

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

DOI: 10.15838/ptd.2024.6.134.3

УДК 332.1 | ББК 65.2/4

© Кириллова С.А., Орлова Д.С.

СНИЖЕНИЕ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ КАК НАПРАВЛЕНИЕ СОКРАЩЕНИЯ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫХ РАЗЛИЧИЙ



СВЕТЛАНА АЛЕКСАНДРОВНА КИРИЛЛОВА

Институт социально-экономических исследований УФИЦ РАН

Уфа, Российская Федерация

e-mail: kirillova_sa@mail.ru

ORCID: 0000-0002-0622-5185; ResearcherID: O-4905-2015



ДАРЬЯ СЕРГЕЕВНА ОРЛОВА

Институт социально-экономических исследований УФИЦ РАН

Уфа, Российская Федерация

e-mail: chernukha.darja@yandex.ru

ORCID: 0009-0009-2004-3888; ResearcherID: O-4501-2015

В статье выполнен анализ возможностей развития креативных кластеров – одного из перспективных направлений диверсификации экономики в малых и средних городах Российской Федерации, сельских населенных пунктах. Об актуальности исследования свидетельствует отсутствие четкого понимания способа решения задачи по формированию условий, необходимых для создания креативных кластеров как на высокоурбанизированных территориях, так и в небольших населенных пунктах для сокращения негативных последствий дифференциации территорий по уровню и качеству жизни в последние тридцать лет. Цель исследования – на основе анализа ситуации, сложившейся в данной сфере, определить условия, необходимые для создания в стране разветвленной сети креативных кластеров на территориях различного иерархического уровня. Для достижения цели решены задачи: определены специфические особенности креативного кластера, выполнена оценка пространственной дифференциации креативных кластеров, учитывающая количественные и пространственные характеристики,

Для цитирования: Кириллова С.А., Орлова Д.С. (2024). Снижение пространственной дифференциации креативных индустрий как направление сокращения межрегиональных различий // Проблемы развития территории. Т. 28. № 6. С. 22–38. DOI: 10.15838/ptd.2024.6.134.3

For citation: Kirillova S.A., Orlova D.S. (2024). Reducing the spatial differentiation of creative industries as a way to reduce interregional disparities. *Problems of Territory's Development*, 28 (6), 22–38. DOI: 10.15838/ptd.2024.6.134.3

выявлены условия, необходимые для создания творческого продукта и вывода его на рынок, сформирована типологическая матрица пространственной дифференциации креативных индустрий регионов Российской Федерации как основа для разработки стратегических документов их развития. В рамках работы получены следующие наиболее важные научные результаты, определяющие ее научную новизну и значимость: 1) установлено, что пространственная дифференциация креативных кластеров выражается, в частности, в их максимальной концентрации в Москве и Санкт-Петербурге и минимальной – в Южном, Дальневосточном и Северо-Кавказском федеральных округах; 2) определен перечень условий для создания креативных кластеров; 3) сформирована типологическая матрица пространственной дифференциации креативных индустрий с выделением 25 групп регионов Российской Федерации, позволяющая разработать стратегические документы развития креативных индустрий, специфицированных к особенностям той или иной группы регионов. Полученные выводы могут быть использованы органами государственной власти для принятия обоснованных решений в сфере приоритетных задач социально-экономического развития региона, повышения его устойчивости и сбалансированности.

Креативные индустрии, творческие индустрии, креативная экономика, креативные кластеры, креативные пространства, конкурентоспособность территорий, человеческий капитал, пространственная дифференциация креативных кластеров, урбанизированные территории.

БЛАГОДАРНОСТЬ

Исследование выполнено в рамках государственного задания УФИЦ РАН № 075-01134-23-00 на 2024 год и на плановый 2025 год.

Введение

Пространственное развитие Российской Федерации в последние 30 лет, приоритетом которого были урбанизация и агломерационное укрупнение территорий, привело страну к серьезным социально-экономическим последствиям, выразившимся в значительной дифференциации территорий по уровню и качеству жизни. Процессы оптимизации социальной инфраструктуры с ликвидацией объектов, необходимых для жизнеобеспечения населения, затронули практически все небольшие городские и сельские населенные пункты страны. Важными последствиями этих процессов стали миграция населения на территории с лучшими социально-экономическими условиями и обезлюживание значительного числа небольших муниципальных образований.

В настоящее время в России существует 1039 городов с населением до 250 тыс. человек, в которых проживает свыше 40 млн человек. По сравнению с 2012 годом количество таких городов выросло на 13 ед. при снижении численности проживающего в

них населения на 1062,5 тыс. человек. Дальнейшее уменьшение численности жителей небольших городов и сельских населенных пунктов может привести к негативным социальным и экономическим последствиям, таким как старение населения, его депопуляция, снижение производительности труда, уменьшение обрабатываемых сельскохозяйственных площадей с выводом их из оборота. Последующее падение спроса на потребительские товары и услуги, доступности социальных услуг обусловит снижение уровня и качества жизни на территориях, характеризующихся депопуляцией. Все это генерирует высокие риски обеспечения экономической и продовольственной безопасности страны, а также целостности территориального каркаса и экономического пространства региона и страны в целом.

Поскольку именно небольшие города играют значительную роль в формировании пространственной структуры страны, возрождение их экономики как реальной основы для решения социальных и демо-

графических проблем будет способствовать восстановлению национальной сети малых городов и достижению главной цели пространственного развития Российской Федерации – обеспечению устойчивого и сбалансированного пространственного развития страны, направленного на сокращение межрегиональных различий в уровне и качестве жизни¹.

Аналогичной точки зрения придерживаются российские исследователи Т.В. Ускова, С.С. Патракова, по мнению которых крайне важным является «обеспечение сбалансированности не только на национальном уровне – между субъектами РФ, но и на региональном – между городами и сельскими территориями» (Ускова, Патракова, 2024), С.Г. Жестяников, полагающий, что сокращение межрегиональных различий «за счет повышения устойчивости системы расселения путем социально-экономического развития городов и сельских территорий» становится одной из ключевых и наиболее сложных задач с позиций достижения основной цели пространственного развития (Жестяников, 2024).

Одним из перспективных направлений диверсификации экономики в малых и средних городах может стать развитие в них креативных индустрий – области экономики, влияющей на создание и производство новых продуктов и услуг, основанных на творческих идеях и цифровых технологиях, и формирующей новые возможности как для развитых, так и развивающихся стран. Мнения о приобретающем все большую приоритетность развитии экономики, базирующемся на нематериальных ресурсах как альтернативе развития, в основе которого ресурсы материальные, придерживаются Л.А. Василенко, Л.В. Богданова, И.Ю. Каримова (Василенко и др., 2024,

с. 63), О.В. Лазарева (Лазарева, 2017, с. 671), Н.С. Коргожа (Коргожа, 2018, с. 81) и др.

По мнению Р. Флориды, именно человеческий капитал и таланты являются ключевыми факторами, определяющими конкурентоспособность регионов в условиях современной экономики, способность привлекать и удерживать специалистов креативных индустрий становится основным источником регионального преимущества, заменяя традиционные факторы, такие как доступ к ресурсам (Florida, 2004).

Доля креативной экономики в ВВП Российской Федерации пока не столь значительна, как в западных странах (около 5,0% за 2022 год)² (Алексеев, 2024). По оценкам Высшей школы экономики, в 2021 году численность занятых в креативной экономике России составила 3,4 млн человек, то есть 4,8% от общей численности работников, увеличившись с 2017 года почти в три раза³. Это свидетельствует о возрастающей зависимости эффективного экономического развития и обеспечения конкурентоспособности территорий страны различного иерархического уровня не от ресурсных, а от креативных отраслей.

Несмотря на значительные перспективы развития данного направления в России, активное встраивание креативных индустрий в практику государственного, регионального и муниципального управления в целом и креативных кластеров как важного инфраструктурного элемента в частности, пространственное развитие креативного сектора в Российской Федерации носит чрезвычайно неравномерный характер, что определяет важность создания «доступной и территориально равномерной инфраструктуры для креативных индустрий, включающей креативные кластеры, креативные (творческие) инкубаторы, центры

¹ Об утверждении Стратегии пространственного развития РФ на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 13 февраля 2019 г. № 207-р (с изм. и доп., внесенными. Распоряжением Правительства РФ от 30 сентября 2022 г. № 2877-р, вступающими в силу с 30 сентября 2022 г.).

² Светулькова А., Алексеев Д. (2024). Свернут ли горы: как в России развивается креативная экономика // Известия. 11 февраля. URL: <https://iz.ru/1646926/alena-svetunkova-dmitrii-alekseev/svernut-li-gory-kak-v-rossii-razvivaetsia-kreativnaia-ekonomika>

³ Креативный класс России: портрет в цифрах (2023) // Институт статистических исследований и экономики знаний ВШЭ. 10 января. URL: <https://issek.hse.ru/news/807190597.html> (дата обращения 20.07.2024).

коллективного пользования специальным оборудованием»⁴.

Вместе с тем в настоящее время отсутствует четкое понимание способа решения этой задачи, что обуславливает актуальность исследования, направленного на выявление условий создания вышеуказанной инфраструктуры и предполагающего, с одной стороны, оценку пространственной дифференциации креативных кластеров с выявлением влияющих на нее факторов, с другой стороны, учет особенностей (эффективности) управления территориальным развитием в части достижения количественно определенных его результатов.

Методы

В исследовании использовались данные стандартной статической отчетности за 2021–2022 гг., методы типологизации, контент-анализа и визуализации данных.

Теоретико-методические аспекты исследования

Формирование креативного сектора с его неограниченными возможностями по созданию экономического богатства, рабочих мест, особенно для высококвалифицированных специалистов, способствует сохранению и привлечению трудовых ресурсов с высоким качеством человеческого капитала, тем самым уменьшая миграцию населения на более благополучные территории и сглаживая сложившиеся межрегиональные диспропорции. В особенности эффективным представляется развитие креативных индустрий в формате кластерного подхода на основе создания креативных кластеров.

Эту идею поддерживают Е.Б. Ленчук и Г.А. Власкин, которые считают, что, несмотря на отсутствие новизны, использование данного подхода не имеет альтернатив в тех случаях, когда традиционные методы повышения конкурентоспособности российской экономики более не эффективны (Власкин, Ленчук, 2010).

В последние годы такими кризисами стали пандемия COVID-19 и санкции западных стран, явившиеся, по сути, триггером экономических и социальных процессов, обусловивших активизацию трансформации экономики с задействованием сырьевого и индустриального секторов на использование ресурсов креативных индустрий, открывающих большие возможности, в частности, для развития различных видов креативных кластеров.

Теоретические аспекты

Наличие разных подходов к определению содержательной сути креативных кластеров как в зарубежных, так и отечественных публикациях, официальных документах, регламентирующих процессы развития креативных индустрий, предполагает целесообразность уточнения содержательной сути исследуемой категории с определением специфических особенностей креативных кластеров.

В основе концепции развития креативных кластеров лежит общая теория кластеризации бизнеса, с позиций которой кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщики, производители, посредники) и связанных с ними организаций (образовательные заведения, органы государственного управления, инфраструктурные компании), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга (Porter, 1990). Данная дефиниция достаточно устоявшаяся, и ее рассмотрение не входит в задачи нашего исследования.

По мнению С. Эванса, креативные кластеры – это сообщество креативных предпринимателей, взаимодействующих в рамках замкнутой территории (Evans, 2015). С точки зрения Л. де Проприс, креативный кластер представляет собой прежде всего место объединения креативных людей, а также дополнения их идей и талантов. Кроме того, креативные кластеры – это среда, в рамках которой объединяются разнообразие, ини-

⁴ О концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р.

циатива или свобода выражения взглядов, а также это неизменно трансформирующиеся сети, которые поддерживают индивидуальные уникальность и тождественность (De Propriis et al., 2009).

Другие зарубежные исследователи рассматривают креативные кластеры с точки зрения усилий государства по оказанию помощи, развитию и стимулированию креативных индустрий (Fung, Erni, 2013), как важный элемент новой модели финансирования и поддержки креативных индустрий, способствующий устойчивому развитию и инновациям в креативной экономике (Loots et al., 2022).

В России к настоящему времени также отсутствует единая трактовка этой категории, а имеющиеся чаще всего схожи с определениями, данными де Проприс и С. Эвансом.

Так, одни российские исследователи солидарны с де Проприс и определяют креативные кластеры как места производства и потребления креативных продуктов⁵, объединения на определенной территории носителей творческой или интеллектуальной новации, результатом преобразования творческих идей которых является непрерывный процесс создания и потребления условно вещественных творческих продуктов (Хакимова, 2014; Новосельская, 2017). Другие считают, что креативные кластеры – это заброшенные промышленные объекты, где сосредоточены места для творчества, такие как студии и галереи, в которых формируется синергетический эффект, усиливающий общий результат при взаимодействии различных творческих инициатив (Федотова, 2013; Сапрыкина, 2014; Токарев и др., 2019).

Наиболее полное и объективное, с нашей точки зрения, определение креативных кластеров – это «территориальная концентрация творческих индустрий и тесно связанных с ними предпринимательской, обще-

ственной, образовательной деятельностью, расположенных на площадке единого крупного имущественно-земельного комплекса, на территории которого определена и публично заявлена базовая специализация и созданы условия для междисциплинарного взаимодействия, создания творческих продуктов и капитализации человеческих ресурсов»⁶.

В рамках поставленных задач на основе анализа вышеупомянутых дефиниций определены специфические особенности креативных кластеров, в том числе принципиальные отличия креативных кластеров от промышленных: резидентами креативных кластеров являются представители креативных индустрий, инфраструктура кластера включает научные парки, медиацентры, некоммерческие организации сферы культуры и искусства (Кириллова, Орлова, 2024). Кроме того, выявлены условия, необходимые для создания творческого продукта и вывода его на рынок, в числе которых можно обозначить наличие:

- инфраструктуры – подходящих объектов недвижимости, таких как коворкинги, студии, выставочные залы и другие пространства, которые могут быть использованы для творческой деятельности и взаимодействия участников кластера;
- ресурсов – в части обеспечения доступа к финансированию, технологиям, материалам и другим ресурсам, необходимым для создания и распространения креативного продукта;
- сетевого взаимодействия для сотрудничества и обмена идеями между участниками кластера, включая организации, предпринимателей, исследователей и образовательные учреждения;
- поддержки со стороны государства – реализации государственной политики и программ, направленных на поддержку креативных индустрий, включая финансирование, налоговые льготы и другие меры;

⁵ Береговая Е. (2020). Место сбора хороших людей. Как креативные кластеры работают с благотворительностью // Forbes. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/411955-mesto-sbora-horoshih-lyudey-kak-kreativnye-klastery-rabotayut-s>

⁶ Атлас креативных кластеров Российской Федерации (2023). Москва: Союз профессионалов креативных кластеров, Институт развития городов «Полис». 614 с.

– культурной среды – развитой культурной жизни региона, включающей проведение культурных мероприятий, фестивалей и инициатив, которые способствуют привлечению творческих людей и организаций на территорию креативных кластеров;

– подготовки кадров, требующей наличия образовательных учреждений, предлагающих программы в области искусства, дизайна и других креативных дисциплин, что способствует подготовке квалифицированных специалистов для креативной экономики;

– инновационной среды – исследовательских центров, инкубаторов и акселераторов, оказывающих поддержку инноваций и новых идей, способствующих развитию стартапов и новых проектов.

Методические аспекты

Методические подходы к развитию креативных кластеров включают как организационные, так и управленческие аспекты в части создания необходимых условий, в числе которых применение кластерного подхода с позиций объединения организаций на одной территории, сетевого взаимодействия между участниками кластера; разработка стратегий и программ создания и развития креативных кластеров через оценку имеющихся ресурсов – человеческих, инфраструктурных, инвестиционных, анализ возможностей их использования, разработку целей, задач создания кластера во взаимосвязке с имеющимися ресурсами и количественно измеримыми результатами их достижения; институциональная поддержка, в основе которой разработка государственных и муниципальных мер по поддержке креативных индустрий путем выделения финансирования, грантов и налоговых преференций, финансирование креативных инициатив в рамках государственно-частного (муниципально-частного) партнерства; управление креативным потенциалом на основе внедрения инноваций, кадрового обеспечения (развития человеческого потенциала), создания креа-

тивных пространств; использование маркетинговых стратегий как для проведения маркетинговых исследований, так и для разработки мероприятий по продвижению креативных кластеров.

Таким образом, методические подходы к развитию креативных кластеров включают комплексный анализ ресурсов, развитие человеческого капитала и активное использование маркетинговых стратегий. Эти меры направлены на создание устойчивых экосистем для поддержки инноваций и творчества в различных регионах.

Обсуждение

В настоящее время развитие креативных индустрий в России чрезвычайно неоднородно, о чем свидетельствует оценка пространственной дифференциации креативных кластеров и влияющих на нее факторов, выполненная на основе анализа количественных и пространственных характеристик, а также набора креативных специализаций.

Что касается количественных характеристик, действующие креативные кластеры различаются по числу резидентов, занимаемой площади, наличию шеринговой и виртуальной инфраструктуры, мерам поддержки профильным резидентам, событийной активности креативных кластеров и т. д. Союзом профессионалов креативных кластеров и ООО «Институт развития городов «Полис» был составлен перечень из девяти критериев (минимальная площадь креативного кластера; наличие вспомогательной инфраструктуры коллективного пользования; число профильных резидентов; доля профильных резидентов от общего числа; публичное позиционирование пространства как креативного кластера; предоставление мер поддержки профильным резидентам; событийная активность; наличие и поддержка виртуальной инфраструктуры креативных кластеров и его резидентов; экспертное участие в развитии креативных индустрий в городе/регионе представитель управляющей компании, профильных



Рис. 1. Креативные кластеры федерального, регионального и местного масштаба, ед.

Составлено по: Атлас креативных кластеров Российской Федерации (2023). Москва: Союз профессионалов креативных кластеров, Институт развития городов «Полис». 614 с.

резидентов креативного кластера), на основании которых были выделены группы официально зарегистрированных кластеров различной иерархической принадлежности – федерального, регионального и местного масштаба (рис. 1).

Данные рис. 1 свидетельствуют, что в общем количестве кластеров преобладают креативные кластеры местного (локального) масштаба, характеризующиеся относительно небольшим размером занимаемой площади (не менее 1000 кв. м) и нацеленные в первую очередь на работу с отдельными резидентами, создание для них комфортных условий.

Креативные кластеры федерального масштаба занимают значительные территории (свыше 10000 кв. м), отличаются высокой концентрацией представителей креативных индустрий – управляющая компания, резиденты (более 50), которые принимают активное участие в популяризации модели креативных кластеров, создании системных мер поддержки представителей креативных индустрий в целом или в отдельно взятом направлении. Размер площадей, занимаемых креативными кластерами регионального масштаба, находится в интервале 2500–10000 кв. м, в кластерах при-

сутствует не менее 25 представителей креативных индустрий, которые интегрированы в городскую или региональную общественную повестку⁷.

В качестве примеров значимых российских креативных кластеров федерального, регионального и местного значения на территории Российской Федерации можно представить Центр дизайна «Artplay» в г. Москве и Технопарк «Ленполиграфмаш» в г. Санкт-Петербурге – самый крупный в стране по числу резидентов среди креативных кластеров федерального значения, Творческий индустриальный кластер «Октава» в г. Туле – по количеству проводимых мероприятий.

Центр дизайна «Artplay» – крупнейший творческий кластер, объединяющий дизайнеров, архитекторов, художников и мастеров ремесла. Здесь проводятся мастер-классы, лекции, выставки и другие мероприятия, направленные на развитие дизайна и культуры, а также поддерживаются молодые таланты. Технопарк «Ленполиграфмаш» – кластер, объединяющий высокотехнологические компании в сфере креативных индустрий, включая НИОКР и промышленный дизайн. Он интегрирует инжиниринговые центры, офисы, рестораны и другие пространства для работы и отдыха.

⁷ Атлас креативных кластеров Российской Федерации (2023). Москва: Союз профессионалов креативных кластеров, Институт развития городов «Полис». 614 с.

Творческий индустриальный кластер «Октава» создан при поддержке Государственной корпорации «Ростех», известен по количеству проводимых мероприятий и предлагает разнообразные пространства, включая коворкинг и студии звукозаписи.

Среди креативных кластеров регионального значения можно выделить «Дизайн-завод» в г. Москве и «Севкабель Порт» в г. Санкт-Петербурге. «Дизайн-завод» – креативное пространство на месте бывшего хрустального завода. Известный кластер, который стал центром для дизайнеров и творческих людей, предлагая пространство для выставок, мастер-классов и других мероприятий. «Севкабель Порт» – это общественное культурно-деловое пространство в г. Санкт-Петербурге на побережье Финского залива, включающее часть территории старейшего кабельного завода – «Севкабель»; объединяет различные творческие инициативы и предоставляет площадки для мероприятий и выставок.

Самые крупные креативные кластеры местного значения также расположены в г. Москве. Из креативных кластеров за пределами столицы можно выделить городской центр «Арт-КВАДРАТ» (г. Уфа) – крупный кластер с площадью 75000 кв. м, предлагаю-

щий разнообразные пространства для творчества, бизнеса и культурных мероприятий, и Креативно-технологический квартал «Фабрика КОРД» в г. Ярославле – кластер, который поддерживает инновационные проекты и креативные индустрии, предоставляя необходимые ресурсы и инфраструктуру для развития.

Анализ количественных характеристик кластеров и эффективности их деятельности показал, что концентрация резидентов креативных индустрий в основном коррелирует с площадью занимаемого кластером пространства (рис. 2). В свою очередь, чем больше площадь креативных кластеров, тем шире диапазон реализуемых в них креативных индустрий и выше воздействие деятельности кластера на территорию своего размещения.

На начало 2024 года в стране были созданы и действовали почти 90 креативных кластеров, основная часть которых (58,62%) сосредоточена в Центральном и Северо-Западном федеральных округах. При этом на Москву и Санкт-Петербург приходится 43,6% всех функционирующих в стране креативных кластеров. В то же время в Южном, Северо-Кавказском и Дальневосточном федеральных округах действует всего 8,43% креативных кластеров⁸.

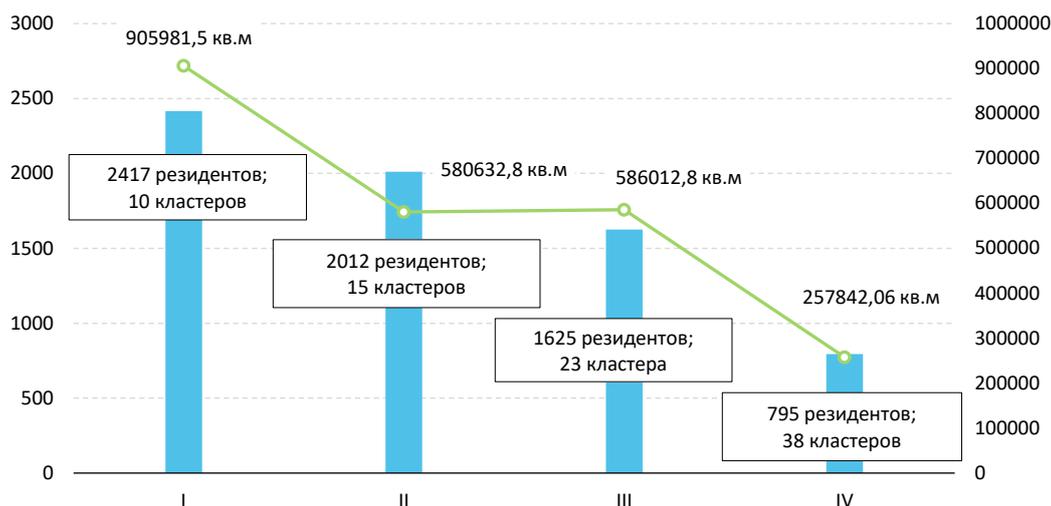


Рис. 2. Концентрация резидентов креативных индустрий в креативных кластерах

Составлено по: Атлас креативных кластеров Российской Федерации (2023). Москва: Союз профессионалов креативных кластеров, Институт развития городов «Полис». 614 с.

⁸ Атлас креативных кластеров Российской Федерации (2023). Москва: Союз профессионалов креативных кластеров, Институт развития городов «Полис». 614 с.

При рассмотрении количества креативных кластеров относительно размеров городских округов выявлено, что пространственная дифференциация креативных кластеров еще значительнее, поскольку более 65% креативных кластеров расположено в городах с населением более миллиона человек. Практически все остальные находятся в крупных городах, являющихся либо столицами регионов и федеральных округов, либо крупными промышленными центрами. Следует отметить, что локации лишь 5 креативных кластеров (5,74%) располагаются вне высокоурбанизированных ареалов, на расстоянии не более чем 150 км от них (Кириллова, Орлова, 2024).

Сделанный вывод подтверждается различной зависимостью количества действующих креативных кластеров от численности населения городов-миллионников и крупных городов с населением не более 1 млн человек. В первом случае число креативных кластеров с высокой степенью коррелирует с численностью населения (рис. 3), во втором – практически не зависит от него (рис. 4).

Результаты выполненного анализа свидетельствуют о сосредоточении креативных кластеров на высокоурбанизированных территориях с высоким качеством креативной среды, обеспечиваемым как высоким качеством человеческого капитала, так и плотностью креативных коммуникаций.

Данная ситуация объясняется более высоким качеством человеческого капитала и ресурсной обеспеченности в городах-миллионниках, что формирует более благоприятные условия для развития креативных кластеров и креативных пространств.

Можно отметить также высокую пространственную дифференциацию численности занятых в креативных индустриях. Так, в Москве и Санкт-Петербурге сконцентрировано более 40% трудящихся в сфере креативных индустрий, в то время как число жителей этих городов не превышает 15% населения страны. Сложившаяся ситуация объясняется сосредоточением в столичных городах крупных научно-исследовательских институтов, университетов, а также представителей творческого класса: ученых, художников, журналистов, писателей, артистов, художников, специалистов PR, дизайнеров и пр.

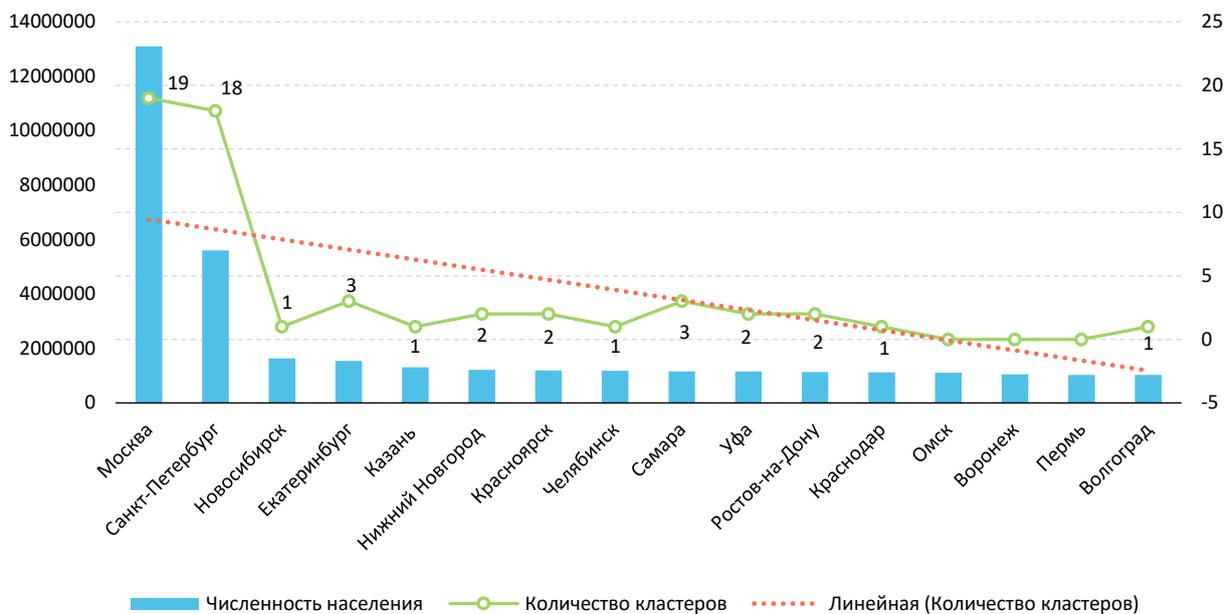


Рис. 3. Зависимость количества креативных кластеров от численности населения в городах-миллионниках РФ, млн чел., ед.

Источник: составлено авторами.

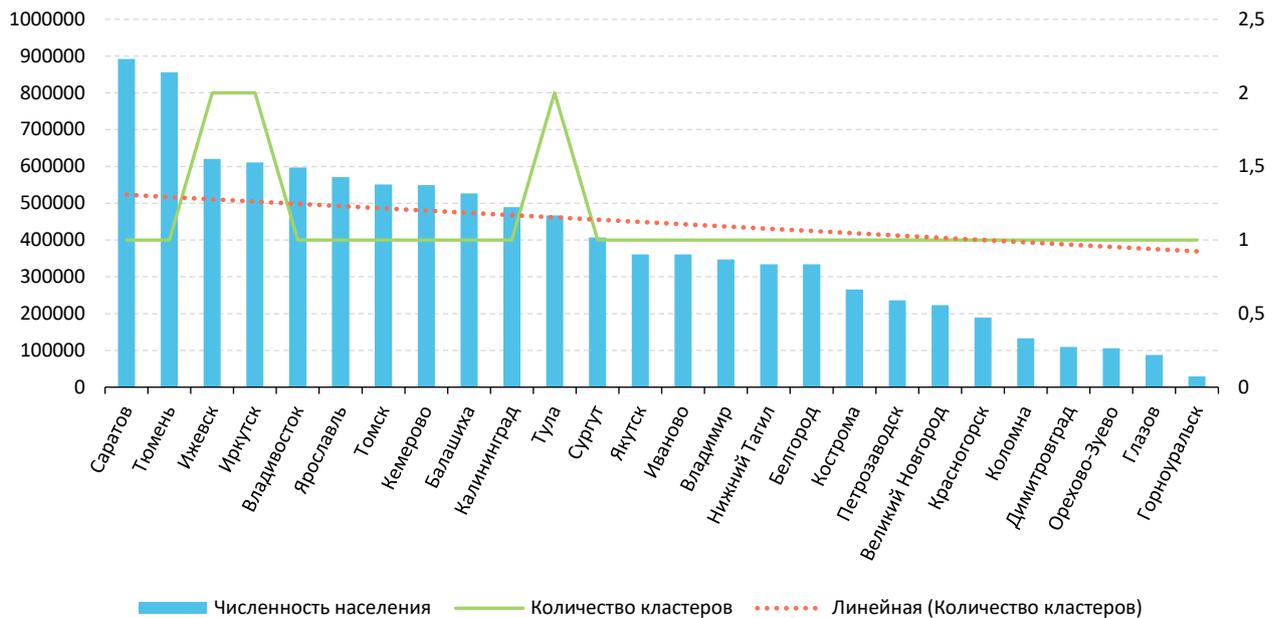


Рис. 4. Зависимость количества креативных кластеров от численности населения в небольших городах РФ, млн чел., ед.

Источник: составлено авторами.

Большие различия между территориями присутствуют и в отношении креативных специализаций, о чем свидетельствует анализ доли трудящихся в креативных индустриях в расчете на 1000 занятых в экономике. На первых местах в рейтинге индустрий креативной специализации Москвы и Санкт-Петербурга находятся цифровые и медиаиндустрии, следующие места занимают архитектура, телерадиовещание, кино и анимация. Самые высокие места в перечне приоритетных специализаций креативных индустрий городов-миллионников занимают цифровые индустрии (IT и видеоигры), прикладные (мода и архитектура), культурные (исполнительские искусства), тогда как в крупных городах лидируют прикладные креативные индустрии (мода, архитектура, ювелирное дело), в населенных пунктах, не являющихся городскими округами, – культурно-сервисные креативные индустрии (музеи, библиотеки, архивы, исполнительские искусства, художественное творчество) (Боос и др., 2024).

Выполненная оценка пространственной дифференциации креативных кластеров и влияющих на нее факторов как в части

количественных, так и пространственных характеристик, а также набора креативных специализаций в рамках поставленных задач свидетельствует о значительной зависимости креативных индустрий от преобладающих на территории видов экономической деятельности и необходимости учета данного вывода при формировании планов территориального развития.

Неодинаковые возможности регионов объективного и субъективного характера: высокое разнообразие природно-климатических условий, объем и характер природных ресурсов, различные плотность и качество (компетенции) человеческого капитала, а также неодинаковые результаты их использования, определяемые эффективностью управленческих решений в достижении значимых конечных результатов функционирования региональных экономических систем, обуславливают применение дифференцированного подхода к разработке специфицированных к особенностям того или иного региона стратегий и программ развития креативных индустрий, создания креативных кластеров.

Таблица. Типологическая матрица пространственной дифференциации креативных индустрий

| Синтетическая классификация регионов РФ | | | | | | | | | | |
|---|---|---|--|--|--|--|--|-------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| ВРП, млрд руб. | финансово-экономические центры | сырьевые экспортно ориентированные | с диверсифицированной экономикой | с опорой на обрабатывающую промышленность | с опорой на добывающую промышленность | промышленно-аграрные | аграрно-промышленные | менее развитые сырьевые | менее развитые аграрные | количество КК, ед. |
| Высокий (свыше 10000) | г. Москва (19) г. Санкт-Петербург (18) | | Тюменская обл. (1) | | | Краснодарский край (1) | | | | 39 |
| Выше среднего (1801 – 10000) | Московская обл. (4) | Ханты-Мансийский АО – Югра (1) Ямало-Ненецкий АО Республика Саха (Якутия) (1) | Республика Татарстан (1) Свердловская обл. (5) Самарская обл. (3) Ростовская обл. (2) Нижегородская обл. (2) Новосибирская обл. (1) | Красноярский край (2) Иркутская обл. (2) Челябинская обл. (1) | Республика Башкортостан (2) Кемеровская обл. (1) Пермский край (1) | | | | | 29 |
| Средний (1001 – 1800) | | Сахалинская обл. | | Ленинградская обл. Волгоградская обл. (1) Архангельская обл. (1) | Белгородская обл. (1) Мурманская обл. | Приморский край (1) Хабаровский край Тульская обл. (2) | Оренбургская обл. Воронежская обл. Ставропольский край Саратовская обл. (1) Вологодская обл. | | | 7 |
| Ниже среднего (500 – 1000) | | Республика Коми Ярославская обл. (1) | | Владимирская обл. (1) Омская обл. Липецкая обл. | Томская обл. (1) | Удмуртская Республика (2) Калининградская обл. (1) Калужская обл. Тверская обл. | Алтайский край Астраханская обл. Курская обл. Республика Крым Рязанская обл. Пензенская обл. Ульяновская обл. (1) Кировская обл. Брянская обл. Чувашская Республика | Амурская обл. Забайкальский край | Республика Дагестан | 6 |

Окончание таблицы

| Синтетическая классификация регионов РФ | | | | | | | | | | |
|---|--------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|---|---------------------------------------|--|---|--|--|--------------------|
| ВРП, млрд руб. | финансово-экономические центры | сырьевые экспортно ориентированные | с диверсифицированной экономикой | с опорой на обрабатывающую промышленность | с опорой на добывающую промышленность | промышленно-аграрные | аграрно-промышленные | менее развитые сырьевые | менее развитые аграрные | количество КК, ед. |
| Низкий (менее 500) | | | Смоленская обл. | Новгородская обл. (1) | | Республика Карелия (1) Ивановская обл. (1) Камчатский край Республика Хакасия Костромская обл. (1) | Тамбовская обл. Республика Бурятия Орловская обл. Республика Мордовия Курганская обл. Республика Марий Эл Псковская обл. Республика Северная Осетия – Алания | Магаданская обл. Чукотский автономный округ | Чеченская Республика Кабардино-Балкарская Республика г. Севастополь Республика Адыгея Карачаево-Черкесская Республика Республика Калмыкия Республика Тыва Республика Алтай Республика Ингушетия Еврейская автономная обл. | 4 |

Примечание: в скобках указано количество функционирующих креативных кластеров.

По нашему мнению, такого рода дифференцированный подход целесообразно применять на основе формирования типологической матрицы пространственной дифференциации креативных индустрий, отражающей зависимость между типами регионов Российской Федерации и уровнем их развития, а также количеством функционирующих креативных кластеров. Согласно поставленным задачам, была сформирована типологическая матрица пространственной дифференциации креативных индустрий регионов Российской Федерации с выделением 25 групп регионов, различающихся по типам и уровням развития (табл.). Типологическая матрица составлена с использованием синтетической классификации регионов Российской Федерации (Голяшев, Григорьев, 2014) и свидетельствует как о пространственной дифференциации креативных индустрий, так и о зависимости количества креативных кластеров от объема формируемого на территории ВРП.

Заключение

Креативные кластеры могут рассматриваться как эффективный инструмент для удержания, привлечения и повышения качества человеческого капитала и могут быть созданы как на высокоурбанизированных, так и на сельских территориях с целью стимулирования возрождения неблагополучных районов, их реинтеграции в экономическое пространство страны и снижения межрегиональных различий. «Появление ярких центров креативности оказывает решительное влияние на рост инноваций и высоких технологий, а также на потенциал долгосрочного экономического подъема» (Флорида, 2005).

При этом следует учесть как специфические особенности регионов, на территории которых создаются креативные кластеры, так и ключевые аспекты такой ревитализации – высокую плотность креативных коммуникаций, определяющую создание креативных кластеров либо в мегаполисах, либо на расстоянии 100–150 км от них. Для создания креативных кластеров в на-

селенных пунктах, расположенных вдали от высокоурбанизированных территорий, целесообразно задействовать потенциал цифровизации, благодаря которому «сокращение «креативного неравенства» между мегаполисами, с одной стороны, и малыми и средними городами, с другой, в дальнейшем будет способствовать снижению диспропорций во всех отраслях национальной экономики» (Боос и др., 2024).

Процесс создания и развития креативных кластеров на малонаселенных территориях более сложный, чем на высокоурбанизированных, и может иметь поэтапный характер. При наличии на территории соответствующего потенциала и создании на начальном этапе так называемого «прото-креативного кластера» он может быть впоследствии «доращен» до полноценного креативного кластера.

В городах с населением 250–500 тыс. человек и менее 50 тыс. человек ключевым драйвером креативных индустрий, как правило, выступает промышленный сектор, что определяет целесообразность создания креативных кластеров на основе его ресурсов. Небольшие и средние города, сельские населенные пункты для создания на своей территории креативных кластеров должны обладать богатым историко-культурным потенциалом, уникальными туристско-рекреационными ресурсами, хорошей экологией.

По мнению Р. Флориды, одного из основателей концепции креативной экономики, «российские города должны приобрести прочный статус городов мирового класса, чтобы привлекать квалифицированных профессионалов из-за рубежа и удержать местные таланты от соблазна найти себе более подходящий креативный климат» (Флорида, 2005, с. 9).

Полученные в рамках исследования выводы, типологическая матрица могут быть использованы органами государственной власти для принятия обоснованных решений в сфере приоритетных задач социально-экономического развития региона, повышения его устойчивости и сбалансированности.

ЛИТЕРАТУРА

- Боос В., Шарапова А., Соломатин П., Куценко Е. (2024). Креативный сектор в России демонстрирует концентрированный рост // Институт статистических исследований и экономики знаний ВШЭ. URL: <https://issek.hse.ru/news/913623863.html>
- Василенко Л.А., Богданова Л.В., Каримова И.Ю. (2024). Креативная экономика и креативные кластеры в развитии территории: анализ российских практик // Проблемы развития территории. Т. 28. № 1. С. 61–77. DOI: 10.15838/ptd.2024.1.129.5
- Власкин Г.А., Ленчук Е.Б. (2010). Кластерный подход в стратегии инновационного развития зарубежных стран // Проблемы прогнозирования. № 5. С. 16.
- Голяшев А.В., Григорьев Л.М. (2014). Типы российских регионов: устойчивость и сдвиги в 2003–2013 гг. // Аналитический центр при Правительстве РФ. URL: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/4363.pdf>
- Жестянников С.Г. (2024). Инструменты развития муниципальных образований, расположенных вблизи крупного города // Проблемы развития территории. Т. 28. № 3. С. 29–49. DOI: 10.15838/ptd.2024.3.131.3
- Кириллова С.А., Орлова Д.С. (2024). Креативные кластеры как новый ресурс инновационного развития территорий // Экономика и управление: научно-практический журнал. № 3 (177). С. 27–35. DOI: 10.34773/EU.2024.3.5
- Коргожа Н.С. (2018). Креативные индустрии как фактор развития городской культурной среды // Труды Санкт-Петербургского гос. ин-та культуры. Т. 216. С. 79–84.
- Лазарева О.В. (2017). Культурные индустрии: два аспекта понимания // Обсерватория культуры. Т. 14. № 6. С. 670–676. DOI: 10.25281/207231562017146670676
- Новосельская В.В. (2017). Креативные индустрии в инновационном развитии территорий: особенности функционирования // Вестник Московского гос. ун-та культуры и искусств. № 4 (78). С. 164–174.
- Сапрыкина А.Н. (2014). Кластеры в сфере культуры: необходимость формирования и особенности создания // Вопросы управления. № 2 (27). С. 152–156.
- Токарев И., Журавлева Т., Ярмошук Я. (2019). Сносить нельзя ревитализировать. Практическое руководство по созданию креативного кластера. Москва: Агентство развития регионов, Флакон Икс. С. 7.
- Ускова Т.В., Патракова С.С. (2024). Сбалансированность регионального экономического пространства по линии «город – село» // Проблемы прогнозирования. № 1 (202). С. 196–207. DOI: 10.47711/0868-6351-202-196-207
- Федотова Н. (2013). Креативный кластер в контексте социокультурных проблем региона // Социокультурное пространство современной России: вызовы XXI века: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. (30 апреля 2013 г.). Москва: Либроком. С. 59–68.
- Флорида Р. (2005). Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Москва: Классика XXI. 432 с.
- Хакимова Е.Р. (2014). Креативный кластер как элемент креативной экономики // Актуальные проблемы экономики и управления на предприятиях машиностроения, нефтяной и газовой промышленности в условиях инновационно-ориентированной экономики. Т. 1. С. 418–423.
- De Propriis L., Chapain C., Cooke P., Macneill S., Mateos-Garcia J. (2009). *The Geography and Creativity*. NESTA, UK.
- Evans S. (2015). Growing a city creative economy with creative clusters. In: *Seminário Internacional Clusters Criativos Anais / Seminário Internacional Clusters Criativos: Refl Exões e Inspirações; Curadoria de Ana Carla Fonseca*. São Paulo: Sesc; Fecomercio SP. Available at: <https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2015/09/Creative-Clusters.pdf>
- Florida R. (2004). *Cities and the Creative Class (1st ed.)*. Routledge. Available at: <https://doi.org/10.4324/9780203997673>

- Fung A.Y., Erni J.N. (2013). Cultural clusters and cultural industries in China. *Inter-Asia Cultural Studies*, 14, 644–656.
- Loots E., Betzler D., Bille T., Borowiecki K., Lee B. (2022). New forms of finance and funding in the cultural and creative industries. Introduction to the special issue. *Journal of Cultural Economics*, 46, 1–26. DOI: 10.1007/s10824-022-09450-x
- Porter M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press, 1990. 855 p. (With a New Introduction. Palgrave Tenth Edition, 1998).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Светлана Александровна Кириллова – кандидат экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник, Институт социально-экономических исследований, УФИЦ РАН (Российская Федерация, 450054, г. Уфа, пр-т Октября, д. 71; e-mail: kirillova_sa@mail.ru)

Дарья Сергеевна Орлова – научный сотрудник, Институт социально-экономических исследований, УФИЦ РАН (Российская Федерация, 450054, г. Уфа, пр-т Октября, д. 71; e-mail: chernukha.darja@yandex.ru)

Kirillova S.A., Orlova D.S.

REDUCING THE SPATIAL DIFFERENTIATION OF CREATIVE INDUSTRIES AS A WAY TO REDUCE INTERREGIONAL DISPARITIES

The article analyzes the opportunities for the development of creative clusters as one of the promising directions of economic diversification in small and medium-sized cities of the Russian Federation and rural settlements. The relevance of the study is evidenced by the lack of a clear understanding of the way to solve the problem of forming the conditions necessary for the development of creative clusters both in highly urbanized areas and in small settlements to reduce the negative consequences of the differentiation of territories in terms of standard of living and quality of life in the previous thirty years. The aim of the study is to analyze the situation in this area and determine the conditions necessary for the establishment of an extensive network of creative clusters in the country on the territories of different hierarchical levels. To achieve the goal, we solved the following tasks: we determined specific features of the creative cluster, assessed the spatial differentiation of creative clusters, taking into account quantitative and spatial characteristics; identified the conditions necessary to create a creative product and bring it to the market, and formed a typological matrix of spatial differentiation of creative industries in the regions of the Russian Federation as a basis for working out of strategic documents for their development. The following most important scientific results, which determine its scientific novelty and significance, have been obtained within the framework of the work: 1) it has been established that the spatial differentiation of creative clusters is expressed, in particular, in their maximum concentration in Moscow and Saint Petersburg and their minimum concentration in the Southern, Far Eastern and North Caucasus federal districts; 2) a list of conditions for the creation of creative clusters has been determined; 3) a typological matrix of spatial differentiation of creative industries has been formed with the allocation of 25 groups of regions of the Russian Federation, allowing to elaborate strategic documents for the development of creative industries, specific to the peculiarities of this or that group of regions. The obtained conclusions can be used by public authorities to make informed decisions in the sphere of priority tasks of socio-economic development of the region, increasing its sustainability and balance.

Creative industries, creative industries, creative economy, creative clusters, creative spaces, competitiveness of territories, human capital, spatial differentiation of creative clusters, urbanized territories.

REFERENCES

- Boos V., Sharapova A., Solomatin P., Kutsenko E. (2024). Creative sector in Russia demonstrates concentrated growth. *Institut statisticheskikh issledovaniy i ekonomiki znaniy VShE*. Available at: <https://issek.hse.ru/news/913623863.html> (in Russian).
- De Propris L., Chapain C., Cooke P., Macneill S., Mateos-Garcia J. (2009). *The Geography and Creativity*. NESTA, UK.
- Evans S. (2015). Growing a city creative economy with creative clusters. In: *Seminário Internacional Clusters Criativos Anais / Seminário Internacional Clusters Criativos: Refl Exões e Inspirações; Curadoria de Ana Carla Fonseca*. São Paulo: Sesc; Fecomercio SP. Available at: <https://garimposedsolucoes.com.br/wp-content/uploads/2015/09/Creative-Clusters.pdf>
- Fedotova N. (2013). Creative cluster in the context of socio-cultural problems of the region. In: *Sotsiokul'turnoe prostranstvo sovremennoi Rossii: vyzovy XXI veka: mat-ly Vseros. nauch.-prakt. konf. (30 aprelya 2013 g.)* [Socio-Cultural Space of Modern Russia: Challenges of the 21st Century: Materials of All-Russian Scientific and Practical Conference (April 30, 2013)]. Moscow: Librokom (in Russian).
- Florida R. (2004). *Cities and the Creative Class (1st ed.)*. Routledge. Available at: <https://doi.org/10.4324/9780203997673>
- Florida R. (2005). *Kreativnyi klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee* [Creative Class: People Who Change the Future]. Moscow: Klassika XXI.
- Fung A.Y., Erni J.N. (2013). Cultural clusters and cultural industries in China. *Inter-Asia Cultural Studies*, 14, 644–656.
- Golyashev A.V., Grigor'ev L.M. (2014). *Tipy rossiiskikh regionov: ustoichivost' i sdvigi v 2003–2013 gg.* [Types of Russian Regions: Stability and Shifts in 2003–2013]. Analytical Center under the Government of the Russian Federation. Available at: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/4363.pdf> (in Russian).
- Khakimova E.R. (2014). Creative cluster as an element of creative economy. *Aktual'nye problemy ekonomiki i upravleniya na predpriyatiyakh mashinostroeniya, neftyanoi i gazovoi promyshlennosti v usloviyakh innovatsionno-orientirovannoi ekonomiki*, 1, 418–423 (in Russian).
- Kirillova S.A., Orlova D.S. (2024). Creative clusters as a new resource for innovative development of territories. *Ekonomika i upravlenie: nauchno-prakticheskii zhurnal*, 3(177), 27–35. DOI: 10.34773/EU.2024.3.5 (in Russian).
- Korgozha N.S. (2018). Creative industries as a factor in the development of the urban cultural environment. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gos. in-ta kul'tury*, 216, 79–84 (in Russian).
- Lazareva O.V. (2017). Cultural industries: Two aspects of comprehension. *Observatoriya kul'tury=Observatory of Culture*, 14(6), 670–676. DOI: 10.25281/207231562017146670676 (in Russian).
- Loots E., Betzler D., Bille T., Borowiecki K., Lee B. (2022). New forms of finance and funding in the cultural and creative industries. Introduction to the special issue. *Journal of Cultural Economics*, 46, 1–26. DOI: 10.1007/s10824-022-09450-x
- Novoselskaya V.V. (2017). Creative industries in innovative development of territories: Features of functioning. *Vestnik Moskovskogo gos. un-ta kul'tury i iskusstv*, 4(78), 164–174 (in Russian).
- Porter M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press (with a New Introduction. Palgrave Tenth Edition, 1998).
- Saprykina A.N. (2014). Clusters in culture: The need for the formation and characteristics of creation. *Voprosy upravleniya*, 2(27), 152–156 (in Russian).
- Tokarev I., Zhuravleva T., Yarmoshchuk Ya. (2019). *Snosit' nel'zya revitalizirovat'. Prakticheskoe rukovodstvo po sozdaniyu kreativnogo klastera* [Demolition Cannot Be Revitalized. A Practical Guide to Creating a Creative Cluster]. Moscow: Agentstvo razvitiya regionov, Flakon Iks.

- Uskova T.V., Patrakova S.S. (2024). Urban-rural balance of the regional economic space. *Problemy prognozirovaniya=Studies on Russian Economic Development*, 1(202), 196–207. DOI: 10.47711/0868-6351-202-196-207 (in Russian)
- Vasilenko L.A., Bogdanova L.V., Karimova I.Yu. (2024). Creative economy and creative clusiters in territorial development: Analysis of Russian practices. *Problemy razvitiya territorii=Problems of Territory's Development*, 28(1), 61–77. DOI: 10.15838/ptd.2024.1.129.5 (in Russian).
- Vlaskin G.A., Lenchuk E.B. (2010). Cluster approach in the strategy of innovative development of foreign countries. *Problemy prognozirovaniya=Studies on Russian Economic Development*, 5, 16 (in Russian).
- Zhestyannikov S.G. (2024). Tools for the development of municipalities located near a large city. *Problemy razvitiya territorii=Problems of Territory's Development*, 28(3), 29–49. DOI: 10.15838/ptd.2024.3.131.3 (in Russian).

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Svetlana A. Kirillova – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Leading Researcher, Institute of Socio-Economic Research, UFRC RAS (71, Oktabrya Avenue, Ufa, 450054, Russian Federation; e-mail: kirillova_sa@mail.ru)

Dar'ya S. Orlova – Researcher, Institute of Socio-Economic Research, UFRC RAS (71, Oktyabrya Avenue, Ufa, 450054, Russian Federation; e-mail: chernukha.darja@yandex.ru)