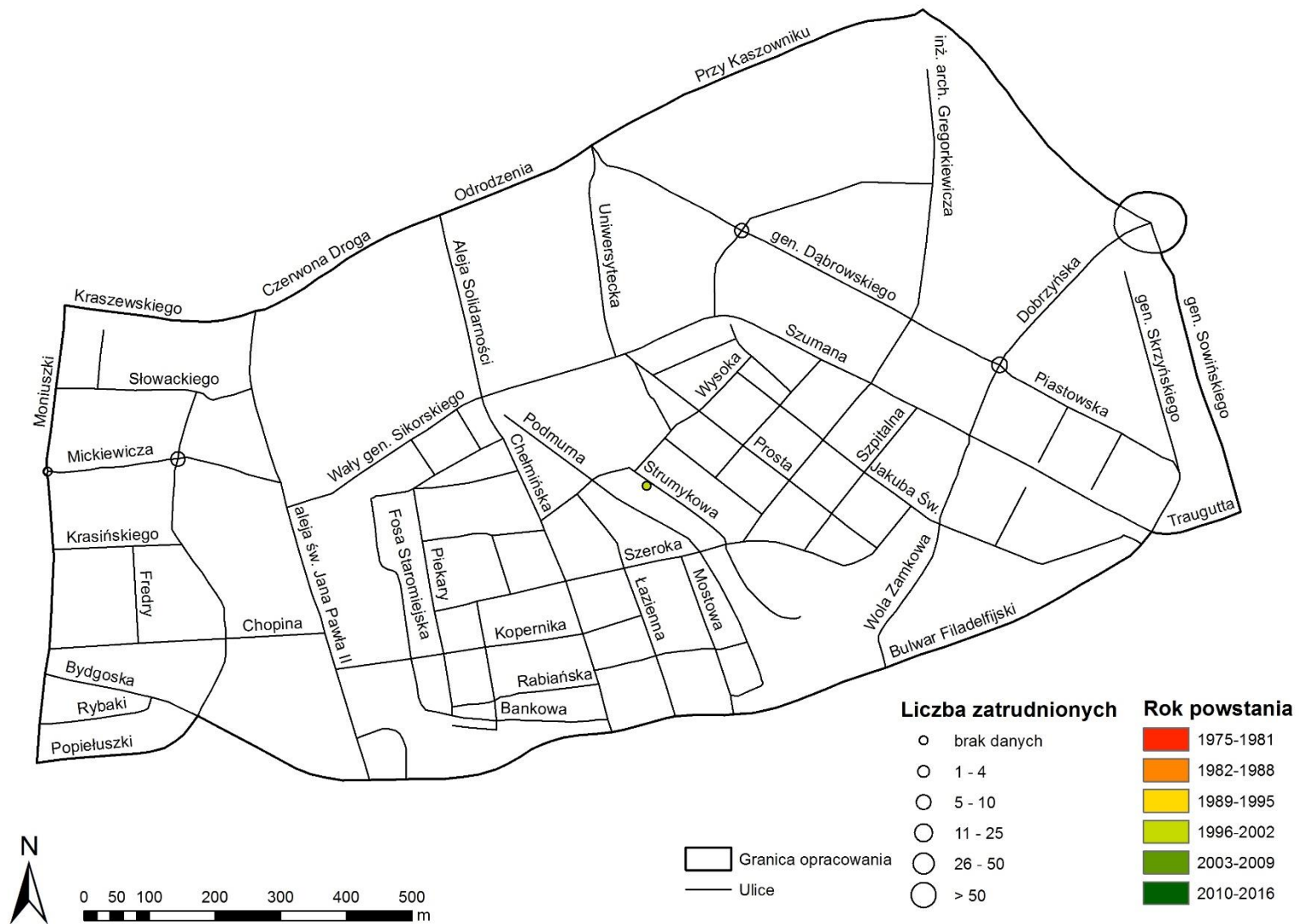
Źródło: Opracowanie własne



**Film, video,
działalność muzyczna** -
produkcja filmów,
nagrań wideo, nagrań
dźwiękowych i
muzycznych oraz ich
dystrybucja

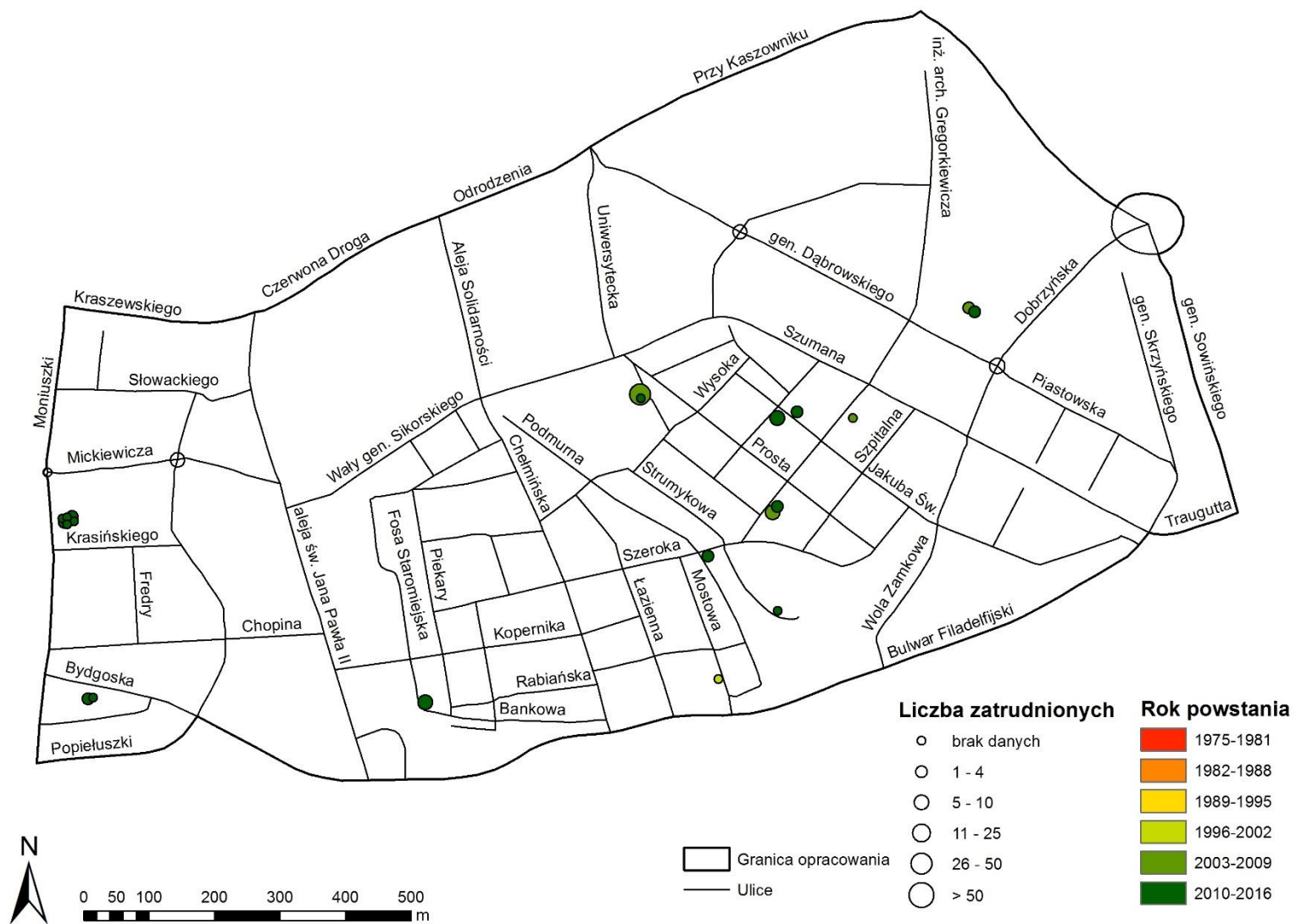


Radio i telewizja - nadawanie programów radiofonicznych i televizyjnych



Źródło: Opracowanie własne

Oprogramowanie -
 opracowywanie
 programów
 umożliwiających
 korzystanie z
 komputera w
 konkretnym celu



Źródło: Opracowanie własne

Oprogramowanie -
 opracowywanie
 programów
 umożliwiających
 korzystanie z
 komputera w
 konkretnym celu

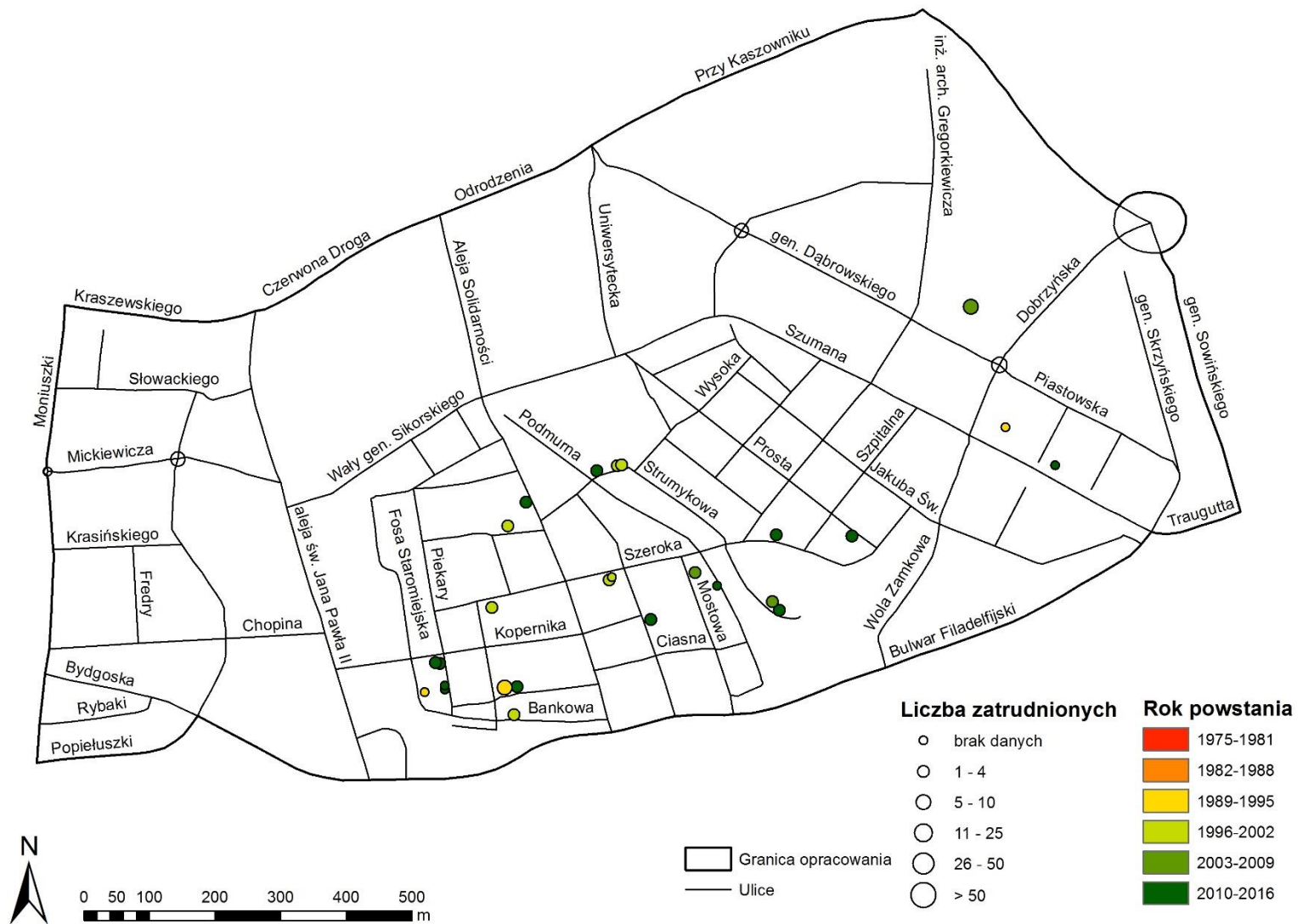


Źródło: Opracowanie własne

Oprogramowanie -
 opracowywanie
 programów
 umożliwiających
 korzystanie z
 komputera w
 konkretnym celu



Reklama - działalność mająca na celu zachęcenie potencjalnych klientów do nabycia towaru lub skorzystania z usług



Źródło: Opracowanie własne

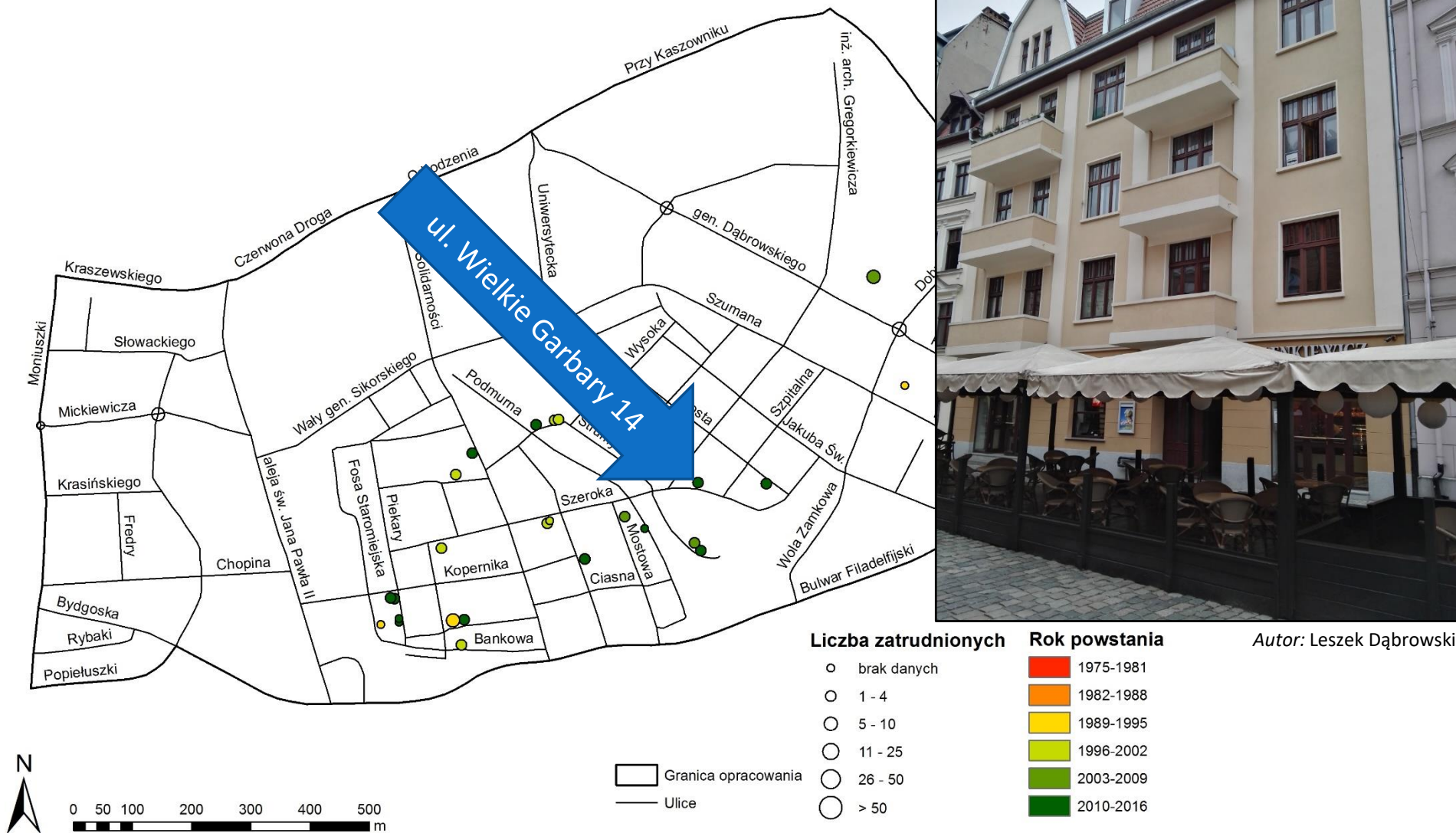
Reklama - działalność mająca na celu zachęcenie potencjalnych klientów do nabycia towaru lub skorzystania z usług



Źródło: Opracowanie własne

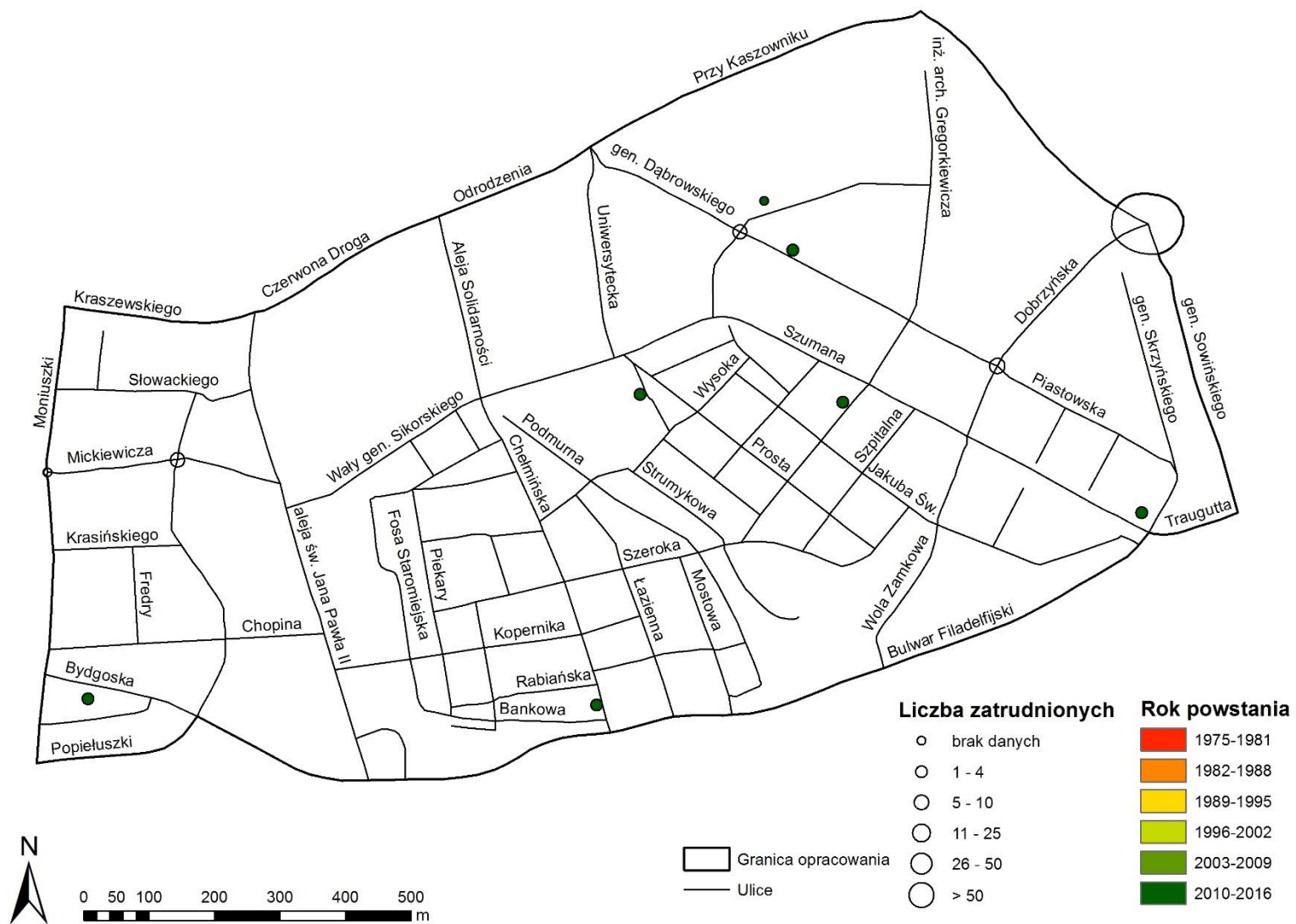
Autor: Leszek Dąbrowski

Reklama - działalność mająca na celu zachęcenie potencjalnych klientów do nabycia towaru lub skorzystania z usług



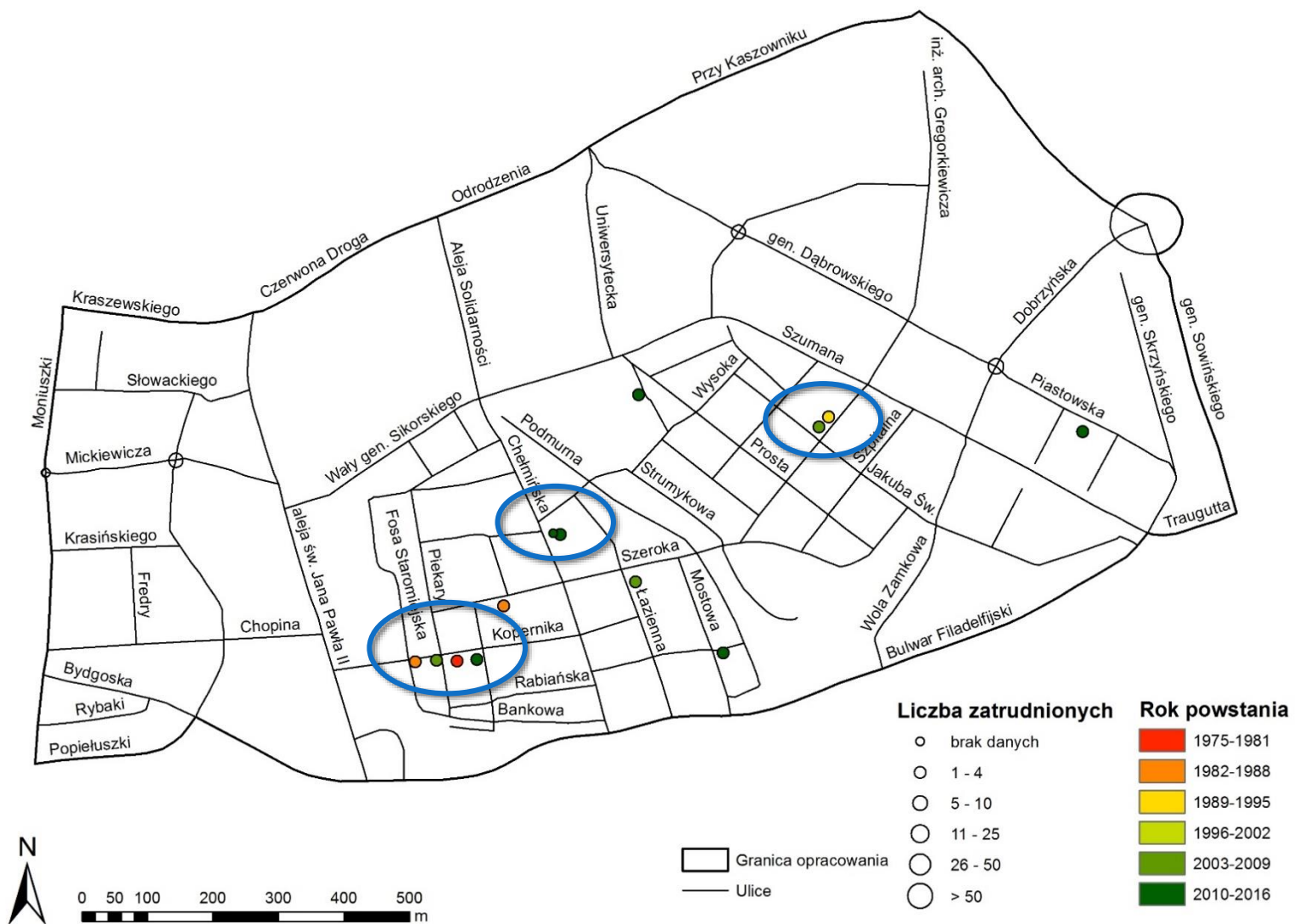
Źródło: Opracowanie własne

Wzornictwo i projektowanie - projektowanie przedmiotów użytkowych



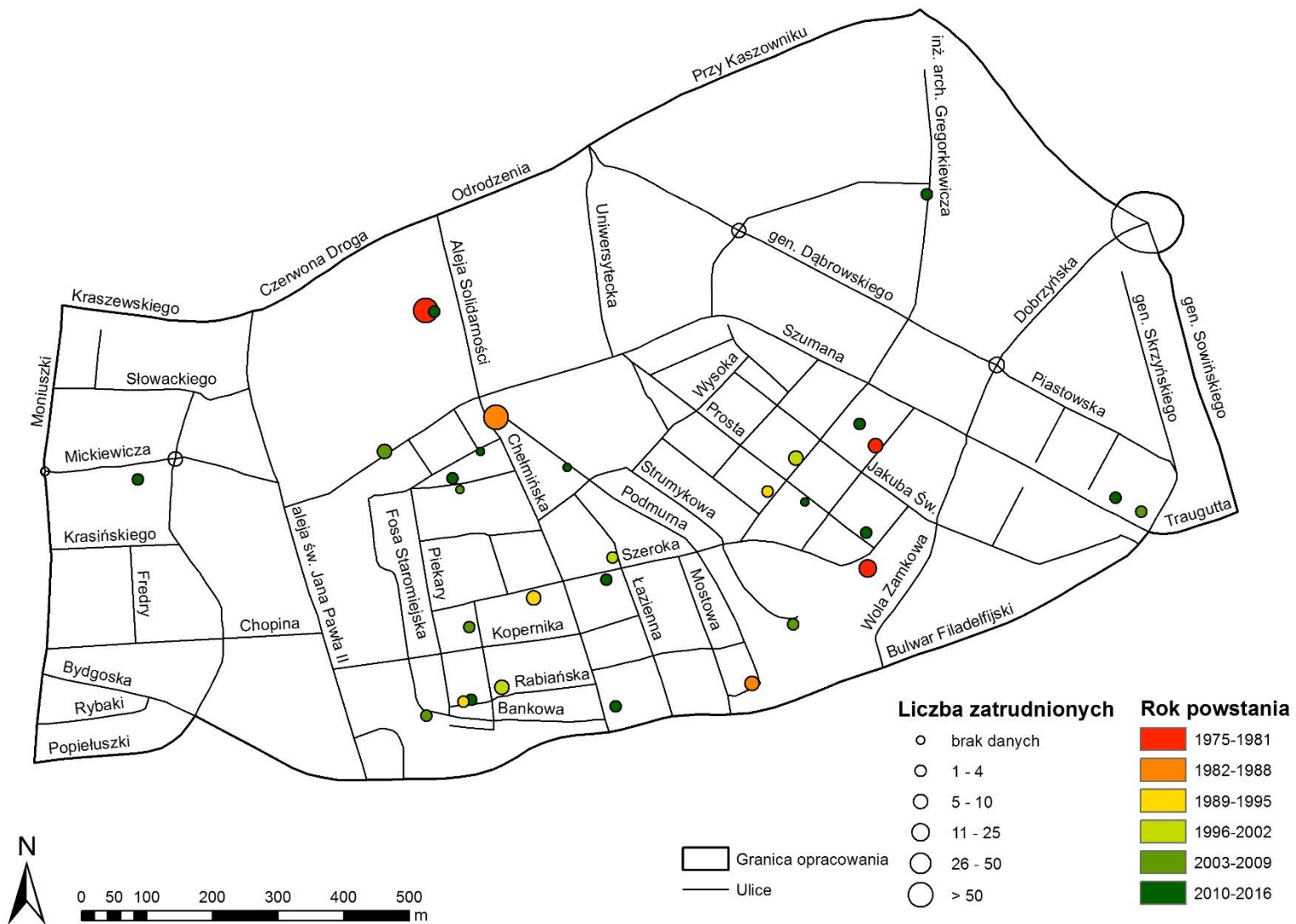
Źródło: Opracowanie własne

Fotografia - utrwalanie obrazów przy użyciu aparatu fotograficznego



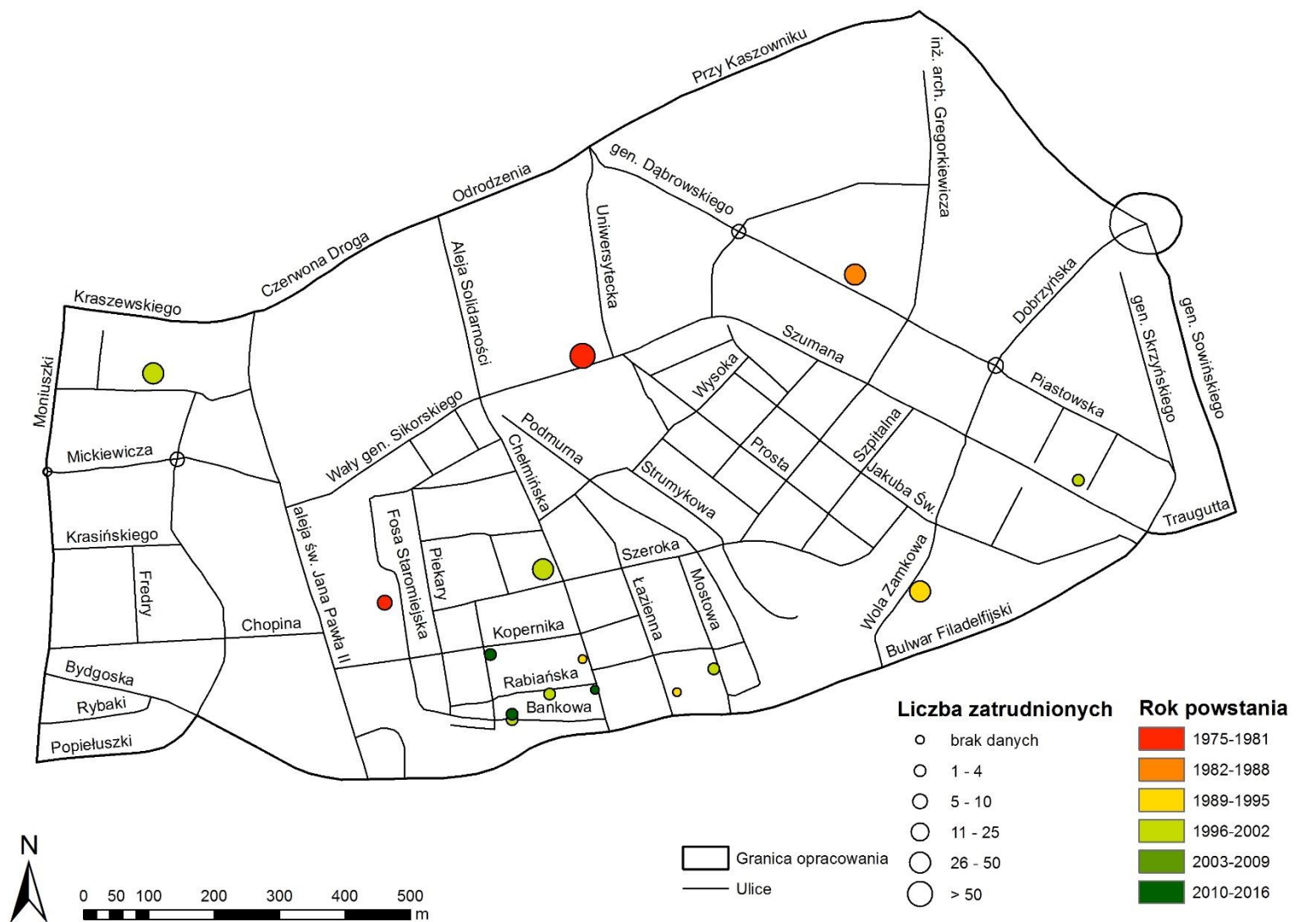
Źródło: Opracowanie własne

Kultura, działalność artystyczna -
 działalność artystyczna i literacka oraz działalność obiektów kulturalnych



Źródło: Opracowanie własne

**Kultura, dziedzictwo -
działalność bibliotek,
archiwów, muzeów i
historycznych miejsc**

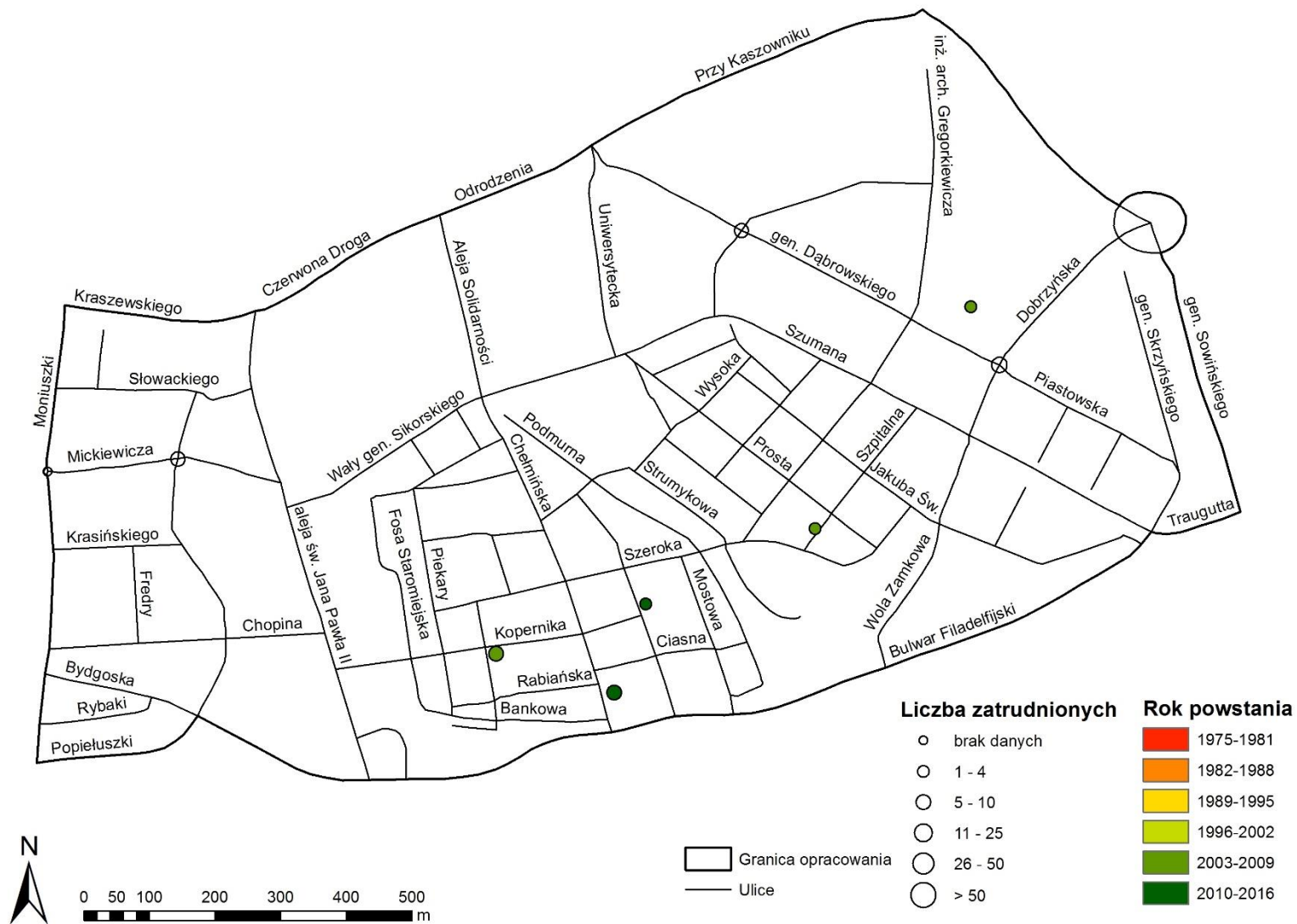


Źródło: Opracowanie własne

WYNIKI BADAŃ

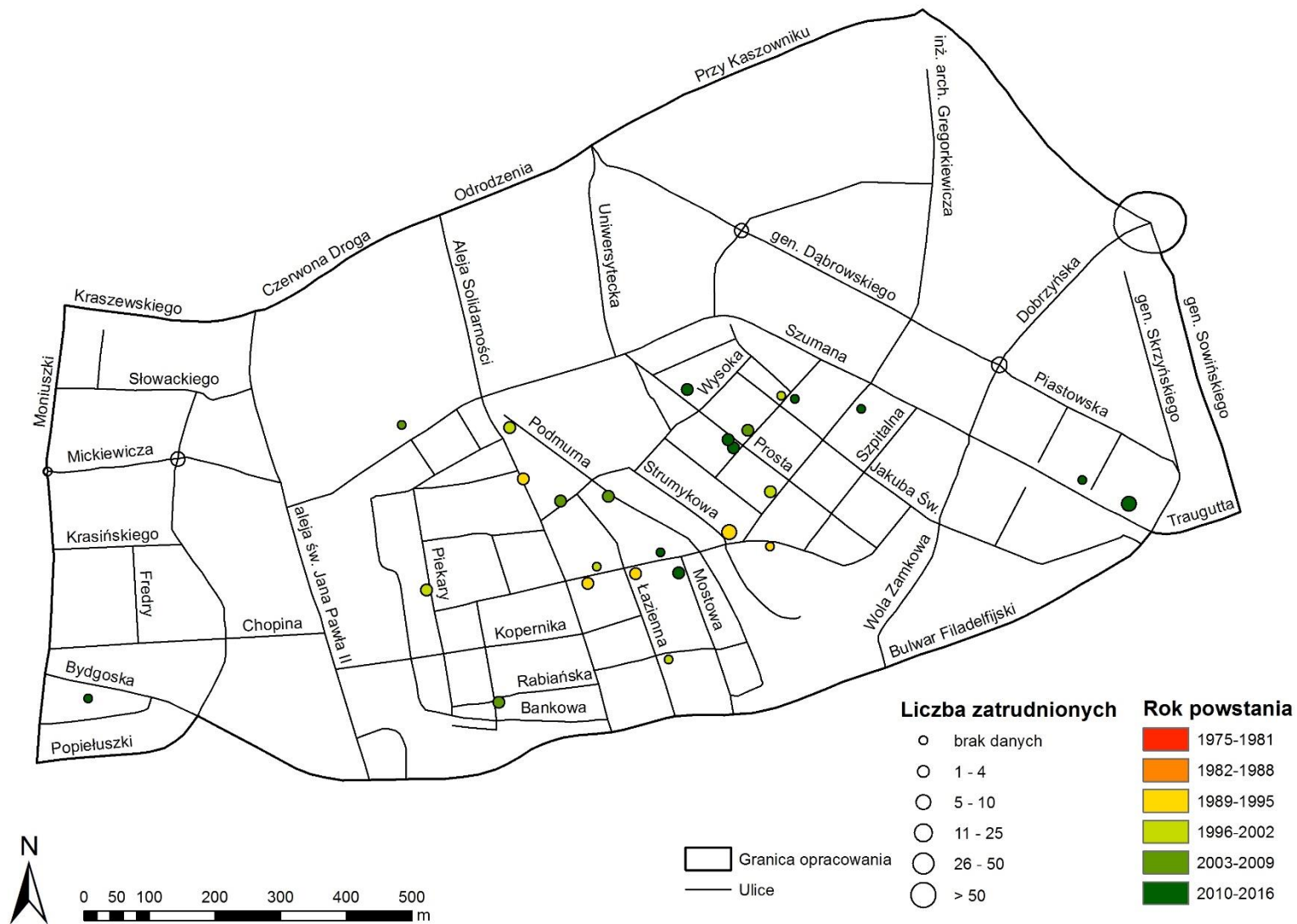
Działalności o dużym
stopniu nasycenia wiedzą

Produkcja i usługi w zakresie ICT z wyjątkiem oprogramowania - technologie informacyjne i komunikacyjne służące przetwarzaniu, gromadzeniu i przesyłaniu informacji w formie elektronicznej



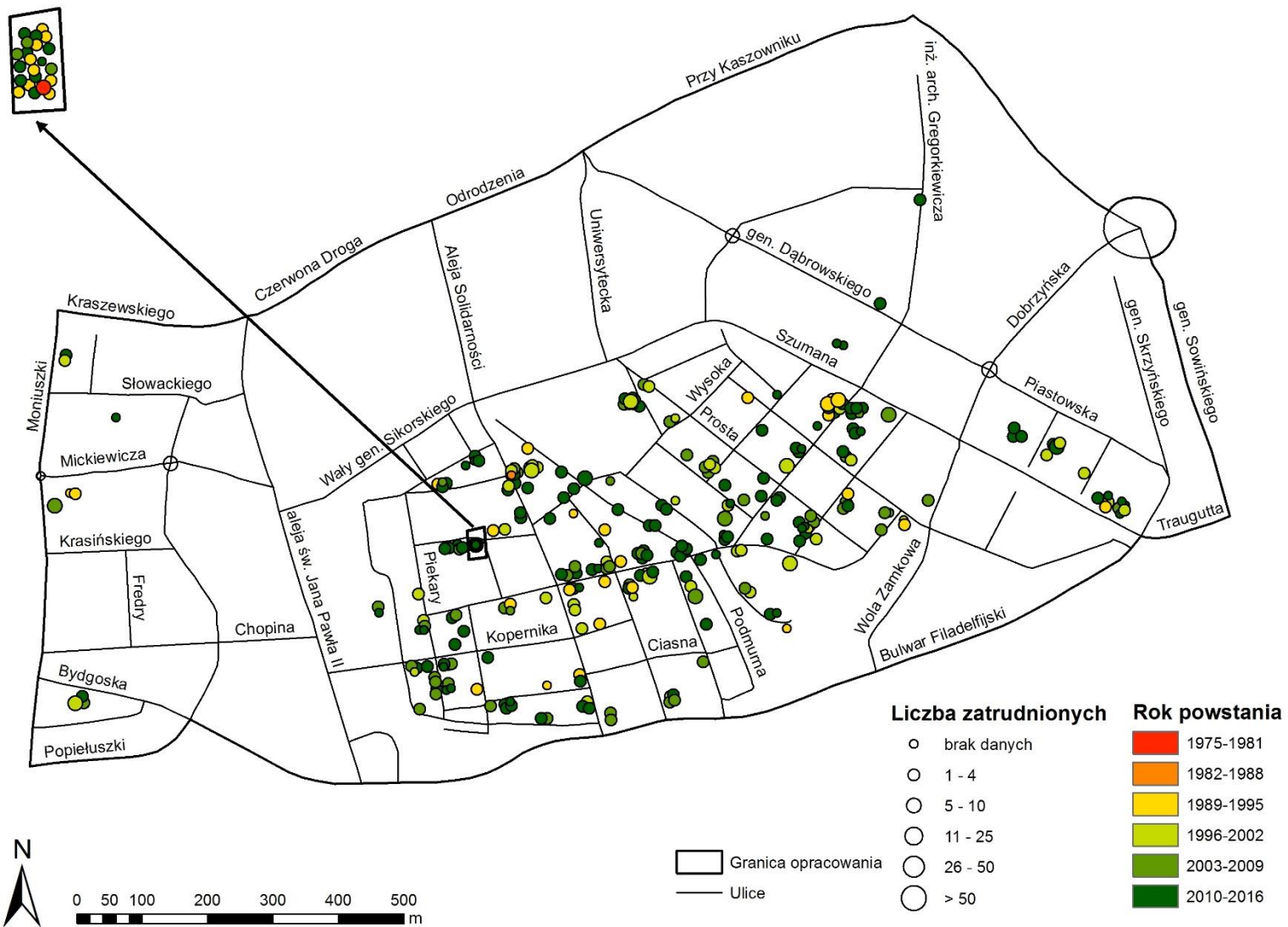
Źródło: Opracowanie własne

Usługi finansowe - usługi świadczone przez podmioty działające w sektorze finansowym, które związane są z inwestowaniem lub pozyskiwaniem środków pieniężnych. Usługi te zapewniają również należyty przepływ środków pieniężnych pomiędzy uczestnikami rynku.



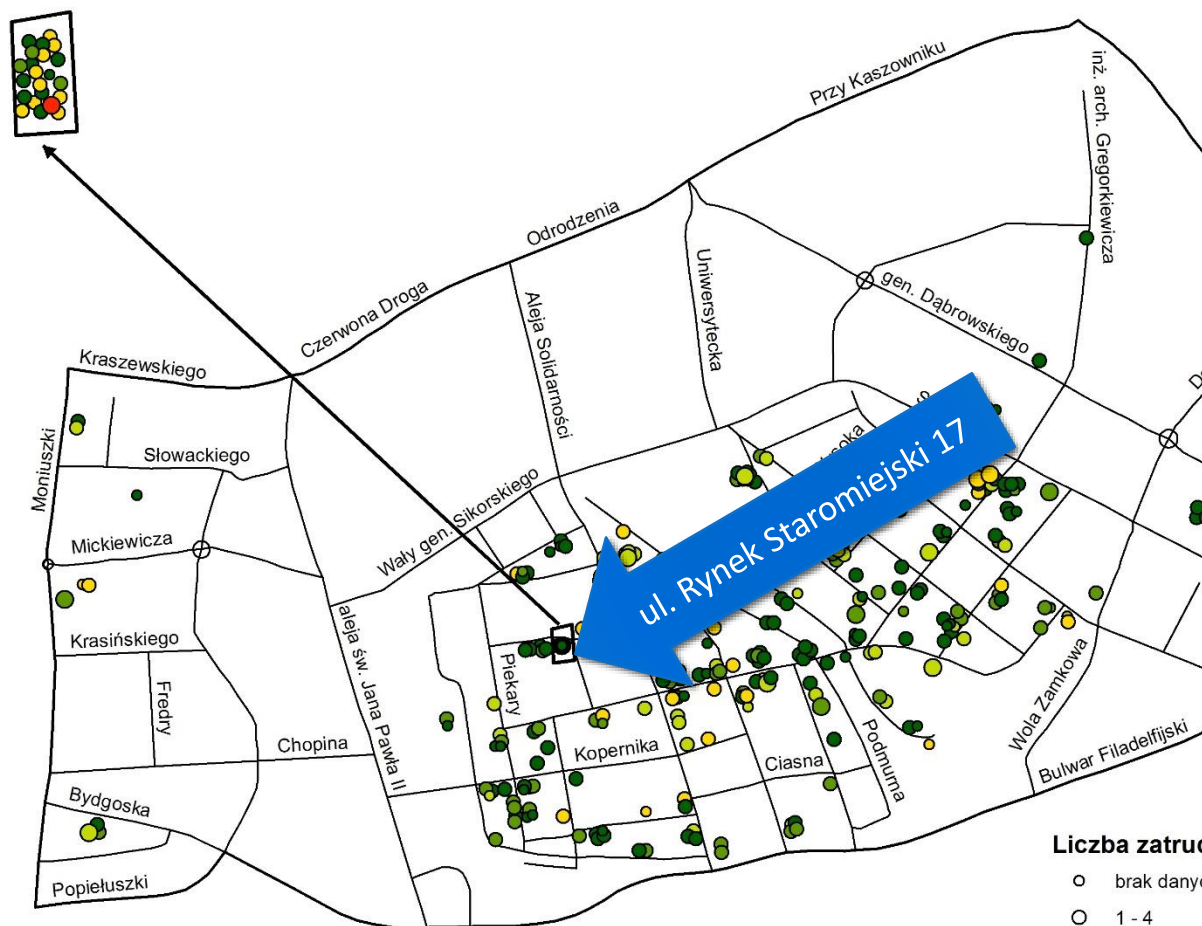
Źródło: Opracowanie własne

Usługi dla biznesu –
 usługi doradcze i
 prawnicze oraz
 działalność
 rachunkowo-księgową

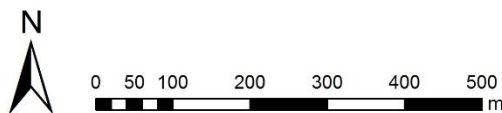
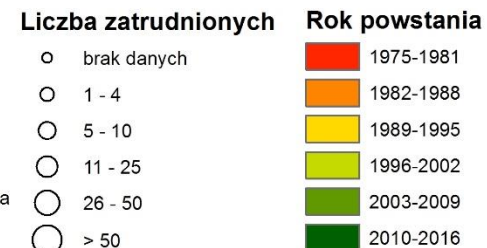


Źródło: Opracowanie własne

Usługi dla biznesu –
 usługi doradcze i
 prawnicze oraz
 działalność
 rachunkowo-księgową



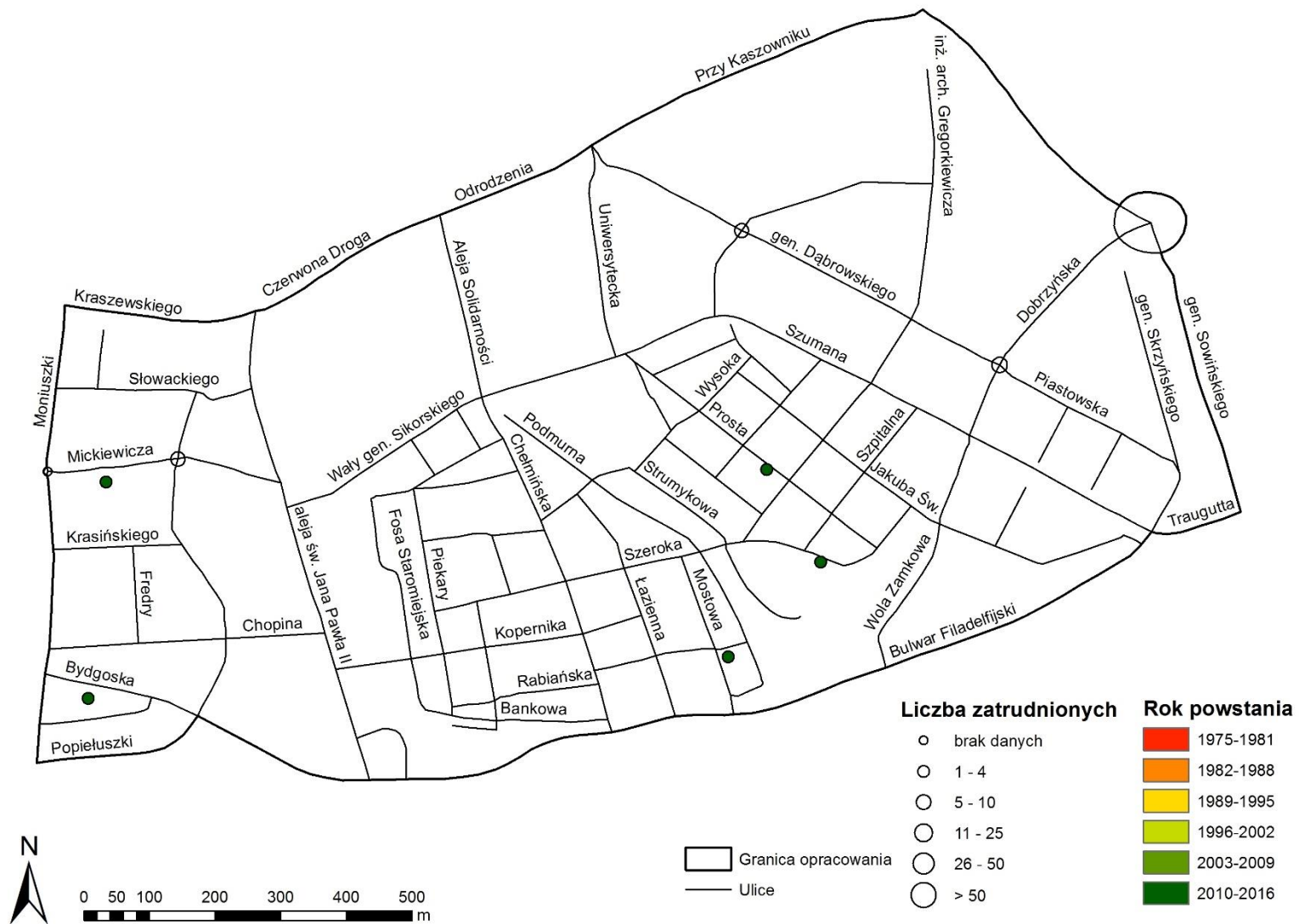
Autor: Leszek Dąbrowski



□ Granica opracowania
 — Ulice

Źródło: Opracowanie własne

Badania i rozwój (B+R) -
 działalność w celu
 zwiększenia zasobów
 wiedzy oraz
 wykorzystanie tych
 zasobów wiedzy do
 tworzenia nowych
 zastosowań.



Źródło: Opracowanie własne

Miejsca kumulacji działalności z sektora kreatywnego

Działalności:

- rzemiosło artystyczne;
- film, wideo, działalność muzyczna;
- wzornictwo, projektowanie;
- usługi dla biznesu.



ul. św. Katarzyny 4

Autor: Leszek Dąbrowski

Działalności:

- oprogramowanie;
- wzornictwo, projektowanie;
- fotografia.



ul. Dominikańska 9

Autor: Leszek Dąbrowski

Działalności:

- oprogramowanie;
- architektura;
- wzornictwo, projektowanie;
- usługi finansowe;
- usługi dla biznesu;
- badania i rozwój.



ul. Bydgoska 1

Autor: Leszek Dąbrowski

Wnioski

Wnioski

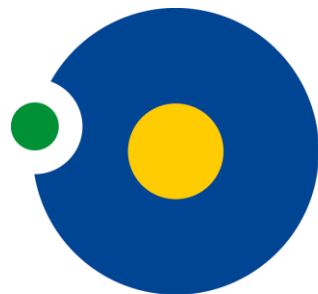
- W przestrzeni toruńskiej Starówki dominującą działalnością z zakresu **sektora kreatywnego** są **usługi dla biznesu**. Kolejną liczną grupę stanowią **działalności artystyczne i kulturalne** i związane z **reklamą** oraz **oprogramowaniem**. Należy również zauważyć, że ww. działalności, z wyjątkiem działalności artystycznych i kulturalnych, to przedsiębiorstwa młode, mające za sobą około **10 lat** działalności.
- Pewne działalności wykazują swoistą **koncentrację**, podczas gdy inne występują **niezależnie od siebie**. Na pierwszy plan wysuwają się **usługi dla biznesu**. Podobnie obserwując rozmieszczenie **działalności fotograficznych**, można zauważyć pewną regularność w ich położeniu, tak jak w przypadku branży **oprogramowania**, które w wielu miejscach wykazuje grupowanie.
- Uzyskane wyniki badania wskazują wyraźnie na bardzo duże znaczenie **odpowiednio przygotowanych, zmodernizowanych budynków** oraz lokali dla powstawania nowych lokalizacji firm sektora kreatywnego. Młode przedsiębiorstwa z zakresu sektora kreatywnego na swoją siedzibę chętnie wybierając **estetyczne wizualnie**, odrestaurowane **obiekty zabytkowe**.

Wnioski

- W obrębie analizowanego obszaru nadal **za mało** jest działalności kreatywnych, dlatego należy dalej pracować w ramach projektu *Gen-Y City*, aby sektor kreatywny mógł się dalej rozwijać i rozrastać oraz aby młodzi ludzie mogli zostać w mieście z perspektywą pracy lub możliwością otwarcia działalności gospodarczej.
- Obecnie Starówka to obszar piękny, z zabytkową architekturą, z ciekawymi miejscami i atrakcjami. Wymagający jednak ciągłych prac modernizacyjnych, a przede wszystkim odpowiedniego i świadomego zarządzania w celu utrzymania oraz powiększenia jego unikalnego potencjału społeczno-gospodarczego.
- Niewątpliwie Starówka, jak i jej okolice są wręcz predysponowane i perspektywiczne z punktu widzenia rozwoju sektora kreatywnego; ich zasób lokalowy oraz specyficzna atmosfera (*creative milieu*) to jedne z najważniejszych czynników.

Literatura

- British Council, 2010, Mapowanie sektorów kreatywnych: narzędzia, [w:] Kreatywna Gospodarka i Przemysł Kultury – Część 2, British Council, Warszawa.
- Department of Culture, Media and Sport, 2001, The Creative Industries Mapping Document, Government of the UK, London, <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>, DoA: 05.06.2017.
- Florida R., 2002, The Rise of the Creative Class, Basic Books, New York.
- Gen-Y City startuje w Toruniu, <http://www.torun.pl/pl/gen-y-city-startuje-w-toruniu>, DoA: 03.06.2017.
- Hartley J., 2005, Creative industries, [w:] J. Hartley (red.), Creative industries, Blackwell, Malden, s. 1-40.
- Klasik A., 2008, Kreatywne i atrakcyjne miasta. Koncepcje i mechanizmy restrukturyzacji aglomeracji miejskich, [w:] A. Klasik (red.), Kreatywna aglomeracja – potencjały, mechanizmy, aktywności. Podejścia metodologiczne, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice, s. 41–65.
- Klasik A., Drobnik A., Wrana K., 2009, Perspektywy rozwoju aglomeracji górnośląskiej na podstawie sektora gospodarki kreatywnej, Biblioteka Regionalisty, 9, s. 55-76.
- Kowalczyk-Anioł J., 2012, Tendencje rozwoju turystyki polskiej młodzieży pokolenia Y, Turyzm, 22(2), s. 16-21.
- Makowska M., 2013, Desk research, [w:] M. Makowska (red.), Analiza danych zastanych. Przewodnik dla studentów, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa, s. 80-103.
- Makowska M., Boguszewski R., 2013, Analiza danych zastanych – zagadnienia wstępne, [w:] M. Makowska (red.), Analiza danych zastanych. Przewodnik dla studentów, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa, s. 9-31.
- Namyślak B., 2013, Działalności twórcze a rozwój miast. Przykład Wrocławia, Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego 30, Uniwersytet Wrocławski, Wrocław.
- Obszar działania BTCM, http://btcm.torun.pl/?page_id=400, DoA: 12.06.2017.
- Pendergast D., 2010, Getting to know the Y Generation, [w:] P. Benckendorff, G. Moscardo, D. Pendergast (red.), Tourism and Generation Y, CAB International Publishing, Wallingford.
- Pięta-Kanurska M., 2013, Znaczenie sektora kreatywnego w rozwoju miast i regionów, Acta Universitatis Lodzensis, Folia Oeconomica, 290, s. 71-82.
- Smoleń M., 2003, Przemysł kultury. Wpływ na rozwój miast, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Stryjakiewicz T., Stachowiak K., 2010, Sektor kreatywny w poznańskim obszarze metropolitalnym, Tom 1: Uwarunkowania, poziom i dynamika rozwoju sektora kreatywnego w poznańskim obszarze metropolitalnym, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Środa-Murawska S., Grzelak-Kostulska E., Biegańska J., Chodkowska-Miszczuk J., Dąbrowski L., 2017, Premises for research on the role of culture in the development of small cities – a case study of Poland, [w:] 20th International Colloquium on Regional Sciences: conference proceedings, Kurdejov, June 14-16, 2017, Brno: Masarykova univerzita, s. 513-519.
- Środa-Murawska S., Szymańska D., 2013, Przemysł kultury w rozwoju miast, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 793, Ekonomiczne problemy usług nr 107, s. 85-98.
- Throsby D., 2010, Ekonomia i kultura, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- Turyci wybierają Toruń, <http://www.torun.pl/pl/turyci-wybieraja-torun>, DoA: 29.06.2017.
- Zajadacz A., 2014, Pokolenia X, Y, Z a fenomen turystyki, [w:] J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), Międzypokoleniowe aspekty turystyki, Wydawnictwo PTTK „Kraj”, Warszawa, s. 55-67.



**UNIWERSYTET
MIKOŁAJA KOPERNIKA
W TORUNIU**

Wydział Nauk o Ziemi



**Gen_Y
City**
