

## СТРАТЕГІЯ ПРОРИВУ 2027

### 1. Візія: Львів 2027

1.1. Місто гідного життя, базованого на довірі, чесності, взаємоповазі та взаємодії, що веде до добробуту, самореалізації та суспільного блага через розвиток креативності – здатності та відваги до творення нових смислів, продуктів та форм.

#### 1.2. Засади.

1.2.1. Візуалізуючи Львів 2027 року, необхідно змістити акценти з мислення у категоріях інституцій, структур, економічних систем на мислення про людину, тобто львів'янина та про спільноту загалом.

1.2.1.1. Найбільшим гальмом для розвитку міста є не інституційні проблеми і не економічні передумови, а спосіб мислення, а як наслідок і спосіб дій людей, котрі ухвалюють рішення. Інертність мислення (спротив новому), толерантність до корупції і зацикленість на споживанні мають перестати превалювати в мисленні львів'ян. Нові базові цінності: самореалізація, взаємодовіра, взаємодопомога, взаємоповага і відповідальність.

1.2.1.2. За умови досягнення мети, поставленої у Стратегії прориву 2027 (надалі – Стратегія), уже через 10-15 років нове покоління творців та управлінців зможе побудувати зовсім інше бачення міста. Ці люди матимуть більш прогресивні уявлення про розвиток Львова. Вони будуть визначати, яким має бути Львів, адже саме їм жити у цьому місті.

1.2.2. Пропозиція – формування суспільства з новими цінностями на основі створення потужного креативного класу – є достатньо реалістичним шляхом для розвитку міста.

1.2.2.1. Насамперед, для реалізації цієї Стратегії майже не потрібно рішень, які ухвалюються на рівні держави. На загальнодержавний процес місто впливає лише опосередковано.

1.2.2.2. Одночасно, потужність креативного класу набагато менше залежить від кількісних показників, а більше від якісних. Для досягнення по-справжньому проривного результату достатньо, аби в місті з'явилося лише кілька новаторів рівня Казимира Малевича, Стіва Джобса чи Володимира Вернадського.

1.2.2.3. В результаті втілення цієї Стратегії, Львів може вийти на якісно новий рівень розвитку – не наздоганятиме світові економічні тренди, а формуватиме та експортуватиме їх.

#### 1.3. Візія.

**1.3.1. Львів 2027 року – місто гідного життя, базованого на довірі, чесності, взаємоповазі та взаємодії.**

1.3.2. Саме можливість реалізувати свій творчий, інтелектуальний, бізнесовий потенціал для максимальної кількості людей, і при цьому брати на себе відповідальність за долю міста, тут вважають основною цінністю. Разом із нетолерантністю до корупції та новою традицією взаємодовіри це дасть можливість побудувати нову, креативну економіку.

1.3.3. Основою розвитку міста стає наявність потужного креативного класу, для якого наведені вище цінності і цілі є органічними, та його інтеграція в усі

сфери економіки, міської влади та суспільного життя. Виходячи з того, що кожна людина від природи є креативною, здатною до творчості та до новаторства, місто повинно створити якнайкращі умови для прояву креативу та самореалізації.

1.3.4. В економічному сенсі відбувається:

- формування у місті нових для регіону галузей креативної економіки;
- зростання доходів та збільшення кількості робочих місць у місті;
- прихід у місто великих інноваційних компаній, яких приваблює активний креативний клас;
- поява інноваційних продуктів і компаній у різних сферах економіки;
- пожвавлення ринку фінансів, зокрема венчурних;
- зростання рівня задоволеності мешканців життям у місті;
- збільшення кількості якісних інноваційних рішень управління містом.

1.3.5. Львів стає експортером інновацій, технологій, практик, творчих і соціальних трендів.

#### **1.4. Точка відліку.**

1.4.1. Львів – місто культури та мистецтва, місто, яке входить до переліку світової спадщини ЮНЕСКО, одне з найпривабливіших туристичних місць в Європі, місто традицій та історії. Але одночасно, в умовах 21 століття, Львів все ще залишається надто консервативним у багатьох питаннях. Свобода творчості часто обмежена не лише об'єктивними, зокрема економічними чинниками, але й надмірною упередженістю до нового та незрозумілого. Сучасний світ, який відкриває необмежені можливості для людини, змушує бути більш гнучким та відкритим до незвичного. Саме тому, будь-яка форма дискримінації, непотизм (“кумівство”), толерантність до побутової корупції та підтримка стереотипів не повинні мати місця у баченні майбутнього розвитку Львова.

1.4.2. Не можна забувати про те, що багатьом мешканцям України, і Львів тут не виняток, все ще притаманний пострадянський спосіб мислення: страх зробити помилку, нейтральне чи навіть негативне ставлення до бізнесменів, пасивність та брак віри у власні сили. Наслідком цього є те, що “соціальні ліфти” ефективно працюють лише в небагатьох сферах, а критерієм успіху все ще залишається виключно матеріальна забезпеченість. За таких умов складно говорити про те, що місто може зробити справжній прорив у напрямку креативу. Львову необхідний довготерміновий план, до втілення якого повинні долучитися усі мешканці.

#### **1.5. Як змінити ситуацію.**

**1.5.1. Перенести акценти стратегії на мислення критичної маси людей, їхні цінності. Стимулювати кардинальне зростання питомої ваги креативного класу.**

1.5.2. Виходячи з того, що місто – це, перш за все, люди, які в ньому живуть, цінності, притаманні креативній людині, повинні бути панівними у місті. Тут повинна панувати взаємодовіра і принцип “win-win” (виграш-виграш). Процес створення цінностей у місті не менш важливий, ніж факт володіння ними. Представники креативного класу практично не толерують корупцію і схильні самі брати відповідальність за власні рішення, не перекладаючи їх на когось “згори”.

1.5.3. Тому ключовим механізмом переходу мусить стати створення умов для кардинального збільшення концентрації креативного класу і стимулювання мешканців міста до системної креативної діяльності.

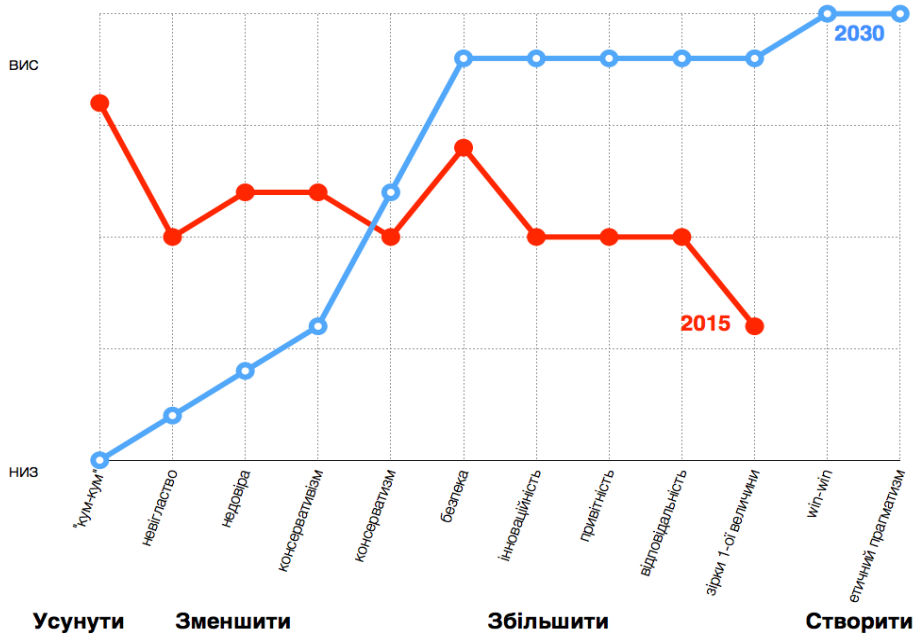
1.5.4. Створення відповідних умов для розвитку, самореалізації та спільної праці в місті у поєднанні з відповідно сформульованими стратегічними цілями

міста та політикою відкритого доступу до інформації, значно збільшать кількість львів'ян, що працюють у креативній галузі, створять потужний креативний клас, який інтегрується в усі сфери життєдіяльності міста – освітні, бізнесові та інші, – сформуєть абсолютно новий потік креативних туристів та експатів, відкриють можливість проведення потужних заходів у галузі креативних індустрій і, зрештою, за 10-15 років Львів зміниться, насамперед, морально-етично, а, як наслідок, й економічно.

## 2. Стратегічна канва

2.1. Перетворення міста на креативне можливе лише за умов переходу від цінностей закритого суспільства до цінностей відкритого. Для цього необхідно усунути певні моделі поведінки (кумівство, невігластво), зменшити рівень недовіри (міжособистісний та щодо інституцій), а також зменшити рівень консерватизму. Необхідно розрізнати поняття консерватизму та консервативізму. Під консервативізмом розуміється опір всьому новому та незвіданому, тому необхідно зменшити його рівень, зробивши таким чином місто більш відкритим до нових ідей та інноваційних проєктів. Одночасно консерватизм, тобто повага до традицій, усталених порядків та морально-правових засад, є цінністю, що цілком узгоджується з баченням розвитку Львова. Для здійснення прориву місту слід збільшити рівень безпеки (у першу чергу у контексті толерантності), рівень інноваційності, привітності, відповідальності та залучити або виховати у місті більше “зірок першої величини”, тобто надуспішних людей у різних сферах, про яких говоритимуть, знатимуть і цінуватимуть у всьому світі.

2.2. Існують певні моделі поведінки, які станом на зараз притаманні лише обмеженій кількості мешканців Львова та які потрібно створити у місті як домінанту. До них належить принцип “win-win” – філософія взаємної вигоди, яка передбачає, що всі сторони переговорів прагнуть до такого результату, за якого всі почуватимуться переможцями. Ще одна ціннісна засада, яку слід будувати у суспільстві – етичний прагматизм, тобто такий прагматизм, який є етичним у своїх наслідках. Будь-які творчі інновації, якщо вони мають перспективу бути втіленими у практичний результат, повинні враховувати етичну складову. А ця складова, відповідно до загальноприйнятого визначення, говорить: думай і дій так, аби твої вчинки не перечили принципу справедливості, тобто могли бути універсальною нормою і для всіх людей, і для тебе.



### 3. Аналітика: формування бачення розвитку міста як креативного

3.1. У процесі підготовки Стратегії було проведено дослідження та проаналізовано різні джерела.

3.2. В основі напрацювань лежать:

3.2.1. “Соціальний моніторинг Якість життя у Львові 2017”.

3.2.2. 25 сфокусованих дискусій з представниками різних середовищ, у яких взяли участь 150 респондентів.

3.2.3. Опрацьовані праці провідних міжнародних фахівців у темі креативу.

3.2.4. Вивчено досвід 16 міст, яким вдалося досягти проривних результатів завдяки креативності.

3.2.5. Враховано три стратегічні документи, які вже існують у місті: Комплексна стратегія розвитку міста 2012-2025 роки і її п'ятирічний план “Львів-2020”, Програма розвитку освіти м. Львова на 2017-2020 роки, Стратегія розвитку культури м. Львова до 2025 року.

3.3. Все це було зроблено для того, щоб розробити комплексне бачення розвитку міста як креативного.

3.4. Для більш глибокого розуміння ситуації у місті було використано соціологічне дослідження “Соціальний моніторинг Якість життя у Львові 2017”, яке дозволяє простежити динаміку основних показників якості життя у Львові згідно з авторською методикою комунальної установи Інституту міста. Згідно дослідження є підстави стверджувати, що Львів, станом на сьогодні, вже є містом, в якому створені сприятливі умови для життя. За даними дослідження 84% мешканців міста почуваються щасливими людьми, 80% – не бажають переїжджати зі Львова, а 96% стверджують, що люблять Львів. Попри те, що 55% мешканців задоволені тим, як вони проводять своє дозвілля, лише 18% львів'ян відвідують театри, 10% – музеї, 3% – бібліотеки. Це означає як те, що мешканці міста проводять своє дозвілля поза культурними інституціями, так і те, що якість послуг, що надається у цих культурних інституціях, є надто низькою, аби приваблювати більше відвідувачів. Часто люди відпочивають у такий спосіб, який не сприяє

їхньому розвитку, наприклад, 74% мешканців переглядають телебачення. Як згадано вище, більшість мешканців, задоволені тим, як вони проводять дозвілля, одночасно, дані того ж дослідження засвідчують, що 55% опитаних проводять вільний час просто байдикуючи. Відповідно, місто має подбати про створення більш різноманітних та цікавих способів для відпочинку для львів'ян та гостей.

3.5. За даними дослідження, загальна оцінка якості наданих послуг у школах становить 3,64 (з 5 балів). Одночасно існує певна відмінність між задоволеністю якістю освітніх послуг у приватних та комунальних школах: показник розвитку творчості серед дітей у комунальних школах становить 3,66, у той час як у приватних закладах освіти він вищий і розташований на позначці 4,82. Можна стверджувати, що більш прогресивні методи навчання, які використовуються у приватних школах, мають позитивний вплив на цей показник.

3.6. Дослідження “Соціальний моніторинг Якість життя у Львові 2017“ дає підстави стверджувати, що для перетворення Львова на креативне місто, паралельно з впровадженням прогресивних новітніх проєктів, пріоритетом повинно залишатися прагнення до постійного покращення умов проживання у місті, адже показник задоволеності благоустроєм у місті є лише на рівні 2,76, пристосованості простору для людей з інвалідністю у районі проживання – 2,01, задоволеність екологічною ситуацією у місті – 2,81.

3.7. Для дослідження думки мешканців міста про розвиток Львова як креативного, було проведено 25 дискусій та опитано 150 людей з різних середовищ. Респонденти пропонували ідеї та проєкти за чотирма категоріями: те, що потрібно усунути, що зменшити, збільшити і що створити для досягнення мети – перетворення міста на креативне. Оскільки формат передбачав вільне висловлення думки та дискусію, було отримано досить широкі відповіді, у яких зазначено критично важливі питання, які турбують мешканців. Нижче наведено коротке резюме за підсумками дискусій.

3.7.1. **Усунути:** за відчуттями респондентів, необхідний “відхід від застарілих методів в багатьох сферах“: в першу чергу йдеться про освіту, шкільну та університетську, також про “підходи до містобудування та управління містом, які не відповідають викликам часу“. Респонденти стверджують, що для перетворення міста на креативне, необхідно “відійти від стереотипного способу мислення“, наприклад – “зневага до деяких професій“. Однозначно, до переліку речей, які мають бути викорінені, потрапила “корупція, у тому числі побутова“.

3.7.2. **Зменшити:** респонденти вважають, що існує “недовіра між мешканцями міста, підприємцями, журналістами, громадськими активістами та владою“. Також вона підсилюється “надмірною бюрократією“. Опитані акцентують увагу на такій проблемі як “відтік талантів“. В частині зменшення мешканці часто говорили про питання інфраструктури та благоустрою, наприклад “бруд, занедбаність доріг, фасадів та клумб“, “забруднення повітря“, “незручності для людей з дітьми та осіб з інвалідністю“. Ще одна тема, яка виникла під час дискусій – це безпека, зокрема, “небезпека через високу криміногенність у житлових кварталах“. Мешканці пропонують зменшити “одноманітність культурного життя“, паралельно зменшивши “плату за оренду для культурно-мистецьких хабів, майстрів тощо“.

3.7.3. **Збільшити:** респонденти говорили про необхідність збільшення як загальних речей, таких як “активність мешканців“, “застосування елементів партисипації“, “екологічної свідомості“ та “знань іноземних мов“, так і про необхідність більш конкретних змін. Наприклад, особливо активно обговорювалася

потреба змін в освіті: збільшення “практичної складової у навчальному процесі”, “рівня компетентності вчителів”, “міжнародних шкільних та студентських обмінів”. У цьому ж контексті респонденти акцентували увагу на необхідності виховання якісних кадрів у багатьох сферах: “екологічні, урбаністичні менеджери, менеджери міських культурних закладів та музеїв, працівники сервісної сфери, спеціалісти з продажів та маркетологи”. Однією з найбільш обговорюваних проблем була тема толерантності та недискримінації, зокрема, необхідності збільшення “мультикультурності: залучення іноземних представників креативного класу до Львова, іноземних студентів, зокрема, через міжнародну мобільність”, “толерантність та відкритість до “інакшості” через виховання у школах, роботу з церквами, партіями тощо”. Окрема тема, яка піднімалася на обговоренні, – це простори, кількість та якість яких, на думку опитаних, слід збільшити: “доступ до вільних просторів (зокрема, колишні індустриальні території) для резидентів – митців, майстрів, підприємців”, “автономність та інноваційність закладів культури та музеїв”, “коворкінги, простори для роботи та спілкування і нетворкінгу креативного класу”, “якість спортивної інфраструктури, кількість спортивних подій та можливостей”.

3.7.4. **Створити:** місту потрібно більше уваги звертати на “забезпечення якісної бізнес-освіти”, зокрема, йдеться не лише про навчальні курси для студентів. Що ж стосується університетів, то підтримку отримала ідея “створення міжуніверситетських програм співпраці”. Також звучала ідея про брак “культури волонтерства” у Львові. Особливої уваги заслуговує тема простору та архітектури. Респонденти переконані, що у місті слід створити “функціональні зелені зони як культурні осередки”, “резиденції для митців”, “майданчики для проведення великих конференцій, бізнес-заходів”, “архітектуру, що трансліює сучасність, толерантність та інноваційність, яка стане рушієм креативних трансформацій”. Виокремилась і тема розвитку нецентральных районів. Опитані вважають за необхідне створити “бренд, унікальні символи, магніти, події у кожному районі міста”, “можливості для дозвілля дорослих у кожному районі”, “розвантажити увагу з центру”.

3.8. Для того, щоб сформувати розуміння того, як перетворити Львів на креативне місто, було проаналізовано досвід багатьох країн світу. До уваги бралися як міста, які можуть бути порівнювані зі Львовом за розмірами, кількістю населення та іншими показниками, так і найбільш прогресивні столиці світу, які змогли досягнути визначних показників розвитку через використання креативності.

3.8.1. Естонія – найпрозоріша і найменш корумпована країна у Центральній і Східній Європі з найкращим у світі співвідношенням кількості стартапів на душу населення. Економічна свобода цієї країни є на 11 місці з 178 країн. Естонія змогла побудувати ефективну систему електронного урядування, яка дає мешканцям змогу голосувати на виборах онлайн, отримувати широкий спектр державних послуг через інтернет, електронно оплачувати проїзд за транспорт. Особливу увагу в Естонії та в її столиці **Талліні** приділяють підтримці та розвитку стартап-культури. Місто входить до 10 найбільш прогресивних європейських міст за розвитком стартапів. Такий показник був досягнутий, зокрема, і завдяки тому, що ІТ-освіта включена до шкільної програми навчання. У країні діє конкурс підприємницьких ідей шкільної молоді і програма розвитку молодіжної підприємливості ENTRUM. Таллін – це також європейська столиця дерев, яка входить до 10 найбільш екологічних міст світу. В місті спостерігається позитивна динаміка у частині зменшення автомобільної активності у місті і збільшення

заповненості громадського транспорту. Окрім великої популярності велосипедного транспорту, цьому сприяє і той факт, що проїзд у громадському транспорті у Талліні – безкоштовний.

3.8.2. Підтримка стартапів і підприємницького духу є довгостроковим національним пріоритетом Литви. **Вільнюс** вважається одним з найбільш активних стартап-майданчиків в Європі. Тут проводяться сотні тематичних подій, які збирають разом стартап-спільноту. У місті є багато коворкінгів та інших просторів для бізнес-стартаперів. Існують також мультифункціональні простори, наприклад, центри мистецтва, освіти і бізнес-інтеграції. Литва докладас багато зусиль для залучення до країни професіоналів зі всього світу. У лютому 2017 року Литва запустила стартап-візи для нерезидентів Європейського Союзу. У рамках нової програми стартапери, що працюють у галузях ІТ, біотехнологій, електроніки та інших високотехнологічних сфер і володіють інноваційними, гнучкими бізнес-моделями, зможуть отримати посвідку на проживання у Литві.

3.8.3. **Берлін** – одне з найбільш прогресивних та креативних міст світу: більш ніж 195 000 людей працюють в секторі креативних індустрій, що складає 10% працівників міста; в місті є 30 000 компаній креативних індустрій, які продукують щорічно товарообіг обсягом у 18 мільярдів євро (за деякими даними – до 30 мільярдів євро); більш ніж 9 700 ІТ-компаній. Берлін дуже відкрите та толерантне місто, що дозволяє німецькій столиці щороку залучати близько 40 000 нових мешканців. 87% берлінців розмовляють мінімум однією іноземною мовою, 65% – двома, 29% – трьома. Берлін – місто стартапів. Відповідно до дослідження Compass Global Startup Ecosystem Ranking 2015 39% стартапів оцінюють підтримку з боку місцевої влади як дуже добру (для порівняння, в Силіконовій Долині цей показник становить 23%). Завдяки комфортним умовам ведення бізнесу в це місто переїжджають стартапери зі всього світу: 49% працівників в берлінських стартапах не є громадянами Німеччини. Також в Берліні діє програма коучінгу для стартапів та молодих підприємців у всіх сферах креативної економіки. Для підтримки різних проектів у креативній сфері була створена міська краудфандингова платформа. За 2-річний період профінансовано понад 300 креативних та культурних проектів. Проекти можуть бути підтримані і через конкурс Berlin-Made2Create, який щорічно оголошується відділом економіки, технологій та досліджень Берліну та фінансує на змагальній основі проекти у сфері креативної економіки. Оскільки у місті щоденно відбувається десятки креативних заходів, була створена центральна платформа для підприємців у сферах культури та креативної економіки. Щороку сайт відвідує понад 1,2 мільйони користувачів.

3.8.4. **Кельн** є великим економічним та культурним центром західної Німеччини. Місто дбає про розвиток креативних індустрій, зокрема, і через створення регулярних звітів про стан креативної економіки в місті. До засобів творення креативної економіки в місті серед іншого належить організація великих ярмарків, конгресів та фестивалів (“Art Cologne“, “GamesCom“, “c/o Pop“); щорічний форум для культурних і творчих галузей; створення інкубаторів для підприємців у галузі творчих галузей; поєднання розвитку районів з розвитком творчих галузей, наприклад, через проект “Район дизайну Ehrenfeld“.

3.8.5. Місто **Лейпциг**, розташоване у східній Німеччині, поступово відновлює свою економічну потужність. У наступні роки після воз'єднання Німеччини Лейпциг значно втратив чисельність населення та економічну силу. Через зниженні ролі старих індустрій в економіці міста, виник простір для розвитку нових – креативних індустрій. Муніципальний економічний розвиток

зосереджений на п'яти кластерах, зокрема, на кластерах “Медіа” та “Креативна економіка”, які останніми роками неухильно зростають, як з точки зору кількості працівників, так і з точки зору кількості компаній. Місто та його партнери (наприклад, Лейпцизька виставка) підтримують цей розвиток за допомогою таких заходів: організація ярмарків, конгресів та фестивалів, таких як “Лейпцизький книжковий ярмарок” та “Designers Open”; просторова концентрація творчих підприємств (“Медіа-місто Лейпциг”); тимчасове використання вільних промислових будівель культурними та творчими ініціативами (ініціатива “Домашні господарства”).

3.8.6. Норвезьке місто **Берген**, яке входить до переліку креативних міст світу ЮНЕСКО, будує власну стратегію розвитку на прагненні залучати до міста талановитих людей (студенти, науковці, професіонали) та створювати для них найбільш комфортні умови, зокрема, через покращення інфраструктури. Місто щорічно залучає сотні тисяч людей завдяки проведенню заходів міжнародного рівня. В музичній сфері – це “Grieg Lunchtime Concerts”, “Grieg in Bergen Festival”, “NattJazz Festival”, “BergenFest”.

3.8.7. Шкільна система освіти **Фінляндії** визнана однією з найкращих у світі. Згідно з міжнародними дослідженнями, які раз у 3 роки проводить авторитетна організація PISA, фінські школярі показали найвищий у світі рівень знань. Основна особливість фінської системи шкільної освіти – індивідуальний підхід – для кожної дитини складається індивідуальний план навчання і розвитку. Наприклад, в столиці Фінляндії **Гельсінкі** восени 2017 року відкрилася гімназія, у якій старшокласники можуть зануритися у вивчення особливостей діяльності стартапів. Гельсінкі відоме як креативне місто не лише через інноваційні підходи до освіти, зокрема, місто входить до списку креативних міст ЮНЕСКО з дизайну. Один з районів Гельсінкі був перетворений на квартал дизайну для зосередження творчої та дизайн-індустрії, а також зміцнення уявлення про Гельсінкі як про столицю світового дизайну. Квартал дизайну – не єдиний креативний район міста. Один з найбільш цікавих архітектурних районів сучасної архітектури в Фінляндії – Руохолахті (Ruoholahti), розташований поруч із Західним портом Lansisatama. Після закриття Кабельного заводу його корпуси були перетворені в креативний квартал. Сьогодні це популярний майданчик для культурних заходів. Тут проходять різдвяні ярмарки, тижні театру, численні виставки та фестивалі, постійно розміщені кілька музеїв та театрів, а також архітектурна школа для дітей і підлітків. З огляду на участь мешканців у житті громади цікавою є практика проведення міських свят для мешканців та гостей міста. Block Party – свято для жителів району або мікрорайону, який організовується волонтерами, як правило жителями цієї ж громади. Його головне завдання – відчутти спільність, проявити любов до району, в якому живеш, підтримати місцевих музикантів, художників та активістів. Наприклад, у 2016 році районну вечірку в Каллію відвідали близько 15 000 людей.

3.8.8. В **Буенос-Айресі**, наприклад, особливу увагу звертають на розвиток нецентрального району міста, створення там нових та сучасних просторів. Місто прагне транслювати цінності через архітектуру, тому там багато сучасних архітектурних об'єктів, які стають своєрідними магнітами для людей з інших міст та країн. Бідні райони міста перетворюють на креативні за різними напрямками. В Буенос-Айресі є квартал технологій, квартал дизайну, квартал мистецтва, квартал аудіовізуальних продуктів, квартал спорту. Наприклад, квартал технологій був створений у 2008 році, і під цей проект було виділено земельну ділянку площею 200 га. Для підтримки проекту видавалися кредити на нерухомість до 10 років,



запроваджене часткове звільнення від податків до 15 років, місто надавало експертний супровід: налагодження процесів, освітні програми, підтримка експорту для стартапів. У квартал переїхали 2 технічних університети, міська рада. Тут функціонують більше 320 компаній, загальна сума інвестицій становить близько 230 мільйонів доларів, створено 11,6 тисяч робочих місць. У 2014 році було створено квартал дизайну. Зокрема, на місці рибного ринку площею 15 тисяч квадратних метрів був створений Metropolitan Design Center (CMD). У ньому розмістився бізнес-інкубатор, бібліотека, виставкові та конференц-зали, музей. У кварталі можна дешево орендувати простір під майстерню, закінчити освітні курси з виготовлення одягу, дизайну інтер'єрів. Квартал став привабливим місцем для проведення міжнародних фестивалів дизайну: Ciudad de Moda, BA Fashion Week. Буенос-Айрес робить великий наголос на розвитку підприємництва, тому в місті діють безкоштовні 7-тижневі курси для підприємців. У 2017 році курси закінчили близько 40 тисяч людей. Також у місті є підприємницькі школи для учнів 10-11 класів.

**3.8.9. Барселона** – лідер ІТ-технологій в Іспанії у 2017 році та європейська інноваційна столиця. У першу чергу, Барселона – це smart city, тому такі речі, як сучасні автобусні зупинки з інформацією про розклад руху, зарядками USB, безкоштовним WiFi та чисельні зручні міські електронні сервіси – звичні речі в цьому місті. Також у місті регулярно проводяться заходи, пов'язані з новітніми технологіями, щорічно приваблюючи сотні тисяч професіоналів з різних сфер. Зокрема, в Барселоні відбувається всесвітній конгрес мобільних технологій – найбільші у світі збори для мобільної індустрії. Новітні технології присутні навіть у підході до спорту у цьому місті. В Барселоні функціонує найбільший у світі інноваційний спортивний парк – Open Camp. Особливої уваги у Барселоні заслуговує архітектура. У місті можна не лише зустріти приклади нестандартної сучасної архітектури, а й ініціативи, які сприяють прояву максимальної творчості архітекторів. Однією з таких ініціатив є міжнародний архітектурний конкурс “Тимчасовий павільйон в Барселоні“, що дозволяє командам архітекторів з різних країн працювати над розробкою власних проєктів.

3.9. Серед опрацьованих літературних джерел є як ті, які вже можна назвати класичними в темі креативу, так і найбільш прогресивні праці провідних міжнародних фахівців.

3.9.1. Британський дослідник Кен Робінсон, автор книги “Школа майбутнього“ робить особливий наголос на важливості освіти для розвитку креативності. Автор переконує, що критично необхідно дати школярам можливість здобути практичні знання і вбачає цінність освіти у тому, щоб підготувати дитину до дорослого життя, даючи їй, в першу чергу, навички, а не знання. Зокрема, Робінсон пише про приклади розвитку навичок дітей через створення у школах майстерень для мейкерства, через навички комп'ютерного моделювання, участь у громадських організаціях, волонтерство. В 21 столітті навчальний процес повинен орієнтуватися на інтереси дітей, тому дослідник закликає використовувати комп'ютерні ігри з навчальною метою. Кен Робінсон наголошує на тому, що школа має налагоджувати більш тісні взаємини з батьками учнів та залучати їх до навчального процесу, зокрема, запрошувати їх до школи з розповіддю про власні професії. Одна з ключових рекомендацій Кена Робінсона – включення мистецтва як повноцінного предмету у навчальну програму, що має максимально сприятливий ефект на розвиток креативності.

3.9.2. Книга нідерландських авторів Баса Беекмана та Рубена Ньювенхауз “Місто стартапів” наголошує на ключовій ролі підприємницької освіти в школі, університеті та впродовж життя. Програмування, на думку авторів, повинно бути обов’язковим предметом для усіх учнів у середній школі. Не менш важливим для розвитку креативності є простори, які створені в місті. Саме тому місто повинно надавати субсидії для коворкінгів та інкубаторів. На користь міста слід використовувати потенціал стартапів, тому доцільним є створення конкурсу стартапів, які вирішують соціальні виклики для міста. У такому разі, місто має інвестувати кошти як стартовий капітал для розвитку стартапу. Автори на прикладі Амстердаму наголошують на діяльності міста як повноцінного учасника інноваційної екосистеми (переважно у сферах, які не передбачають ринкової конкуренції, як, наприклад, промоція та залучення інвестицій).

3.9.3. Книга авторів Лорен Кан, Рушанара Алі та інших, “Міста, що попереду” намагається дати відповідь на питання про те, як міста можуть мобілізувати творчість і знання, щоб сприяти необоротним соціальним змінам. Автори вважають, що джерелом громадської творчості є почуття гордості, приналежності та прив’язаності до свого міста. Для розвитку креативу, необхідне впровадження соціальних інновацій – нових ідей, інститутів або способів діяльності, що ефективніше задовольняють суспільні потреби. Соціальне новаторство часто складається не просто з нових ідей, а й з перегляду й повернення до вже існуючих – нове застосування якоїсь старої ідеї. Робота з багатьма різними зацікавленими сторонами є вирішальною передумовою соціальних інновацій, саме тому міська влада повинна залучати якомога ширше коло людей для обговорення міських питань. Розмаїття і толерантність створює сприятливі умови в місті для соціальних інновацій.

## **4. Пріоритети Стратегії**

На основі проведеного аналізу було виокремлено чотири пріоритети розвитку міста, на яких базується Стратегія прориву 2027. З більш детальним переліком запропонованих ідей можна ознайомитися в додатку 1.

### **4.1. Виховання креативності**

4.1.1. Виходячи з глибокого переконання, що кожна людина від природи є креативною та творчою, місто Львів повинно стати максимально сприятливим середовищем для підтримки цих природних задатків та розвитку креативності в кожному, хто мешкає у місті.

4.1.2. Процес виховання у широкому сенсі – це не зосередження виключно на дітях та молоді. Різними проектами цього пріоритету повинно бути охоплене максимально широке коло мешканців міста. Реалізація проектів у сфері освіти повинна відбуватися на чотирьох рівнях:

4.1.2.1. Дошкільна освіта.

4.1.2.2. Шкільна освіта.

4.1.2.3. Університетська освіта.

4.1.2.4. Навчання впродовж життя.

4.1.3. На цих рівнях будуть реалізовані проекти напрямку освіти. Однією з найважливіших тем для проектів буде вивчення іноземних мов, зокрема, англійської, адже знання цієї мови відкриває у сучасному світі необмежений

доступ до інших знань та стає основою для інших інноваційних проєктів. До того ж потрапило і питання підвищення прикладної сторони освіти – розвитку більш практичних навичок через освітній процес. У цьому контексті може бути реалізована велика кількість проєктів – від забезпечення дитсадків умовами для мейкерства, шкіл – сучасними лабораторіями, до створення у місті більше можливостей для отримання якісної бізнес-освіти. Критично необхідним є розвиток у дітей підприємницького мислення. Для цього освіта повинна не тільки давати знання про підприємництво, а й про інші навички, необхідні для ведення бізнесу в сучасних умовах, наприклад – вміння продавати, ораторське мистецтво, аналіз ринку, фінансова грамотність. Необхідним є також забезпечити кращий зв'язок між школою, університетом та бізнесом. Необхідне впровадження проєктів, які спрямовані на різні форми співпраці між ними. Критично важливою є необхідність розвитку у дітей та людей будь-якого віку м'яких навичок та навичок критичного мислення. Безумовно, мистецтво повинно бути гармонійно вплетене у навчальний процес як метод отримання нових знань та як предмет вивчення.

## 4.2. Збереження креативних людей у Львові

4.2.1. Перетворення міста на більш комфортне середовище для кожного – один з основоположних кроків до перетворення міста на більш креативне. Саме тому необхідно створити у Львові максимально сприятливі умови для життя, творчості, відкриття бізнесу, створення сім'ї. Все це сприятиме тому, що мешканці будуть охоче жити і творити в місті та не шукатимуть інших міст чи країн для самореалізації.

4.2.2. В межах цього пріоритету виділено три напрямки:

4.2.2.1. Умови життя у місті.

4.2.2.2. Фінансування ініціатив.

4.2.2.3. Взаємодія мешканців та влади.

4.2.3. Найбільший напрямок – це умови життя, до якого потрапили ті речі, які слід покращити у нашому місті. Без сумніву тут ідеться про питання благоустрою, пристосованості простору для маломобільних людей, покращення ситуації з транспортом та велоінфраструктурою, реставрація пам'яток архітектури та відновлення зелених зон міста. Багато проєктів у межах цього пріоритету не є чимось абсолютно новаторським для міста. Водночас, вони є основою для надбудови у вигляді більш інноваційних ідей. Без створення міцного фундаменту у цьому пріоритеті, важко рухатися далі у напрямку розвитку міста як креативного.

4.2.4. Наступний напрямок – фінансування ініціатив. Люди з креативними ідеями повинні мати можливість для їх реалізації, наприклад, через отримання коштів з місцевої краундфандингової платформи чи через програми підтримки та розвитку культурних ініціатив місцевих спільнот.

4.2.5. Останній та не найменш важливий напрямок цього пріоритету – взаємодія мешканців та влади, яка може бути покращена, наприклад, через використання більшої кількості цифрових способів комунікації та донесення інформації. Для того, щоб місто було комфортним, необхідно залучати самих мешканців до процесів, зокрема, через співфінансування. У Львові вже є кілька ініціатив спільнокошту для втілення окремих проєктів, і така практика може бути успішною й надалі.

### 4.3. Концентрація креативних людей

4.3.1. Креативність породжує креативність, саме тому необхідно створити більше просторів та подій, де люди зможуть знайомитися, спілкуватися, обмінюватися досвідом, планувати та реалізовувати нові проекти. Красивий та комфортний простір приваблює більше людей та сприяє розкриттю їхнього творчого потенціалу. Водночас, креативне місто 21 століття неможливо уявити без великої кількості різноманітних заходів, подій, презентацій, дискусій, які цікаві для абсолютно різних аудиторій.

4.3.2. Для реалізації задуманого, виокремлено проекти за трьома напрямками:

4.3.2.1. Простори та хаби для генерації ідей, проектів.

4.3.2.2. Культурні і громадські простори.

4.3.2.3. Заходи та події.

4.3.3. Перші два напрямки стосуються створення та/або покращення різноманітних просторів, які стануть магнітами для креативних людей.

4.3.4. Для розвитку просторів та хабів для генерації ідей та проектів необхідна як підтримка з боку влади креативних просторів, які вже існують, так і створення нових, наприклад, мультифункціонального креативного хабу, поділеного на різні сектори для людей з абсолютно різними інтересами. Доцільною може бути необхідність створення міської програми підтримки таких просторів. У місті також потрібно створити більше таких майданчиків, як акселератори та інкубатори, і не лише у сфері ІТ, а й в інших сферах.

4.3.5. Другий напрямок цього пріоритету – культурні і громадські простори: виставкові простори для митців та художників, зелені простори для відпочинку, медiateки та зручні нові простори для дозвілля в нецентральных районах.

4.3.6. Третій напрямок пріоритету “концентрація” – заходи та події у різних сферах, якими має бути насичене наше місто. Тут має бути цікаво всім мешканцям, і сюди мають охоче приїздити спеціалісти з різних куточків світу. Саме тому, важливими є як підтримка існуючих іміджевих подій міжнародного рівня, так і відкритість до створення у Львові майданчику для інших дискусій регіонального та світового масштабу. Для концентрації креативних людей, зокрема, стартаперів необхідна підтримка на старті бізнесу, яку можна втілити через різні інструменти.

### 4.4. Залучення креативних людей ззовні

4.4.1. Місто Львів повинно стати місцем, привабливим для мешканців з інших міст та країн. В першу чергу, йдеться про створення іміджу креативного міста, відкритого до нових проектів, унікальних заходів, втілення проривних ідей. Львів має всі шанси перетворитися на місто, до якого переїжджають представники креативного класу з різних галузей, бо це не лише комфортне і красиве місто, а динамічне середовище для постійного особистісного росту та самореалізації.

4.4.2. Для досягнення цього було виділено два напрямки:

4.4.2.1. Розвиток індустрії гостинності.

У межах цього напрямку мова йде як про проекти, спрямовані на створення умов (авіасполучення, достатня кількість конференц-залів, міські сервіси англійською), так і про проекти, які вимагають від Львова прояву більш прогресивних підходів до утвердження себе на мапі креативних міст світу –

створення альтернативних туристичних маршрутів, розвиток нових підходів до туризму (бізнес-туризм, гастрономічний туризм, медичний туризм).

#### 4.4.2.2. Іміджеві проекти, програми, заходи.

Не менш важливим напрямком для залучення до Львова креативних людей є брендування, тобто створення іміджевих проектів, програм, заходів. Слід звертати більше уваги на промоцію історій успіхів міста та його успішних мешканців. Необхідно залучати як митців з різних країн, наприклад, через програму резиденцій, так і студентів-іноземців, наприклад, для втілення креативних проектів разом зі студентами львівських університетів. Важливою є також промоція Львова назовні як міста, де можуть реалізувати себе креативні люди і креативні компанії. Зокрема, таку промоцію можна втілювати через заходи Львова в інших містах, роуд-шоу тощо. Крім того, у цьому пріоритеті повинен бути сильний зв'язок з проектами попередніх пріоритетів. Успішні проекти інших пріоритетів Стратегії, їх промоція дозволить позиціонувати Львів у правильному руслі.

## 5. Механізм впровадження Стратегії

### 5.1. Структура впровадження Стратегії прориву 2027:

5.1.1. Зміна формату Ради конкурентоспроможності (надалі – Рада) з метою впровадження Стратегії. Рада є неформальним наглядовим органом з впровадження Стратегії, який виконує загальні функції контролю за швидкістю та якістю реалізації Стратегії.

5.1.2. Реалізація Стратегії буде здійснена через поділ роботи на блоки тривалістю 6 місяців кожен, відповідно до пріоритетів Стратегії. Кожні 6 місяців Рада визначає пріоритет (один або кілька) у межах якого мають бути реалізовані проекти (серед чотирьох пріоритетів Стратегії). Кожні 6 місяців Рада затверджує склад робочої групи, яка займатиметься напрацюванням детальних проектів у межах конкретного пріоритету. Це дозволить сконцентрувати максимальні зусилля всіх зацікавлених сторін на реалізацію найбільш проривних проектів за відносно короткий проміжок часу. Рада затверджує напрацьовані робочими групами проекти, робочі групи звітують перед Радою про їх реалізацію.

5.1.3. Міський голова головує на ключових засіданнях Ради. Комунальна установа Інститут міста здійснює загальний супровід усіх процесів з впровадження Стратегії, забезпечує комунікацію та готує звіти.

5.2. Відповідальність за втілення проектів несуть насамперед підрозділи Львівської міської ради, у компетенції яких вони знаходяться. Надзвичайно важливою при втіленні проектів є співпраця з експертами та громадськістю, яка допоможе максимально залучити людей до втілення спільних цілей креативного міста.

5.3. Комунальна установа Інститут міста буде відслідковувати показники реалізації Стратегії, які були сформовані на основі візії і є намаганням її виміряти (детальніше з показниками можна ознайомитись у додатку 2).

## 6. Реалізація Стратегії

6.1. У квітні 2018 року Рада визначила проекти, які за 6 місяців можуть дати або закласти фундамент прориву для реалізації Стратегії. Було обрано 5 напрямів. Усі вони стосуються пріоритету Стратегії “Виховання креативності”.

### **6.1.1. Напря́м “Англи́йська мо́ва”.**

6.1.1.1. Основною ціллю проектів було максимально охопити школярів, щоб позакласними нестандартними методами підвищити їхній рівень англійської мови. Акцент робився не тільки на тих учнях, у яких достатній рівень англійської мови, а й на тих, у кого вона лише на початковому рівні.

6.1.1.2. Реалізовувались такі проекти:

6.1.1.2.1. Проект “LeoTheatre”. Вчителі англійської мови пройшли вишкіл від провідних акторів і режисера Львівського академічного театру ім. Леся Курбаса щодо діяльності драматичних гуртків у школі. Дві школи виступили на театральному фестивалі “Кіт Гаватовича”. У планах – проведення міського фестивалю шкільних англомовних театрів.

6.1.1.2.2. Англомовні квести. Команди 67 шкіл взяли участь у проекті “LeoQuest”. Учні навчальних закладів на квесті проходили встановлені маршрути і виконували завдання. Це було непросто для них, адже згідно із задумом організаторів проекту учні перебували під опікою не свого вчителя, а вчителя команди супротивника. Тобто учні повинні були самостійно знайти потрібну локацію, виконати завдання, зробити фото і відео.

6.1.1.2.3. LvivKids. Впродовж літніх канікул на базі 41 школи протягом 14 днів діяли англомовні табори. Понад 2500 учнів стали активними учасниками різноманітних занять, тренінгів та цікавих майстер-класів, які поєднує цікаве проведення дозвілля та вивчення іноземних мов.

### **6.1.2. Напря́м “Підприємництво”.**

6.1.2.1. Підприємництво для дітей.

Цей напрям поєднуватиметься з уже розпочатим у школах Львова курсом фінансової грамотності. Зокрема, фіналісти проекту з навчання фінансової грамотності проходять вишкіл підприємництву у Львівській бізнес-школі Українського католицького університету. Крім того, було проведено навчання для вчителів близько 60 шкіл з метою запуску гуртка підприємництва при школі.

6.1.2.2. Підприємництво для студентів.

Уже третій рік у Львові успішно діє Startup School University Edition, де студенти за кілька занять можуть охопити початкові ази бізнесу. Для Стратегії було прийнято рішення, щоб набір здійснювався двічі на рік. Під час весняного набору школою було охоплено 200 студентів, на пітчінгу презентувалися близько 10 проектів. Проект є регулярним і має за мету розширення на більшу кількість ВНЗ Львова.

6.1.2.3. Підприємництво для усіх.

“Вчимося бізнесу” – успішний проект, який уже 5 років реалізовує управління економіки департаменту економічного розвитку Львівської міської ради. Будь-хто, незалежно від віку, може стати учасником курсів і безкоштовно пройти курс для реалізації своєї бізнес-ідеї. Мета – збільшувати кількість учасників курсів, як мінімум до 300 учасників на рік.

6.1.2.4. Інноваційна весна.

25-26 травня 2018 року відбулася унікальна подія, яка відкрила світ науки та новаторства для кожного відвідувача, без вікових обмежень. Протягом двох днів під час фестивалю були: пітчінг стартапів, бізнес-лекторій та науково-технологічна виставка. Зокрема, на території діяла зона STEAM-активності (science – наука, technology – технологія, engineering – інжиніринг, art – мистецтво, mathematics – математика) та фуд-зона. Планується зробити фестиваль щорічним.

### **6.1.3. Напрямок “Інклюзія”.**

#### **6.1.3.1. Серія панельних дискусій “Реально про НЕ/доступність”.**

Перша панельна дискусія відбулась 30 березня 2018 року і зби́рала не тільки професіоналів інклюзії у різних нозологіях, а й людей, які хотіли дізнатися більше про цю тему. Кількість присутніх – 89 осіб та близько 6000 переглядів онлайн-трансляції. Надалі такого типу події перейдуть у формат мотиваційних зустрічей з людьми, які досягнули успіхів у розвитку інклюзії у різних нозологіях.

#### **6.1.3.2. Проведення уроків толерантності.**

У березні-травні відбулось навчання педагогів та практичних психологів. На занятті усі присутні отримали методичні рекомендації щодо проведення уроків толерантності у молодших класах. 1 вересня 2018 року всі школи міста, за рекомендацією управління освіти департаменту гуманітарної політики Львівської міської ради, добровільно провели перший урок з дітьми усіх класів на тему толерантності. Зараз, усі вчителі міста самостійно проводять систематичні уроки толерантності у молодших класах.

#### **6.1.3.3. Серія воркшопів для вчителів молодших класів.**

У травні 2018 року відбулися навчання з альтернативної комунікації; викладання математики дітям з особливими освітніми потребами (ООП); особливості навчання письму та читанню учнів з ООП (глобального читання); навчання про сенсорні особливості. Всі вчителі, які проходили навчання, мають інклюзивні класи.

#### **6.1.3.4. Мотиваційна зустріч для вчителів та асистентів інклюзивних класів.**

У червні 2018 року відбулася неформальна мотиваційна зустріч для вчителів та асистентів інклюзивних класів з представниками міської влади. У неформальній атмосфері вчителі, асистенти та батьки поділилися досвідом та обговорили найактуальніші проблеми інклюзивної освіти, після чого отримали надихаюче привітання та грошові винагороди від Львівського міського голови.

### **6.1.4. Напрямок “критичне мислення”.**

#### **6.1.4.1. “Lviv school debating tournament”.**

У 20 школах міста львівським осередком всеукраїнської молодіжної громадської організації “Федерація дебатів України” проводилися тренінги з проведення дебатів, які у подальшому перетворилися на шкільні дебатні клуби. 12 травня 2018 року відбувся англomовний дебатний турнір з 40 учасниками, у якому молоді оратори продемонстрували свої навички володіння не лише англійською мовою, а й здатністю переконання у власній правоті інших.

6.1.4.2. Серія тренінгів про використання критичного мислення на уроках з учителями.

26 вересня 2018 року відбулася перша зустріч-обговорення потреб включення елементів критичного мислення у щоденні уроки всіх шкільних предметів. Спеціалісти поділилися своїм успішним досвідом, після чого відбулася відкрита панельна дискусія.

### **6.1.5. Напрямок “Інтернетизація шкіл”.**

6.1.5.1. У цьому напрямі поставлено амбітну ціль – щоб усі школи міста мали якісний високошвидкісний інтернет. Ця ціль дасть можливість використовувати у навчанні інноваційний контент, який би не тільки давав учням потрібну інформацію, а й був представлений у доступному інтерактивному форматі.

6.1.5.2. Внаслідок роботи над усіма проектами і з метою продовжити реалізацію діючих проектів та розпочати нові була створена Громадська спілка “Львівський кластер освіти креативності”.

6.1.5.3. Організації, які сприяли реалізації задумів усіх освітніх проектів: Український католицький університет, управління освіти департаменту гуманітарної політики Львівської міської ради, Навчально-методичний центр освіти м. Львова, комунальна установа Інститут міста, громадська організація “Розправлені крила“, Центр освітніх інновацій “Провентус“, громадська організація “Креативне місто“, Українська академія лідерства, всеукраїнська молодіжна громадська організація “Федерація дебатів України“, відділ ділових індустрій управління економіки департаменту економічного розвитку Львівської міської ради.

6.1.5.4. У рамках реалізації Стратегії також відбулася неординарна подія в житті не тільки міста, але й країни – Бієнале довіри. Бієнале відбувалось 19-21 жовтня 2018 року. В рамках події були проведені такі заходи:

- Win-Win Форум, де обговорили можливі види ендавменту (фінансові пожертви) задля співпраці бізнес-середовища та громадського сектору, фінансування ідей фондами;

- Академічна частина Бієнале: дискусії стосовно відновлення довіри в наших спільнотах, презентацій досліджень експертами;

- Міжнародний конкурс плакатів на тему довіри;

- Скульптурний проект “NIMB біометрія“;

- Арт-проект SACRUM;

- Акція “Відкритий чек“.

6.1.5.5. Бієнале довіри об’єднав організації, які творили його разом: Український католицький університет, Львівська міська рада, громадська організація “Креативне місто“, мистецьке об’єднання “Дзига“, громадська організація “Музей ідей“, Міжнародний фонд “Відродження“, Український культурний фонд, Львівська національна галерея мистецтв, Освітній центр з прав людини, Львівський кластер освіти та креативності та інші.

Примітки (дефініції):

**Креативність** – це здатність та бажання (відвага) до створення нових смислів, продуктів та форм: процес з трьох етапів: 1) отримання інформації; 2) критична оцінка і переробка; 3) видача нової ідеї.

**Креативний клас** – це люди, які самореалізуються, створюючи додану вартість (нову цінність) у матеріальній чи нематеріальній сфері через креативність.

**Креативна економіка** – економіка, де реалізує себе креативний клас, і яку характеризує:

- висока роль нових технологій та відкриттів у різних сферах діяльності людини;

- високий ступінь невизначеності;

- великий обсяг вже існуючих знань та гостра необхідність генерації нових сенсів;

- основа для творення інновацій

**Галузі креативної економіки (креативні індустрії)** – походять від індивідуальної творчості, майстерності та таланту і мають потенціал для створення багатства та створення робочих місць шляхом створення та експлуатації інтелектуальної власності. Реклама, архітектура, мистецтво та антикварна справа,



ремесла, дизайн, мода, фільми, інтерактивне програмне забезпечення, дозвілля, музика, телебачення та радіо, театр, видавнича справа. (“Creative Industries Mapping Study“, UK).

**Креативне місто** – це:

- спільнота, яка робить усе можливе для розвитку креативності у кожному з мешканців, особливо у дітях і молоді, а також для збереження в місті наявних талантів і залучення їх ззовні;
- місто, де еліта формується здебільшого з представників креативного класу, а його етос домінує;
- інфраструктура для комфортного життя, роботи, відпочинку, концентрації і обміну думками креативних людей;
- система підтримки креативних індустрій та соціальних практик та механізм перетворення креативних ідей в інноваційні продукти та сервіси.

Секретар ради

А. Забарило

Віза:

Директор комунальної  
установи Інституту міста

О. Кобзарев

## Детальний перелік ідей Стратегії

**1. Виховання креативності****1.1. Дошкільна освіта**

– Програма “Лабораторія для дошкільника”.

Програма, яка передбачає проведення дослідів та експериментів з навчально-виховною метою у дитячих навчальних закладах міста, дає можливість дітям дошкільного віку у цікавій інтерактивній формі знайомитись з науковою сферою.

– Облаштування сенсорних кімнат у дошкільних навчальних закладах.

Сенсорна кімната – це організоване особливим чином навколишнє середовище, що складається з великої кількості різного виду стимуляторів, які впливають на органи зору, слуху, нюху, тактильні та вестибулярні рецептори. Вони надають психічному і емоційному стану дитини як заспокійливу, так і тонізуючу, відновлювальну дію.

**1.2. Шкільна освіта**

– Розвиток критичного мислення.

Через новітні методики сприяти розвитку у дітей та молоді навичок критичного мислення, тобто здатності ухвалювати реально обмірковані та незалежні рішення.

– Збільшення кількості та якості вивчення англійської мови у школах.

Широкий спектр навчальних програм для дітей та підлітків, направлений на поглиблення вивчення англійської мови як в школі, так і поза школою. Створення в місті максимально сприятливих умов для вивчення та використання англійської мови для учнів будь-якого віку. Використання нових методик викладання англійської, організація спеціальних навчальних курсів та заходів, англійськомовні літні табори, викладання певних предметів англійською, англійськомовні квести, дебати англійською мовою.

– Креативні простори у школах міста.

Створення у школах міста просторів, де школярі зможуть з користю проводити час, розвивати комунікаційні навички та здобувати нові знання. Через багатофункціональність такого простору він буде цікавим максимально широкому колу дітей та дозволить їм у легкій формі познайомитись з багатьма новими сферами.

– Електронний щоденник.

Запровадження цифрових технологій у школах, зокрема через використання електронного щоденника/журналу, що зробить навчальний процес більш зручним для всіх його учасників. Вчителі зможуть вносити інформацію про оцінки та відвідування до електронної системи, публікувати онлайн домашню роботу, зручніше підтримувати комунікацію з учнями і їх батьками. Батьки зможуть стати більш залученими в освітній процес, отримають повну інформацію про домашнє завдання та успішність їхніх дітей. Окрім того в такий спосіб міська влада зможе спростити спосіб консолідації даних з різних шкіл міста.

– Розвиток в учнів “м'яких навичок”.

Підвищення знань та вмій школярів у сфері медіаграмотності, громадської грамотності, медичної грамотності, екологічної, фінансової та підприємницької

грамотності. Підвищення здатності навчатись самостійно, лідерства та інших м'яких навичок. Створення в школі та поза нею всіх умов для самовираження школярів та підтримка творчого та нешаблонного способу мислення.

– Мистецтво як предмет у навчальній програмі.

Впровадити “Мистецтво” як повноцінний предмет для вивчення в школі. У межах курсу залучати дітей до відвідування мистецьких заходів, музеїв, театрів, виставок. Такі уроки можуть носити міждисциплінарний характер, даючи учню знання з історії, образотворчого мистецтва, критичного мислення, літературознавства та інших.

– Підприємницькі школи для учнів.

Комплексні навчальні програми для учнів старших класів, які включають бізнес-курси, профорієнтацію, спілкування з підприємцями, передбачають можливість стажування, втілення власних проєктів. Окрім навчальної складової такі школи можуть допомогти підліткам розвивати soft skills, носять профорієнтаційну складову та допоможуть при виборі майбутньої професії.

– Використання нових способів побудови навчального процесу та інноваційних методів в освіті.

Через новітні методики та інструменти зробити навчальний процес більш “дружнім” до школяра. Сприяти більш індивідуальному підходу до навчання кожного учня, збільшивши гнучкість навчальних програм, збільшення тривалості уроку для глибшого пізнання певної теми, робота в малих групах, взаємодія з іншими учнями та вчителем. Використовувати такі методики як: STEAM – Science, Technology, Engineering, Art and Math (наука, технології, інженерія, мистецтво та математика) – навчальний підхід, міждисциплінарний метод, що має на меті допомогти учням розвинути здібності, які дозволяють адаптуватись до світу та ринку праці, що швидко змінюється, а також отримати міждисциплінарні знання через експерименти, спосіб проб і помилок та креативність у вирішенні завдань. Blending learning – це освітня програма, що поєднує цифрові онлайн-методи та традиційні методи роботи в класі. Online Education – спосіб навчання через мережу Інтернет.

– Підвищення прикладної сторони освіти, розвивати в школярів практичні навички.

Збалансування теоретичної та практичної складової вивчення будь-якого предмету. Надання школярам всіх можливостей для використання здобутих знань на практиці та отримання нових знань через практику. Створення у школах сучасних інтерактивних класів хімії, біології, фізики, мейкерспейсів, покращення матеріально-технічного забезпечення школи для надання школярам можливостей для проведення науково-дослідних експериментів, виготовлення власних продуктів.

### **1.3. Університетська освіта**

– Покращення співпраці між університетами та запровадження міжуніверситетських програм, створення міждисциплінарних програм.

Напрацювання та створення навчальних програм в партнерстві між різними університетами. Таким чином університети зможуть знайомитись з успішними навчальними практиками, стимулювати обмін знаннями між студентами та викладачами різних вищих навчальних закладів. Такі практики дозволять надавати студентам більш якісні освітні послуги та стануть привабливими для потенційних

абітурієнтів обох університетів. Поруч з науковою складовою навчальних курсів в університеті стимулювати у студентів розвиток навичок, що можуть бути корисні для працевлаштування та більш ефективного використання здобутих знань на практиці. Адаптувати навчальні програми та впроваджувати нові курси з огляду на умови ринку праці, що швидко змінюється. Тісно співпрацювати з бізнесом задля визначення ринкових потреб у спеціалістах і належної їх підготовки (створення лабораторій від компаній тощо).

– Залучення студентів “творчих” спеціальностей до практики у школах, організації літніх шкіл та таборів.

Налагодження співпраці між закладами освіти та культури через залучення студентів “творчих” спеціальностей до практики в системі шкільної та позашкільної освіти.

– Співпраця з вищими навчальними закладами щодо стажування студентів у культурних установах та громадських організаціях.

Залучати студентів широкого кола спеціальностей до стажування в культурних установах міста.

#### **1.4. Навчання впродовж життя**

– Підтримка Української академії лідерства.

Українська академія лідерства – це програма особистісного та суспільного розвитку, основним елементом якої є 10-місячний формаційний курс для випускників середніх шкіл, що базується на основі цінностей та виховання лідерських якостей і навиків. Цей позасистемний підхід до освіти молодих людей потребує підтримки з боку спільноти міста.

– Парк науки та креативності.

Парк науки – освітній простір для знайомства з наукою через інтерактив, науково-дослідні експерименти, навчальні заходи.

– Курси з основ підприємництва та збільшення кількості доступних навчальних бізнес-програм для мешканців міста.

Надання можливостей для навчання підприємству для різних груп населення. Різні формати дозволять охопити таким навчанням широке коло людей. Курси з основ підприємництва можуть розкривати такі теми: вибір бізнес-ідеї, реєстрація бізнесу, джерела фінансування, бізнес-планування, ідеяція, налагодження процесів, scale up (розширення масштабів), менторство, нетворкінг. Бізнес-програми можуть також фокусуватись на конкретних аспектах бізнес-діяльності: управління малим бізнесом, побудова ефективної системи бюджетування в компаніях, управління продажем, фінансовий менеджмент та інше. У тому числі надати молодим людям, переселенцям, можливість для здобуття нових знань, перекваліфікації та розвитку компетенцій, затребуваних на ринку праці.

– Програми з підвищення кваліфікації вчителів та викладачів.

Стимулювати вчителів та викладачів вищих навчальних закладів до постійного навчання та поглиблення власних знань через створення програм для підвищення кваліфікації з різних дисциплін. Сприяти обміну знаннями між вчителями, викладачами з залученням вчителів, викладачів з інших міст та країн.

– Тренінги для підготовки до проходження тестування на отримання міжнародних мовних сертифікатів із залученням фахівців-носіїв мови.

Міжнародний мовний сертифікат – це диплом міжнародного зразка, що засвідчує рівень володіння іноземною мовою та визнається в більшості країн світу. Наявність такого сертифікату дозволяє його власнику навчатись та проходити

стажування в інших країнах світу та є важливим бонусом при працевлаштуванні. Необхідно сприяти підвищенню мотивації мешканців міста щодо складання мовного іспиту для отримання таких сертифікатів та створити відповідні умови в місті для підготовки до таких тестувань.

– Нова архітектурна школа.

Новий підхід до навчання архітекторів та урбаністів в місті, збільшення можливостей для проходження таких курсів та повноцінних навчальних програм.

## 2. Збереження креативних людей у Львові

### 2.1. Умови життя в місті

– Е-врядування.

Запровадити максимальну відкритість процесів міської ради, у тому числі через переведення їх в цифровий формат. По-максимуму мінімізувати контакт людини з чиновниками через інструменти е-врядування (особистий кабінет мешканця тощо). Впровадити інструменти електронної демократії (електронні петиції, портал відкритих даних, громадський бюджет).

– Збільшення безпеки в місті через підвищення рівня толерантності.

Сприяти збільшенню відкритості суспільства, зростання рівня толерантності, прийняття інакшості. Сприяти виключенню різних форм дискримінації та ксенофобії. З цією метою провадити просвітницькі кампанії серед населення міста. Таким чином, збільшити рівень безпеки в місті. Крім того, вартує адаптувати стратегію безпеки до умов сучасності. Запровадження вуличного відеоспостереження для збільшення рівня безпеки на деяких вулицях та в районах міста. Такі камери допоможуть поліції у встановленні осіб, які здійснили злочини, одночасно вони виконуватимуть превентивну функцію.

– Розвиток спальних районів міста.

Особливу увагу приділяти розвитку спальних районів міста. Забезпечити в них всі умови для задоволення культурних та соціальних потреб мешканців (культурні заходи та заклади, зони для розваг, відпочинку, занять спортом та інше). Одночасно зробити нецентральні райони привабливими за рахунок розвитку їхніх особливостей та творення їх унікальної ідентичності (як приклади можна навести зелений відпочинок у Замарстинівському парку, фестиваль Параджанова на Левандівці, Екосвято на Сихові).

– Реставрація пам'яток архітектури.

Реставрація пам'яток архітектури в зоні ЮНЕСКО та інших. Відповідно до Комплексної стратегії розвитку Львова 2012-2025 рр., а саме її п'ятирічного плану "Львів 2020", перші у черзі – будинок зі скульптурною групою на пл. Ринок, 6, вежа Корнякта, фасади монастиря Бернардинів, Костелу Магдалини, ансамбль костелу Лазаря, Музей Пінзеля. Також необхідне запровадження якісного контролю за проектуванням та будівництвом нових споруд.

– Озеленення міста, особливо в центрі.

Збільшення кількості зелених насаджень в місті, ревіталізація паркових зон. Озеленення скверів, доріг, будівель (балкони, фасади, вікна). Убезпечення від витоупування зелених насаджень, зокрема на прибудинкових територіях.

– Покращення транспортної системи.

Максимізація зусиль з боку міської влади для покращення транспортної системи в місті, стану доріг та тротуарів, сполучення з районами міста, збільшення

безпеки на дорозі, збільшення паркомісць для автобусів та автомобілів, будівництва паркінгів та інше.

– Відновлення водойм для відпочинку.

Відновлення водойм: ставів, озер в місті, зокрема в нецентральных районах міста.

– Пластикові ID картки для міського транспорту, електронний квиток.

Забезпечити можливість розрахунку за проїзд в міському транспорті за допомогою пластикової ID та/або електронного квитка.

– Адаптація міста до людей з маломобільних груп населення та людей з інвалідністю.

Підвищити доступність вулично-шляхової мережі, транспорту, трамвайних зупинок та паркування, новозбудованих об'єктів житлово-громадського призначення, закладів культури, громадського харчування та аптек, туристичних об'єктів і екскурсійних маршрутів для всіх груп населення, у тому числі маломобільних людей та людей з інвалідністю.

– Покращення велоінфраструктури, будівництво 268 км велодоріжок.

Розвиток магістральних велосипедних маршрутів з віддалених житлових масивів у напрямку центру, будівництво до 2020 року 268 км велодоріжок. Покращувати велоінфраструктуру в місті: збільшити кількість та якість велодоріжок в місті, покращити розмітку, навігацію, супутню інфраструктуру для велосипедистів, збільшити кількість велопарковок. Популяризувати велотранспорт серед мешканців міста як повсякденного засобу пересування.

– Покращення публічних місць таких як вокзали, автостанції.

Реконструкція вокзалів та автостанцій в місті, зокрема площі Двірцевої. Підвищення комфорту для всіх пасажирів (встановлення зручних місць для очікування транспорту, впорядкування графіку руху, встановлення електронних табло, покращення прилеглої інфраструктури).

– Продовження існуючої мережі електротранспорту.

Збільшення відсотку охоплення територій міста Львова мережею електротранспорту за рахунок збільшення протяжності колійного господарства трамваю та контактної мережі тролейбусу.

## **2.2. Фінансування ініціатив**

– Створення Фонду культури/грантової програми.

Створення Фонду культури/грантової програми (з можливістю наповнення через фіксацію відсоткової ставки бюджету розвитку міського бюджету м. Львова з дохідної частини акцизного збору від продажу алкоголю та тютюну) для розширення можливостей міської грантової підтримки культурних ініціатив у Львові (як інституційних, так і приватних).

– Місцевий краудфандинг.

Краудфандинг для локальних проєктів у Львові. Онлайн-платформа для ініціювання та співфінансування різнопланових міських проєктів. Успішні проєкти можуть бути частково фінансовані з міського бюджету м. Львова. Ініціювати проєкти зможуть не лише мешканці міста, завдяки чому Львів може стати майданчиком для реалізації найбільш креативних ідей.

– Створення міської програми підтримки та розвитку культурних ініціатив місцевих спільнот.

Налагодження співпраці між громадськими організаціями та ініціативами різних національних та етнічних громад Львова через проведення форумів,

фестивалів, років/місяців/днів національних культур, заходів, які передбачають широкі партнерські зв'язки тощо.

### **2.3. Взаємодія мешканців та влади**

– Зменшення бюрократії, запровадження картки львів'янина та особистого кабінету мешканця.

Дебюрократизувати процес надання муніципальних послуг шляхом збільшення можливостей отримувати послуги онлайн. Об'єднати максимально велику кількість міських послуг в одному кабінеті львів'янина з можливістю доєднання до системи інформації з електронного щоденника, електронної медичної картки та інших.

– Створення порталу відкритих даних, який надасть зручний доступ до інформації різних сфер міста.

Відкриті дані – це концепція, за якою певні дані мають бути вільними для використання та розповсюдження будь-якою особою. Місто повинно прагнути зробити доступ до всіх відкритих даних більш зручним та зрозумілим. З цією метою був створений портал для відкритих даних Львова, онлайн-платформа, яка містить інформацію від різних структурних підрозділів міської ради, а також інших установ, що працюють на території міста.

## **3. Концентрація креативних людей**

### **3.1. Простори та хаби для генерації ідей та проектів**

– Підтримка проектів, що існують: бізнес-інкубатори, коворкінги Startup Depot та YEI, Tech StartUp School та інші.

Надання матеріальної та нематеріальної підтримки креативним проектам та просторам, що вже існують в місті.

– Будівництво IT-парку.

Innovation District IT Park у Львові, створений для співробітників компаній IT-бізнесу, займатиме цілий квартал площею 10 гектарів. В IT-парку розташуються кілька бізнес-центрів, корпус університету, лабораторії, готелі, торгово-розважальні центри, дитячий садок, магазини та інша інфраструктура.

– Великий хаб з просторами різного призначення (Lem Station).

Станція Лема, що розташується в приміщенні старого трамвайного депо, – це соціальний хаб, де буде створено можливості для локального бізнесу, митців, підприємців та інших представників креативних індустрій реалізувати свій творчий потенціал, зав'язати нові знайомства та втілити свої задуми та ідеї. Інфраструктура проекту включає: івент-зону, коворкінг, зону їжі, відкриті тераси, майстерні, амфітеатр, центр розвитку дітей та інше. Окрім Lem Station, передбачити створення в місті інших багатофункціональних хабів – просторів для креативу, технологій та підприємництва. Хаб повинен надавати можливості для коворкінгу для підприємців, мейкер-спейс, забезпечений всім необхідним обладнанням для практичного втілення проектів, простір для митців.

– Міська програма підтримки розвитку креативних просторів, що має привести до 15 тис. квадратних метрів загальної площі креативних просторів.

Підтримка успішного функціонування креативних просторів в місті шляхом зниження для них плати за оренду та інших матеріальних та нематеріальних інструментів з боку влади міста. Стимулювати бізнес-середовище до підтримки хабів та інших креативних просторів в місті.

– Акселератори та інкубатори в різних сферах (не лише IT).

Інкубатор – це складний багатофункціональний комплекс, що забезпечує сприятливі умови для ефективної діяльності новоутворених малих інноваційних фірм, які реалізують цікаві наукові та бізнесові ідеї. Таким фірмам у центрах-інкубаторах надаються численні послуги: оренда приміщень; прокат наукового і технологічного устаткування на певний період; консультації з економічних та юридичних питань; фінансові послуги; експертиза інноваційних проектів, інформаційне та рекламне забезпечення. Акселератори дозволяють забезпечити бізнес-проект швидку та точкову допомогу, яка допоможе розвитку проекту в найкоротші терміни.

– Гнучкі простори, коворкінги, локації для конференцій та форумів.

Відкриття нових комфортних просторів для роботи: коворкінги, конференц-зали, інше. Промоція Львова як міста з великою кількістю місць для роботи та проведення заходів різного масштабу.

### **3.2. Культурні і громадські простори**

– Виставковий простір для художників/митців.

Створення в місті нових виставкових просторів для художників та митців.

– Мистецький простір на базі Фабрики Повидла

Арт-центр Фабрика повидла – інституція центру сучасного мистецтва, яка втілює проект ревіталізації індустріального приміщення на Підзамчі. Фабрика повидла об'єднує різні сфери – сучасне мистецтво, театр, музику, кіно.

– Збільшити кількість зелених зон та просторів для відпочинку на природі, зелені зони як символи міста.

Збільшити кількість зелених зон для відпочинку, зокрема в нецентральных районах міста.

– Відкриття медіатек та культурних центрів у кожному мікрорайоні.

Культурна децентралізація шляхом відкриття медіатек та культурних центрів в нецентральных районах міста, зокрема в мікрорайонах. Медіатека – це платформа для комунікації, неформальної освіти, створення спільнот, нове середовище для народження та реалізації ідей.

– Модернізація закладів культури/Зміна парадигми культурного менеджменту/виховання чи залучення ззовні нових менеджерів культури.

Поліпшення матеріально-технічної бази закладів культури, їх модернізація. Комплексний підхід до навчання культурних менеджерів та використання новітніх підходів до управління проектами в сфері культури.

### **3.3. Заходи та події**

– Освітньо-комунікаційні майданчики, урбаністичні форуми.

Сприяння проведенню в місті різнопланових заходів для представників креативного класу. Підтримка проведення таких заходів як місцевого, так і загальнонаціонального та міжнародного масштабу.

– Збільшення кількості культурних заходів, концертів, літературних читань.

Надати можливість всім мешканцям та гостям міста для задоволення культурних потреб через широкий спектр культурних заходів в різних форматах: концерти, виставки, театральні вистави, кінопокази, театралізовані дійства, літературні читання, фестивалі, концерти та інше. Поширювати територію проведення культурних заходів на нецентральных райони міста.

– Нішеві культурні медіа.

Культурні медіа є необхідними як і з ціллю інформування, так і з огляду на те, що вони є одним з ключових способів просвітництва та формування свідомої



людини та громадянина. Саме тому створення та/або монетизація культурних медіа є інвестицією суспільства/громади в себе ж.

– Підтримка іміджевих заходів.

Підтримка з боку влади міста та заохочення до проведення великих загальнонаціональних та/або міжнародних заходів, які збирають у Львові професіоналів та спеціалістів з різних сфер. До таких подій належать: IT Arena, Leopold Jazz Fest, Форум видавців Lviv Media Forum, LvivMozArt.

## **4. Залучення креативних людей ззовні**

### **4.1. Розвиток індустрії гостинності**

– Покращити авіасполучення та транспортне сполучення в межах та поза межами країни.

Відкриття нових напрямків сполучення міста в межах та поза межами країни. Зробити поїздки з/та до Львова швидкими, дешевими та якісними.

– Розвиток конференц- і бізнес-туризму.

Поруч з рекреаційним туризмом сприяти розвитку ділового туризму в місті. Бізнес-туризм передбачає як роботу з підприємцями, стимулюючи їх запрошувати колег з інших міст та країн для обміну знаннями та досвідом, так і створення сприятливих умов в місті для бізнес-туристів. Розвивати як внутрішній так і зовнішній діловий туризм.

– Гастрономічний туризм.

Гастрономічний туризм – вид тематичного відпочинку, подорож з дегустацією оригінальних, вишуканих блюд і напоїв. Під час гастрономічних турів турист може: відвідати ресторани національної кухні; взяти участь в гастрономічних фестивалях; ознайомитися з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів; взяти участь у приготуванні національних страв.

– Розвиток медичного туризму.

Зробити Львів центром медичного туризму в межах країни та привабливим місцем для медичних туристів з інших країн світу через збалансоване співвідношення ціна-якість. Розробити Програму підтримки напрямку медичного туризму в межах міста. Залучати до міста не лише туристів-пацієнтів, а й медиків з інших міст та країн для відвідування медичних заходів, обміну досвідом та кращими практиками.

– Міські сервіси з англійською мовою.

Створення максимально комфортних умов для мешканців міста, що не володіють українською мовою, забезпечивши надання широкого спектру послуг англійською усіх міських сервісів.

– Школи\вищі навчальні заклади з іноземними мовами навчання.

Створення в місті умов для навчання школярів та студентів з інших країн світу, які не володіють українською мовою і для тих українців, які володіють англійською на достатньо високому рівні та хотіли б використовувати цю мову як інструмент для здобуття нових знань.

– Розвиток нових туристичних маршрутів.

Розвивати нові туристичні маршрути в місті, які розширюють можливості репрезентації Львова як міста з багатою історією та культурою, різноманітними середовищами та можливостями. Розвивати нові напрямки туризму.

### **4.2. Іміджеві проекти, програми, заходи**

– Конкурс стартапів, що вирішують соціальні виклики для міста.

Запровадити конкурсний відбір стартапів для реалізації у Львові. Стартапи повинні бути направлені на вирішення проблем в місті. Передбачити видатки на реалізацію проектів з міського бюджету (місто – перший клієнт), одночасно надати можливість зацікавленим компаніям фінансувати ці проекти.

– Аплікування на титул “Європейська столиця культури“ (2021-2025).

Паралельно необхідна розбудова сучасної культурної інфраструктури у всіх районах міста, створення активних культурних громадських просторів. Відповідальне ставлення до культурної спадщини, інноваційна міждисциплінарна культурна освіта.

– Відомі люди, які проживають в місті та стають його символами.

Залучати до міста креативних людей, які можуть популяризувати Львів через справу, якою займаються (митці, письменники, фотографи, архітектори, реставратори та інші).

– Львів як столиця кіно.

Запрошення кінематографістів до проведення зйомок в місті. Проведення різноманітних кінопоказів, заходів пов’язаних з кінематографом в місті. Підтримка виробництва місцевого кіно. Збільшення відвідуваності кіно мешканцями міста.

– Програма підтримки іміджевих міських культурних заходів.

Підтримка культурних заходів в місті, які мають значний вплив на формування образу міста (наприклад Форум Видавців, Jazz Bez, Тиждень актуального мистецтва, Контрасти, Етновир, Клезмер-фест, Свято музики, Тетраматика, Флюгери Львова тощо).

– Сучасні архітектурні рішення.

Поєднання традиційної архітектури міста з сучасними архітектурними проектами. Творення сучасного міста через осучаснення його зовнішнього вигляду.

– Безкоштовний паркінг для електромобілів.

Безкоштовне паркування для електромобілів є нормою для європейських столиць та найбільш розвинутих міст. Також слід передбачити облаштування на пакувальних майданчиках місця для підзарядки електромобілів. Така практика стимулюватиме мешканців купувати електромобілі і одночасно стане привабливою особливістю міста для мешканців інших міст та країн.

– Освітні програми, стажування залучати студентів по обміну з інших міст та країн.

Перетворення Львова на студентське місто, залучати молодь з інших міст та країн. Завдяки великому різноманіттю освітніх програм: університетська освіта, тренінги, семінари, обміни, партнерські програми між університетами, стажування, місто повинне стати магнітом для креативної молоді.

– Міська програма резиденцій для митців та менеджерів культури.

Програми “Резиденції для митців“ створені для креативних людей та пропонують умови, які сприяють творчому процесу та забезпечують підтримку цікавих проектів. Частіше за все, резиденції існують при навчальних закладах, галереях, арт-студіях, але є і приватні. Резиденції для митців можуть залучати людей творчих спеціальностей з інших міст та країн. Програма може надати митцям можливості для дослідження, вивчення та переосмислення широких мистецьких традицій Львова та України загалом.

– Промоція історій успіху місцевих підприємців.

Промотувати історії успіху місцевих підприємців як серед мешканців міста, так і серед мешканців інших міст та країн. Підтримувати підприємницький дух

міста, закликаючи успішних бізнесменів ділитись власним досвідом та знаннями з молодими підприємцями.

Директор комунальної  
установи Інституту міста

О. Кобзарев

Додаток 2  
до Стратегії прориву 2027

Показники реалізації Стратегії прориву 2027

Показник	Одиниця виміру	2016	2017	2018
<b>Індекс гідного життя</b>				
Рівень якості життя у Львові	5-бальна шкала	3,31	3,31	3,21
<b>Індекс добробуту</b>				
Середовищний комфорт	5-бальна шкала	3,46	3,43	3,28
Особистісний комфорт		3,15	3,18	3,14
<b>Індекс самореалізації</b>				
Оцінка професійної самореалізації	5-бальна шкала	3,51	3,54	3,47
Можливість кар'єрного зростання		3,16	3,03	3,1
Оцінка умов ведення бізнесу		3,23	3,21	3,14
<b>Індекс свободи</b>				
Вільне віросповідання	5-бальна шкала	4,63	4,72	4,47
Вільне вираження національної ідентичності		4,57	4,59	4,4
Вільне вираження політичних поглядів		4,38	4,37	4,14
Самовираження через зовнішній вигляд		4,52	4,57	4,36
<b>Індекс чесності</b>				
Пропонували кому-небудь неофіційну винагороду за надання певних послуг	% осіб, які ніколи не здійснювали практик	показник не вимірювався	79%	77%
Отримували від кого-небудь неофіційну винагороду за надання певних послуг			90%	82%
Використовували особисті знайомства для			69%	63%

вирішення особистих проблем				
Користувались своїм службовим становищем для залагодження особистих справ			91%	83%
Користувались своїм службовим становищем, щоб допомогти вирішити проблеми рідних, інших людей			88%	78%
<b>Взаємоповага (толерантність до соціальних груп )</b>				
		<b>3,61</b>	<b>3,28</b>	<b>3,16</b>
Вимушено переміщені особи з окупованих територій АРК	5-бальна шкала	4,03	3,41	3,55
Вимушено переміщені особи з окупованих територій Донбасу (Донецької та Луганської областей)		3,69	3,13	3,25
Особи, які проживають на окупованих територіях Донбасу (Донецької та Луганської областей)			2,83	3,02
Кримські татари		4,14	3,71	3,67
Поляки		4,17	3,86	3,53
Російськомовні громадяни України			3,15	3,24
Громадяни Російської Федерації		3,18	2,51	2,70
Демобілізовані			3,76	3,69
Військовослужбовці			3,91	3,83
Представники радикально налаштованих політичних та громадських рухів			2,74	2,61
Люди з фізичними вадами		4,21	3,86	3,81
Люди з когнітивними розладами (синдромом Дауна, розладами аутистичного спектру, ДЦП)		3,39	3,59	3,58

Представники ЛГБТ-спільноти (лесбійки, геї, бісексуали, трансгендери)			2,23	2,64
Роми		3,96		2,41
Афроамериканці				3,18
Вихідці з Туреччини та країн Сходу				2,96
Люди інших політичних поглядів		3,63		3,34
Люди з іншими поглядами на історію України/Української держави/майбутнього України		3,20		2,91
Люди, які для збагачення порушують офіційні правила, обходять норми закону тощо		2,06		2,11
<b>Індекс довірливості (% тих, хто довіряє)</b>				
Львівський міський голова	% тих, хто довіряє	показник не вимірювався	39%	59%
Депутати Львівської міської ради			15%	45%
Львівська міська рада (адміністрація, департаменти, управління)			21%	55%
Патрульна поліція			54%	69%
Прокуратура			13%	43%
Суд та суддівський корпус			11%	42%
Державна фіскальна служба			21%	54%
Заклади охорони здоров'я			31%	69%
Релігійні установи			78%	81%
<b>Індекс взаємодії</b>				
Громадська організація	% участі	показник не вимірювався	35%	36%
Спортивний клуб, товариство			9%	11%
Релігійна організація			11%	*
Профспілка			27%	34%
Партія або політичне угруповання			6%	3%
Мистецька організація (театр, хор,			6%	12%

танцювальний гурток)				
Неформальне об'єднання, ініціатива			9%	12%

Примітка:

\* показник не вимірювався

Директор комунальної  
установи Інституту міста

О. Кобзарев