

**Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации**

**Крымский федеральный университет
имени В. И. Вернадского**

**УПРАВЛЕНИЕ КРЕАТИВНОЙ
ЭКОНОМИКОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ:
ПОТЕНЦИАЛ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Монография

Под общей редакцией В. М. Ячменевой

Симферополь
ИТ «АРИАЛ»
2024

УДК 332.146.2-026.15(470.6-924.71)

ББК 65.050.22(2РосКры)

У 67

Авторский коллектив:

Ячmeneва В. М., д. э. н., проф., зав. кафедрой менеджмента (общая редакция, введение, пп. 1.1; 1.2; 1.3; 1.4; 1.5, заключение); **Святохо Н. В.**, к. э. н., доц., доц. кафедры менеджмента (п. 2.1); **Высочина М. В.**, к. э. н., доц., доц. кафедры менеджмента и **Цветкова И. И.**, к. э. н., доц., доц. кафедры менеджмента (п. 2.2); **Антонова А. А.**, к. э. н., доц. кафедры менеджмента (п. 3.2), **Фокина Н. А.**, к. э. н., доц., доц. кафедры менеджмента (п. 3.1); **Ваховская М. Ю.**, к. э. н., доц., доц. кафедры менеджмента (п. 2.3); **Севастьянова О. В.**, к. э. н., доц. кафедры менеджмента (п. 3.3) Института экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»

Рецензенты:

Кузнецова Е. И., д. э. н., проф., проф. кафедры экономической безопасности и экономического анализа, «Московский университет МВД России имени В. Я. Кикотя»;

Апатова Н. В., д. э. н., д.пед.н., проф., зав. кафедрой бизнес-информатики и математического моделирования ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»;

Чечина О. С., д.э.н., проф., зав. кафедрой «Экономика промышленности и производственный менеджмент» ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет»

*Рекомендовано к печати Научно-техническим советом
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского»
(протокол № 1 от 31.01.2024 г.)*

У 67 Управление креативной экономикой Республики Крым: потенциал и перспективы: монография / В.М. Ячmeneва, А. А. Антонова, М. В. Высочина и [др.] ; под общ. ред. В. М. Ячmeneвой. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2024. – 232 с.

ISBN 978-5-907819-78-8

Монография, написанная авторским коллективом учёных кафедры менеджмента Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», посвящена исследованию устойчивого социально-экономического развития региона путем становления креативной экономики и развития креативных индустрий. Особое внимание уделяется оценке потенциала развития креативных индустрий, соблюдению принципов и подходов развития их пространственной модели, формированию систем поддержки, укрепления межфирменного и межуровневого взаимодействия. На примере Республики Крым раскрывается влияние власти, общества и бизнеса на развитие креативной экономики региона.

Монография будет полезна широкому кругу специалистов, аспирантам и студентам, исследующим тенденции развития креативной экономики на региональном и отраслевом уровнях.

УДК: 332.146.2-026.15(470.6-924.71)

ББК: 65.050.22(2РосКры)

ISBN 978-5-907819-78-8

© Коллектив авторов, 2024

© ИТ «АРИАЛ»,

макет, оформление, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1 КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ: КОНЦЕПЦИЯ, ПРИНЦИПЫ, ПРИОРИТЕТЫ И ПОТЕНЦИАЛ.....	6
1.1 Креативная экономика региона как фактор его устойчивого социально-экономического развития.....	6
1.2 Занятость населения Республики Крыма в креативной экономике....	31
1.3 Анализ связанности деятельности организаций с креативными индустриями.....	42
1.4 «Умный Крым» – как форма креативно-пространственного развития региона	55
1.5 Исследование креативного потенциала крупных городов Республики Крым.....	65
ГЛАВА 2 ОСОБЕННОСТЬ КРЕАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ.....	86
2.1 Особенности организации креативного пространства региона на основе концепции опережающего развития.....	86
2.2 Анализ факторов внешней и внутренней среды региона, способствующих функционированию креативной экономики.....	105
2.3 Кооперация пространственного развития региона.....	150
ГЛАВА 3 ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ	177
3.1 Формирование цифровой модели региона в условиях неопределенной внешней среды.....	177
3.2 Принципы формирования механизма цифровой трансформации креативной экономики региона	195
3.3 Разработка критериев идентификации приоритетных направлений экономики Крыма.....	213
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	227

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Президент Владимир Путин поручил правительству вместе с Агентством стратегических инициатив (АСИ) обеспечить внесение изменений в законодательство России, которые предусмотрят определение понятий «креативная экономика» и «творческие (креативные) индустрии». Российская креативная экономика – это не только предпринимательство в области креативных индустрий, но и объем прямых и косвенных эффектов на российскую экономику в целом. Сейчас, по данным АСИ, вклад креативных индустрий в экономику России составляет 4,87 % ВВП. В этом секторе экономики – около 760 тыс. юридических лиц с общим объемом выручки более 12,6 трлн руб., а число занятых превышает более 1,5 млн человек, несмотря на это рынок креативных индустрий еще не сформирован окончательно и не является единой отраслью. Однако можно отметить значительный скрытый потенциал, так как страна обладает высоким качеством человеческого капитала, предоставляя образование, высоко оцененное международными рейтингами и системами сертификации.

Целью исследования является оценка потенциала креативной индустрии в Республике Крым и выявление её перспективных направлений.

Для достижения цели решены следующие **задачи**:

1. Определена вовлеченность населения в креативные индустрии.
2. Проанализирована связанность предприятий, отнесенных к креативной индустрии со смежными отраслями.
3. Исследован креативный потенциал городов Крыма.
4. Выявлены особенности креативного пространственного развития субъектов хозяйствования.
5. Определены приоритетные направления развития креативной экономики в Республике Крым.

Объектом исследования является креативная индустрия.

Предметом исследования является совокупность социально-экономических и управленческих отношений, при решении проблем развития креативной экономики и креативных индустрий, как фактора, обеспечивающего устойчивое социально-экономическое развитие Республики Крым в современных условиях.

Методы исследования. Общенаучные методы: синтеза и анализа (сравнение концепций, подходов, обоснование концепции); системного анализа (анализ предпосылок и эффективных практик). Эмпирические методы: корреляционный анализ (оценка кросс-функционально взаимодействия индустрий, оценка связанности видов деятельности на рынке,); шкалирование (разработка образов для идентификации полученных результатов в количественном, качественном и лингвистическом представлении); метод медианы (при формировании

рейтинга городов по уровню вовлеченности в креативные индустрии по видам деятельности).

Содержание глав:

Глава 1 «Креативная экономика Республики Крым: концепция, принципы, приоритеты и потенциал» посвящена развитию креативной экономики региона как фактору его устойчивого социально-экономического развития. Дана оценка занятости населения в креативной индустрии. Проведен анализ связанности деятельности организаций с креативными индустриями и дана оценка их вовлеченности в креативную экономику. Представлена концепция «Умный Крым» – как форма креативно-пространственного развития республики. Дана оценка креативного потенциала крупных городов Республики Крым.

Глава 2. «Особенность креативного пространственного развития субъектов хозяйствования». Раскрыты особенности организации креативного пространства региона на основе концепции опережающего развития. Проведен анализ факторов внешней и внутренней среды региона, способствующих эффективному функционированию креативной экономики. Проанализирована кооперация как форма пространственного развития региона.

Глава 3 «Приоритетные направления развития креативной экономики в Республике Крым». Оценена перспективность формирования цифровой модели региона в условиях неопределенной внешней среды. Сформулированы принципы формирования механизма цифровой трансформации креативной экономики региона и разработаны критерии идентификации приоритетных направлений экономики Республики Крыма.

ГЛАВА 1

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ: КОНЦЕПЦИЯ, ПРИНЦИПЫ, ПРИОРИТЕТЫ И ПОТЕНЦИАЛ

Ячменева В. М., д. э. н., профессор, заведующий кафедрой менеджмента

1.1 Креативная экономика региона как фактор его устойчивого социально-экономического развития

Креативная экономика в последние годы стала стартовой площадкой постиндустриального развития многих стран и набирает темпы развития благодаря своей перспективности. Генеральная ассамблея ООН объявила 2021 год Международным годом креативной экономики. «Креативная индустрия» как экономическая категория в последние годы все чаще встречается в документах нормативно-правового и стратегического характера не только на уровне государства, но и на уровне регионов Российской Федерации. Подходы к определению ценности, содержания, разработке методики оценки вклада в ВВП или ВРП креативной индустрии в отдельных странах и в международных организациях разнятся, но все сходятся в одном мнении, что в ее основе лежит деятельность, основанная на индивидуальном творческом начале, социально-экономическая значимость которой заключается в создании добавленной стоимости и организации дополнительных рабочих мест.

В «Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» отмечается, что «креативная (творческая) индустрия – вид предпринимательской деятельности, в основе которой лежит творческая и интеллектуальная составляющая. Подотраслями креативной индустрии являются производство видеоигр, мультимедиа, компьютерных и онлайн игр, программного обеспечения; кино- и видеопроизводство, мультипликация; архитектурное проектирование; ремесла; литература; визуальные искусства и галерейный бизнес; издательское дело; музыка и звукозапись; исполнительские искусства и сфера развлечений; дизайн; реклама и маркетинговые коммуникации; мода» [15].

Каждый раз анализируя публикации по креативной экономике и креативной индустрии, мы сталкиваемся с проблемой их некорректной формулировки или подмены понятий. Поэтому в нашем исследовании основные понятия будут интерпретироваться как в принятой в текущем году «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.» [24]: «креативная экономика – тип экономики, основанный на капитализации интеллектуальной собственности во всех областях человеческой деятельности – научной, научно-технической, культурной и в целом творческой деятельности». «Творческие

(креативные) индустрии – сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества» [24].

ИСИЭЗ НИУ ВШЭ [28] по результатам своих исследований интерпретирует эти понятия так: «креативная экономика – это совокупность общественных отношений и практик хозяйственной деятельности, в основе которой лежат взаимосвязи между творчеством, культурой, экономикой и технологиями» и «креативная индустрия – секторы экономики, значимая часть добавленной стоимости которых формируется за счет творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность». Проблемы возникают не только с формулировкой понятий, но и с общим представлением креативной экономики и креативной индустрии, их содержанием, социальной значимостью в устойчивом развитии экономики государств, регионов и городов.

При определении отраслей, относящихся к креативным индустриям, возникла потребность в формулировке признаков, на основании которых отрасль может быть отнесена к той или иной креативной индустрии, был проведен комплексный анализ международного и российского опыта. Это послужило основанием выделить обобщенные признаки креативных индустрий, образующих ядро креативной экономики. Важно отметить, что базовой ценностью креативных индустрий являются интеллектуальные активы, банк знаний, информация и банк идей, которые аккумулируются в одном субъекте. Это дает нам возможность сформулировать следующие признаки креативных индустрий:

1. Творческий подход. Рост экономических показателей в креативных индустриях обеспечивается за счет интеллектуального труда, именно поэтому этот сектор характеризуется высокой динамичностью в творческой (креативной) деятельности, постоянной адаптацией продуктов и услуг к требованиям клиентов, а также систематическим видоизменением подходов и форматов работы, сильно отличающих его от других секторов экономики.

2. Инновационность. Работники креативных индустрий являются носителями инновационных идей, продуктов и услуг, постоянно разрабатывают и реализуют новые идеи, решения и бизнес-модели, а также проводят политику «открытых инноваций». Креативные индустрии выступают площадкой обмена инновационными знаниями.

3. Клиент-ориентированность (инклюзивность). Креативные индустрии, не являясь серийным производством, приспособлены оказывать инклюзивные услуги и производить товары, удовлетворяющие индивидуальные потребности клиентов по сравнению с другими компаниями. Именно инклюзивность делает конечный продукт креативных индустрий уникальным.

4. Гибкость. Креативные индустрии обладают большей адаптивностью к социальным и экономическим изменениям по сравнению с компаниями из других секторов экономики за счет более быстрого обмена информацией, выработки и принятия решений.

5. Упругость (резильентность). Креативные индустрии за счет распределения рисков, адаптивности и высокой ориентации на инновационность более устойчивы и лучше преодолевают длительные кризисные явления в экономике.

6. Нетворкинг и сотрудничество. Компании креативной индустрии больше предрасположены к сотрудничеству, кооперации, разделению рисков и быстрому образованию новых производственных цепочек ценностей при оказании услуг клиентам, образуя таким образом управляемые горизонтальные сети из других компаний, самозанятых и индивидуальных предпринимателей, чтобы иметь возможность снижать затраты времени на выполнение заказов с позиции скорости, затрачиваемых ресурсов и повышать качество за счет новых технологий и решений в управлении.

7. Интенсивный обмен и обновление знаний. В креативных индустриях высокая доля специалистов занята интеллектуальным трудом, а участники рынка вкладывают инвестиции в образование и повышение уровня человеческого капитала. Человеческий капитал имеет большое значение в творческих отраслях, поэтому именно последние являются важным звеном между наукой, технологиями, рынком и бизнесом, что ускоряет распространение инноваций как со стороны предложения, так и со стороны спроса.

8. Техноцентричность. Отличительной чертой творческих индустрий является чрезвычайно высокая склонность к новым, часто основанным на информационно-коммуникационных технологиях решениям. С одной стороны, сами творческие компании сильно движимы технологическими инновациями, с другой стороны, они являются экспериментальным полем в новых отраслях и рынках и стимулируют цифровые изменения в других отраслях.

9. Интернациональность. Для креативных индустрий свойственен более низкий порог выхода на международный рынок, чем для традиционных производственных отраслей, что делает возможным распространение их товаров и услуг по всему миру в более короткое время.

Ученые и практики по-разному исследуют и решают проблемы, которые связаны со становлением и развитием креативной экономики в Российской Федерации. Большинство публикаций посвящено исследованию содержания креативной экономики и структуре креативной индустрии через существующие концепции и понятийный аппарат (Жусупова А. [14], Мальцева Е. С. [30], Соколова Е. [37], Юхина А. А. [46]). Ряд ученых занимается изучением мировых тенденций, опыта зарубежных стран и социальной значимостью креативной экономики (Койчуманов Т. Ж.

[21], Байкова Э.Р. [5], Боос В., Куценко Е., Тюрчев К. [8], Munizu M., Pono M. [59], Устинович И. В. [42], Новикова С. К. [31]), другие – исследованием структуры креативной индустрии (Дудко Е. Н., Савенко С. В. [12], Королёва И. Б., Соколова И. Л. [25]), третьи – исследованием регионального аспекта развития креативной экономики и его роли в устойчивом социально-экономическом развитии регионов и городов (Гущина Е. Г., Тарабановой Е. В. [11], Жуликов С. Е., Жуликова О. В. [13], Сопина Н. В. [38], Петренко Е. С., Королева А. А. [32], Brydges T., Pugh R. [51]), четвертые – анализируют существующие модели развития креативной экономики и предлагают свое видение устойчивой модели, оценки уровня креативности, сбора и анализа данных по ней для России (Хестанов Р. З [44], Благова И. Ю. [6], Юхина А. А. [46], Байкова Э. Р. [5], Устинович И. В. [42], Богинский А. И. [7], Темербулатова Ж. С., Жупарова А. С. и Нусюпаева А. А. [40]) и т. д.

Койчуманов Т. Ж. считает, что «значимость «креативной экономики», основывается на ее ключевой роли на перспективу не только в устойчивом развитии экономики, но и общества в целом. Речь идет не только об экономике знаний, взаимосвязи творчества и идей, знаний и технологий, но и о культурных ценностях или художественном мастерстве, культурном наследии и других формах индивидуального или коллективного самовыражения» [21].

Нельзя не согласиться с Гущиной Е. Г. и Тарабановой Е. В. в том, что «словосочетание «креативные индустрии» содержит целый ряд коннотаций – начиная с экономических и заканчивая социокультурными» [11]. В своих исследованиях они пришли к выводу, что с принятием «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» креативная индустрия получила существенную государственную поддержку, а креативная экономика – официальный статус.

Юхина А. А. в своем исследовании пришла к выводу, что «эволюционный процесс определения «креативных индустрий» не завершен. По ее мнению, все культурные и креативные индустрии в процессе развития технологий, открытия новых рынков, образования новых ниш, будут оформляться новыми характеристиками. Эти изменения будут способствовать преобразованию и трансформации понятий «креативная экономика» и «креативная индустрия» и т. д.» [46].

Анализ зарубежных практик позволил Хестанову Р. З [44], Благовой И. Ю. [6] и Байковой Э. Р. [5] выделить четыре модели развития креативной индустрии: европейскую, американскую, скандинавскую и восточноазиатскую. Европейская модель развития креативных индустрий основывается на международном сотрудничестве, сетевом взаимодействии в рамках креативной индустрии и софинансировании социально значимых проектов [5; 44]. Креативные города выступают территорией комфорта,

средой реализации для представителей креативного класса, а политика поощрения предпринимательской инициативы, развития творческих навыков и изобретательности является источником финансирования. Основой модели креативных индустрий в скандинавских странах является профессиональное образование, сформирована система непрерывного обучения практическому применению креативных навыков в предпринимательстве. Скандинавская модель развития креативных индустрий предполагает «использование грантовой поддержки, стимулирование инноваций и инвестиций в творчество» [6; 44]. Восточноазиатская модель креативной экономики, несмотря на схожий социально-исторический контекст стран региона и присутствию некоторых общих закономерностей и тенденций, нельзя назвать однозначной и целостной. Такие государства, как Китай, Сингапур и Южная Корея, формируют собственную политику креативной экономики [44]. Это позволило им прийти к выводу, что «опыт развитых стран показывает высокую долю креативного сектора в ВВП и служит фактором привлечения внимания инвесторов, к примеру, в область аудиовизуального контента, интернет-рекламы, дизайна, а творческие индустрии формируют положительный имидж городов, способствующий не только привлечению инвестиций, но и развитию туризма» [5; 44; 48].

Каменских М. А. [20] проанализировала модели креативной индустрии:

– Отраслевую модель Дж. Хопкинса, которая формируется по 15 видам экономической деятельности без укрупненных группировок, в том числе уникальными являются «Игрушки» и НИОКР;

– Британскую модель, которая находится под патронатом Министерства культуры, СМИ и спорта Великобритании и формируется по 12 видам экономической деятельности без укрупненных группировок, уникальным является «Искусство и антиквариат»;

– Американскую модель культурных индустрий, которая представлена по 11 видам экономической деятельности без укрупненных группировок, уникальными являются «Музеи, зоопарки» и «Школа искусств»;

– Символическую (символьную) модель Д. Хесмондхала, которая базируется на трех группах отраслей, а именно, базовый, периферийный и пограничный по 11 видам экономической деятельности, уникальными являются «Интернет», «Креативное искусство», «Бытовая электроника» и «Спорт»;

– Модель кругов Д. Тросби, которая формируется по четырем группам отраслей – базовый, прочий базовый, культурные отрасли и смежные отрасли – по 14 видам экономической деятельности, уникальными являются «Музеи и библиотеки», «Культурное наследие» и «Звукозапись»;

– Модель охраны авторских прав Всемирной организации интеллектуальной собственности, которая формируется по трем группам

отраслей – базовая, смежная и охраняемые авторским правом – по 18 видам экономической деятельности, уникальными являются «Коллекционирование», «Материалы для записи / копирования», «Музыкальные инструменты», «Одежда и обувь», «фото- и копировальное оборудование».

Необходимо отметить, что модели Д. Хесмондхала, Д. Тросби и «Модель охраны авторских прав» включают в свой перечень пограничные или смежные отрасли, понимая, что без кросс-функционального взаимодействия креативная индустрия не сможет активно развиваться. Правда, возникает одна проблема: как статистически учитывать эти отрасли и как их отнести к креативной индустрии без двойного учета?

Обзор трендов развития креативных индустрий в мировой практике позволил определить актуальные методики количественных измерений и выделить ключевые направления и меры государственной поддержки креативных индустрий в ряде государств. Кричевский А., председатель комитета Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) по интеллектуальной собственности и креативным индустриям, подчеркивает, что «государство должно дать гарантии безопасности, особенно на старте развития креативным предпринимателям – например, предоставить налоговые иммунитеты и льготы, и наладить эффективную инфраструктуру для защиты интеллектуальной собственности, которая является основным активом организаций креативной индустрии» [33], но для этого нужны эффективные методики измерения креативной индустрии и способы ее идентификации.

Проведя анализ моделей, признаков и принципов креативной экономики мы сформировали концептуальный подход к развитию креативной экономики, которая направлена на реализацию долгосрочной стратегической цели по обеспечению устойчивого социально-экономического развития креативных индустрий региона (рисунок 1.1).

Основой системной методологии развития креативной экономики выступают креативные мышление и моделирование. Итеративное исследование процессов развития креативной экономики позволяет последовательно (пошагово) внедрять изменения, которые позволят получить креативные технологии, креативные знания, креативные решения, креативный продукт или услугу, востребованные на рынке. Самореализация является базисом развития креативных индустрий в рамках креативной экономики.

Анализ результатов исследований ученых, коллективов и целых исследовательских институтов позволил нам сформировать концептуальный подход к развитию креативной экономики региона.



Рисунок 1.1 – Концептуальный подход к развитию креативной экономики региона

Источник: составлено автором.

Концептуальный подход развития креативной экономики включает в себя шесть ключевых элементов, а именно: долгосрочную стратегическую цель, признаки креативной экономики, принципы креативной экономики, системную методологию развития креативной экономики; инструментарий измерения креативной индустрии, стратегии развития креативной экономики (стратегии развития креативного человеческого капитала; развития межотраслевого баланса; устойчивого социально-экономического развития региона) и стратегические сценарии развития креативной индустрии (модернизационного; реинжинирингового; опережающего развития и технологического суверенитета).

Сложность измерения креативных индустрий определяется не только сложностью сбора, обработки и представления информации, но и применением сложных экономико-математических методов измерения. Для получения релевантной информации по входным переменным важно

проводить постояннодействующий мониторинг ограничений внешней и внутренней среды. Диагностика состояния креативных индустрий особенно важна в условиях санкций, ограничения доступности ресурсов и колебания спроса на рынке на креативные товары и услуги. Экономико-математические методы измерений креативных индустрий (корреляционный анализ; линейное нормирование; шкалирование; метод экспертной оценки; метод анализа иерархий) имеют большой перечень, их применение должно быть обоснованным и объективным. Контроль измерений креативной индустрии осуществляется по ключевым индикаторам и показателям эффективности.

Устинович И. В. [42] представила свое видение модели количественной оценки качества креативной продукции или предоставляемых услуг: во-первых, она приводит все показатели к сопоставимому виду; во-вторых, предлагает ранжировать виды экономической деятельности креативной индустрии методом балльной оценки, основанной на экспертном оценивании. Конечно такой подход очень упрощенный и зависит от профессионализма экспертной группы. Устинович И. В. убеждена в том, что до сих пор нет общепринятой методики, «позволяющей выявлять креативные индустрии в составе видов экономической деятельности, применяемой во всех странах. Для этих целей применяют символические тексты, модель концентрических кругов, модель копирайта Всемирной организации по интеллектуальной собственности» [42]. Устинович И. В. предлагает «для целей количественного измерения использовать креативные индустрии, выявленные из экономических видов деятельности» [42]. Поскольку все количественные показатели оценки креативных индустрий имеют разные единицы измерения, предлагается привести их к сопоставимому виду с применением метода нормирования (линейное преобразование):

$$Y(x) = \frac{x - x_{min}}{x_{max} - x_{min}},$$

где $Y(x)$ – нормируемое значение уровня развития креативной индустрии по выявленному показателю, коэффициент;

x – значение показателя, характерное для определенной креативной индустрии, ед. изм.;

x_{max} – максимальное значение показателя, ед. изм.;

x_{min} – минимальное значение показателя, ед. изм.

«С целью ранжирования видов экономической деятельности в креативной индустрии исследователем предлагается использовать метод балльной оценки, т. е. перевод уровня нормируемого значения показателя в баллы. Максимальный уровень нормируемого значения в рамках одного показателя будет соответствовать 4 баллам (соответствует количеству

креативных индустрий), минимальный – одному баллу. По мере роста нормируемого значения растет и его балльная оценка» [42].

Темербулатова Ж. С., Жупарова А. С. и Нусюпаева А. А. [40] провели «анализ существующих методологий мониторинга и оценки креативных индустрий, методов расчета индикаторов креативных индустрий и креативной экономики в международной практике» [40]. Ими с помощью логических методов «определены преимущества и недостатки существующих методов сбора статистической информации в области креативных индустрий» и предпринята попытка адаптировать одну из моделей ЮНЕСКО к условиям Российской Федерации. Темербулатова Ж. С., Жупарова А. С. и Нусюпаева А. А. [40] предложили свое видение методологии сбора и анализа данных по креативной индустрии, основанную на методике ЮНЕСКО, предложенную в 2007 году относительно оценки культурного наследия. Согласно их методике «Методология сбора и анализа данных по креативной индустрии» состоит из четырех компонент А, В, С и D, соответственно: модели обзора сектора экономики; сбора и анализа статистических данных для развития креативных индустрий; кейс-стадии политики и сравнительного анализа креативности» [40]. Обратим внимание на то, что в методике ЮНЕСКО создана база эталонных сравнений культурных ценностей, где особый акцент делается на уникальности объекта культуры, его неповторимости, а в случае представления методики Темербулатовой Ж. С., Жупаровой А. С. и Нусюпаевой А. А. [40], мы сталкиваемся с проблемой компоненты D «сравнительный анализ креативности». «Если выбирать объект сравнения как эталон, то мы неизбежно сталкиваемся с бюрократизацией креативной экономики и медленно, но уверенно перейдем к серийному производству «эталонной» продукции, что исключает ее креативность. Представленная методика в основном используется Всемирной организацией интеллектуальной собственности для построения рейтинга государств с креативной экономикой и ее применение по аналогии в других секторах экономики не целесообразно» [47].

«Методика количественного измерения креативных индустрий» предложена коллективом ИСИЭЗ НИУ ВШЭ [34] и представлена в виде теоретико-методологической рамки. Направления анализа креативной индустрии представлены как: «отраслевой анализ (по количеству организаций, вовлеченных в креативную индустрию); занятость (как по традиционным, так и по креативным профессиям); внешняя торговля (экспорт креативных товаров и услуг); пространственный анализ (креативные кластеры)» [48].

«Ключевые показатели по анализируемым направлениям соответственно: добавленная стоимость, объем продаж (выручка), численность занятых, инвестиции, оплата труда; численность занятых в креативных профессиях (в креативных и традиционных индустриях), неформальная занятость, социально-демографические показатели;

экспорт/импорт, сальдо торгового баланса, внешнеторговый оборот; географическая концентрация, близость к объектам региональной и городской инфраструктуры, региональное распределение» [48].

Методология измерений основывается на классификации креативных индустрий на базе ОКВЭД2*, информационными источниками по России выступают: «Росстат, микроданные организаций (СПАРК-Интерфакс, FIRA PRO); Росстат (обследование рабочей силы, перепись населения); Федеральная таможенная служба, Банк России; Микроданные организаций (СПАРК-Интерфакс, FIRA PRO)» [48].

«Дискуссионными в этой методике остаются ключевые показатели: во-первых, учет численности занятых в креативной индустрии ведется по двум направлениям – и «отраслевому», и «занятости»; во-вторых, «социально-демографические показатели» – по своей природе очень сложные, однозначно их измерить невозможно, требуется разложение на составляющие; в-третьих, числовые значения других показателей, взятых из Росстата, всегда будут выступать как результаты прошлого периода, а это говорит о том, что в режиме реального времени мы не сможем построить креативный профиль региона или муниципального образования; в-пятых, всегда ли важен для региона или муниципального образования внешнеторговый баланс, наверное важнее, внутриведомственный товарный оборот или внутригосударственный товарооборот креативной продукции или услуг; в-шестых, показатели, предложенные коллективом ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, больше подходят для измерения креативной экономики на государственном и межгосударственном уровнях, чем на региональном или муниципальном уровнях» [34].

Для оценки готовности государства развивать креативную экономику Койчуманов Т. Д. и Гринько М. [21] использовали метод экспертного оценивания, инструментом для формирования системы показателей оценки стал PEST-анализ факторов внешней среды, а именно, балльная оценка политических, экономических, социальных и технологических факторов, которые определяют свободу в принятии решений о поддержании креативной индустрии. Авторы выделили девять ключевых показателей. «По политическому фактору рассмотрены уровни демократии и уровень свободы человека. В качестве экономических параметров взяты уровень экономических свобод, степень глобализации и легкость ведения бизнеса. По социальному фактору рассмотрены уровень социального прогресса и уровень человеческого развития. По технологическому фактору взяты уровень развития ИКТ и уровень инновационного развития» [48]. Каждый из показателей оценивается по 100-балльной системе, а их сумма отражает готовность государства поддерживать креативную экономику.

Недостатком предложенной методики является то, что у нее высокий уровень субъективизма, и авторы оценивают государства по единому квалификационному ряду – государств с развитой экономикой. Мы считаем, что для объективной оценки готовности государств поддерживать

креативную индустрию важно отражать, к какому уровню развития экономики относится то или иное государство, и ввести корректирующие коэффициенты. «Мы предлагаем ввести коэффициент корректировки уровня поддержки креативной индустрии для развитых стран равный $k=1$, для развивающихся стран – $k=0,85$, для слаборазвитых стран – $k=0,7$, что позволит объективно оценить компенсаторные возможности государства» [47; 48].

Фриман А. [57] в своих исследованиях отмечает, что «креативный труд является основой дальнейшего развития креативных индустрий. Для оценки креативных индустрий он вводит такой показатель, как «Интенсивность креативности» (доля занятых креативным трудом в общей совокупности занятых в той или иной отрасли)» [57]. В нашем случае это «Доля среднесписочной численности работников в креативных индустриях». Следовательно, мы можем построить рейтинг экономических субъектов, задействованных в креативной индустрии по показателю «Интенсивность креативности» по методике А. Фримена. Результаты оценки уровня показателя «Интенсивность креативности», представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – ТОП–10 экономических субъектов Республики Крым, задействованных в креативной индустрии по показателю «Интенсивность креативности»

Рейтинг	Экономические субъекты Республики Крым	Интенсивность креативности по А. Фриману
1	г. Симферополь	4,00
2	Сакский район	4,00
3	г. Судак	2,50
4	Краснопереконский район	1,90
5	г. Евпатория	1,80
6	Бахчисарайский район	1,80
7	г. Ялта	1,75
8	г. Алушта	1,70
9	г. Саки	1,00
10	Симферопольский район	0,95

Источник: составлено по [4].

«Центром креативной индустрии в Крыму по праву выступает г. Симферополь, который является лидером в рейтинге экономических субъектов, задействованных в креативной индустрии по показателю «Интенсивность креативности». В городе активно развиваются такие виды экономической деятельности, отнесенные к креативной экономике, как «Архитектура», «Разработка ПО» и «Деятельность в области отдыха и развлечений». Согласно методике А. Фримена, в ТОП-10 вошли такие муниципальные образования, как Сакский район и другие субъекты,

которые имеют специализацию санаторно-курортного лечения, туризма и рекреации и задействованы в креативной индустрии по экономическому виду «Деятельность в области отдыха и развлечений». Красноперекоский, Бахчисарайский и Симферопольский районы, несмотря на свою аграрную специализацию, также занимаются «Деятельностью в области отдыха и развлечений». А вот такие креативные индустрии, как «Архитектура», «Производство текстильных изделий (одежды)» и «Разработка ПО» им не свойственны. Объективность предложенной методики А. Фримена вызывает сомнения, так как некорректно по одному показателю измерять «Интенсивность креативности» субъекта рыночной экономики, другие ключевые индикаторы в измерении креативной индустрии не задействованы» [47].

Таким образом, существующие методики измерений креативной индустрии используют методы экспертного оценивания или основываются на показателе «Интенсивность креативности» по А. Фриману, в основе которого лежит один показатель [57]. В отличие от существующих предложенная нами методика измерения креативных индустрий выполняется в следующей последовательности:

1. По данным Росстата и другим официальным источникам формируется система показателей, которая отражает деятельность креативной индустрии.

2. Методом корреляционного анализа система показателей оптимизируется и приводится к сбалансированному виду (три ключевых индикатора и три показателя эффективности).

3. Массив входных переменных методом нормирования приводятся к сопоставимому виду.

4. Далее по полученным результатам находим медиану ключевых индикаторов и показателей эффективности.

5. По медиане строится рейтинг экономических субъектов, отнесенных к креативным индустриям.

Авторы [47] предлагают для получения достоверных значений измерять уровень креативности субъектов рыночной экономики, задействованных в креативной индустрии по медиане ключевых индикаторов и показателей эффективности, приведенных к сопоставимому виду (таблица 1.2). Ранжирование можно проводить не только по итоговому значению, но и по любому из показателей, это дает возможность определить, какой показатель необходимо повышать, а какой просто поддерживать, чтобы достичь желаемого результата.

По результатам анализа мы видим, что в рейтинг попали еще два субъекта – это города Феодосия и Армянск. Лидером остается г. Симферополь как столица Республики Крым и деловой центр. Второе место занимает по праву Сакский район, именно там самая высокая доля выручки и вклад в ВМП организаций, задействованных в креативной индустрии.

Таблица 1.2 – ТОП–10 экономических субъектов Республики Крым, задействованных в креативной индустрии по медиане ключевых индикаторов (в сопоставимом виде)

Экономические субъекты Республики Крым	Вклад креативных индустрий в ВМП, %	Доля выручки организаций креативных индустрий от общей выручки организаций МО, %	Доля организаций задействованных в креативных индустриях МО, %	Доля среднесписочной численности работников в креативных индустриях МО, %	Медиана
г. Симферополь	3,5	5,5	11,3	4,00	4,75
Сакский район	4,2	4,7	4,4	4,00	4,30
г. Алушта	1,4	4,7	8,5	1,70	3,20
г. Евпатория	1,4	4,2	8,6	1,80	3,00
г. Саки	0,8	4,8	7,8	1,00	2,90
г. Судак	2,1	1,5	7,0	2,50	2,30
г. Армянск	0,3	4,0	7,0	0,28	2,15
г. Ялта	1,7	0,9	10,0	1,75	1,73
Бахчисарайский район	1,1	0,27	5,7	1,80	1,45
г. Феодосия	2,0	0,3	8,6	0,82	1,41

Источник: составлено автором.

Другие муниципальные образования такие как: города Судак, Евпатория, Ялта, Алушта и Саки, специализация которых санаторно-курортное лечение, рекреация и туризм, остались в ТОП-10, в этих субъектах функционируют 1 284 организаций креативной индустрии по виду «Деятельности в области отдыха и развлечений».

Проведем сравнение результатов рейтингов муниципальных образований Республики Крым, задействованных в креативной индустрии по авторской методике и методике А. Фримена (таблица 1.3).

Таблица 1.3 – Сравнение результатов рейтингов экономических субъектов Республики Крым, задействованных в креативной индустрии по авторской методике и методике А. Фримена

Экономические субъекты Республики Крым	Медианна ключевых индикаторов (по авторской методике)	Рейтинг	«Интенсивность креативности» (по методике А. Фримена)	Рейтинг
г. Симферополь	4,75	1	4,00	1
Сакский район	4,30	2	4,00	2
г. Алушта	3,20	3	1,70	8
г. Евпатория	3,00	4	0,80	5
г. Саки	2,90	5	1,00	9
г. Судак	2,30	6	1,75	3

Экономические субъекты Республики Крым	Медианна ключевых индикаторов (по авторской методике)	Рейтинг	«Интенсивность креативности» (по методике А. Фримена)	Рейтинг
г. Армянск	2,15	7	2,50	23
г. Ялта	1,73	8	0,82	7
Бахчисарайский район	1,45	9	0,28	6
г. Феодосия	1,41	10	0,95	11

Источник: составлено по [47].

Сопоставление результатов рейтингов позволило сделать следующие выводы:

- 20 % результатов рейтинга совпали – это 1, 2 места (г. Симферополь и Сакский район);
- 20 % разница по перечню муниципальных образований (г. Армянск и г. Феодосия по методике А. Фримена не попали в ТОП-10);
- 60 % не совпадение по порядковому номеру рейтинга [47].

Следовательно, методика, которая строится на основе одного показателя, а именно «доли занятых креативным трудом в общей совокупности занятых» не является объективной. Результаты сравнительного анализа результатов измерения уровня креативности по разным методикам, в том числе и по авторской, выявили, что погрешность результатов измерения составляет 20 %, а это гораздо выше допустимой погрешности ($\leq 10\%$) в экономических расчетах.

Таким образом, критический анализ существующих методик измерения креативной экономики на разных уровнях (государства, региона, муниципального образования) позволил выявить их достоинства и недостатки. В результате анализа установлен ряд особенностей существующих методик, а именно: использование в качестве исходных данных результаты прошлого периода (отсутствуют методики оперативного сбора и обработки информации по креативной индустрии); отсутствие единого подхода к отнесению экономики государства к уровню развития экономики (развитой, развивающейся или слаборазвитой) и единого подхода к формированию системы показателей (на основе одного показателя; на основе показателей факторов внешней среды; на основе ключевых индикаторов и показателей эффективности).

Структуру креативной индустрии по мнению специалистов ЮНКТАД можно представить в виде трех категорий [52; 53], а именно: креативное применение, креативное выражение и креативные технологии. По своему содержанию «креативное применение – охватывает отрасли промышленности, которые развивают продукты или услуги, прежде всего в целях продажи, а объемы продаж зависят от рыночного спроса (вид деятельности: искусство/продажа антиквариата; архитектура; мода; издательское дело; реклама; ремесло)» [52]. «Креативное выражение –

охватывает продукты, которые не преследуют коммерческую цель, определяются как «искусство ради искусства»; не зависят от рынка и представляют эстетическую социальную ценность (продукт: музыка, изобразительное искусство и исполнительские виды искусства; видео, фильмы и изображения (фотографии); теле- и радиовещание)» [52]. «Креативные технологии – в большей степени полагаются на промышленные и цифровые технологии (применение этих технологий стало возможным благодаря межотраслевой диверсификации) и имеют устойчивую взаимосвязь (технологии: Интернет и программное обеспечение; цифровые медиа (игровые и анимационные); дизайн (графический и веб-дизайн))» [19].

У Агентства стратегических инициатив [19] свое видение структуры креативной индустрии. Оно представило ее в виде перечня видов экономической деятельности по ОКВЭД. Всего в структуру креативной индустрии вошло 11 видов деятельности, лидерами по видам деятельности являются архитектура и ИТ-индустрия, креативное (творческое) производство и теле- и радиовещание, сюда же отнесены: издательское дело, индустрия моды, исполнительское искусство, музейное дело, реклама, образование и производство кинофильмов [48].

Дудко Е. Н., Савенко С. В. [12] в своем исследовании представили структуру креативной индустрии, основанной на трех подходах, а именно: первый – отраслевой (перечень отраслей экономики, относящихся к ядру креативной экономики и периферии или пограничным индустриям), второй – базируется на защите авторских прав (производство продукции, защищенной авторским правом) и третий – основан на этапах создания креативного продукта или услуги (разработка, производство, распределение и сохранение результатов деятельности креативных индустрий) (таблица 1.4).

Таблица 1.4 – Теоретические подходы к структуре видов деятельности (секторов) креативной экономики

Подход	Описание подхода
Отраслевой	Выделяют два варианта состава отраслей: – различный перечень отраслей креативной экономики, создающих креативные продукты и услуги [54; 56]; – определенный перечень отраслей, относящихся к ядру креативной экономики, периферии и пограничным (сопутствующим) индустриям [55].
Основанный на защите авторских прав [61]	Выделяют виды деятельности, связанные с созданием продукции, защищенной авторскими правами (Copyright Industries)
Основанный на этапах создания креативного продукта или услуги [26]	Выделяют виды деятельности с учетом разработки, производства, распределения и сохранения результатов деятельности креативных индустрий

Источник: составлено по материалам [26; 54; 55; 56; 61].

Согласно методологии ООН [60], в соответствии с «Гармонизированной системой описания и кодирования товаров», к креативным относятся товары и услуги следующих категорий:

– культурное наследие: традиционные формы проявления культуры (художественные промыслы, фестивали, праздники) и объекты культурного наследия (памятники архитектуры, монументы, музеи, библиотеки, архивы и т. д.);

– искусство: изобразительное искусство (живопись, скульптура, антиквариат, фотографии) и исполнительское искусство (музыка, театр, танцы, опера, цирк);

– медиа: издательское дело и печатные СМИ (книги, газеты, журналы, пресса и другие издания), аудиовизуальные средства (фильмы, телевидение и радиовещание) и новые форматы (оцифрованные материалы, программное обеспечение, видеоигры, анимация);

– функциональные продукты и услуги: дизайн (интерьер, графический дизайн, мода, ювелирные изделия, игрушки) и креативные услуги (архитектура, реклама, креативные НИОКР, услуги в области культуры, цифровые услуги).

Каменских М. А. [20] проанализировала модели креативной индустрии и пришла к выводу, что структуру креативной индустрии можно представить, как четыре группы отраслей, а именно: базовой отрасли, смежных отраслей, пограничных отраслей и видов деятельности, частично охраняемые авторским правом.

С нашей точки зрения структуру креативной экономики можно представить на уровне государства, региона, предприятия, индивидуального предпринимательства и самозанятости, а именно: как производство средств производства, производство товаров и услуг массового потребления, производство товаров и услуг индивидуального потребления, индивидуальное предоставление услуг и креативный талант (таблица 1.5).

Таблица 1.5 – Структура креативной экономики

Креативная направленность	Креативный продукт	Вид деятельности
Производство средств производства	«Музыкальные инструменты; материалы, холсты, краски и приспособления для художников; записывающее и концертное оборудование; театральные и кино декорации; выставочное оборудование; средства производства для ремесленников; оборудование для театра, кино, торговли, звукозаписывающее и переплетное оборудование» [48]	«Коллективное производство на базе высокотехнологичного производство: заводы, фабрики и т. д.» [48]

Креативная направленность	Креативный продукт	Вид деятельности
Производство товаров и услуг массового потребления	«Архитектура, журналы, книги, реклама, интерим-менеджмент, мода, арт-искусство, мультимедиа, услуги сервиса, ремесла (товары народного потребления)» [48]	«Командное производство на базе средств государственной собственности или частного бизнеса: мастерские, издательства, галереи, агентства» [48]
Производство товаров и услуг индивидуального потребления	«Записи CD, книги, видео, телепередачи, театральные постановки, творческие выставки, кинопрокат, услуги доставки, разработка ПО» [48]	«Коллективное творчество на базе коллективной собственности, частного бизнеса или индивидуального предпринимательства: ателье, телевидение, студии, музеи, клубы по интересам, и т. д.» [48]
Индивидуальное предоставление услуг	«Музыка, танцы, концерты, пение, персональные выставки, творческие встречи, воспитание, репетитор, актерское мастерство» [48]	«Индивидуальное предпринимательство (творческие команды), на базе личной или арендованной собственности: мастерские, классы, студии, кружки, фриланс, извоз, репетиторство, гувернерство» [48]
Креативный талант	«Живопись, письмо, дизайн, творчество, сочинение, программирование» [48]	Личное творчество, самозанятый

Источник: [48].

Представленная структура креативной экономики охватывает больше отраслей, отнесенных к креативной индустрии, позволяет выявить скрытый потенциал и определить место на рынке труда.

Креативно-пространственное развитие территорий в полной мере зависит от развития креативных индустрий как сектора экономики, мировой рост которого в среднем составляет 8 % ежегодно. По данным ЮНЕСКО [62], более 25 стран мира считают для себя приоритетом развитие креативных индустрий, располагают соответствующими программами развития и занимаются мониторингом вклада индустрий в региональные и муниципальные экономики.

Для российской экономики это новый, еще недостаточно изученный сектор с довольно высоким потенциалом. Приближенная оценка вклада креативных индустрий в ВВП Российской Федерации составляет 4,98 %.

«С июля по ноябрь 2020 г. Центр городских компетенций АСИ (ЦГК АСИ) провел количественное исследование влияния креативных индустрий на экономику регионов России, результатом которого стала приближенная оценка вклада креативных индустрий в валовый региональный продукт (ВРП). Согласно исследованию ЦГК АСИ, приближенная оценка вклада

креативных индустрий в ВВП Российской Федерации по ключевым индикаторам (вовлеченных организаций, занятости и выручке) составляет:

- 74 787 организаций задействовано в креативных индустриях, что составляет 9,68 % от всех организаций страны;
- в организациях, представляющих креативные индустрии, работают 1 612 542 человек, что составляет 4,98 % от всей численности сотрудников организаций страны;
- 10 736 513 млн руб. – выручка организаций, задействованных в креативных индустриях, что составляет 4,21 % от суммарной выручки организаций страны» [4; 48].

«Креативная экономика или креативная индустрия в мировой практике оценивается «Глобальным индексом креативности» (GCI), который представляет собой четырехмерный рейтинг стран. Он является интегрированным показателем государств, которые предварительно были ранжированы по отдельности на основе креативности, технологий, таланта и толерантности в общий балл. В рейтинге стран по привлекательности для лидеров креативной индустрии Россия занимает 20-е место» [4; 48].

На рисунке 1.2 приведены данные по доле организаций креативных индустрий от всех организаций в регионах РФ.

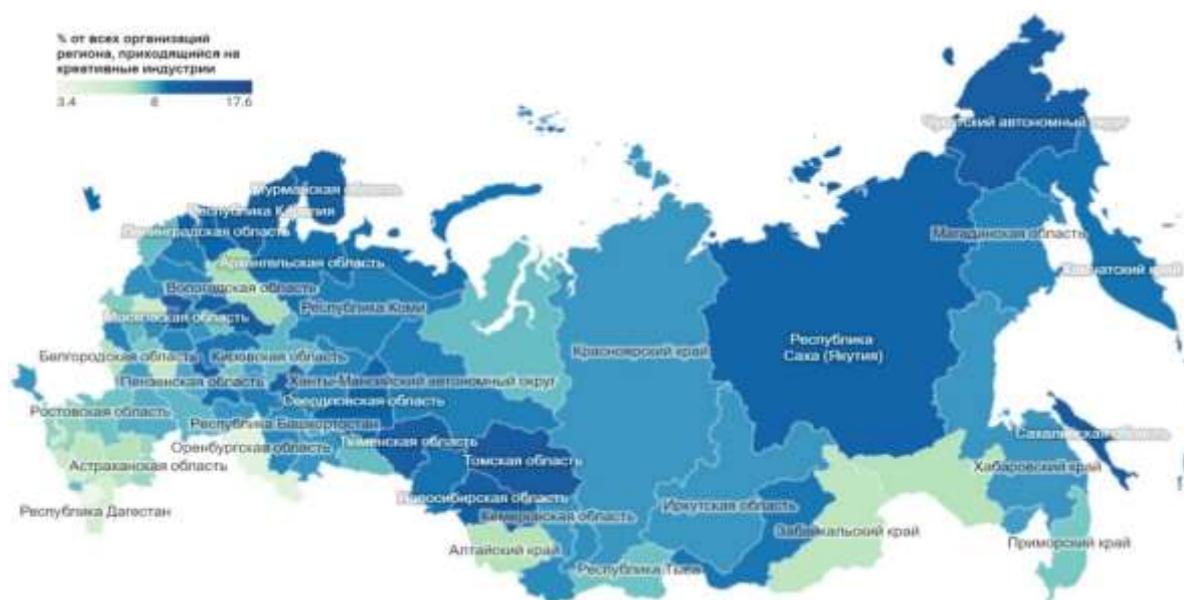


Рисунок 1.2 – Доля от всех организаций региона, приходящаяся на креативные индустрии

Источник: [8; 27].

По данным исследования ИСИЭЗ НИУ ВШЭ (рисунок 1.3) самыми креативными видами деятельности креативной индустрии на территории России являются: мода, кино, игровая индустрия, реклама и PR-индустрия, архитектура, промышленный дизайн, искусство и культура, литература, звукозапись и исполнительское искусство [8; 27].



Рисунок 1.3 – Креативный профиль России (2022 г.)

Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ [8; 48].

«Креативный профиль государства сформирован по трем критериям, а именно: по доле в общем числе звезд креативной индустрии; по доле России в мировом валовом продукте и по привлекательности для звезд креативной индустрии» [48].

Черников И. А. считает, что «креативные индустрии нельзя представлять частью культурного миссионерства западной цивилизации и «заимствованного» формата модернизации, ибо институционализация отечественного варианта креативного сектора экономики, встроенная в общий процесс модернизации, происходит на ценностно-смысловых основаниях, не разрушающих преемственную связь российской культуры с народными традициями. Это актуализирует значение креативных индустрий как инструмента государственной культурной политики, призванной укрепить российскую идентичность, сохранить специфику российского культурного пространства» [45].

Структура российского креативного рынка в 2021 году выглядит следующим образом: на долю деятельности рекламных агентств, архитектурных мастерских и телевизионного и радиовещания приходится порядка 86,1 % (соответственно 37,0 %, 28,3 % и 20,8 %), 15,9 % приходится на долю таких видов деятельности как: издательская, разработка программного обеспечения, кино и видео, творчество в области искусства, музеев и прочих объектов культуры» [8; 48].

«В Южный федеральный округ входят восемь субъектов, а именно: Республика Крым, Республика Адыгея, Астраханская область, Волгоградская область, Республика Калмыкия, Краснодарский край, Ростовская область и город федерального значения Севастополь. Креативную экономику Южного федерального округа можно представить по ключевым индикаторам (таблица 1.6, рисунок 1.4) и показателям

эффективности деятельности субъектов креативной индустрии (таблица 1.7, рисунок 1.5)» [4; 48].

Таблица 1.6 – Ключевые индикаторы креативной индустрии по ЮФО

Вид экономической деятельности	Республика Крым	Республика Адыгея	Астраханская область	Волгоградская область	Республика Калмыкия	Краснодарский край	Ростовская область	г. Севастополь
Архитектура	1400	184	417	1195	87	4594	2839	391
Разработка ПО	1326	164		1134	67	3982	3348	566
Деятельность в области отдыха и развлечений	1284	92	208	434	27	2034	1039	178
Образование дополнительное	944	185	410	826	114	3001	1745	366
Деятельность прочих общественных организаций			404	1165	245			428
Реклама	611	132	238	848	54	3213	1808	233

Источник: [4; 48].

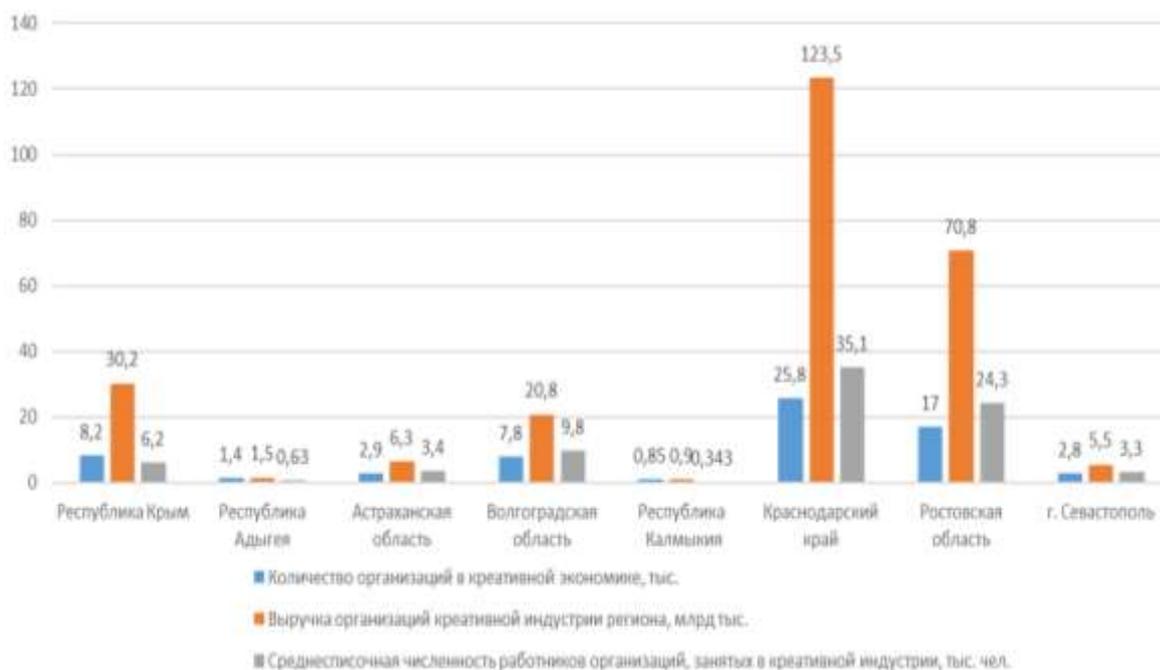


Рисунок 1.4 – Профиль субъектов ЮФО по ключевым индикаторам (2021 г.)

Источник: составлено автором по [4].

Таблица 1.7 – Показатели эффективности креативной индустрии по субъектам ЮФО

Вид экономической деятельности	Республика Крым	Республика Адыгея	Астраханская область	Волгоградская область	Республика Калмыкия	Краснодарский край	Ростовская область	г. Севастополь
Архитектура	1400	184	417	1195	87	4594	2839	391
Разработка ПО	1326	164		1134	67	3982	3348	566
Деятельность в области отдыха и развлечений	1284	92	208	434	27	2034	1039	178
Образование дополнительное	944	185	410	826	114	3001	1745	366
Деятельность прочих общественных организаций			404	1165	245			428
Реклама	611	132	238	848	54	3213	1808	233

Источник: [4; 48].

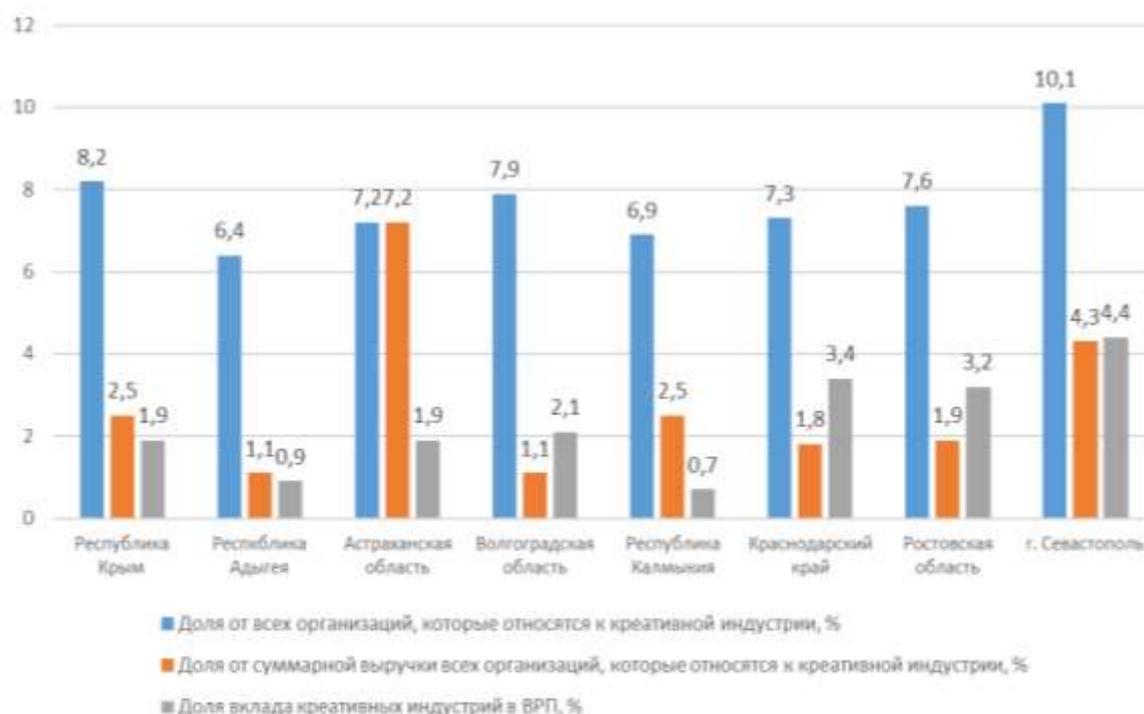


Рисунок 1.5 – Профиль субъектов ЮФО по показателям эффективности (2021 г.)

Источник: составлено автором по [4].

«В ТОП-3 по Южному федеральному округу вошли три субъекта – это Краснодарский край, Ростовская область и Республика Крым по количеству»

организаций в креативной экономике и по выручке от реализации организаций креативной индустрии, а вот по среднесписочной численности работников, занятых в креативной индустрии, третье место заняла Волгоградская область, сместив Республику Крым на четвертое место» [4; 48].

«Удельный вес организаций, которые относят себя к креативной экономике, по субъектам Южного федерального округа распределился следующим образом: максимальный уровень у города федерального значения Севастополь (10,1 %), второе место занимает Республика Крым (8,2 %) и третье место занимает Волгоградская область (7,9 %). Город Севастополь сохраняет лидерство и по показателю «Удельный вес вклада креативной экономики в ВРП» (4,4 %), справедливо заметить, что этот показатель в 2021 году позволил субъекту войти в ТОП-10 по Российской Федерации. Второе и третье место по этому показателю поделили между собой соответственно Краснодарский край и Ростовская область. А вот по показателю «Доля от суммарной выручки всех организаций, которые относятся к креативной индустрии, лидером стала Астраханская область (7,2 %), второе место занимает г. Севастополь (4,3 %) и третье место поделили между собой Республика Крым (2,5 %) и Республика Калмыкия (2,5 %)» [48].

«В последние годы сформировались определенные тенденции в развитии креативной экономики по видам экономической деятельности, так в Южном федеральном округе ведущими являются «Архитектура», «Разработка ПО» и «Деятельность прочих общественных организаций» (таблица 1.8)» [48].

Таблица 1.8 – Топ-3 отраслей креативной индустрии региона по количеству организаций

Вид экономической деятельности	Республика Крым	Республика Адыгея	Астраханская область	Волгоградская область	Республика Калмыкия	Краснодарский край	Ростовская область	г. Севастополь
Архитектура	1400	184	417	1195	87	4594	2839	391
Разработка ПО	1326	164		1134	67	3982	3348	566
Деятельность в области отдыха и развлечений	1284	92	208	434	27	2034	1039	178
Образование дополнительное	944	185	410	826	114	3001	1745	366
Деятельность прочих общественных организаций			404	1165	245			428
Реклама	611	132	238	848	54	3213	1808	233

Источник: [4; 48].

«Отметим, что каждый субъект характеризуется своими видами деятельности, так, например, для Республики Крым визитной карточкой является «Деятельность в области отдыха и развлечений», учитывая то, что туризм и рекреация являются приоритетными направлениями экономики региона, для Краснодарского края и Ростовской области характерна «Реклама», для Астраханская и Волгоградской областей, Республики Калмыкии и города федерального значения Севастополь в приоритете «Деятельность прочих общественных организаций» и «Образование дополнительное» [35].

«Приоритетность видов экономической деятельности определяется не только количеством действующих организаций, отнесенных к креативной экономике, но и количеством привлеченных работников в креативную индустрию (таблица 1.9)» [48].

Таблица 1.9 – Топ-3 отраслей креативной индустрии региона по среднесписочной численности работников (чел.)

Вид экономической деятельности	Республика Крым	Республика Адыгея	Астраханская область	Волгоградская область	Республика Калмыкия	Краснодарский край	Ростовская область	г. Севастополь
Архитектура	2798	306	1589	4186	135	15680	8546	1312
Деятельность в области отдыха и развлечений	677	31	123	175		2302	673	
Разработка ПО	501	77	602	1671	64	6262	5057	1045
Производство кожи и изделий из кожи			291					
Производство текстильных изделий (одежды)				1938			9787	
Образовании дополнительное		49						
Деятельность в области информационных технологий	440		256	646	73	1650	1449	131
Реклама	350	31	151	959	7	3397	1273	147
Производство мебели								203

Источник: [4; 48].

«Конечно, логичным является вывод, что чем больше организаций, тем больше в них трудоустроено работников, эту логику подтверждает статистика. Максимум среднесписочная численность работников достигает именно в таких видах экономической деятельности, как «Архитектура» и «Разработка ПО». Отметим, что каждому субъекту Южного федерального округа свойственны определенные виды экономической деятельности, отнесенные к креативной индустрии, в которых наблюдается существенный рост создания рабочих мест. Например, в Волгоградской и Ростовской областях наблюдается рост занятости в «Производстве текстильных изделий (одежды)», в

Астраханской области – в «Производстве кожи и изделий из кожи», а в городе федерального значения Севастополь – в «Производстве мебели»» [35].

«Архитектура» и «Разработка ПО» являются самыми доходными отраслями креативной индустрии, о чем свидетельствует Топ-3 отраслей креативной индустрии региона по суммарной выручке (таблица 1.10).

Таблица 1.10 – Топ-3 отраслей креативной индустрии региона по суммарной выручке (млн руб.)

Вид экономической деятельности	Республика Крым	Республика Адыгея	Астраханская область	Волгоградская область	Республика Калмыкия	Краснодарский край	Ростовская область	г. Севастополь
Архитектура	24670	503	2529	9785	172	58614	23945	2535
Производство текстильных изделий (одежды)	4164			5944			44867	
Разработка ПО	965	78,7	875	2907	117	20222	8460	1459
Научные исследования и разработки	196	206	1294	1711	126	7,2	18740	223
Образование дополнительное	606	203	299	1005	373	3,36	2014	246
Деятельность в области информационных технологий	876	56,3	323	1576	7,5	14383	3146	246
Реклама								332
Производство мебели	803	43	79	682		6028	1044	171

Источник: [4; 48].

Высокие показатели по суммарной выручке характерны для Республики Крым, Волгоградской и Ростовской областей по такому виду экономической деятельности как «Производство текстильных изделий (одежды)». «Научные исследования и разработки» оказались наиболее доходными для Астраханской и Ростовской областей и Республики Калмыкии. В Краснодарском крае «Реклама» по всем трем показателям держит лидирующие позиции.

В таблице 1.11 приведены средние значения вклада креативных индустрий в экономику регионов по Федеральным округам.

Таблица 1.11 – Средние значения вклада креативных индустрий в экономику регионов по Федеральным округам

Федеральный округ	Показатели			
	Среднее значение вклада КИ в экономику регионов округа по базовому расчету, %	Среднее значение вклада КИ в экономику регионов округа по доп. расчету, %	Регион лидер по вкладу КИ в экономику региона по округу. базовый расчет (доп. расчет), %	Регион с самым малым вкладом КИ в экономику региона по округу. базовый расчет (доп. расчет), %
Центральный	3,93	6,97	Москва 18,5 (20,8)	Курская область 1,2 (2,4)
Северо-Западный	3,22	4,77	Санкт-Петербург 12,6 (14,6)	Архангельская область (в т. ч. НАО) 1,3 (1,5)
Южный	2,31	3,08	Севастополь 4,4 (5,1)	Республика Калмыкия 0,7 (0,8)
Северо-Кавказский	0,97	1,54	Ставропольский край 2,2 (3,2)	Республика Ингушетия 0,6 (0,6)
Приволжский	2,97	4,72	Республика Башкортостан 4,5 (5,5)	Республика Мордовия 1,1 (1,5)
Уральский	3,35	3,88	Тюменская область 8,9 (9,5)	Ямало-Ненецкий АО 1,2 (1,2)
Сибирский	2,58	3,22	Новосибирская область 5,4 (7)	Республика Тыва 0,7 (0,8)
Дальневосточный	1,74	1,94	Сахалинская область 2,5 (2,7)	Еврейская АО 0,6 (1,4)

Источник: составлено по материалам [4].

«Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ по результатам 2022 года впервые составил Рейтинг креативных регионов России. Система ранжирования субъектов РФ включает 48 индикаторов, характеризующих уровень развития креативного сектора и культурной среды, социально-экономические условия и меры поддержки 16 ключевых креативных индустрий. На основе результатов ранжирования регионы были отнесены к четырем группам с различными паттернами и условиями развития креативных индустрий: «лидеры» (21), «эволюционные» (19), «эффективные» (15) и «догоняющие» (30 субъектов РФ). Первую десятку рейтинга образуют: г. Москва, г. Санкт-Петербург, Новосибирская, Томская области, Республика Татарстан, Ивановская, Белгородская, Нижегородская, Костромская и Свердловская области. Кроме перечисленных, еще 11 регионов, отнесенных к группе «лидеров», демонстрируют не только наиболее весомые результаты креативных

индустрий, но и широкий набор предпосылок, благоприятствующих их развитию. Примерно 40 % регионов, включенных в рейтинг, добиваются в развитии креативного сектора примерно сопоставимых результатов, придерживаясь альтернативных сценариев. Так, одни субъекты РФ (более всего сконцентрированы в европейской части страны) органично задействуют значительный культурный потенциал и развивают креативные индустрии преимущественно по «эволюционному» сценарию. Другие регионы (их география несколько смещена в сторону Приволжского федерального округа) реализуют более практико-ориентированный («эффективный») сценарий с выраженной коммерческой направленностью. Регионы Арктической зоны нацелены на сотрудничество и консолидацию креативного капитала с привлечением разных субъектов РФ» [34; 35].

1.2 Занятость населения Республики Крым в креативной экономике

Прежде чем говорить о занятости населения Республики Крым в креативной экономике, представим динамику численности «креативного класса» в целом по Российской Федерации. «Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представил результаты количественного анализа «креативного класса России», то есть определил количество занятых в профессиях, связанных с творческой и интеллектуальной деятельностью.

Численность «креативного класса» в России составляет 3,4 млн человек, или 4,8% от общей численности занятых; за пять лет она увеличилась практически на треть (рисунок 1.6)».



Рисунок 1.6 – Динамика численности «креативного класса» в России

Источник: составлено по [16; 17; 28].

«По результатам исследования в 2021 году установлено, что немногим менее половины (43,4 %) всех занятых приходится всего на две профессии – специалистов по рекламе и маркетингу (24,4 %) и разработчиков программного обеспечения (19 %), а около 68 % занятых в этом сегменте – на десять творческих профессий (рисунок 1.7).



Рисунок 1.7 – Структура численности «креативного класса» России в 2021 году, %

Источник: составлено по [28; 34].

«Для креативного класса в целом характерна концентрация в столицах и крупнейших городах. В России он сосредоточен преимущественно в Москве (25,1 %) и Московской области (8 %), Санкт-Петербурге (7,9 %), Краснодарском крае (3,2 %), Республике Татарстан и Свердловской области (по 2,5 %). Наиболее типичный представитель российского креативного класса – это молодой мужчина (25–34 года) с высшим образованием» [28].

В последние годы прослеживается тенденция старения этой категории работников, что в целом соответствует общероссийским трендам развития рынка труда.

«Несмотря на устоявшиеся представления о преимущественно гибком и ненормированном графике работы представителей творческих профессий, в России у них в основном стандартная 40-часовая рабочая неделя и полный рабочий день. По специальности работают только около половины занятых в творческих профессиях в России. При этом наиболее важными для выполнения трудовых обязанностей оказались именно профессиональные навыки, непосредственно относящиеся к работе, а также навыки использования профессиональной документации и цифровые компетенции.

Среди универсальных навыков наибольшим спросом на «творческом рабочем месте» пользовались многозадачность, умение принимать решения, навыки поиска новых идей и стрессоустойчивость» [28].

Более подробно проведем анализ фактического уровня креативной экономики в Республике Крым. Республика Крым является одним из

регионов, который обладает существенным потенциалом для развития креативной индустрии. Это в первую очередь связано с тем, что города республики обладают развитой креативной, инновационной и образовательной инфраструктурой. Правительство Республики Крым уделяет особое внимание данному сектору экономики, в связи с чем он занимает одну из центральных позиций в перечне направлений социально-экономического развития региона до 2030 года (рисунок 1.8).



Рисунок 1.8 – Функциональная структура кластеров Республики Крым

Источник: [15].

«Согласно Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года, кластер, создаваемый для развития креативной индустрии в регионе, будет включать субъекты таких видов экономической деятельности, как образование, реклама, кино, индустрия игр, архитектура и дизайн, искусство, ремесла» [15] и конечно же деятельность в области, рекреации, туризма, отдыха и развлечений.

На форуме «Деловой Крым. Вместе. Вперед» в своем выступлении заместитель Председателя Совета министров Республики Крым Ирина Кивико¹ сообщила, что «наибольшую популярность в Крыму занимают творческие сервисы, которые включают в себя такие направления креативной индустрии как реклама, архитектура, инженерия, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы и исследования. Вводимые западными странами санкции, уход иностранных компаний с российского рынка, ограничение возможностей экспорта, творческого и экономического сотрудничества оказывают серьезное давление на сектор,

¹ В Крыму набирает популярность креативная индустрия (26.05.2022). <https://ruinform.com/page/v-krymu-nabiraet-populjarnost-kreativnaja-industrija>

диктуют необходимость задать новые векторы дальнейшего развития», говоря о перспективах развития туризма и креативных индустрий в новых реалиях.

«Креативная экономика наиболее успешно формирует привлекательный инвестиционный климат в республике и способствует устойчивому развитию социальной сферы – это важнейшие факторы позитивного образа Крыма. Креативные отрасли обеспечивают диверсификацию, высокую добавленную стоимость местной продукции и снижение нагрузки на экосистему, создают условия для самореализации и занятости населения, поддерживают устойчивое развитие Крымского региона. На форуме «Деловой Крым. Вместе. Вперед» также активно обсуждались такие направления как:

– «Креативная экономика – новый вектор развития Республики Крым»;

– «Формирование архитектурного дизайн-кода для городов Республики Крым»;

– «Сохранить, не дать исчезнуть. Языки народов Крыма в киберпространстве»;

– «Сделано в Крыму. Покупай крымские продукты»;

– «Возможности, специфика и потенциал киноиндустрии Крыма»;

– «От архаики к современности. Как сохранить культуру и историческое наследие Крыма?»;

– «Крымская кухня: от полной неизвестности до массового спроса».

«По состоянию на 2021 г. количество организаций, задействованных в креативных индустриях региона, составило 8,2 тыс. (8,2 % от всех организаций региона), а среднесписочная численность работников организаций креативных индустрий региона – 6,2 тыс. человек» [4].

Из 85 субъектов Российской Федерации по различным категориям креативности Республика Крым позиционируется на разных уровнях (таблица 1.12).

Таблица 1.12 – Рейтинг Республики Крым по уровню креативности среди субъектов Российской Федерации

Категория рейтинга	Рейтинг	Показатель	%
Рейтинг субъектов РФ по количеству организаций, задействованных в креативных индустриях (ед.)	19	8 201	8,2
Рейтинг субъектов РФ по общей выручке организаций, задействованных в креативных индустриях (млрд руб.)	26	30,2	2,5
Рейтинг субъектов РФ по среднесписочной численности сотрудников организаций, задействованных в креативных индустриях (чел.)	45	6 169	1,9
Рейтинг субъектов РФ по приближенной оценке вклада креативных индустрий в ВРП	51	-	1,9

Источник: [4].

«В 2021 г. тройку лидеров отраслей креативных индустрий Республики Крым по количеству организаций возглавили субъекты хозяйствования, которые осуществляют свою деятельность в области: архитектуры и инженерно-технического проектирования, технических испытаний, исследований и анализа (1400 ед.); разработки компьютерного программного обеспечения и оказания других сопутствующих услуг (1326 ед.); деятельность в области отдыха и развлечений (1284 ед.)» [4; 48].

«На региональном уровне построим рейтинг муниципальных образований Республики Крым, по медиане ключевых индикаторов (доля от всех организаций, которые относятся к креативной индустрии; доля от всей численности занятых в регионе) и показателей эффективности (доля от суммарной выручки всех организаций, которые относятся к креативной индустрии; доля вклада креативных индустрий в ВРП).

Доля выручки и вклад в валовый муниципальный продукт креативных индустрий по муниципальным образованиям Республики Крым в 2021 г. представлена на рисунке 1.9» [48].

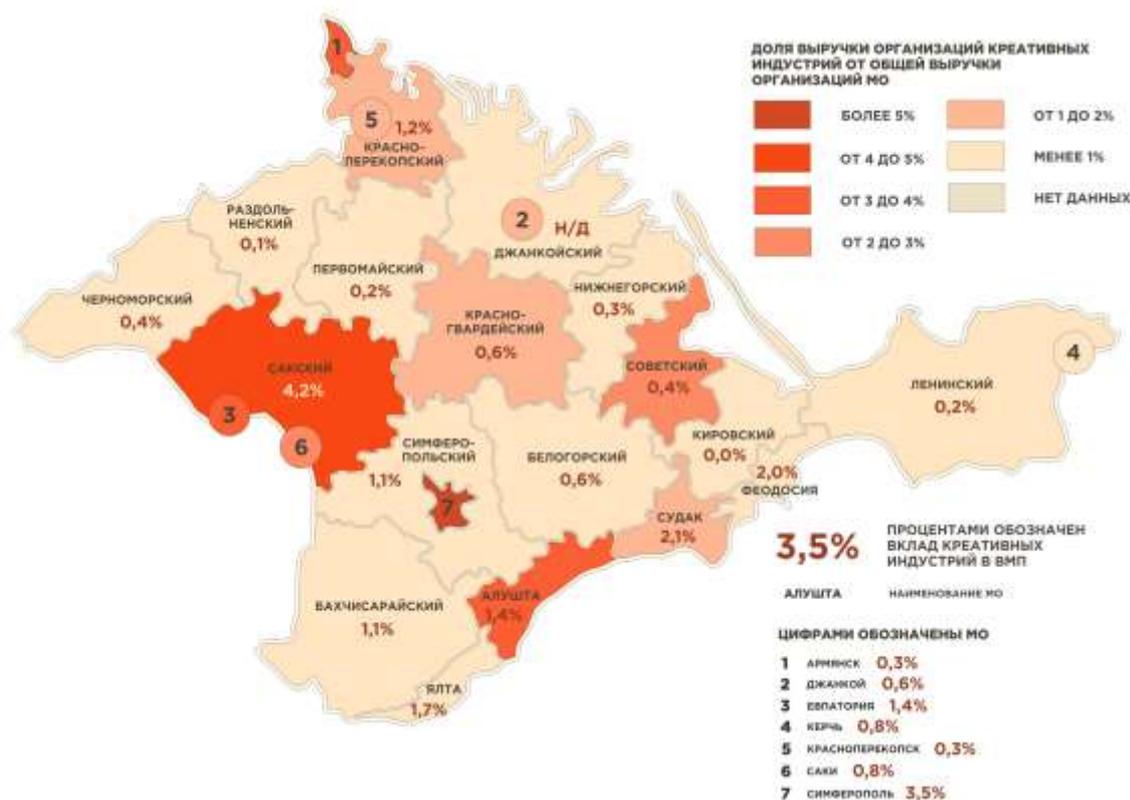


Рисунок 1.9 – Доля выручки и вклад в валовый муниципальный продукт креативных индустрий по муниципальным образованиям Республики Крым в 2021 г.

Источник: [4; 48].

«Анализируя рисунок 1.9, мы пришли к выводу, что креативная индустрия по показателям эффективности территориально развивается

неравномерно, большинство муниципальных образований задействованы в креативной экономике символически, а уровень этих показателей меньше одного процента. Нужно отметить, что 10 экономических субъектов Республики Крым все-таки имеют показатели выше одного процента» [48].

Доля среднесписочной численности работников в креативных индустриях муниципальных образований (МО) и доля организаций, задействованных в креативных индустриях МО Республики Крым в 2021 г. представлены на рисунке 1.10.

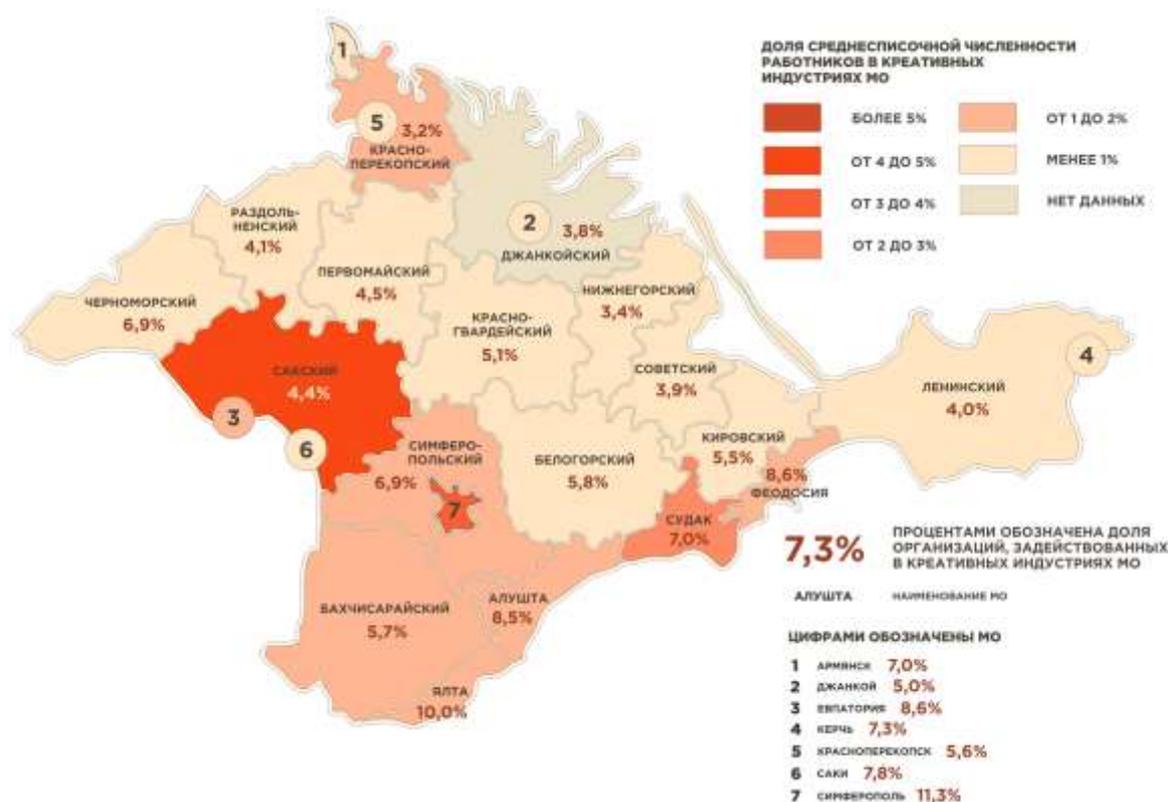


Рисунок 1.10 – Доля среднесписочной численности работников и организаций, задействованных в креативных индустриях, по муниципальным образованиям Республики Крым в 2021 г.

Источник: [4].

По экономическим видам деятельности, отнесенным к креативной индустрии, ТОП-10 определен по трем критериям: по количеству организаций; по среднесписочной численности работников и по суммарной выручке. Представленные виды деятельности являются характерными для Республики Крым, а некоторые из них являются визитной карточкой Крыма (таблицы 1.13, 1.14, 1.15).

Отметим также, что ряд видов деятельности, которые являются смежными и определяют креативность экономики Республики Крым, не отнесены к креативным индустриям.

Таблица 1.13 – ТОП-10 ОКВЭД Креативных индустрий региона по количеству организаций

Виды экономической деятельности	Количество организаций	Рейтинг
Деятельность в области архитектуры и инженерно-технического проектирования; технических испытаний, исследований и анализа	1400	1
Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги	1326	2
Образование дополнительное	944	3
Деятельность в области отдыха и развлечений	618	4
Деятельность рекламная	611	5
Деятельность в области информационных технологий	373	6
Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений	330	7
Деятельность в области фотографии	245	8
Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ, издание звукозаписей и нот	140	9
Деятельность издательская	134	10

Источник: [4; 48].

Таблица 1.14 – ТОП-10 ОКВЭД Креативных индустрий региона по среднесписочной численности работников (чел.)

Виды экономической деятельности	Среднесписочная численность работников (чел.)	Рейтинг
Деятельность в области архитектуры и инженерно-технического проектирования; технических испытаний, исследований и анализа	2798	1
Деятельность в области отдыха и развлечений	677	2
Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги	501	3
Деятельность в области информационных технологий	440	4
Образование дополнительное	410	5
Деятельность рекламная	350	6
Деятельность издательская	250	7
Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ, издание звукозаписей и нот	218	8
Деятельность в области телевидения и радиовещания	177	9

Виды экономической деятельности	Среднесписочная численность работников (чел.)	Рейтинг
Производство ювелирных изделий, бижутерии и подобных товаров	116	10

Источник: [4; 48].

Таблица 1.15 – ТОП-10 ОКВЭД Креативных индустрий региона по суммарной выручке (млрд руб.)

Виды экономической деятельности	Суммарная выручка	Рейтинг
Деятельность в области архитектуры и инженерно-технического проектирования; технических испытаний, исследований и анализа	24,671	1
Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги	0,965	2
Деятельность рекламная	0,877	3
Деятельность в области отдыха и развлечений	0,803	4
Деятельность в области информационных технологий	0,606	5
Образование дополнительное	0,553	6
Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ, издание звукозаписей и нот	0,487	7
Деятельность издательская	0,331	8
Научные исследования и разработки	0,197	9
Деятельность в области телевидения и радиовещания	0,161	10

Источник: [4; 48].

Несмотря на то, что приоритетными направлениями экономики в Крыму выступают рекреация и туризм, санаторно-курортное лечения и сельское хозяйство, которые непосредственно определяют креативность региона по уникальности объектов показа и эксклюзивности возделываемых культур, они не отнесены к креативной индустрии. А такие виды деятельности как «Деятельность в области отдыха и развлечений» (занимает 4-е место в рейтинге) и др. не являются лидерами ни по количеству организаций, ни по среднесписочной численности работников, ни по суммарной выручке.

Анализируя общую оценку потенциала развития креативных индустрий на основе синтетического классификатора, мы пришли к выводу, что Республика Крым относится к категории среднеразвитого агропромышленного региона со средним уровнем развития креативных индустрий. Из 25 муниципальных образований 14 районов имеют сельскохозяйственную специализацию (таблица 1.16, рисунок 1.11).

Таблица 1.16 – Рейтинг экономических субъектов Республики Крым, задействованных в креативной индустрии по медиане ключевых индикаторов (в сопоставимом виде)

Рейтинг	Экономические субъекты Республики Крым	Вклад креативных индустрий в ВМП, %	Доля выручки организаций креативных индустрий от общей выручки организаций МО, %	Доля организаций задействованных в креативных индустриях МО, %	Доля среднесписочной численности работников в креативных индустриях МО, %	Медиана
1	Симферополь	3,5	5,50	11,3	4,0	4,75
2	Сакский район	4,2	4,70	4,4	4,0	4,30
3	Алушта	1,4	4,70	8,5	1,70	3,20
4	Евпатория	1,4	4,20	8,6	1,80	3,00
5	Саки	0,8	4,80	7,8	1,00	2,90
6	Судак	2,1	1,50	7,0	2,50	2,30
7	Армянск	0,3	4,00	7,0	0,28	2,15
8	Советский район	0,4	3,50	3,9	0,28	1,95
9	Красноперекопский район	1,2	1,80	3,2	1,90	1,85
10	Ялта	1,7	0,90	10,0	1,75	1,73
11	Бахчисарайский район	1,1	0,27	5,7	1,80	1,45
12	Феодосия	2,0	0,30	8,6	0,82	1,41
13	Красноперекопск	0,3	1,70	5,6	0,65	1,18
14	Красногвардейский район	0,6	1,60	5,1	0,60	1,10
15	Симферопольский район	1,1	0,35	6,9	0,95	1,03
16	Белогорский район	0,6	0,60	5,8	0,70	0,65
17	Керчь	0,8	0,25	7,3	0,37	0,59
18	Джанкой	0,6	0,30	5,0	0,30	0,45
19	Нижнегорский район	0,3	0,15	3,4	0,55	0,43
20	Черноморский район	0,4	0,12	6,9	0,39	0,40
21	Ленинский район	0,2	0,10	4,0	0,41	0,31
22	Раздольненский район	0,1	0,22	4,1	0,35	0,29
23	Кировский район	0	0,10	5,5	0,45	0,28
24	Первомайский район	0,2	0,11	4,5	0,30	0,21
25	Джанкойский район	н/д	н/д	3,8	н/д	н/д

Источник: составлено по данным [4].

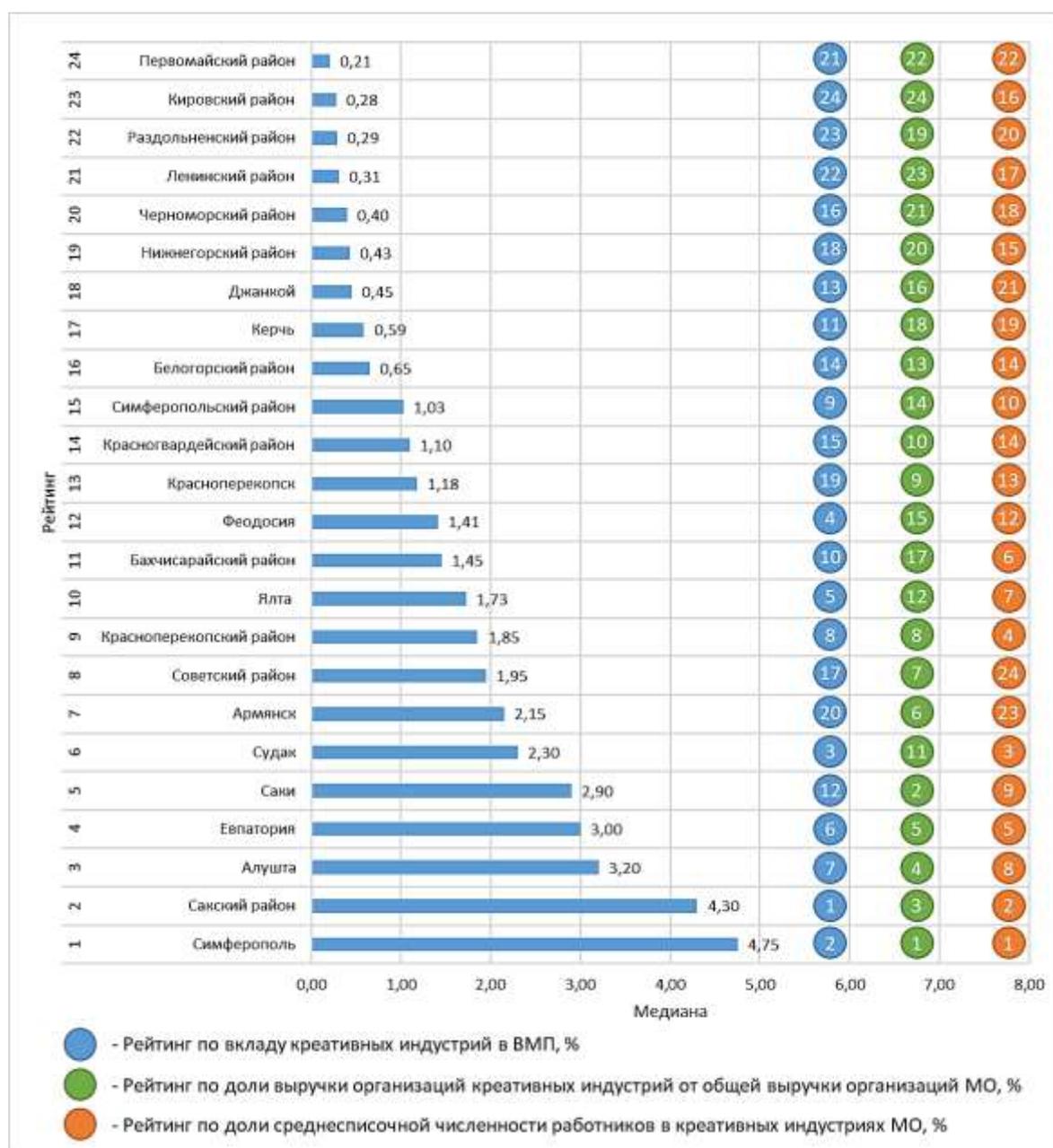


Рисунок 1.11 – Рейтинг муниципальных образований Республики Крым в 2021 г. по ключевым индикаторам и показателям эффективности

Источник: составлено автором по [4].

Отметим, что аутсайдерами по развитию креативных индустрий являются районы (Черноморский, Ленинский, Раздольненский, Кировский, Первомайский, Джанкойский), которые традиционно, занимались возделыванием зерновых культур, овощей, птицеводством и животноводством.

Сакский район, наряду с г. Симферополь и такими курортными городами как Алушта, Евпатория, Саки, Судак, отнесен к среднеразвитым муниципальным образованиям с потенциалом развития креативной

экономики выше среднего. Советский, Красноперекоский, Бахчисарайский – это районы со средним потенциалом развития креативных индустрий. А вот Красногвардейский, Симферопольский, Белогорский, Нижнегорский требуют к себе особого внимания, так как являются «спящими», т. е. уровень ключевых показателей в перспективе позволит региону иметь больший вклад креативных индустрий, чем на текущий момент. Креативный профиль Республики Крым в 2021 г. по количеству организаций и среднесписочной численности работников представлен на рисунке 1.12.



Рисунок 1.12 – Креативный профиль Республики Крым в 2021 г. по количеству организаций и среднесписочной численности работников

Источник: составлено автором по [4; 48].

«Подводя итоги по анализу креативности региона, можно отметить, что развитие креативных индустрий способствуют решению как социальных, так и экономических задач.

Социальные:

– создание дополнительных рабочих мест (от простого ручного труда до высокотехнологичного);

– повышение занятости и самозанятости населения (возможность самореализации);

- повышение качества и уровня жизни населения (создание комфортных условий для воспроизводства рабочей силы);
- изменение структуры занятости на рынке труда;
- стимулирование трудовой миграции (использование сезонного колебания для нивелирования разрывов в региональном развитии).

Экономические:

- пополнение бюджетов региона и муниципальных образований;
- увеличение доли вклада в ВРП и ВМП;
- снижение затрат на выплаты по безработице;
- рост суммарной выручки от реализации креативной продукции и предоставления услуг» [48].

1.3 Анализ связанности деятельности организаций с креативными индустриями

Паскаль Кулс, основываясь на своем практическом опыте, утверждает, что «творческий сектор очень важен и его благами пользуются каждый день. Евросоюз признает творческий сектор еще и потому, что индустрии влияют на развитие других сфер экономики. Так возникает кросс-индустриальное взаимодействие среди разных отраслей» [33].

Анализируя пространственное развитие в различных регионах Российской Федерации, мы пришли к выводу, что каждый регион вырабатывает свою политику развития креативной экономики через «эффективные формы пространственной организации инновационных процессов и хозяйственной деятельности» [1]. Например, арктический регион развивается благодаря устойчивой связи кластерно-сетевой структуры экономики с механизмом инновационного роста и социально-экономического развития. Так, Агарков С. А., основываясь на принципах системного взаимодействия предлагает «кластерную модель пространственной организации интерактивных инновационных процессов, как способ адаптации к вызовам времени» [1]. Акбердина В. В. и Смирнова О. П., рассматривают креативную индустрию через призму кросс-функционального взаимодействия, а креативный продукт – как результат кросс-индустриальной конвергенции. Такой подход позволяет авторам сделать вывод, что креативная индустрия не может базироваться на узконаправленном развитии, создавать и продвигать только креативный продукт. Креативная индустрия является одним из основных трендов развития региональной (городской) экономики, а «цифровые кросс-индустриальные (межотраслевые) технологические процессы преобладают абсолютно во всех отраслях экономики, меняя их структуру и переводя на качественно новый технологический уровень бизнес-процессы» [2].

Альжанова Ф. Г. и Лашкарева О. В. в своих исследованиях пришли к выводу, что «именно экосистемная модель креативной экономики позволит

достичь участникам креативной индустрии положительного синергетического эффекта в реализации своих стратегических целей развития в условиях цифровой трансформации» [3]. Применение инструментария индустриальной цифровой платформы, позволит реализовывать кросс-функциональное взаимодействие участников в экосистеме. Цифровое кросс-функциональное взаимодействие в рамках цифровой платформы расширит внешние коммуникации и каналы продвижения, позволит внедрить цифровые бизнес-модели и повысить качество товаров и услуг, но при этом требует обеспечения совместимости систем креативной индустрии, функционирования единой цифровой платформы и облачных технологий.

Быстров А. В., Толстых Т. О. и Радайкин А. Г. [9] посвятили свое исследование роли моделей кросс-индустриальной конвергенции в развитии креативной индустрии. Появлению модели кросс-индустриальной конвергенции предшествует объективный «процесс усиления мультидисциплинарной природы знаний и технологий, проникновения традиционных, зрелых технологий на новые рынки в новом качестве, усложнения этических и социальных проблем в ходе усиления влияния новых технологий» [9]. Благодаря кросс-функциональному взаимодействию получили широкое распространение кросс-индустриальные инновации. Ханн Т. еще в 2014 году дал определение «кросс-индустриальным инновациям» – это «творческая имитация существующих решений для удовлетворения потребностей других индустрий. Такими решениями могут быть технологии, патенты, специальные знания, способности, бизнес-процессы, общие принципы или целые бизнес-модели» [61].

«Модель кросс-индустриальных инноваций наиболее точно отвечает задачам создания межотраслевых креативных кластеров, которые стали относительно новым направлением развития теории и практики кластеров. Во-первых, межотраслевые креативные кластеры используют систему распространения знаний и технологий на основе кросс-функционального взаимодействия. Во-вторых, предприятия в креативном кластере имеют конкурентные преимущества в виде специализации, которая позволяет минимизировать затраты на внедрение инноваций. «В целом можно считать, что кластеры межсекторальные по своей природе. Их развитие требует постоянного обмена знаниями и опытом внутри креативного кластера» [4; 48].

«Кросс-индустриальные изменения рассматриваются с позиций межотраслевого взаимодействия в рекреационной сфере и внедрения инновационных технологий, которые могут быть использованы напрямую в несвязанных друг с другом видах экономической деятельности, причем комплементарные эффекты от реализации таких услуг обеспечивают рывок в воспроизводстве рабочей силы, сохранении здоровья нации и научно-технологическом развитии страны» [49].

«Кросс-функциональное взаимодействие в креативной экономике – это совместная работа группы людей разных видов экономической деятельности, которая позволяет обеспечить быстрое и комплексное взаимодействие сотрудников для создания полноценного креативного продукта или услуги. В нашем случае данное понятие используется в контексте разработки и реализации рекреационного продукта. В Республике Крым самыми креативными считаются Западный и Юго-Восточный микроэкономические регионы, именно там благодаря кросс-индустриальной конвергенции и кросс-функциональному взаимодействию создаются уникальные санаторно-курортные услуги. Кросс-функциональное взаимодействие организаций креативной индустрии при создании санаторно-курортной услуги представлено на рисунке 1.13 [49].

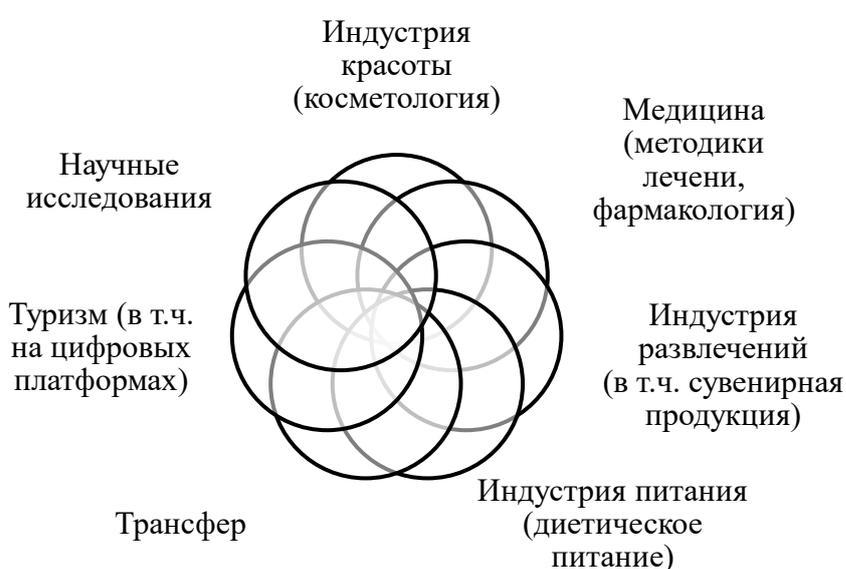


Рисунок 1.13 – Кросс-функциональное взаимодействие организаций креативной индустрии при создании санаторно-курортной услуги

Источник: [49].

Санаторно-курортные услуги являются результатом взаимодействия большого количества индустрий, а именно, медицины, фармакологии, добыче и переработке бальнеологических ресурсов, научно-исследовательской деятельности, индустрии питания, туризма, красоты (косметологии), трансфера и развлечений.

«Современные технологии открывают новые виды «впечатлений», таких как интерактивные экскурсии, Web-сайты, фильмы объектов показа с трехмерной графикой и виртуальная реальность.

«Как правило, «модные продукты обращаются преимущественно к эмоциям и ощущениям потребителей товаров и услуг, поэтому для Fashion Tech (высокие технологии высокой моды) стало важным создавать определенную атмосферу совершения покупки. Это заставляет внимательно

следить за визуальной и эмоциональной составляющими модного бизнеса в сети. Сайты модной индустрии обязаны думать о том, как со вкусом и красочно это сделать» [56]. Поэтому развитие Интернет-торговли сегодня сталкивается с проблемой передачи реальных тактильных, визуальных, вкусовых и других ощущений при совершении виртуальных покупок. Это способствует прогрессу в разработке специальных приложений и продуктов для обеспечения реальности впечатлений и восприятия креативного продукта или услуги.

«В целом кросс-индустриальная конвергенция и кросс-функциональное взаимодействие организаций способствуют развитию креативных кластеров, а кросс-индустриальные инновации формируют ряд преимуществ. Во-первых, это зачастую радикальные инновации, приводящие к появлению новых направлений креативной индустрии. Во-вторых, в рамках кластера у таких инноваций минимальные риски по продвижению, поскольку уже имеется опыт их внедрения в других индустриях. В-третьих, в рамках кросс-функционального взаимодействия становятся доступными решения по ускоренному выходу на рынок креативных продуктов и услуг» [56].

Кросс-функциональная конвергенция и кросс-индустриальное взаимодействие влияют на уровень связанности креативных отраслей.

Связанность смежных видов деятельности с креативными индустриями определяется востребованностью результатов их деятельности ключевыми отраслями креативных индустрий. Существует ряд отраслей, которые основываются только на интеллектуальной собственности и таланте носителей знаний (таблица 1.17).

Таблица 1.17 – Отрасли, отнесенные к креативной индустрии и не имеющие связанности со смежными отраслями

Отрасль	Ключевая отрасль		
	Производство	Услуги	Торговля
Дизайн коммуникационный (в т. ч. графический)	1		
Изобразительное искусство	1	1	
Культурно-историческое наследие (памятные места и памятники истории)		2	2
Литература		1	
Музеи и галереи		2	
Библиотеки и архивы		1	
Архитектура, инженерия		2	
НИОКР (научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы)		2	
Реклама		3	
Общественные организации		2	
Образование		5	

Источник: составлено автором по [4].

Например, «Литература» – это деятельность писателей, работающих на индивидуальной основе в области художественной, беллетристики, технической литературы и всех остальных жанров, работающих индивидуально, сюда же относится деятельность независимых журналистов, отнесенная к креативной индустрии.

Особое внимание заслуживают ключевые отрасли, отнесенные к креативной индустрии, которые имеют высокий уровень связанности со смежными и вспомогательными видами деятельности, отнесенными к креативной индустрии (таблица 1.18).

Таблица 1.18 – Отрасли, отнесенные к креативной индустрии и имеющие связанность со смежными отраслями

Отрасль	Связанность деятельности с креативными индустриями									
	Ключевые отрасли			Смежные отрасли						
	Производство (П)	Услуги (У)	Торговля (Т)	Учтенные			Неучтенные			Вспомогательные
				П	У	Т	П	У	Т	
Ремесла	1			4					8	-3
Дизайн предметный	1			13			11			
Мода	1			21					11	-4
Кино и анимация		5		3					5	-3
Телевидение и радио		5	3	5					4	-5
Фотография		1		3					3	
Настольные игры (без учета компьютерных игр)	1								4	
Музыка	4			4			5			-4
Издательская деятельность		7		2					4	
ПО и компьютерные игры	3	5		4					2	-10
Новые медиа и связь (веб порталы, блоггерство и прочее)		7								-4
Исполнительское искусство		4				1			1	
Развлечение и отдых		2		1	1		1			-1
Авторское право		4								-2
Ювелирное дело	7	1							3	-1
Сумма	18	41	3	60	1	1	17		45	37

Источник: составлено автором.

Только две отрасли («Дизайн коммуникационный (в т. ч. графический)» и «Изобразительное искусство») имеют производственную основу, остальные виды деятельности – это услуги креативной индустрии. Исключение составляет только «Культурно-историческое наследие»

(памятные места и памятники истории)», так как включает в себя торговлю продукцией креативной индустрии, а именно: розничная торговля предметами антиквариата; букинистическими книгами; филателистическими и нумизматическими товарами в специализированных магазинах.

Анализ показал, что 12 отраслей формируются за счет 25 видов деятельности, отнесенных к креативной индустрии, и не имеют связанности со смежными отраслями, то есть выступают обособленными видами деятельности, так как базируются на личном таланте, знаниях или в их деятельности присутствует эксклюзивное предоставление услуг.

Насколько объективно или необъективно те или иные виды деятельности отнесены или не отнесены к креативной индустрии? Этот вопрос останется без ответа до тех пор, пока в Российской Федерации не будет создан собственный каталог видов деятельности, отнесенных к креативной индустрии. Сейчас мы часто сталкиваемся с отнесением видов деятельности к креативной индустрии по образу и подобию с зарубежным представлением «Креативных индустрий» и оцениваем их принадлежность по частоте упоминания тех или иных видов деятельности в креативной индустрии. Это в корне неправильно. Кричевский А., председатель комитета РСПП по интеллектуальной собственности и креативным индустриям, подчеркивает, что «нельзя слепо копировать чужие подходы и модели, нужно вырабатывать собственные иммунитеты, основываясь на национальных традициях, сохраняя идентичность» [33].

Если в отрасли «Ремесла» к ключевому виду деятельности относится «Производство расходных материалов и продукции креативной индустрии», то к смежным отраслям, отнесенным к креативной индустрии, отнесены производство статуэток, украшений и изделий из дерева, пробки, соломки, фарфора и керамики, рам для картин, фотографий, зеркал и т. д.

Важно отметить, что в основной расчет не включается торговля продукцией креативных индустрий, которая специализируется на этом виде продукции. В Республике Крым, да и большинстве городов с высоким уровнем дохода от туризма, экскурсионной деятельности и продажи сувенирной продукции, этот вид деятельности не только относится к креативной индустрии, но и является основным видом трудоустройства (самозанятости). В курортный сезон вся индустрия ремесел работает на торговлю продукцией, отнесенной к креативной индустрии.

Ключевым видом деятельности в отрасли является «Дизайн предметный» – специализированная деятельность в области дизайна интерьера и экстерьера, то есть предоставление услуги креативной индустрии. К смежным специальностям, отнесенным к креативной индустрии, относятся производство расходных материалов и продукции креативной индустрии. К ним же относятся производство ковров, мебели, предметов садовой деревянной мебели, статуэтки, всевозможные дизайнерские элементы декора и т. д.

В таблице 1.19 представлены 16 отраслей, отнесенных к креативной индустрии. Их деятельность, обеспечивается 62 ключевыми видами деятельности (18 производственных видов деятельности, 41 вид деятельности по предоставлению услуг и три – торговля продукцией креативной индустрии) и 62 учтенными смежными видами деятельности (60 производственных видов деятельности, 1 – услуги креативной индустрии, 1 – торговля продукцией креативной индустрии). Отметим, что на 18 ключевых индустрий, имеющих собственное производство, приходится 60 производственных предприятий смежных отраслей, что говорит о высоком уровне связанности ключевых и смежных индустрий, отнесенных к креативной индустрии.

В формировании креативных отраслей также принимают участие отрасли, деятельность которых не учитывается в расчетах показателей креативной индустрии, так как они в других направлениях экономики выступают ключевыми отраслями (17 производственных видов деятельности и 45 – торговля продукцией креативной индустрии). Особая категория отраслей – это вспомогательные виды деятельности креативной индустрии (37): прокат, аренда, ремонт (оборудования, одежды, транспорта), производство штучных средств производства, копирование, торговля оптовая и розничная, где продукция креативной индустрии выступает как сопутствующий товар и т. д. Обратим внимание на то, что «Вспомогательные виды деятельности» вообще не учитываются в расчетах поступлений от креативной индустрии (в таблице со знаком «-»), хотя без них качество и скорость предоставление услуг гораздо ниже.

При анализе данных по результатам работы отраслей, отнесенных к креативной индустрии, расчет ключевых индикаторов и показателей эффективности креативных индустрий в Республике Крым по базовым отраслям без смежных отраслей ниже, чем те же показатели, в которых учтены смежные отрасли (таблица 1.19), поэтому значимость смежных отраслей в результатах деятельности базовых отраслей креативной индустрии очевидна.

Аргумент того, что такие виды деятельности как «Спорт», «Парфюмерия и косметика», «Ботанические сады, зоопарки и т.д.», «Туризм» и «Вино и гастрономия» не включены в отрасли, отнесенные к креативной индустрии, ввиду их редкого упоминания в зарубежных источниках, является слабым и необоснованным. Поэтому их включение в перечень отраслей, включенных в креативные индустрии, особенно для Крыма, является важным шагом в формировании собственного каталога.

В перечень креативных индустрий рекомендуется включить 5 отраслей («Спорт», «Парфюмерия и косметика», «Ботанические сады, зоопарки и т. д.», «Туризм» и «Вино и гастрономия»), в которых будут задействованы 24 вида деятельности, отнесенные к ключевым отраслям (10 производственных, 7 по предоставлению услуг креативной индустрии и 7 по торговле продукцией креативной индустрии).

Таблица 1.19 – Ключевые индикаторы и показатели эффективности креативных экономики в Республике Крым

Отрасли	Доля вклада креативных индустрий в ВРП, %	Доля от всех организаций, которые относятся к креативной индустрии, %	Доля от суммарной выручки всех организаций, которые относятся к креативной индустрии, %	Доля от всей численности занятых в регионе, %
Базовые отрасли (без учета смежных отраслей)	1,9	8,2	2,5	1,9
Базовые отрасли со смежными (связанными) отраслями	2,2	9,2	2,9	2,2

Источник: составлено автором по [4].

В таблице 1.20 представлены отрасли, которые в первую очередь должны быть отнесены к креативной индустрии не только для Крыма, но и для всего юга России.

Таблица 1.20 – Отрасли, рекомендуемые к включению в креативные индустрии

Отрасль	Связанность деятельности с креативными индустриями									
	Ключевая отрасль			Смежная отрасль						
	Производство (П)	Услуги (У)	Торговля (Т)	Учтенные			Неучтенные			Вспомогательные
П				У	Т	П	У	Т		
Спорт		1		1	3					+2
Парфюмерия и косметика	3			3						+1
Ботанические сады, зоопарки и т. д.	1									
Туризм		4								+3
Вино и гастрономия	6	2	7							
Сумма	10	7	7	4	3					6

Источник: составлено автором по [4].

Кроме этого, будут привлекаться и смежные отрасли, а именно: 4 производственных вида деятельности, 3 по предоставлению услуг креативной индустрии и 6 вспомогательных видов деятельности, отнесенных к креативной индустрии. Таким образом, на 24 ключевые отрасли будет приходиться 13 смежные отрасли.

Оценка связности креативных индустрий.

Связность креативных индустрий в настоящем исследовании – это величина, отражающая тенденцию креативных индустрий к совместному расположению в одном городе (таблица 1.21).

Таблица 1.21 – Показатели связности креативных индустрий – коэффициенты корреляции коэффициентов креативной специализации креативных индустрий

Вид деятельности, отнесенной к креативной индустрии	Музеи, библиотеки, архивы	Исполнительские искусства	Издательская деятельность	Фотография	Художественное творчество	Дизайн	Кино и анимация	Архитектура	Промыслы и ремесла	Телерадиовещание	Звукозапись	Ювелирное дело	Реклама и пиар	Образование в креативных индустриях	ИТ и видеонгры
Музеи, библиотеки, архивы	1	0,348	0,38	0,084	0,284	-0,03	0,041	-0,1	-0,065	0,057	-0,033	0,117	-0,009	0,011	-0,063
Исполнительские искусства	0,348	1	0,339	0,085	-0,001	-0,08	0,054	-0,07	0,012	0,111	-0,056	0	-0,051	0,15	-0,078
Издательская деятельность	0,38	0,339	1	0,01	0,248	0,003	0,022	0,076	-0,082	0,184	0,162	0,033	0,016	0,069	0,079
Фотография	0,084	0,085	0,01	1	-0,027	0,298	0,11	0,062	0,076	0,097	0,18	0,008	0,108	0,105	0,077
Художественное творчество	0,284	-0	0,248	-0,03	1	-0,01	0,067	-0,01	-0,065	0,08	0,225	0,03	-0,015	-0,057	-0,001
Дизайн	-0,026	-0,08	0,003	0,298	-0,006	1	0,461	0,279	0,16	0,084	0,616	0,03	0,535	0,083	0,368
Кино и анимация	0,041	0,054	0,022	0,11	0,067	0,461	1	0,157	0,09	0,13	0,356	-0,056	0,254	0,047	0,214
Архитектура	-0,099	-0,07	0,076	0,062	-0,012	0,279	0,157	1	-0,049	0,03	0,325	0,038	0,226	-0,094	0,382
Промыслы и ремесла	-0,065	0,012	-0,082	0,076	-0,065	0,16	0,09	-0,05	1	-0,055	0,051	-0,017	0,03	-0,045	-0,005
Телерадиовещание	0,057	0,111	0,184	0,097	0,08	0,084	0,13	0,03	-0,055	1	0,171	0,071	0,198	-0,088	0,175
Звукозапись	-0,033	-0,06	0,162	0,18	0,225	0,616	0,356	0,325	0,051	0,171	1	-0,007	0,42	0,06	0,311
Ювелирное дело	0,117	0	0,033	0,008	0,03	0,03	-0,056	0,038	-0,017	0,071	-0,007	1	0,087	-0,023	0,08
Реклама и пиар	-0,009	-0,05	0,016	0,108	-0,015	0,535	0,254	0,226	0,03	0,198	0,42	0,087	1	0,016	0,465
Образование в креативных индустриях	0,011	0,15	0,069	0,105	-0,057	0,083	0,047	-0,09	-0,045	-0,088	0,06	-0,023	0,016	1	-0,018
ИТ и видеонгры	-0,063	-0,08	0,079	0,077	-0,001	0,368	0,214	0,382	-0,005	0,175	0,311	0,08	0,465	-0,018	1

Источник: составлено автором.

Показатель связности i -й и j -й креативных индустрий рассчитывался как коэффициент корреляции двух переменных – коэффициентов креативной специализации i -й и j -й индустрий.

Идентификация связности i -й и j -й креативных индустрий осуществляется по шкале, где:

- в интервале $(-\infty; 0]$ – низкий уровень связанности;
- в интервале $(0; 0,3]$ – средний уровень связанности;
- в интервале $(0,3; +\infty)$ – больше пограничного значения высокий уровень связанности.

Следуя критериям идентификации, в таблице 1.21 отражен уровень связанности видов деятельности, отнесенных к креативной индустрии. По цветовой гамме: насыщенный зеленый цвет говорит о высоком уровне связанности, и максимальное значение его равно единице. Все ячейки, которые имеют зеленый цвет или зеленый оттенок, а по значению выше 0,3, говорят о высоком уровне связанности видов деятельности. Ячейки желтого цвета с оттенками оранжевого, имеющие значения в интервале от 0 до 0,3, говорят о среднем уровне связанности видов деятельности. Ячейки красного цвета и с красными оттенками, которые имеют отрицательные значения, говорят об отсутствии связанности между видами деятельности.

Анализируя уровень связанности, мы можем говорить о пространственном их расположении, удаленности друг от друга как по ресурсной, так и по функциональной зависимости. В зависимости от этого, можно формировать креативную специализацию городов. Показателем креативной специализации городов выступает коэффициент, который идентифицируется по шкале, представленной в таблице 1.22.

Таблица 1.22 – Идентификация уровня креативной специализации городов, через ее коэффициент

Лингвистическая интерпретация	Интервальное значение	Цветовая гамма
низкое	$(-\infty; 0,5]$	розовый
среднее	$(0,5; 0,7]$	коричневый
высокое	$(0,7; 1,0]$	зеленый
очень высокое	$(1,0; +\infty)$	синий

Источник: составлено автором.

Проанализируем коэффициент креативной специализации крупных городов Крыма и города федерального значения Севастополь, а именно: Евпаторию, Керчь, Симферополь, Феодосию и Ялту. Эти города нами выбраны не только потому, что являются «Точками притяжения», но и потому, что являются туристическими центрами, где формируется спрос на товары и услуги, реализуемые организациями, отнесенными к креативной индустрии. Креативная специализация городов Республики Крым по видам деятельности, отнесенных к креативным индустриям, представлена в таблице 1.23.

Таблица 1.23 – Креативная специализация городов Республики Крым по видам деятельности, отнесенных к креативным индустриям

Город	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеопры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Терапевтическое	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях
Севастополь	В	ОВ	С	С	ОВ	В	С	ОВ	ОВ	С	ОВ	ОВ	ОВ	ОВ	Н
Евпатория	Н	В	С	В	С	Н	ОВ	ОВ	В	Н	С	Н	С	Н	Н
Керчь	Н	Н	В	В	Н	Н	Н	ОВ	Н	Н	Н	ОВ	Н	С	Н
Симферополь	В	С	Н	ОВ	ОВ	Н	В	ОВ	Н	Н	ОВ	С	Н	С	Н
Феодосия	Н	В	Н	В	ОВ	Н	Н	ОВ	В	Н	Н	ОВ	Н	Н	Н
Ялта	Н	ОВ	Н	Н	ОВ	Н	С	ОВ	Н	Н	Н	ОВ	ОВ	Н	Н

Источник: составлено автором.

Так, для города федерального значения Севастополь с точки зрения специализации характерны практически все виды деятельности, отнесенные к креативной индустрии: 8 видов (Архитектура, Дизайн, Исполнительские искусства, Фотография, ИТ и видеоигры, Музеи, библиотеки, архивы, Фотография, Художественное творчество, Телерадиовещание, Ювелирное дело, Промыслы и ремесла) имеют высокий уровень специализации, 4 – средний (Звукозапись, Издательская деятельность, Кино и анимация, Реклама и пиар), и не свойственным видом деятельности для города является Образование в креативной индустрии.

Город Феодосия гордится высоким и очень высоким уровнем по шести направлениям деятельности (Дизайн, Издательская деятельность, Фотография, Кино и анимация, Музеи, библиотеки, архивы, Фотография, Промыслы и ремесла), 4 направления специализации находятся на среднем уровне (Звукозапись, Исполнительские искусства, Телерадиовещание, Ювелирное дело) и 5 видов деятельности на низком уровне, которые не могут влиять на его специализацию.

Город Керчь гордится своими пятью видами деятельности, отнесенными к креативной индустрии (Звукозапись, Издательская деятельность, Фотография, Музеи, библиотеки, архивы). Ювелирное дело находится на среднем уровне.

Город Симферополь обладает шестью видами деятельности с высоким и очень высоким коэффициентом специализации (Архитектура, Издательская деятельность, Исполнительские искусства, Кино и анимация, Музеи, библиотеки, архивы, Фотография, Телерадиовещание), три вида деятельности, отнесенные к креативной индустрии, имеют коэффициент специализации среднего уровня (Дизайн, Фотография, Ювелирное дело), 6 видов деятельности не получили активного развития.

Всероссийская детская здравница г. Евпатория развивает шесть видов деятельности, отнесенные к креативной индустрии, на высоком и очень высоком уровне (Дизайн, Издательская деятельность, Исполнительские искусства, Фотография, Музеи, библиотеки, архивы, Промыслы и ремесла), девять видов деятельности только начинают проявляться в области креативной экономики.

Город Ялта, как центр притяжения туристических потоков, гордится пятью видами деятельности, отнесенными к креативной индустрии (Дизайн, Исполнительские искусства, Музеи, библиотеки, архивы, Фотография, Художественное творчество). Несмотря на то, что в советское время город был центром киноиндустрии, этот вид деятельности только сейчас начал восстанавливаться и набирать силу, поэтому «Кино и анимация» по уровню специализации уже достиг среднего уровня.

Спроецируем связанность видов деятельности, отнесенных к креативной индустрии, представленных в таблице 1.24, на их пространственное размещение на территории Республики Крым.

Таблица 1.24 – Связанность креативных индустрий Республики Крым по видам деятельности, отнесенных к креативным индустриям

Республика Крым	Архитектура	Разработка ПО	Издательская деятельность	Деятельность в области отдыха и развлечений	Научные исследования и разработка	Кино и анимация	Телерадиовещание	Реклама и пиар	Образование в креативных индустриях	ИТ и видеопиар
Архитектура	1,000	0,382	0,226	0,348	0,382	-0,094	0,157	0,076	-0,049	0,030
Разработка ПО	0,382	1,000	0,465	0,084	0,077	0,060	0,461	0,248	0,012	0,111
Издательская деятельность	0,226	0,465	1,000	0,380	0,465	0,016	0,254	0,079	0,030	0,198
Деятельность в области отдыха и развлечений	0,348	0,084	0,380	1,000	0,063	0,011	0,356	0,162	-0,065	0,084
Научные исследования и разработки	0,382	0,077	0,465	0,063	1,000	-0,018	0,214	0,016	0,080	0,175
Кино и анимация	-0,094	0,060	0,016	0,011	-0,018	1,000	0,047	0,069	-0,045	-0,088
Телерадиовещание	0,157	0,461	0,254	0,356	0,214	0,047	1,000	0,022	0,090	0,130
Реклама и пиар	0,076	0,248	0,079	0,162	0,016	0,069	0,022	1,000	-0,055	0,184
Образование в креативных индустриях	-0,049	0,012	0,030	-0,065	0,080	-0,056	0,090	-0,055	1,000	0,057
ИТ и видеопиар	0,030	0,111	0,198	0,084	0,175	-0,088	0,130	0,184	0,057	1,000

Источник: составлено автором.

Критерии и уровни идентификации связанности i -й и j -й креативных индустрий:

- низкая $(-\infty; 0]$ – отсутствует связанность (желтый цвет);
- средняя $(0; 0,3]$ – средний уровень связанности (зеленый цвет);
- высокая $(0,3; +\infty)$ – высокий уровень связанности (синий цвет).

Высокий и средний уровень связанности со всеми видами деятельности, отнесенными к креативной индустрии, имеет «Телерадиовещание», «Издательская деятельность», «Разработка ПО».

Отсутствие связанности по одному виду деятельности имеют «ИТ и видеоигры» с «Кино и анимацией»; «Реклама и пиар» с «Образованием в креативных индустриях»; «Деятельность в области отдыха и развлечений» с «Образованием в креативных индустриях» и «Научные исследования и разработки» с «Кино и анимацией».

«Архитектура» не нашла общих интересов с «Кино и анимация» и «Образованием в креативных индустриях».

«Кино и анимация» никак не пересекается с такими видами деятельности, как «Архитектура», «Научные исследования и разработки», «Образование в креативных индустриях» и «ИТ и видеоигры». А «Образование в креативных индустриях» не пересекается с такими видами деятельности, как «Архитектура», «Деятельность в области отдыха и развлечений», «Кино и анимация», «Реклама и пиар».

1.4 «Умный Крым» – как форма креативно-пространственного развития региона

Креативно-пространственное развитие все чаще называют новой реальностью, так как анализ мирового опыта показывает, что уровень социально-экономического развития стран и регионов на современном этапе тесно связан с уровнем развития креативной экономики. «Креативная экономика – это экономика, которая использует достижения экономики знаний и основана, прежде всего, на материализации новых, оригинальных идей и замыслов как в сфере научно-исследовательской деятельности, так и в области бизнеса, искусства, культуры, ИТ-технологий или дизайна» [10; 49]. «Это экономика, основанная на инновациях, новинках и креативных продуктах. При этом инновационный продукт не обязательно должен быть новой технологией: это может быть что-то хорошо знакомое, но под новым углом, в новом контексте. Иными словами – то, что удивит воображение будущих потребителей» [10; 45]. «Креативная экономика находится на стыке высоких технологий и творчества, что позволяет приносить все больший вклад в общий прирост ВВП развитых стран и дает высочайшие показатели роста в мировой экономике (10–25 %)» [15; 45].

Мировая практика и опыт реализации национальных проектов «Жилье и комфортная городская среда», «Цифровая экономика Российской

Федерации», «Экология» предполагают расширение концепции «Умный город» до концепции «умный регион». В исследовании Табекина А. В. и Егоровой А. А. [39] делается акцент на то, что в рамках концепции «Умный город» значительная часть социально-экономических проблем населения и развития территорий не может быть решена в полном объеме для этого требуется привлечение других «иерархических уровней управления в рамках концепций «Умный регион» и «Умная страна» [40].

Одним из наиболее эффективных способов продвижения идей креативной экономики является последовательная и системная реализация концепции «Умного региона», которая основана на «внедрении в различные сферы жизни информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), способных ускорить экономическое развитие территорий и повысить качество жизни граждан. Это концепция масштабирования технических решений, методов управления и социальных практик умного города на все муниципальные образования региона, также она предполагает развитие цифровой экономики, производства и использования инноваций в рамках региональной специализации, предполагающая создание необходимой для этого инфраструктуры и культивирование компетенций, востребованных в информационном обществе, у жителей региона» [29; 49].

Рассматривая Республику Крым как объект исследования, можно выделить основные направления реализации концепции «Умный Крым»:

- повышение комфортности жизни на территории Республики Крым;
- повышение качества жизни населения Республики Крым;
- повышение конкурентоспособности экономики Республики Крым;
- повышение эффективности системы государственного и муниципального управления Республики Крым;
- системное внедрение сервисов и решений, опирающихся на наиболее современные достижения в области цифровых технологий, позволяющих на новом уровне решить наиболее актуальные для жителей республики проблемы.

«В качестве основных задач реализации концепции «Умный Крым» можно выделить:

- цифровизация экономики и социальной жизни Республики Крым (формирование цифрового отображения основных социально-экономических процессов в совокупности с развитием соответствующих информационных систем);
- совершенствование законодательства Республики Крым в целях снятия ограничений, препятствующих внедрению интеллектуальных цифровых технологий, формирование нормативной правовой основы для использования механизма государственно-частного партнёрства в сфере ИКТ и развития умных городов;
- развитие инфраструктуры на территории Республики Крым за счёт внедрения ИКТ и Интернета вещей;

- развитие элементов электронного правительства и внедрение механизмов цифрового правительства, использующего большие данные для принятия управленческих решений, в системе государственного и муниципального управления Республики Крым;
- цифровизация отраслей и кластеров экономики, а также различных сфер общественной жизни Республики Крым, использование больших данных как фактора развития экономики, социальной сферы, государственного и муниципального управления на территории Крыма;
- создание условий, способствующих переходу населения и организаций Республики Крым к более широкому использованию интеллектуальных цифровых технологий;
- стимулирование расширения внутреннего рынка интеллектуальных цифровых технологий;
- создание в Республике Крым новых рабочих мест, связанных с созданием и использованием ИКТ;
- поддержка и продвижение продуктов цифровой экономики, создаваемых на территории Республики Крым;
- трансформация системы образования на территории Республики Крым под задачи распространения ИКТ в различных сферах жизни, кадровое обеспечение сферы ИКТ;
- внедрение энергосберегающих и экологически чистых цифровых технологий;
- создание новых публичных сервисов (программных продуктов) для граждан;
- цифровизация общественных пространств Республики Крым;
- формирование культуры информационного общества у населения Республики Крым;
- форсирование агломерационных процессов умных городов, формирование новых узловых городских районов в Республике Крым;
- масштабирование достижений умных городов на негородские районы Республики Крым, внедрение стандартов информатизации и использования ИКТ во всех муниципальных образованиях Республики Крым;
- создание на территории Республики Крым условий для привлечения инвестиций в сферу ИКТ и Интернета вещей, а также в разработку решений для умного города;
- создание условий, способствующих привлечению населения, представителей бизнес-сообщества и научного сообщества Республики Крым к участию в разработке и реализации проектов в сфере интеллектуальных цифровых технологий, формирование сообществ активных граждан, стремящихся к инновациям;
- создание на территории Республики Крым условий для проведения исследований и разработок в сфере развития умных городов и информационно-коммуникационных технологий;

– организация обмена опытом использования интеллектуальных цифровых технологий в различных сферах, в том числе путем проведения в Республике Крым форумов и конференций.

Реализация концепции «Умный Крым» ориентирована на широкий круг пользователей:

– граждане (основные потребители и благополучатели при внедрении «умных» сервисов);

– предприятия, организации (пользователи цифровых технологий и инфраструктуры для повышения конкурентоспособности);

– представители всех уровней власти (администрации муниципальных образований, налоговые органы и т. д.);

– креативное сообщество (исследователи, изобретатели, предприниматели, обучающиеся, нацеленные на творческое развитие и использование цифровых компетенций)» [36; 49].

Концепция «Умный Крым» как форма креативно-пространственного развития в первую очередь должна быть направлена на внедрение умных технологий в различные сферы общества на территории Республики Крым. Основными направлениями для этого могут быть:

1. Умные технологии – информационно-коммуникационные технологии (компьютерные технологии, сотовая связь, мобильные приложения), а также совокупность технологий, которые входят в рамки цифровой экономики: большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект, системы распределенного реестра, квантовые технологии, новые производственные технологии (аддитивной технологии – 3D-печать и пр.), промышленный интернет, компоненты робототехники и сенсорики, технологии беспроводной связи (Wi-Fi, 5G и др.), технологии виртуальной и дополненной реальностей.

2. Креативные технологии – сектор экономики и тип социокультурных практик, в основе которых лежит творческая, интеллектуальная составляющая: изобразительные и исполнительские искусства, кино, мода, ремесла, издательское дело, реклама, дизайн, архитектура, Интернет и мультимедиа.

3. Акселерация инноваций – это комплекс мероприятий, направленных на продвижение инновационных технологий, включающих в себя популяризацию научно-технических и инновационных процессов региона.

4. Благоустройство – комплекс мероприятий, направленных на обеспечение безопасных, удобных условий проживания граждан, поддержание и улучшение санитарного и эстетического состояния дворовых и общественных территорий (включая создание, приобретение, установку, устройство, реконструкцию, модернизацию, ремонт дворовых и общественных территорий или отдельных объектов и элементов, расположенных на них).

Системное взаимодействие перечисленных выше направлений позволит существенно улучшить социально-экономическое положение региона и уровень жизни граждан, так как они имеют достаточно много точек соприкосновения (рисунок 1.14).



Рисунок 1.14 – Взаимодействие основных направлений концепции «Умный Крым»

Источник: [22; 23].

Основными участниками формирования и реализации концепции «Умный Крым» являются: граждане; бизнес, СМИ, культура, образование, наука, учреждения; органы власти, институты развития. Схематически их взаимодействие может быть представлено в виде рисунка 1.15.

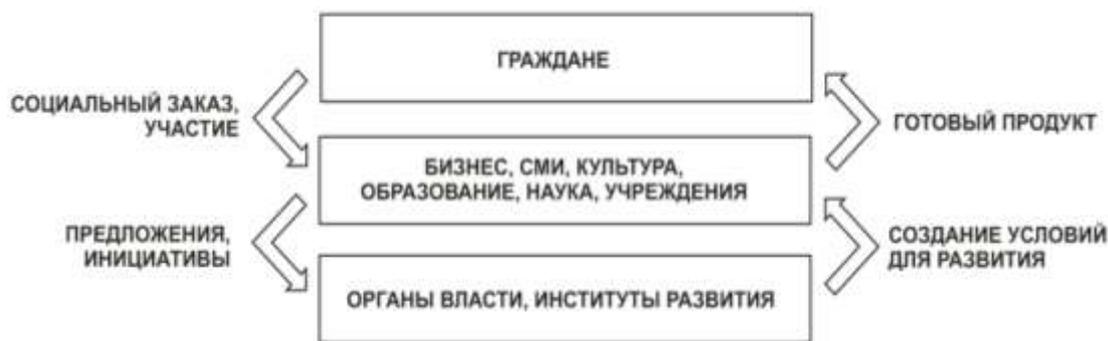


Рисунок 1.15 – Взаимодействие участников концепции «Умный Крым»

Источник: [22; 24].

Формирование и реализация концепции «Умный Крым» должно быть основано на анализе успешных практик внедрения цифровых технологий в

различных городах мира. При этом необходимо предварительно определиться с основными функционально-технологическими областями развития умных сервисов. В качестве одного из вариантов решения этой задачи может быть предложен подход, представленный Международным союзом электросвязи (головная организация ООН), который предлагает рассмотреть шесть функционально-технологических областей: «умный» образ жизни, «умные» люди, «умная» экономика, «умная» мобильность, «умное» управление, «умная» среда (рисунок 1.16) [41].

Возьмем эти функциональные области за основу при разработке концепции «Умный Крым». Рациональный подход к формированию и к последовательной реализации концепции «Умный Крым» позволит быстрыми темпами осуществлять креативно-пространственное развитие Республики Крым, повышать конкурентоспособность ее экономики и инвестиционную привлекательность, так как умные территории имеют возможность решать целый ряд дифференцированных задач. Они создают процесс с эффективным управлением ресурсами и позволяют извлечь выгоды от сотрудничества в области информационно-коммуникационных технологий, транспорта, энергетики, водоснабжения и здравоохранения, что ведет к повышению качества жизни населения [41].

Петренко Е. С. и Королева А. А. считают, что в «современных условиях приоритетными факторами развития производства становятся креативность и инновационность, что способствует возникновению новой концепции экономики – креативной экономики. Креативная экономика стимулирует формирование привлекательного инвестиционного климата как городов, так и других территориальных единиц, способствующего росту социального согласия и развития социальной сферы, модернизирующей сферу образования и вызывающей рост общего благосостояния территории» [32].

Концепция «Умный Крым» при внедрении имеет ряд технических и организационных ограничений, а именно, должны быть в наличии:

во-первых, мощная мобильная сеть по технологии 5G, и не только в городах, но и в сельских поселениях;

во-вторых, Интернет вещей. Экосистема Интернет вещей соединяет воедино носимые устройства, интеллектуальные бытовые приборы, медицинское оборудование, транспортные средства, светофоры, остановки общественного транспорта, системы интеллектуальных развлечений, умные дома, системы умного учета электроэнергии, приборы для обнаружения утечек вредных веществ и загрязнения воды и воздуха. Каждый из перечисленных элементов является частью «Умного Крыма», которые связаны друг с другом посредством широкополосной сети;

в-третьих, технологии геолокации, которые выступают базисом любого решения для «Умного Крыма». Геопространственные технологии обеспечивают сбор достоверных и анализ многочисленных данных;

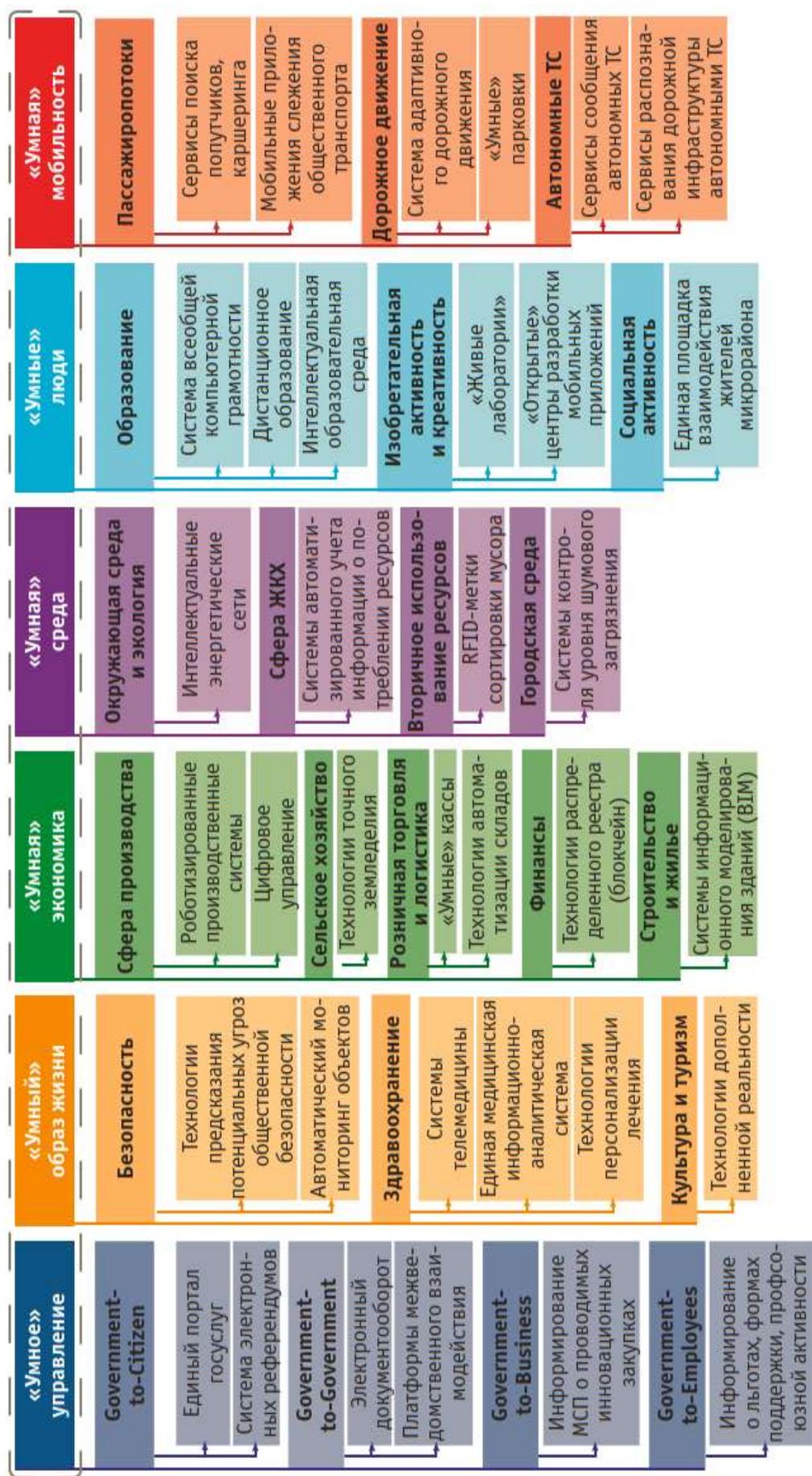


Рисунок 1.16 – Функционально-технологические области для реализации концепции «Умный Крым»

Источник: [41].

в-четвертых, Искусственный интеллект, который помогает в планировании маршрутов общественного транспорта; безопасной интеграции городской транспортной сети в региональную; управлении системами электро- и водоснабжения, вывоза и утилизации отходов; предоставлении персональных медицинских, образовательных и почтовых услуг;

в-пятых, иммерсивные технологии, которые позволяют создавать виртуальную и дополненную реальности, представляющие собой основу четвертой промышленной революции;

в-шестых, технологии блокчейн, повышающие безопасность и прозрачность обслуживания сервисов «Умного Крыма». Они позволяют осуществлять надежные и прозрачные транзакции без посредников.

Понятие «Умный Крым» основывается на технологиях, связанных с эффективным развитием базовых элементов инфраструктуры «умного» региона.

Каждая из функционально-технологических областей реализует определенные цели, а именно:

- повышение качества жизни населения региона;
- повышение конкурентоспособности приоритетных направлений экономики на региональном («умные специализации»), федеральном («умные отрасли») и государственном уровнях («умная экономика»);
- повышение качества предоставления государственных услуг населению и бизнесу в электронной форме для обеспечения прозрачности принятия решений, на основе открытых данных;
- формирование устойчивой цифровой культуры населения Крыма;
- обеспечение комфортного и безопасного передвижения граждан и транспорта, использование экологически чистого транспорта;
- мониторинг качества окружающей среды, использование цифровых технологий с целью экономии потребления ресурсов и быстрого реагирования на кризисные и аварийные ситуации.

Для достижения поставленных целей в рамках концепции «Умный Крым» решаются следующие социально-экономические задачи:

- предоставление услуг населению, бизнесу, эффективное межведомственное взаимодействие и соблюдение прав сотрудников при содействии профсоюзной организации;
- обеспечение общей безопасности, равный доступ к системе здравоохранения и объектам культуры и показа;
- поддержка приоритетных направлений экономики – производство, сельское хозяйство, санаторно-курортная отрасль, строительство, торговля, логистика и финансовый сектор;
- формирование безбарьерной и экологически чистой среды с учетом потребления ресурсов и их вторичного использования;

– обеспечение равного доступа к системе образования, организация пространства по реализации креативных (изобретательных) способностей и социальной активности;

– обеспечение мобильности граждан внутри региона – повышение эффективности использования дорог как личным, так и общественным транспортом, внедрение «умного» транспорта и «умных» парковок, стирание границ между городом и сельским поселением.

Важным аспектом внедрения концепции «Умный Крым» является готовность населения региона к использованию информационно-коммуникационных технологий. Проведенные исследования Московской школы управления СКОЛКОВО показали, что по показателям «уровень развития цифровой инфраструктуры в регионе», «степень готовности жителей использовать ИКТ», «уровень интенсивность внедрения ИКТ в хозяйственную деятельность и создание ценности» Республику Крым нельзя охарактеризовать однозначно (таблица 1.25).

Таблица 1.25 – Результаты оценки готовности Республики Крым к реализации концепции «Умный Крым»

Показатель	Уровни оценки		
	Высокий	Средний	Низкий
Уровень развитие цифровой инфраструктуры в регионе			Н
Степень готовности жителей использовать ИКТ		С	
Уровень интенсивность внедрения ИКТ в хозяйственную деятельность	В		
Уровень создание ценности			Н

Источник: составлено автором по [47; 48; 49; 50].

Это регион, который характеризуется дисбалансом (цифровыми «разрывами») разного уровня в развитии инфраструктуры, низким уровнем готовности населения использовать цифровые сервисы, но при этом предприятия активно внедряют цифровые технологии в хозяйственную деятельность. Несмотря на это, влияние информационно-коммуникационных технологий на создание цепочки ценностей низкий.

«Внедрение концепции «Умный Крым» в управление устойчивым социально-экономическим развитием региона можно представить в виде последовательности трех этапов, включающих определение стратегических приоритетных направлений экономики текущей и перспективной специализации региона, оценку уровня цифровизации человеческого капитала региона, и на основании полученных результатов формирование механизмов институционализации и имплементации концепции «Умный регион» в управление устойчивым его развитием (рисунок 1.17)» [48, 49].



Рисунок 1.17 – Последовательность внедрения концепции «Умный Крым»

Источник: составлено автором.

«Таким образом, успешная имплементация концепции «Умный Крым» на основе предложенных инструментов и механизмов будет способствовать эффективному развитию приоритетных направлений экономики региона, подкрепленных соответствующими технологиями, и цифровых компетенций регионального человеческого капитала, что будет способствовать ряду положительных эффектов в контексте достижения целей устойчивого социально-экономического развития. Среди таких положительных эффектов:

– обеспечение целостности регионального сообщества за счет создания условий для развития человеческого и социального капитала и повышение качества жизни населения;

– сохранение локальной истории и культуры, «креативного знания» как фактора наукоемкого инновационного развития;

– усиление пространственной связности урбанизированных и сельских территорий в контексте стирания границ между городом и сельским поселением;

– рост конкурентоспособности региона за счет формирования и развития синергии между физической и цифровой инфраструктурой.

Таким образом, концепция «Умный Крым» – одна из составляющих цифровой экономики, подразумевающая всестороннее внедрение

информационно-коммуникационных технологий в процессы управления регионом – его инфраструктурой, транспортом, службами ЖКХ и т. д. с целью бережливого расходования ресурсов и повышения качества жизни населения» [44; 45].

Реализация концепция «Умный Крым» – это итеративное приближение к сформулированным целям путем последовательного решения поставленных задач.

1.5 Исследование креативного потенциала крупных городов Республики Крым

По словам председателя «ВЭБ.РФ» И. Шувалова, «во многих федеральных округах России есть города, которые выступают центрами креативного пространства и создают условия для новых возможностей и развития. Помимо роста занятости населения, реализуемые ими проекты, меняют атмосферу и среду города. Для молодых и инициативных людей возникают новые точки притяжения для развития малого и среднего предпринимательства» [17; 18].

М. Магрилов отметил, что «разработка методики «Оценка индекса креативного потенциала в городах России» на базе «Индекса качества жизни», «Индекса креативного капитала» с учетом теории Р. Флориды, которая была дополнена за счет введения таких показателей, как городская инфраструктура, уникальные традиции, привлекательность бренда, культурные и исторические памятники, развитая театральная, гастрономическая или музыкальная сферы и многое другое, дает возможность провести оценку фактического состояния креативных индустрий в российских городах, а также определить потенциал их роста в экономике» [18].

Анализ креативного потенциала города проводится на основе данных по «60 показателям, которые сгруппированы по 5 основным блокам – «Люди», «Город», «Власть», «Бизнес» и «Бренды» [18]. Приведенные показатели наиболее полно описывают текущее состояние креативных индустрий в рамках каждого направления и позволяют объективно оценить потенциал креативного развития городской агломерации.

«Цель создания Индекса креативного потенциала – оценить фактическое состояние и перспективы развития креативных индустрий в городах России. Это поможет городским и региональным управленцам установить цели по развитию креативной экономики и адаптировать лучшие практики, бизнесу – определить перспективы своих деловых и социокультурных инициатив в городах, федеральной власти – сформировать общее видение развития креативных индустрий на национальном уровне» [18].

«Индекс креативного потенциала был разработан на основе данных уже существующего Индекса качества жизни в городах России (создан по инициативе государственной корпорации развития «ВЭБ.РФ»)» [16]. Для определения параметров оценки креативного потенциала был детально изучен существующий Индекс качества жизни в городах России, который был сформирован с учетом подхода Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). «Данная организация уже четверть века формирует стандарты развития городов и собирает детальную региональную статистику для более, чем 600 регионов и 650 городов по всему миру. Отдельные показатели Индекса качества жизни (62 из 266) оцениваются по методологии ОЭСР и позволяют проводить прямое сопоставление российских и зарубежных городов» [58].

Результаты оценки «Индекса качества жизни» городов Крым.

Ялта – наличие бренда города, музеев с грантом «Музей 4.0» и под открытым небом, наличие фондов и программ поддержки туристической индустрии, фондов и программ поддержки креативных индустрий. Расположен на берегу Ялтинского залива, в 51 км от Симферополя. Курортный и портовый город. Важная часть города – рекреационные ресурсы: заповедники, сады, парки, скверы, пляжи. Показатели для определения «Индекса качества жизни» г. Ялта, представлены в таблице 1.26.

Таблица 1.26 – Показатели оценки «Индекс качества жизни» г. Ялта

Показатель	Ялта	Среднее по кластеру	Среднее по городам индекса
Жилищные условия, баллы	32,26	51,82	54,22
Доход и работа, баллы	40,55	44,29	51,90
Здоровье, баллы	44,63	46,03	53,34
Образование, баллы	30,29	48,87	53,21
Мобильность, баллы	49,77	52,11	50,64
Благоустройство, баллы	76,68	51,53	54,97
Природно-экологические условия, баллы	52,63	50,10	47,93
Безопасность, баллы	79,12	54,21	58,09
Общественная активность и права граждан, баллы	38,92	45,24	48,37
Проведение свободного времени, баллы	68,07	46,48	50,90
Удовлетворенность, баллы	82,52	46,04	52,96
Сумма	595,44	536,72	576,53
Среднее значение	54,13	48,79	52,41

Источник: составлено по [16].

Евпатория – наличие бренда города, лидер по количеству музеев под открытым небом, наличие фондов и программ поддержки туристической индустрии, фондов и программ поддержки креативных индустрий.

Расположен на берегу Каламитского залива Черного моря, в 65 км от столицы полуострова Крым, является четвертым по численности городом-курортом на западе полуострова. Показатели для определения «Индекса качества жизни» г. Евпатория, представлены в таблице 1.27.

Таблица 1.27 – Показатели оценки «Индекс качества жизни» г. Евпатория

Показатель	Евпатория	Среднее по кластеру	Среднее по городам индекса
Жилищные условия, баллы	28,18	51,88	54,22
Доход и работа, баллы	26,88	43,42	51,90
Здоровье, баллы	49,51	53,84	53,34
Образование, баллы	34,88	41,9	53,21
Мобильность, баллы	48,81	54,32	50,64
Благоустройство, баллы	52,32	54,79	54,97
Природно-экологические условия, баллы	57,95	52,51	47,93
Безопасность, баллы	73,6	61,30	58,09
Общественная активность и права граждан, баллы	42,41	43,11	48,37
Проведение свободного времени, баллы	54,06	49,85	50,90
Удовлетворенность, баллы	72,59	54,62	52,96
Сумма	541,19	561,54	576,53
Среднее значение	49,20	51,05	52,41

Источник: составлено по [16].

Симферополь – наличие бренда города и центра креативных индустрии, фондов, а также финансовых и нефинансовых региональных и муниципальных программ поддержки креативных индустрий. Расположен в центре Крымского полуострова, в 1226 км к югу от Москвы, политический, экономический и культурный центр Республики Крым. Показатели для определения «Индекса качества жизни» г. Симферополь, представлены в таблице 1.28.

Таблица 1.28 – Показатели оценки «Индекс качества жизни» г. Симферополь

Показатель	Симферополь	Среднее по кластеру	Среднее по городам индекса
Жилищные условия, баллы	38,50	53,49	54,22
Доход и работа, баллы	47,26	52,82	51,90
Здоровье, баллы	68,49	54,36	53,34
Образование, баллы	53,12	53,75	53,21
Мобильность, баллы	47,80	50,61	50,64
Благоустройство, баллы	60,47	53,72	54,97
Природно-экологические условия, баллы	46,82	47,29	47,93
Безопасность, баллы	65,87	59,95	58,09

Показатель	Симферополь	Среднее по кластеру	Среднее по городам индекса
Общественная активность и права граждан, баллы	55,74	49,71	48,37
Проведение свободного времени, баллы	50,22	50,12	50,90
Удовлетворенность, баллы	58,27	53,39	52,96
Сумма	592,56	579,21	576,53
Среднее значение	53,87	52,66	52,41

Источник: составлено по [16].

Керчь – наличие бренда города, музеев под открытым небом, наличие фондов и программ поддержки туристической индустрии, финансовых и нефинансовых региональных и муниципальных программ поддержки креативных индустрий. Город расположен на берегу Керченского пролива, третий по величине город Крыма. Один из старейших городов мира, важный культурный и экономический центр. Один из основных портов Крыма, имеет статус «Город-герой». Показатели для определения «Индекса качества жизни» г. Керчь представлены в таблице 1.29.

Таблица 1.29 – Показатели оценки «Индекс качества жизни» г. Керчь

Показатель	Керчь	Среднее по кластеру	Среднее по городам индекса
Жилищные условия, баллы	39,73	51,88	54,22
Доход и работа, баллы	36,39	43,42	51,90
Здоровье, баллы	42,70	53,84	53,34
Образование, баллы	35,74	41,90	53,21
Мобильность, баллы	38,62	54,32	50,64
Благоустройство, баллы	53,42	54,79	54,97
Природно-экологические условия, баллы	65,70	52,51	47,93
Безопасность, баллы	61,72	61,30	58,09
Общественная активность и права граждан, баллы	40,67	43,11	48,37
Проведение свободного времени, баллы	49,44	49,85	50,90
Удовлетворенность, баллы	65,98	54,62	52,96
Сумма	530,11	561,54	576,53
Среднее значение	48,19	51,05	52,41

Источник: составлено по [16].

По результат оценки «Индекс качества жизни» построим рейтинг городов Республики Крым (рисунок 1.18). Лидером в нашем рейтинге выступает г. Ялта, немного уступает лидеру столица Крыма г. Симферополь. Оба города выше среднего значения по кластеру. Ниже среднего значения размещены в рейтинге города Евпатория и Керчь.

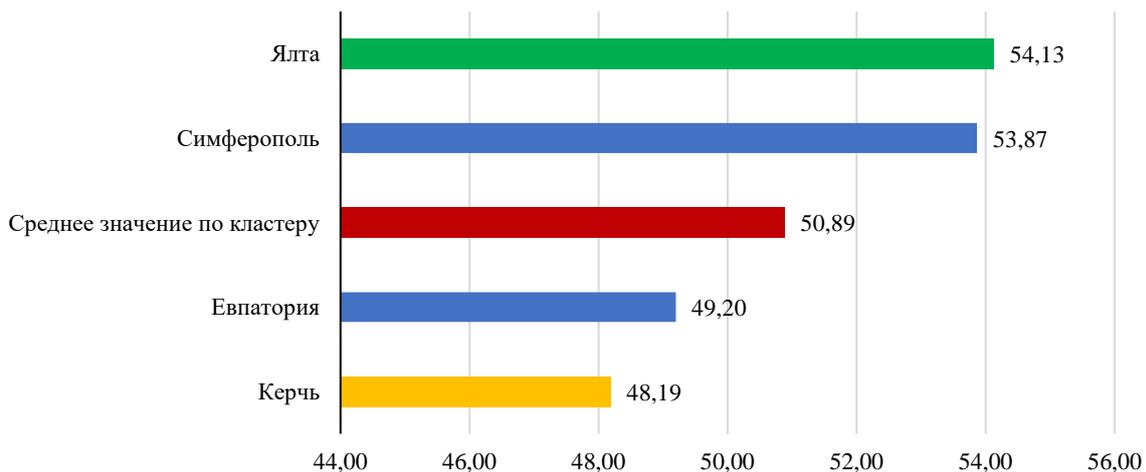


Рисунок 1.18 – Рейтинг городов Республики Крым по «Индексу качества жизни» в кластере «Точка притяжения»

Источник: составлено автором.

Результаты анализа креативного потенциала городов Крыма.

При разработке «Индекса креативного потенциала» была использована «методология «Индекса креативного капитала», запущенного в 2016 г. и включающего в себя оценку 25 российских городов» [17]. Работа над «Индексом креативного капитала во многом опиралась на результаты мировых и российских исследований в области креативных индустрий и инновационной экономики» [16]. Однако помимо базовой части, в основу которой легла «концепция трех «Т» (таланта, технологий, толерантности) Ричарда Флориды» [43], композиция и методология Индекса содержит ряд нововведений, которые впоследствии были учтены и в Индексе креативного потенциала. «Индекс креативного капитала состоит из 5 основных блоков: «Люди», «Город», «Власть», «Бизнес» и «Бренды»» [17].

Города по методике группируются по шести кластерам по четырем критериям: численность населения города, динамика численности населения города, среднемесячный размер заработной платы и климатические особенности. Характеристики кластеров представлены в таблице 1.30.

Таблица 1.30 – Характеристика кластеров

Кластер	Характеристика
1. «Космополиты»	Города-миллионники и крупные города с относительно высоким уровнем доходов населения. Характеризуются диверсифицированной экономикой с развитой сферой услуг. Являются значимыми деловыми, административными, образовательными и культурными центрами. Для общества характерны постиндустриальные ценности и запрос на удовлетворение более высоких потребностей (самореализация, саморазвитие, удовлетворение эстетических и духовных потребностей).

Кластер	Характеристика
2. «Региональные центры»	Крупные города со средним и низким уровнем дохода. Региональные административные и экономические центры. Характеризуются относительно стабильной численностью населения (незначительный по сравнению с другими городами рост или снижение). Преимущественно индустриальные города с акцентом на диверсификацию, развитие сферы услуг и повышение уровня жизни населения.
3. «Города с достатком»	Большие, средние и малые города, уровень дохода в которых выше по сравнению с большинством других городов Индекса. Преимущественно являются индустриальными и / или транспортно-логистическими центрами. Включены города-спутники, формирующие Московскую и Санкт-Петербургскую агломерации.
4. «Города местного значения»	Большие, средние и малые города со средним и низким уровнем дохода, характеризующиеся устойчивой депопуляцией населения. К кластеру отнесены локальные центры экономической активности, не являющиеся административными центрами субъектов РФ, а также столицы субъектов РФ, расположенные в пределах 500–600 км от городов-миллионников.
5. «Холодные города»	Города с относительно неблагоприятными климатическими условиями в зимний период, преимущественно расположенные за пределами европейской части РФ. Характеризуются средним или выше среднего уровнем доходов за счет «северных» надбавок и/или развитых производств. Для большинства городов характерна положительная динамика численности населения.
6. «Точки притяжения»	Большие, средние и малые города со средним и низким уровнем дохода, преимущественно расположенные в европейской части РФ. Характеризуются относительно благоприятными климатическими условиями и положительной динамикой численности населения.

Источник: составлено по [18].

Согласно характеристик, которые описывают кластеры (таблица 1.30), города Республики Крым – такие как Симферополь, Ялта, Евпатория и Керчь – относятся к шестому кластеру и называются «Точка притяжения». Для оценки «Индекса креативного капитала» выделены 60 показателей, которые разбиты на пять направлений, а именно:

– **люди:** субъекты креативности и их социально-демографические характеристики, также характеристики как субъектов креативных индустрий (образование, достаток и прочие);

– **город:** среда реализации креативных субъектов как множество различных ниш, возможностей и ресурсов/инструментов для реализации креативных проектов и деятельности;

– **бизнес:** наличие ресурсной базы для реализации креативных индустрий, с одной стороны, и как непосредственно реализованные креативные индустрии в конкретном городе – с другой;

– **власть:** наличие поддержки со стороны госструктур (степень их вовлечения в развитие креативных индустрий и меры поддержки, с одной стороны, коммуникация самих креативных индустрий и их субъектов с госорганами – с другой);

– **бренды:** наличие символического капитала и общая оценка города его жителями и гостями, его креативных индустрий в различных средах (СМИ, социальные сети, рейтинги). Сюда также относится креативный контент, производимый субъектами креативных индустрий, его оценка вкупе с виральностью в онлайн-среде, также учитывается интерес к городу в части туризма.

Так, по всем критериям представленные города относятся к кластеру «Точки притяжения». Города этого кластера двунаправленные: с одной стороны, у них высокий образовательный и научный потенциал (некоторые города – лидеры в образовании), с другой – в них очень высокий туристический потенциал (богатое историко-культурное наследие, много природных памятников и национальных парков).

Города-лидеры кластера «Точки притяжения» характеризуются:

– высоким уровнем интегрального показателя качества образования. В них расположены крупные университеты (филиалы) с высокими позициями во внутрироссийских рейтингах (ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского» 58–100² в ТРП-100 РФ);

– доступностью культурно-досуговых объектов и интенсивностью культурной жизни, что создает эффект синергии вместе с образованием (уровень образования формирует спрос на разнообразные и качественные культурные услуги, которые повышают уровень человеческого потенциала);

– города-лидеры кластера реализуют свой туристический потенциал по различным направлениям, которые отражаются в рейтингах: гостиниц, туристических маршрутов, ресторанов, пляжей, ивент-менеджмента, музеев и т. д. Для городов Крыма актуальна оценка уровня кафе, ресторанов и баров; санаториев, пансионатов и оздоровительных комплексов; зеленых зон отдыха, пляжных комплексов, национальных парков; гостиниц, отелей, малых средств размещения (косвенно свидетельствующих о повышенном интересе туристов и, как следствие, росте соответствующего предложения). Для Ялты, Симферополя, Евпатории и Керчи это выражается во внимании муниципальных властей в развитии бренда своего города.

²Национальный рейтинг университетов [электронный ресурс Интерфакт. Образование] <https://academia.interfax.ru/ru/ratings/?rating=1&year=2023&page=3>

Факторы, способствующие развитию креативных индустрий в Республике Крым:

1. Колоссальное культурно-историческое наследие (национальные музеи, природные парки, музеи под открытым небом, памятники истории и т. д.).

2. Мультинациональность и развитие традиций национальных диаспор в местах их компактного проживания (в Крыму проживают представители 175 национальностей и функционируют более 42 национальных общин).

3. Развитие мест массового и семейного отдыха (парки, площадки, спортивные мероприятия, культурные центры и организации, детско-юношеские развлекательные проекты).

4. Преимущество индустрии гостеприимства, событийного туризма и национальных ремесел (по итогам 2022 года Крым сохранил пятое место в ежегодном национальном туристическом рейтинге по версии Центра информационных коммуникаций «Рейтинг» и журнала «Отдых в России» по производству сувенирной продукции с символикой Республики Крым; в ТОП-100 туристических брендов России вошли: 38. Ласточкино гнездо, 39. Ливадийский дворец, 46. Ханский дворец в Бахчисарае, 50. «Массандра» (винодельческое производство), 85. Генуэзская крепость); ТОП-25 мероприятий событийного туризма (4. Фестиваль «Театр. Чехов. Ялта», 13. Фестиваль «Генуэзский шлем»).

5. Всероссийское и международное признание косметических («Крымская роза», «Дом природы», «Крымская Живая Косметика», «Формула Вашего Здоровья», «Крымский травник» и т.д.), кулинарных, винных (Седьмое небо Князя Голицына, Инкерман, Черный доктор, Мускат белый Красного Камня) и сырных брендов («Горная сыроварня» (с. Лучистое, Алушта), «Краснолесская сыроварня» (г. Симферополь), Ферма «Нюся» (Бахчисарай), сыроварни «Сырный дар» (Евпатория), «Таврика» (с. Щебетовка) и других производителей Республики Крым. Пять брендов Республики Крым вошли в ТОП-100 Национального рейтинга³.

Оценка «Индекса креативного потенциала» основывается по шести направлениям: бизнес, люди, власть, бренды, город.

Направление «Люди» оценивается по 8 показателям. Направление описывает особенности креативного сообщества и предполагает анализ как его базовых характеристик, так и индикаторов, отражающих характер общественного взаимодействия: открытость, толерантность, социальная активность (также определяет характеристики креативного сообщества в городе, оценивая характер взаимодействия внутри сообществ и социально-демографические характеристики, например, число посещений культурно-массовых мероприятий).

³ ТОП-15 – лучшие бренды крымской косметики 2023. URL: Источник: <https://krymania.ru/krym-gde-luchshe-pokupat-kosmetiku>

На рисунке 1.19 представлены города Республики Крым, которые принимают участие в рейтинге по результатам оценки индекса креативного потенциала.

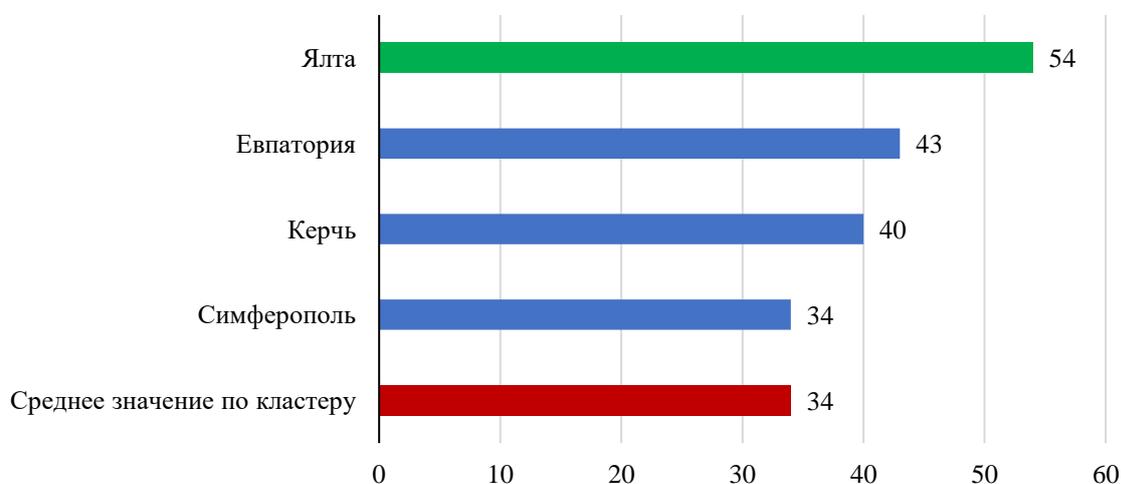


Рисунок 1.19 – Рейтинг городов Республики Крым в блоке «Люди» в кластере «Точка притяжения»

Источник: составлено автором.

Города этого кластера имеют разные предпосылки лидерства в блоке «Люди». Если в Ялте триггером развития человеческого капитала является высокая доля людей с высшим образованием, информированность и вовлеченность в экологическую повестку, то в Евпатории определяющими факторами становятся преобладание молодого населения и чувство причастности к национальным общинам.

«Город» оценивается по 20 показателям. Направление «отражает текущие условия для развития креативной сферы и позволяет диагностировать состояние экономической, культурной, социальной, городской и научно-образовательной инфраструктуры: образовательные, исследовательские организации, культурные центры, музеи, кинематографы, центры развития бизнеса и пр.» [18]. Высокие показатели городов кластера связаны с доступностью для населения культурно-досуговой инфраструктуры и удовлетворенностью жителей городской средой (рисунок 1.20).

Наличие объектов культурно-исторического наследия и их доступность привлекает туристов, создает имидж и формирует образ городов, открывая новые возможности для реализации уникальных проектов в туристской сфере.

Города Керчь и Ялта, имеющие балл по направлению ниже среднего, характеризуются минимальным количеством образовательных учреждений и образовательных программ в сфере креативных индустрий, а также низкой оценкой уровня развития культурной жизни города.

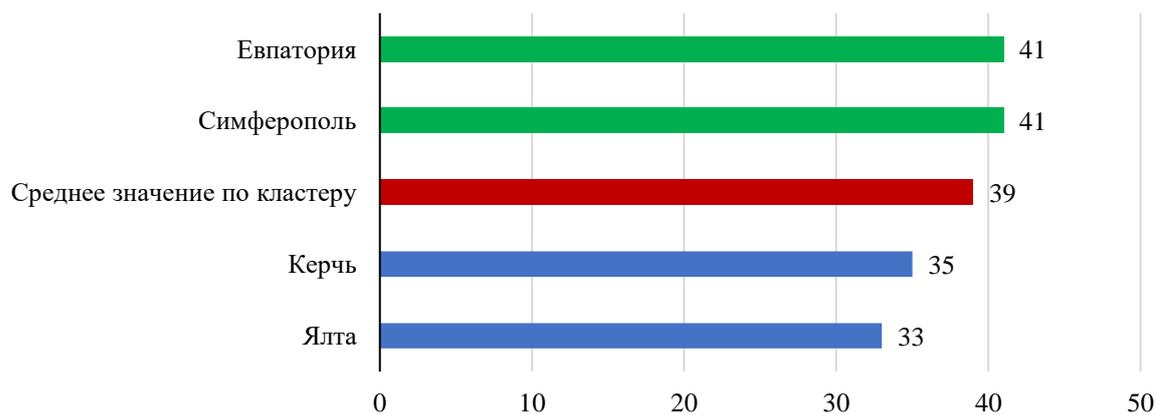


Рисунок 1.20 – Рейтинг городов Республики Крым в блоке «Город» в кластере «Точка притяжения»

Источник: составлено автором.

«Власть» оценивается по семи показателям. «Направление отражает степень заинтересованности муниципальных властей в развитии креативных индустрий, а также уровень их открытости. Лидерство городов в блоке определяется наличием программ поддержки и развития креативных индустрий, а также реальных инструментов их реализации – некоммерческих организаций или проектных офисов развития креативных индустрий. Для управления лидерством в данном блоке необходимо сфокусироваться на создании цифровых платформ управления и развитии гражданского участия в принятии и реализации решений на всех уровнях» [18].

Анализируя рейтинг городов в блоке «Власть» (рисунок 1.21), мы видим, что позиционирование всех четырех субъектов ниже среднего.

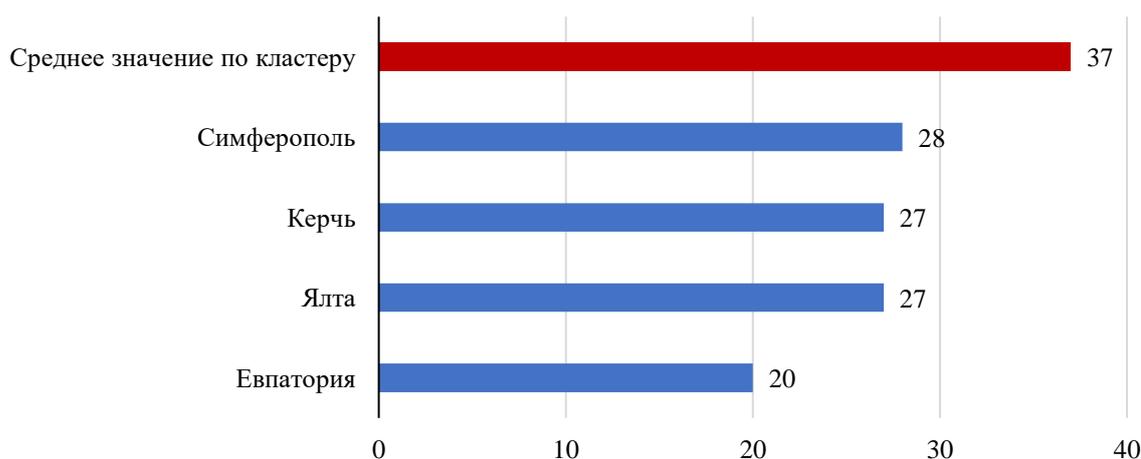


Рисунок 1.21 – Рейтинг городов Республики Крым в блоке «Власть» в кластере «Точка притяжения»

Источник: составлено автором.

В городах не сформированы системы муниципальных программ финансовой и нефинансовой поддержки проектов, отнесенных в сфере креативных индустрий. Кроме того, отсутствуют цифровые инструменты для оказания влияния на жизнь в населенном пункте. Таким образом, в этих городах не созданы надлежащие условия для активного взаимодействия с властью в сегменте креативных индустрий.

«Бизнес» оценивается по 13 показателям. «Направление базируется на показателях креативной экономики, оценке количества и качества креативных проектов и анализе инновационной инфраструктуры, необходимой для коммерциализации талантов креативного сообщества, то есть учитывает в целом масштаб креативной экономики, а также креативные ресурсы города (наличие цифрового инструмента для оказания влияния на жизнь в населенном пункте)» [18].

В городах Евпатория и Симферополь (рисунок 1.22) большую долю занятости населения в креативной индустрии обеспечивают малый и средний бизнес и самозанятое население.

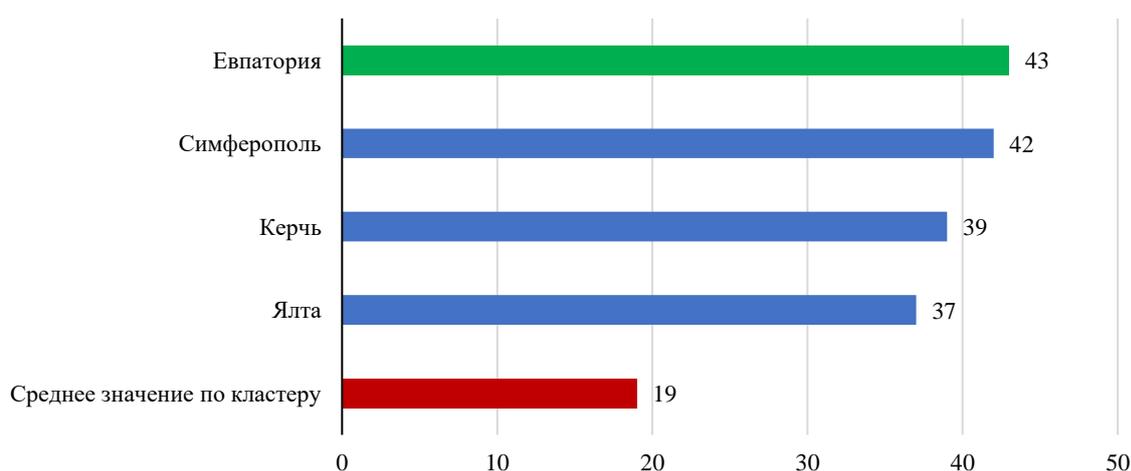


Рисунок 1.22 – Рейтинг городов Республики Крым в блоке «Бизнес» в кластере «Точка притяжения»

Источник: составлено автором.

«Интересным аспектом является распространенность краудфандинга – в небольших сообществах с более высоким уровнем доверия такая система финансирования креативных проектов становится актуальной моделью реализации» [18].

«Города, набравшие минимальный балл по направлению, предлагают минимальное количество коворкингов (в расчете на 10 тыс. населения), имеют малое число краудфандинговых проектов, низкую заинтересованность среди жителей города начать свой бизнес / стать предпринимателем в ближайшие 1–3 года, а также незначительное количество компаний и индивидуальных предпринимателей, работающих в сфере креативных индустрий. Также в данных городах практически не

представлены бизнес-инкубаторы / технопарки / креативные кластеры / ИТ-компании, а объем налоговых поступлений от креативных индустрий в расчете на одного жителя минимален» [18].

Блок «Бренды» оценивается по 12 показателям. Направление демонстрирует восприятие образа города и позиционирование его ключевых креативных брендов во внешней среде. Оценки получены на основании экспертных опросов и медиа анализе. Лидерство городов Евпатории и Ялты (рисунок 1.23) «в данном блоке обеспечивается высоким уровнем оценок сферы сервиса и питания, высокой активностью горожан в социальных сетях на онлайн-платформах, а также наличием специально разработанного бренда города» [18]. Для сохранения лидерства властям городов и бизнес-сообществу необходимо активно использовать туристический потенциал и осуществлять реальную поддержку индустрии гостеприимства.

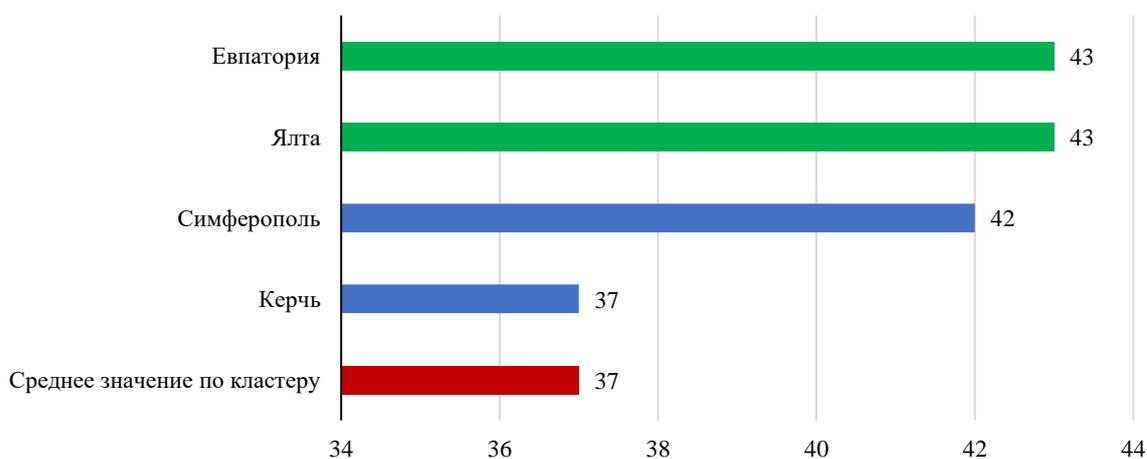


Рисунок 1.23 – Рейтинг городов Республики Крым в блоке «Бренды» в кластере «Точка притяжения»

Источник: составлено автором.

Все четыре города сформировали успешные территориальные бренды. В зависимости от культурно-исторического наследия, существующей инфраструктуры и туристических потоков в городах есть те или иные наиболее развитые отрасли: изобразительные или исполнительские искусства, индустрия гостеприимства, исторический туризм. Например, Евпатория, Керчь и Ялта славятся своими музеями под открытым небом, природными и культурно-историческими ценностями, имеют не только узнаваемые бренды, но также получили высокую оценку культурной сферы в агрегаторах, а значит, города востребованы и оценены туристами.

На рисунках 1.24, 1.25, 1.26 и 1.27 представлен графический анализ профилей городов Симферополь, Ялта, Евпатория и Керчь по наличию креативного потенциала.

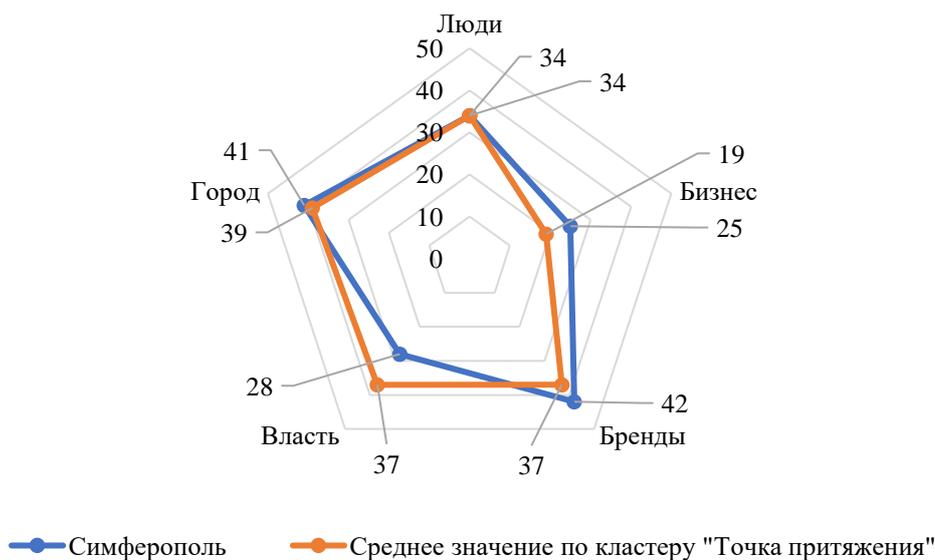


Рисунок 1.24 – Креативный потенциал г. Симферополь в кластере «Точка притяжения»

Источник: составлено автором.

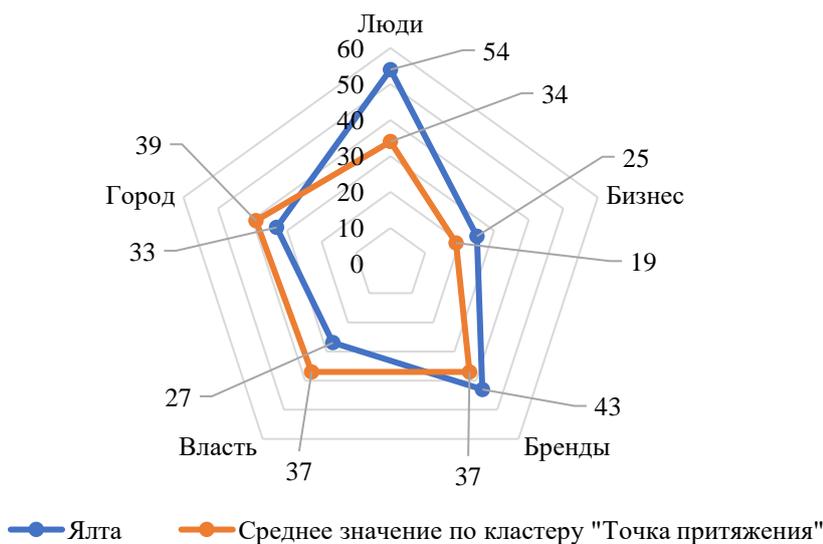


Рисунок 1.25 – Креативный потенциал г. Ялта в кластере «Точка притяжения»

Источник: составлено автором.

У г. Симферополь недоиспользованным потенциалом является ресурс блока «Власть», что подтверждает отсутствие системы муниципальных программ финансовой и нефинансовой поддержки креативных проектов, активность в других направлениях превышает или соответствует среднему значению по кластеру.

В г. Ялта, кроме ресурсов блока «Власть», недоиспользованными являются ресурсы блока «Город», что отражает уровень состояния его

экономической, культурной, социальной, городской и научно-образовательной инфраструктуры как «ниже среднего». Существенно выше среднего значение блока «Люди».

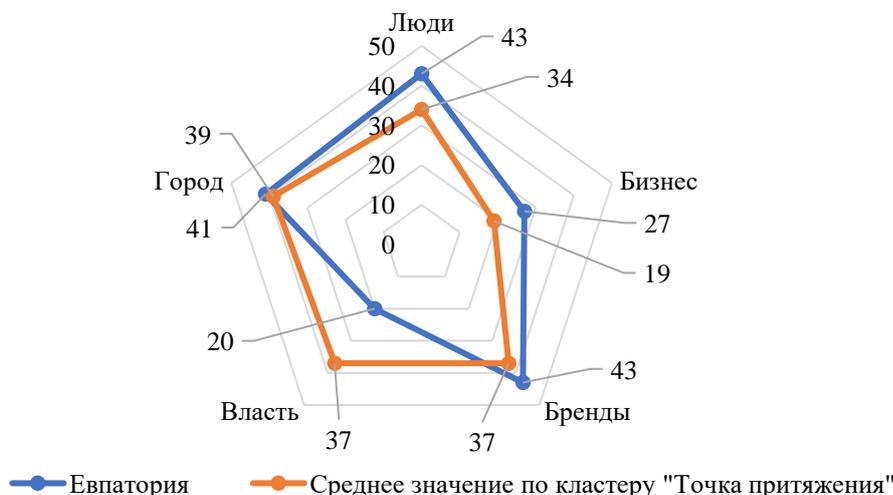


Рисунок 1.26 – Креативный потенциал г. Евпатория в кластере «Точка притяжения»

Источник: составлено автором.

В г. Евпатория все блоки в кластере «Точка притяжения» развиваются темпами выше среднего, а использование креативного потенциала «Власть» существенно ниже среднего значения, что подтверждает отсутствие системы муниципальных программ финансовой и нефинансовой поддержки креативных проектов города. В городе большое количество объектов культурно-исторического наследия, их доступность привлекает туристов, он является детской здравницей со множеством уникальных методик лечения, что открывает новые возможности для реализации уникальных проектов в здравоохранении и туристской сфере.

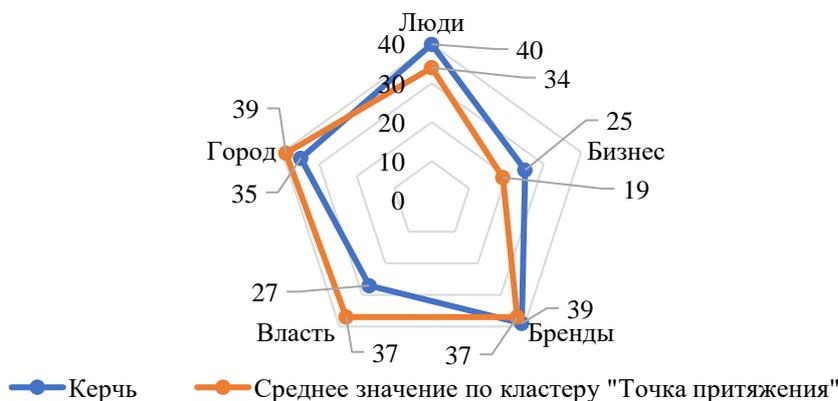


Рисунок 1.27 – Креативный потенциал г. Керчь в кластере «Точка притяжения»

Источник: составлено автором.

В г. Керчь, как и в г Ялта, ресурсы блоков «Власть» и «Город» используются на уровне «ниже среднего», что негативно сказывается на развитии креативной индустрии. «Выше среднего» в кластере «Точка притяжения» оцениваются блоки «Люди», «Бизнес», «Бренды».

Общим недостатком анализируемых городов являются средние и около средние значения всех направлений развития креативного потенциала. Это говорит об отсутствии понимания важности креативной экономики в развитии муниципального образования и должного внимания властей в поддержке креативной индустрии.

Список использованных источников

1. Агарков, С. А. Особенности пространственной организации инновационных процессов в арктическом регионе: вызовы и задачи современности / С. А. Агарков. – DOI 10.18334/vines.12.3.116273. – Текст : электронный // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – Т. 12, № 3. – С. 1759–1786.

2. Акбердина, В. В. Кросс-индустриальная трансформация: структурные изменения и инновационное развитие / В. В. Акбердина, О. П. Смирнова. – Текст : электронный // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2021. – № 7 (400). – С. 1238–1260. – URL: <https://doi.org/10.24891/ni.17.7.1238> (дата обращения: 24.10.2023).

3. Альжанова, Ф. Г. Модель кросс-индустриальных инноваций в развитии кластеров: мировая практика / Ф. Г. Альжанова, О. В. Лашкарева. – Текст : электронный // Вестник КарГУ. Экономика. – 2017. – URL: <https://articlekz.com/article/17859> (дата обращения: 26.10.2023).

4. Атлас креативных индустрий Российской Федерации / Центр городских компетенций АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». – Москва : Центр городских компетенций АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», 2021. – 558 с. – URL: <https://100gorodov.ru/creativeindustries> (дата обращения: 29.09.2023). – Текст : электронный.

5. Байкова, Э. Р. Опыт развития креативных индустрий за рубежом / Э. Р. Байкова. – DOI 10.34773/EU.2022.1.2. – Текст : электронный // Актуальные проблемы экономики и общества. – 2022. – № 1(163). – С. 11–17.

6. Благова, И. Ю. Зарубежный опыт развития креативных индустрий / И. Ю. Благова. – Текст : электронный // Проблемы современных социокультурных исследований: сб. науч. трудов по материалам Междунар. науч.-практич. конф. 27 октября 2020 г., Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. – С. 45–48. – URL: <https://apni.ru/article/1232-zarubezhnij-opit-razvitiya-kreativnikh-indust> (дата обращения: 29.09.2023).

7. Богинский, А. И. Использование цифровой модели продукта в решении задачи оптимизации затрат на этапах жизненного цикла перспективной продукции / А. И. Богинский. – DOI 10.18334/se.13.8.40890. – Текст : электронный // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13, № 8. – С. 1563–1572. – URL: https://researchgate.net/publication/336102415_Ispolzovanie_cifrovoj_modeli_produkta_v_resenii_zadaci_optimizacii_zatrat_na_etapah_ziznennogo_cikla_perspektivnoj_produkcii (дата обращения: 29.09.2023).

8. Боос, В. Какие страны выбирают звезды креативных индустрий? / В. Боос, Е. Куценко, К. Тюрчев. – Текст : электронный // ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. – URL: <https://issek.hse.ru/news/679775451.html> (дата обращения: 29.09.2023).

9. Быстров, А. В. Кросс-отраслевая экосистема как организационно-экономическая модель развития высокотехнологичных производств / А. В. Быстров, Т. О. Толстых, А. Г. Радайкин. – Текст : электронный // Экономика и управление. – 2020. – Т. 26, № 6. – С. 564–576. – URL: <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-6-564-576> (дата обращения: 18.10.2023).

10. Головенчик, Г. Г. Концепция «умный город»: генезис, приоритетные направления развития, проблемные аспекты и рейтинги / Г. Г. Головенчик. – Текст : непосредственный // Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. – 2020. – № 1. – С. 103–117.

11. Гущина, Е. Г. Креативные индустрии: новые возможности для развития российских городов и регионов / Е. Г. Гущина, Е. В. Тарабанова. – Текст : электронный // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2022. – Т. 24, № 1. – С. 91–104. – URL: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2022.1.9> (дата обращения: 16.10.2023).

12. Дудко Е. Н. Развитие и трансформация объектов креативной индустрии в мировой экономике / Е. Н. Дудко, С. В. Савенко. – Текст : электронный // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2020. – № 15– 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-i-transformatsiya-obektov-kreativnoy-industrii-v-mirovoy-ekonomike> (дата обращения: 09.10.2023).

13. Жуликов, С. Е. Цифровое развитие российских регионов / С. Е. Жуликов, О. В. Жуликова. – Текст : электронный // Россия: общество, политика, история. – 2022. – № 3(3). – С. 124–141. – URL: [https://doi.org/10.56654/ROPI-2022-3\(3\)-124-141](https://doi.org/10.56654/ROPI-2022-3(3)-124-141) (дата обращения: 12.09.2023).

14. Жусупова, А. Развитие креативной экономики: зачем нам это надо? / А. Жусупова. – URL: <https://ekonomist.kz/zhussupova/ekonomika-kreativnaia-razvitie/> (дата обращения: 05.09.2023). – Текст : электронный.

15. Закон Республики Крым «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» от 28 декабря 2016 г. / Государственный Совет Республики Крым. – URL: <http://crimea.gov.ru/>

textdoc/ru/7/act/352z.pdf (дата обращения: 05.09.2023). – Текст : электронный.

16. Индекс качества жизни, ВЭБ, РФ. – URL: <https://citylifeindex.ru> (дата обращения: 03.09.2023). – Текст : электронный.

17. Индекс креативного капитала. – URL: <https://creativecapitalindex.com> (дата обращения: 03.09.2023). – Текст : электронный.

18. Индекс креативного потенциала в городах России. – URL: https://citylifeindex.ru/static/files/creative/creative_potential_RUS_020822.pdf (дата обращения: 03.09.2023). – Текст : электронный.

19. Исследование Агентства стратегических инициатив (АСИ) «100 городских лидеров». – URL: <https://100gorodov.ru/> (дата обращения: 03.09.2023). – Текст : электронный.

20. Каменских, М. А. Исследование понятия креативных индустрий и оценка их влияния на экономическое развитие России / М. А. Каменских. – Текст : электронный // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 8(359). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-ponyatiya-kreativnyh-industriy-i-otsenka-ih-vliyaniya-na-ekonomicheskoe-razvitie-rossii> (дата обращения: 01.10.2023).

21. Койчуманов, Т. Д. Развитие креативных индустрий в Кыргызской Республике / Т. Д. Койчуманов. – Текст : электронный // Реформа. – 2021. – № 4(92) – С. 18–26. – URL: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2210701> (дата обращения: 01.10.2023).

22. Концепция внедрения интеллектуальных цифровых технологий в Ульяновской области «Умный регион» на 2017-2030 годы / Фонд развития информационных технологий Ульяновской области. – URL: <https://it-fund73.ru/ulsmartregion/Koncept.php> (дата обращения: 03.09.2023). – Текст : электронный.

23. Концепция проведения Года умных технологий и креативных индустрий в Ульяновской области / Фонд развития информационных технологий Ульяновской области. – URL: https://it-fund73.ru/upload/iblock/cff/brendbuk_goda.docx (дата обращения: 05.09.2023). – Текст : электронный.

24. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. от 20 сент. 2021 г. № 2613-р. URL: <http://government.ru/news/43350/> (дата обращения: 05.09.2023). – Текст : электронный.

25. Королёва, И. Б. Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием / И. Б. Королёва, И. Л. Соколова. – DOI 10.17150/2411-6262.2022.13(3).14. – Текст : электронный // Baikal Research Journal. – 2022. – Т. 13, № 3.

26. Креативная экономика Москвы в цифрах // НИУ «Высшая школа экономики». – URL: <https://measurecreativity.hse.ru/> (дата обращения: 05.09.2023). – Текст : электронный.

27. Креативные индустрии России / Центр городских компетенций АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». – URL: <https://100gorodov.ru/creativeindustries> (дата обращения: 04.09.2023). – Текст : электронный.

28. Креативный класс России: портрет в цифрах // НИУ «Высшая школа экономики». – URL: <https://issek.hse.ru/news/807190597.html> (дата обращения: 04.09.2023). – Текст : электронный.

29. Лыщикова, Ю. В. Механизмы институционализации и имплементации концепции «умный регион» в управлении устойчивым пространственным развитием территорий / Ю. В. Лыщикова. – DOI 10.52575/2687-0932-2021-48-2-229-243. – Текст : электронный // Экономика. Информатика. – 2021. – № 48(2). – С. 229–243.

30. Мальцева, Е. С. Креативная индустрия в российской экономике / Е. С. Мальцева. – Текст : электронный // Бизнес и дизайн ревю. – 2021. – № 1(21). – С. 1. – URL: <https://obe.ru/journal/vypusk-2021-1-mart/maltseva-e-s-kreativnaya-industriya-v-rossijskoj-ekonomike/> (дата обращения: 04.09.2023).

31. Новикова, С. К. Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт / С. К. Новикова. – DOI 10.24411/2072-0920-2019-10217. – Текст : электронный // Новые технологии. – 2019. – Вып. 2(48). – С. 175–184.

32. Петренко, Е. С. Маркетинговый анализ потенциала креативных индустрий городской среды / Е. С. Петренко, А. А. Королева. – DOI 10.18334/ce.11.4.37759. – Текст : электронный // Креативная экономика. – 2017. – Т. 11, № 4. – С. 445–456.

33. ПМЭФ-2021: Федерация креативных индустрий заявила о необходимости вступления в гонку креативных решений. – URL: <https://creative-russia.ru/news/zavershenie-pmef-2021-federaciya-kreativnyh-industriy-zayavila-o-neobhodimosti-vstupleniya-v-gonku-kreativnyh-resheniy> (дата обращения: 20.10.2023). – Текст : электронный.

34. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы / С. В. Бредихин, В. В. Власова, Н. В. Гаврилова, М. А. Гершман, Л. М. Гохберг, А. В. Демьянова, И. А. Иванова, Я. А. Попова // ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. Научный дайджест. – № 1. – 20 с. – URL: https://hse.ru/data/2021/08/05/1425538563/Human%20Capital_NCMU_Digest%201_Creative%20Industries_2021.pdf (дата обращения: 09.10.2023). – Текст : электронный.

35. Рейтинг креативных регионов России // НИУ «Высшая школа экономики». – URL: <https://issek.hse.ru/news/872668632.html#:~:text=Первую десятку рейтинга образуют%3А Москва, Нижегородская%2С Костромская и Свердловская области> (дата обращения: 09.10.2023). – Текст : электронный.

36. Ризванова, А. Я. Теоретические аспекты формирования концепции smart-территорий / А. Я. Ризванова. – DOI 10.18334/ce.14.12.111196. – Текст : электронный // Креативная экономика. – 2020. – Т. 14, № 12. – С. 3307–3320.

37. Соколова, Е. Креативная экономика: что это такое и откуда она взялась? / Е. Соколова. – URL: <https://startupjedi.vc/ru/content/kreativnaya-ekonomika-chto-eto-takoe-i-otkuda-ona-vzyalas> (дата обращения: 01.09.2023).

38. Сопина, Н. В. Развитие креативных индустрий в регионах России: возможности и их реализация / Н. В. Сопина. – DOI 10.18334/ce.15.2.11154913. – Текст : электронный // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15, № 2. – С. 277–294.

39. Тебекин, А. В. Решение социальных проблем городов с помощью технологий «умный город»: проблемы и перспективы / А. В. Тебекин, А. А. Егорова. – Текст : электронный // Журнал социологических исследований. – 2019. – № 4(4). – С. 32–46. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41833466> (дата обращения: 09.09.2023).

40. Темербулатова, Ж. С. Статистика в области креативных индустрий: обзор методологических основ / Ж. С. Темербулатова, А. С. Жупарова, А. А. Нусюпаева. – Текст : электронный // Экономика: стратегия и практика. – 2020. – № 4(15). – С. 132–140. – URL: https://doi.org/10.51176/JESP/issue_4_T12 (дата обращения 29.09.2023).

41. «Умный регион» – Smart region. Концепция построения на территории Свердловской области / Официальный сайт Министерство цифрового развития и связи Свердловской области. – URL: <https://dis.midural.ru/uploads/document/1530/umnyj-region-smart-region-kontseptsiya-postroeniya-na-territorii-sverdlovskoj-oblasti.pdf> (дата обращения: 03.09.2023). – Текст : электронный.

42. Устинович, И. В. Развитие методологических основ оценки количественных и качественных показателей креативной индустрии в контексте новейших мировых тенденций / И. В. Устинович. – Текст : электронный // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 3(38) – С. 36–38. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_41045844_76553475.pdf (дата обращения: 05.09.2023).

43. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее, Пер, с англ, М.: Издательский дом «Классика-XXI», – 2007. – 421 с. – ISBN 978-5-89817-185-8. – URL: <http://library.lgaki.info:404/2017/Флорида Ф.pdf> (дата обращения: 09.09.2023). – Текст : электронный.

44. Хестанов, Р. З Креативные индустрии – модели развития / Р. З Хестанов. – DOI 10.17323/1728-192X-2018-3-173-196. – Текст : электронный // Социологическое обозрение. – 2018. – Т. 17, № 3. – С. 173–196.

45. Черников, И. А. Креативные индустрии в контексте модернизационных процессов в российской культуре/ И. А. Черников. – Текст : электронный // Вестник Московского государственного

университета культуры и искусств. –2021. – № 5(103). – С. 92–103. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-v-kontekste-modernizatsionnyhprotsessov-v-rossiyskoy-kulture> (дата обращения: 12.09.2023).

46. Юхина, А. А. «Креативные индустрии»: концепции и определения / А. А. Юхина. – DOI 10.34670/AR.2021.49.77.038. – Текст : электронный // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2021. – Т. 11, № 8А. – С. 300–309.

47. Ячmeneва, В. М. Креативная экономика: признаки, анализ и структура / В. М. Ячmeneва, Р. А. Тимаев, Е. Ф. Ячmeneв. – Текст : электронный // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики : Труды XXI Международной научно-практической конференции. Симферополь-Гурзуф, 20-22 октября 2022 год / Под ред. д. э. н., д. пед. н., профессора Н. В. Апатовой. – Симферополь : Издательский дом КФУ им. В. И. Вернадского, 2022. – С. 91–94. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49561565> (дата обращения: 22.09.2023).

48. Ячmeneва, В. М. Креативный профиль Республики Крым, основанный на принципах формирования креативной экономики региона / В. М. Ячmeneва. – Текст : электронный // Механизмы формирования модели креативного пространственного развития экономики Республики Крым / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского». – Симферополь : ИП Корниенко, 2023. – С. 294–307. – ISBN 978-5-6046168-8-8. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50371415> (дата обращения: 18.09.2023).

49. Ячmeneва, В. М. Кросс-индустриальное взаимодействие как драйвер развития креативной экономики / В. М. Ячmeneва, Р. А. Тимаев, Д. К. Бахарев. – Текст : электронный // Интеграционные процессы в современном геоэкономическом пространстве: материалы научно-практической конференции. Симферополь, 25 ноября 2022 г. – Симферополь : Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, 2022. – С. 507–510. – ISBN 978-5-6049316-8-4. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50307570> (дата обращения: 18.09.2023).

50. Ячmeneва, В. М. Методики измерения креативных индустрий: объективность и актуальность подходов / В. М. Ячmeneва, Е. Ф. Ячmeneв, Р. А. Тимаев. – Текст : электронный // Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики : Сборник трудов Международной научно-практической конференции, Самара, 09–10 ноября 2022 года / Отв. редактор О. А. Горбунова. – Самара : Самарский государственный технический университет, 2022. – С. 214–222. – ISBN 978-5-7964-2392-9. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50463048> (дата обращения: 22.09.2023).

51. Brydges T., Pugh R. Coming into fashion: Expanding the entrepreneurial ecosystem concept to the creative industries through a Toronto case study ≈ Вхождение в моду: распространение концепции

предпринимательской экосистемы на творческие отрасли посредством тематического исследования в Торонто // Canadian Geographer. Feb 2021. pp. 1-21. DOI 10.1111/cag.12674.

52. Creative Economy Outlook and Country Profile report. 2018 // UNCTAD. – URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf.

53. Creative Economy Report 2008 / UNCTAD. – URL: https://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf.

54. Creative Economy Report. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making // UNCTAD-2008. – URL: <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-report-2008-challenge-assessing-creative-economy-towards-informed-policy>.

55. Creative Industries Mapping Document. – 1998. – URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>.

56. Fashion Tech: высокие технологии высокой моды. 22.06.2021. – URL: <https://vc.ru/u/259233-convergent/272635-fashion-tech-vysokie-tehnologii-vysokoy-mody>.

57. Freeman A. Twilight of the Machinocrats: Creative Industries, Design, and the Future of Human Labour // Pijl K. van der. (ed.) // Handbook of the International Political Economy of Production. Cheltenham: Edward Elgar. – P. 352–374.

58. Harmonized Commodity Description and Coding Systems (HS) / United Nation International Trade Statistics. – URL: <https://unstats.un.org/unsd/tradekb/Knowledgebase/50018/Harmonized-Commodity-Description-and-Coding-Systems-HS>.

59. Munizu M., Pono M., Armayah. The Development Model of Creative Industry Competitiveness: Case in South Sulawesi, Indonesia ≈ Модель развития конкурентоспособности креативной индустрии: пример Южного Сулавеси, Индонезия // Quality-access to Success. – 2021. – Vol. 22, № 180. – P. 40–45.

60. National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries // WIPO-2006. – URL: https://wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/624/wipo_pub_624.pdf.

61. Tobias Hann. Cross-Industry Innovation Processes: Strategic Implications for Telecommunication companies / H. Tobias. – Berlin, 2014. – 206 p.

62. UNESCO (1998) Culture, Creativity and Markets. Paris: UNESCO. – URL: <https://catalogue.boekman.nl/pub/1-482.pdf>.

ГЛАВА 2

ОСОБЕННОСТЬ КРЕАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

2.1 Особенности организации креативного пространства региона на основе концепции опережающего развития

Святохо Н. В., к. э. н., доцент, доцент кафедры менеджмента

Изменения, происходящие в настоящее время в мировой экономике и геополитике, демонстрируют ситуацию, при которой глобальные хозяйственные процессы подчиняются не объективно действующим экономическим законам, а часто обусловлены сложившейся в определенный момент времени геополитической конъюнктурой. События с февраля 2022 года выявили острую необходимость развития экономики Российской Федерации с учетом ограничений, наложенных на нее странами коллективного Запада. В данных условиях первоочередной задачей является обеспечение управляемости, устойчивости и целостности национальной экономики на основе коренной перестройки ее модели, а, следовательно, структуры и механизма функционирования, что подразумевает переход от компрадорской модели к модели создания прибавочной стоимости через развитие, прежде всего, реального сектора экономики.

По уровню развития передовых технологий, как отмечают эксперты ВШЭ, Россия относится к «опаздывающим производителям», для которых характерны значительные «прорывы» в области ВПК и ядерных технологий, но в то же время наблюдается отставание по прорывным технологиям.

0,6 % – такова доля российской продукции с использованием перспективных производственных технологий на глобальных рынках, в то время как РФ является лидером на рынке ядерных технологий с долей 16,7 %; на мировом рынке вооружений у России 1,2 %. Наиболее конкурентоспособная и пользующаяся спросом на международных рынках российская продукция (на основе значения индекса выявленного сравнительного преимущества) – реактивные двигатели (аэрокосмический рынок), а также ядерные реакторы, их комплектующие и тепловыделяющие элементы [18].

Доля России в экспорте передовых технологий по состоянию на 2018 г. представлена на рисунке 2.1.

Наблюдается отрицательный внешнеторговый баланс по продукции с перспективными производственными технологиям: импорт подобной продукции в 2018 г. превышал экспорт в три раза.

Россия импортирует преимущественно лекарства и медицинское оборудование, а также самолеты и другие летательные аппараты.

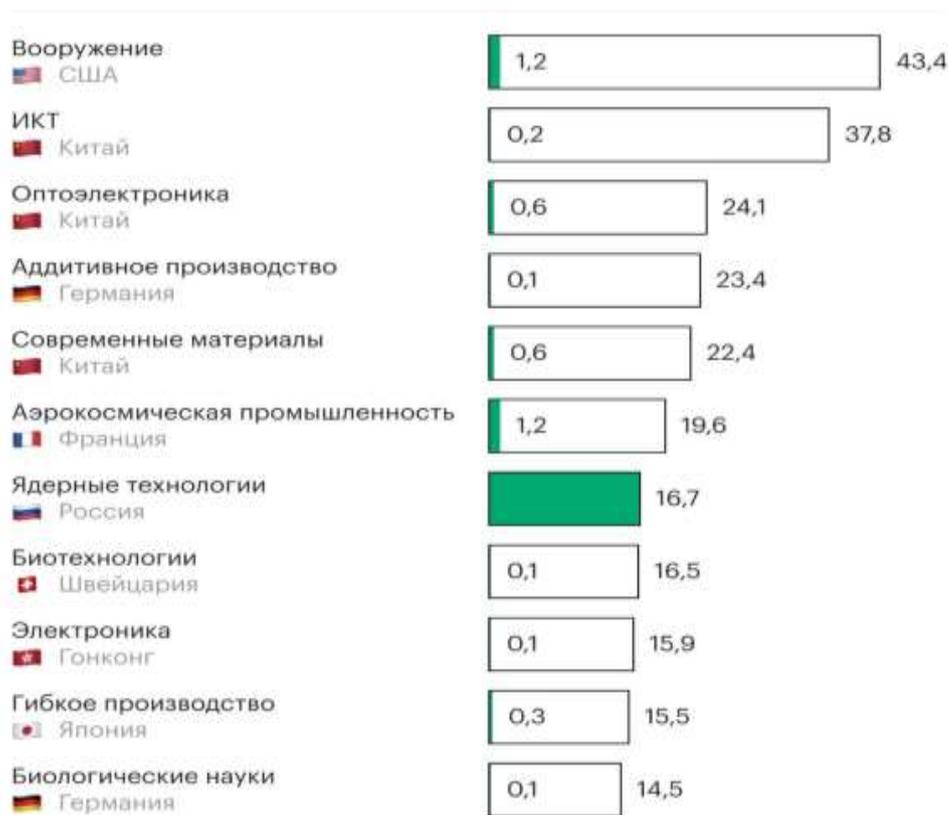


Рисунок 2.1 – Доля России в экспорте передовых технологий в 2018 г. %

Источник: [18].

Это свидетельствует о ряде серьезных проблем в фармацевтике (она ориентирована преимущественно на ввоз оригинальных препаратов и производство дженериков) и гражданском авиастроении, которые требуют, как можно более быстрого и эффективного решения. Кроме того, Россия испытывает дефицит отечественного медицинского оборудования и товаров конечного бытового потребления (компьютеры и запчасти к ним). Существенными статьями российского экспорта являются радиолокационная аппаратура (лидерство), изотопы и соединения радиоактивных элементов.

Безусловно, ВПК может и должен быть одним из драйверов экономического развития (например, военные разработки вследствие инвариантности нововведений могут широко использоваться в обеспечении гражданских нужд), однако лидерство только в военной сфере неспособно обеспечить статическую и динамическую устойчивость, а также долгосрочное развитие отечественной экономики. Кроме того, необходимо отказаться от преимущественно сырьевой модели экономики и наращивать объемы экспорта продуктов глубокой переработки углеводородов.

Сейчас вопросом, имеющим без преувеличения экзистенциальную важность, является ориентация России на технологическое развитие во всех

отраслях и сокращение технологического разрыва с наиболее развитыми странами как можно более быстрыми темпами. В долгосрочной перспективе следует ориентироваться не на погоню за лидером, а сосредоточиться на поиске способов и направлений опережающего развития.

К сожалению, сейчас так называемое «навязанное отставание» российской экономики настолько прочно закрепило в ее модели, что складывается парадоксальная ситуация: мы слабо перенимаем иностранные технологии, и это не позволяет трансформировать импортную продукцию с использованием перспективных производственных технологий в экспортную, в то время как принято считать, что «импорт высокотехнологичной продукции (особенно средств производства) со временем способствует укреплению национального производства и дает импульс экспорту» [18].

О необходимости опережения в экономическом развитии говорили в России начиная с XIX в. Так, А. И. Герцен считал, что «медленность, сбивчивость исторического хода нас бесит и душит, она нам невыносима...» [3]. Основой его концепции опережающего развития является отрицание необходимости для экономики России проходить все фазы европейского развития; ей совсем не обязательно повторять траекторию западного экономического развития. Современные исследователи, например, А. В. Бузгалин и А. И. Колганов считают: «На наш взгляд, Россия имеет некоторые шансы на то, чтобы стать одним из оазисов такого опережающего развития. Не стремление к новому «большому скачку», а выход на новый путь к новым целям при помощи новых ... средств – такой смысл мы вкладываем в понятие опережающего развития» [1]. Они подчеркивают, что стратегия опережающего развития для России должна стать долгосрочной целевой программой, вполне достижимой и нисколько не утопичной.

И. Герцен и современные исследователи считают, что отсталость отечественной экономики в какой-то мере может быть преимуществом, если речь идет о технической сфере. Так, С. Ю. Глазьев на этой основе строит свою стратегию опережающего развития России, исходя из следующих соображений: догоняющая страна меньше обременена устаревшими производственными фондами и ей легче развить элементы нового технологического уклада. Однако, это достижимо только при наличии активной научно-технической политики государства [4].

О. С. Сухарев в статье «Адекватность стратегии опережающего развития экономики России в глобальных изменениях» подчеркивает, что опережающее развитие есть ни что иное, как вид стратегии догоняющего развития. Его специфика состоит в том, что страна выбирает параллельную лидеру траекторию развития «за счет новейших технологий, которые она начинает инвестировать, которые позволят ей в ближайшем будущем занять новое место в мировой экономике, создать и контролировать новые рынки, обеспечивая за счет этих конкурентных преимуществ, которых не окажется

у стран-лидеров, свою нишу и высокий темп роста продукта (дохода), превышающий темп роста экономических передовиков» [14].

Следовательно, ядро концепции опережающего развития – новые технологии, инновационные решения в различных сферах, преимущественно в стратегически важных. Опережающее развитие должно опираться на передовые производственные технологии (таблица 2.1), т. к. они способны существенно увеличить производительность труда в короткие сроки; привести к географическому перераспределению сил в глобальном производстве и т. д.

Таблица 2.1 – Структура передовых производственных технологий

Передовые производственные технологии	
связанные с Третьей промышленной революцией	связанные с Четвертой промышленной революцией
электроника	аддитивное производство (в том числе 3D-печать)
оптоэлектроника	биотехнологии
информационно-коммуникационные технологии	науки о жизни (life sciences: биология, медицина и т. д.)
	гибкое производство, включая робототехнику
	современные материалы
	аэрокосмическая промышленность
	ядерные технологии
	вооружения

Источник: составлено автором по материалам [18].

По мнению экспертов, Россия может реализовать концепцию опережающего развития, поскольку для этого у нее имеются все предпосылки – мощный научный и ресурсный потенциалы, что позволяет уже сегодня создавать качественные конкурентные продукты. Однако, стоит отметить, что опережающее развитие национальной экономики возможно только при комплексном подходе, который предполагает решение, прежде всего, социальных проблем.

Таким образом, в современных условиях инновационные технологии и идеи становятся едва ли не главным продуктом новых экономических систем, где особое место играет креативная составляющая, которая отодвигает на задний план такие факторы производства, как земля и капитал. Достичь опережающего развития можно, опираясь на творческие и наукоемкие отрасли – креативные индустрии, которые составляют креативную экономику, основанные на неограниченном ресурсе – креативности. Как указано в отчете конференции Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД) «Creative Economy Report 2010», креативность может быть определена как процесс, с помощью которого генерируются идеи и превращаются в вещи, имеющие

определенную ценность. Другими словами, это использование идей для создания новых идей [19].

Креативный сектор сегодня является наиболее растущим в глобальной экономике. Международная торговля креативными товарами демонстрирует устойчивый рост, что стимулировало ее значительное расширение в последнее десятилетие. В ряде государств креативные индустрии составляют значимую долю ВВП: в США и Китае – по 4,2 %, Великобритании – 5,5 %, Германии – 3,1 %, Австралии – 5,7 %, Италии – 3,8 % [2]. Эти данные свидетельствуют о возросшей роли креативных индустрий в национальных экономических стратегиях развития. По оценкам исследователей ВШЭ, валовая добавленная стоимость сектора в экономике РФ в 2019 году достигла почти 2,4 трлн руб., или 2,4 % ВВП, что близко к среднемировому уровню (3 %) [2].

В России политика в отношении креативных индустрий на федеральном уровне пока только формируется. Так, принято Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.» [11], которая определяет цели, задачи, приоритеты, принципы, направления и механизмы государственной поддержки творческих (креативных) индустрий в Российской Федерации.

Согласно вышеуказанной Концепции, «креативная экономика» – тип экономики, основанный на капитализации интеллектуальной собственности во всех областях человеческой деятельности – научной, научно-технической, культурной и в целом творческой деятельности. Ядром креативной экономики являются творческие (креативные) индустрии» [11].

В Российской Федерации креативная экономика продолжает формироваться и вносить свой вклад в развитие национальной экономики и обеспечение экономической безопасности на различных уровнях иерархии.

Креативные индустрии имеют различную долю в национальных экономиках (рисунок 2.2).

Что касается Российской Федерации, то, согласно экспертным оценкам, доля креативной экономики составила около 4–5 % в 2019 г., ежегодный прирост креативной экономики в мире – порядка 8 % [6].

Т. к. национальная экономика представляет собой сложную систему, то ее развитие во многом определяется развитием региональных экономик, поэтому актуальным представляется вопрос организации креативного пространства региона.

Ричард Флорида, социолог, автор работы «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» считает, что развитию инновационных идей и технологий способствует функционирование специфических пространств для концентрации в них креативных профессионалов и их посредников [15].

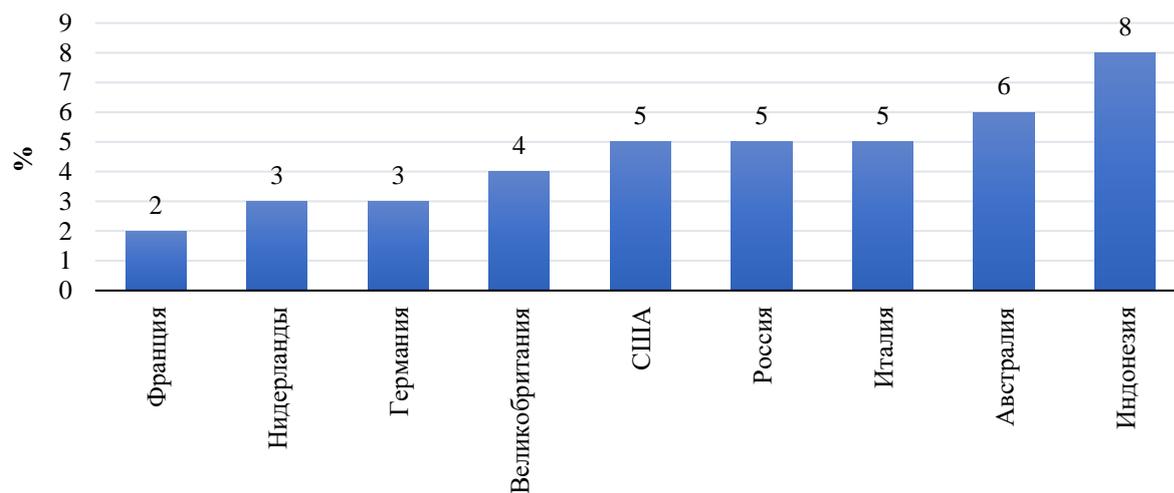


Рисунок 2.2 – Вклад креативных индустрий в ВВП стран мира в 2019 г., %

Источник: [6].

Креативность часто характеризуется агломерационными процессами, поэтому креативные индустрии концентрируются в определенных местах, а не равномерно распределены по всей территории. Креативные индустрии в меру своих эксплуатационных и организационных особенностей имеют склонность к кластеризации, то есть пространственному объединению.

Кластеризация креативных индустрий представляет собой среду широкого взаимодействия креативных профессионалов, которая построена на комплементарном и оппортунистическом поведении его участников.

Таким образом, формой организации креативного пространства региона на основе концепции опережающего развития являются креативные кластеры.

Эффективно функционирующий кластер любого вида становится драйвером территориальной конкурентоспособности за счет инновационного развития, что было доказано еще в 2006 году на основании анализа инновационных систем европейских стран [10].

М. Портер является основоположником кластерной теории экономического развития. Согласно его определению, кластер – это «группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [10].

Кластеризация интересовала многих ученых в различных отраслях экономики. Так, доказано, что в креативных индустриях процесс кластеризации отличается от аналогичных в традиционных промышленных отраслях (таблица 2.2).

Таблица 2.2 – Подходы к определению понятия «креативный кластер»

Источник	Определение
С. Эванс	«Креативный кластер – сообщество творчески ориентированных предпринимателей, взаимодействующих на замкнутой территории» [22].
Практическое руководство по созданию креативного кластера	«Креативный кластер – это «технопарк» в сфере креативных индустрий, конвертирующий творческую энергию в работающие бизнесы, увеличивающие вклад таких индустрий в валовый продукт города. Чаще всего это компактное, физически ограниченное пространство, где расположены взаимодополняющие друг друга творческие бизнесы, которые от такого соседства испытывают «эффект синергии» [12].
Дж. Поттс	«Креативный кластер – это место, где продукты не только производятся, но и потребляются» [23].
Р. Флорида, Н. Клифтон, П. Кук	«Креативный кластер – это географическое скопление творческих профессионалов, а не предприятий» [15]. В креативном кластере основное внимание уделяется не отдельным компаниям/фирмам, а отдельным индивидам-творцам
Л. Де Проприс, Л. Гиппонен	«Креативный кластер – это места, которые объединяют творческих людей, разделяющих интерес к новинкам, но не обязательно на ту же тему; место-катализатор, где люди, отношения, идеи и таланты могут «зажечь» друг друга; среда, которая предлагает многообразие, стимулы и свободу выражения мнений; плотная, открытая и постоянно меняющаяся сеть межличностных обменов, которые питаются индивидуальной уникальностью и идентичностью» [20]. Предпосылкой кластеризации креативных индустрий является желание создателей совмещать место работы и место жительства.
Лондонское агентство по развитию	«Цели креативных кластеров могут быть как социальные, так и предпринимательские, как культурные, так и экспансивные, а незначительные факторы для других отраслей здесь имеют решающее значение» [20]. Лондонское агентство по развитию в отчете «Стратегия креативного пространства» отличает креативные кластеры от обычных бизнес-кластеров.

Источник: оставлено автором.

На наш взгляд, креативный кластер – это форма организации креативного пространства, который представляет собой определенную территорию с собственной инфраструктурой, являющейся необходимым условием для реализации креативного потенциала отдельной личности и команд единомышленников, в результате чего возможны генерация и реализация инновационных идей в различных сферах.

Очевидно, что креативный кластер при определенных условиях вполне может стать драйвером ускоренного и опережающего развития как материального производства, так и социальной сферы региона, и, как

следствие, оказать положительное влияние на уровень национальной экономической безопасности.

Целью создания и функционирования креативного кластера является объединение, интенсификация усилий, возможностей и потенциала участников кластера для формирования взаимосогласованных действий, направленных на повышение их конкурентоспособности и концентрацию сильных сторон кластера для решения сложных задач в различных сферах посредством реализации коммерческих и социальных проектов.

Задачи создания и функционирования креативного кластера как формы организации креативного пространства региона на основе концепции опережающего развития:

- формирование условий для активного развития креативных индустрий;
- создание удобных условий для развития креативного потенциала сотрудников за счет налаживания сотрудничества между предприятиями и организациями различных сфер деятельности;
- сокращение инновационного лага;
- повышение уровня привлекательности отдельных территорий и региона в целом для их развития;
- активизация деятельности креативной части населения с целью формирования качественно нового имиджа региона;
- содействие улучшению качества и интерактивности продукта, производимого в пределах кластера.

Признаки креативных кластеров представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Признаки, присущие креативным кластерам

Признак	Содержание
Наличие креативного класса	В креативных кластерах задействованы высокоспециализированные креативные профессионалы, чья экономическая функция заключается в генерации новых идей, новых технологий и / или творческого контента
Локальный характер	Субъекты кластера сосредотачиваются на ограниченной территории
Узкая специализация	Креативная кластеризация происходит в пределах одной или нескольких родственных сфер деятельности, но это не влияет на культурное и творческое многообразие участников кластера
Ресурсозависимость	Основные ресурсы – знания, информация и творческий талант, которые находятся в постоянной интерактивной циркуляции
Инновационность	Креативные кластеры являются центрами создания креативных и интеллектуальных новаций
Конкурентное сотрудничество	Предполагает широкое и активное взаимодействие участников на основе множественности прямых и обратных локальных отношений, а также добросовестную конкуренцию

Признак	Содержание
Органичность	Данный вид кластеров не поддается искусственному созданию и планированию
Большое количество экономических агентов	Наличие развитой сети многочисленных креативных предпринимателей, некоммерческих организаций, культурных центров, театров и др. наряду с научными парками и медиа-центрами.
Внутреннее потребление	Избыточное производство можно реализовать или же выгодно применять в пределах кластера
Гибкость и адаптивность	Способность эффективно и своевременно реагировать на изменения различной этимологии
Урбанизм	Креативные кластеры характерны преимущественно для городских и пригородных зон
Экстернальное взаимодействие	Осуществление контактов – межличностных, контрагентских, между научными центрами и экономическими субъектами, а та же межотраслевая интеграция и кооперация
Высокие социальные и культурные ценности	Ориентация на сохранение культурного наследия, здоровый социум и тесные отношения внутри кластера, построенные на открытости и доверии

Источник: составлено автором по материалам [14; 21; 23].

Кроме того, необходимо также выделить такую особенность создания креативных кластеров в условиях функционирования постиндустриального периода, которая связана с потребностью в гораздо меньшем месте для производственных процессов за счет применения новейших технологий. Ценность креативных кластеров также состоит и в том, что они используются не только для практической деятельности, работы, а также для коммуникации, общения, обмена мнениями, выработки идей, жизни. Происходит, например, ревитализация старых промышленных объектов и создание на их территории креативных пространств для проведения различных социально-культурных и деловых мероприятий и реализации проектов.

Таким образом, для организации и функционирования креативного кластера в регионе необходимы две основные составляющие: идеи и пространство, т. е. территория с необходимой инфраструктурой.

На рисунке 2.3 представлена взаимосвязь укрупненных задач креативного кластера с необходимой инфраструктурой (функциональные пространства).

Таким образом, креативный кластер – это средство и форма развития креативной экономики, функция которого состоит не только в производстве и потреблении креативных товаров и услуг, но и в формировании уникальной среды обитания, привлечении высококвалифицированных и творческих ресурсов из других регионов (т. н. креативного класса).



Рисунок 2.3 – Взаимосвязь укрупненных задач с необходимой инфраструктурой креативного кластера

Источник: оставлено автором по материалам [12].

Однако, на наш взгляд, креативные кластеры не могут в полной мере обеспечить достижение региональной экономикой целей опережающего развития, которое, как уже отмечалось ранее, базируется на инновациях в различных сферах, в т. ч. имеющих стратегическое значение. В связи с тем, что креативный кластер направлен на внутреннее потребление, коммерциализация новшеств ограничена либо невозможна, при том, что для генерации инновационных идей и их материального воплощения в таких кластерах имеются главные ресурсы – знания и информация.

Следовательно, при всей важности креативных кластеров в контексте достижения региональной и национальной экономиками опережающего

развития использовать их в «чистом» виде не представляется возможным. Креативные кластеры должны участвовать в формировании инновационной системы (ИС) регионов и государства в целом, которая:

- направлена на осуществление и поддержку инноваций и инновационной деятельности;

- включает национальные, региональные, частные и общественные организации, механизмы их взаимодействия для создания, распространения и коммерциализации новых знаний и технологий.

Таким образом, основа инновационной системы – знания, которые признаются ключевым фактором экономического развития. Кроме того, в рамках инновационной системы важными элементами являются инфраструктура, позволяющая взаимодействовать ее элементам, а также обмен знаниями внутри ИС.

Между концепциями креативной экономики и инновационной среды прослеживается взаимосвязь. Так, современная концепция инновационной среды включает процессы поддержки технологических инноваций и формирования социально ориентированной системы, которые влияют друг на друга. В этой связи в качестве факторов инновационного развития рассматриваются в том числе и отрасли культуры, искусства и пр., т. е. креативные индустрии. Если понимать инновационную систему как совокупность институтов, производящих инновации на основе знаний, то становится очевидным, что ключевым фактором формирования институциональной основы ИС становится среда. «Такой подход подразумевает, что характер и условия роста знаний не являются просто функцией от объема вложенных в них инвестиций. На все аспекты этого растущего знания влияют и общесистемные параметры: инфраструктура, система защиты прав и интеллектуальной собственности, образовательная система, показатели городской инфраструктуры, культура и другие факторы» [16]. Например, Ч. Лэндри в своей концепции развития города полагает, что культура является катализатором общего развития города как экосистемы. Он делает вывод: факторы формирования эффективной городской креативной среды представляют собой условия создания и функционирования инновационной системы, и, следовательно, являются фактором экономического развития территории [16]. Таким образом, для развития инновационной системы в качестве институциональной базы необходима креативная среда, в формировании которой важную роль играют инновационные высокотехнологичные предприятия, а креативный кластер есть не что иное, как ее ключевой элемент. Эта закономерность справедлива и для более крупных территориальных систем (региона, государства, глобальной экономики).

Нужно отметить, что креативные кластеры неоднородны и можно выделить следующие их виды, учитывая потенциал достижения целей опережающего развития (таблица 2.4).

Таблица 2.4 – Виды креативных кластеров

Вид креативного кластера	Характеристики
Свободные креативные кластеры	<p>Источник возникновения – негосударственная спонтанная творческая инициатива.</p> <p>Участники – творческая интеллигенция без образования устойчивых организационных единиц.</p> <p>Участие государства: практически отсутствует.</p> <p>Специализация: на низко технологичных и более персонализированных видах творческой деятельности.</p>
Общественно-организованные креативные кластеры	<p>Источник возникновения: ревитализация городских пространств под управлением общественных или коммерческих организаций.</p> <p>Участники: творческие, научные и культурные работники.</p> <p>Участие государства: минимально.</p> <p>Могут приобретать официальный статус.</p> <p>Основные агенты: сложившиеся организации, которые видят выгоду от совместного присутствия на определенной территории.</p> <p>Специализация: смешанная.</p>
Государственно-организованные креативные кластеры	<p>Источник возникновения: государственная инициатива (на основе предварительного планирования и в рамках общих программ территориального и отраслевого развития), Оказание местными властями прямой финансовой поддержки.</p> <p>Специализация: «тяготение к высокотехнологичным видам деятельности (ИТ, телекоммуникации, промышленный дизайн) с целевым переливом (spillover effect) креативности в сферу промышленного производства» [6].</p>

Источник: составлено автором по материалам [7].

Очевидно, что наиболее высокий потенциал достижения целей опережающего развития характерен для государственно-организованных креативных кластеров, но они обладают чертами индустриальных и инновационных кластеров, т. е. представляют собой гибридную форму кластерного объединения.

Эту точку зрения подтверждает тот факт, что, например, в Китае «креативный кластер – это индустриальный, связанный с производством инновационный центр создания и использования результатов интеллектуальной деятельности в самых различных сферах творческой активности» [7]. Это определение подчеркивает роль креативных кластеров как важных отраслей национальной экономики, которые не должны финансироваться на основе затратного подхода по остаточному принципу. Оптимальным, на наш взгляд, будет использовать китайский опыт, когда креативные отрасли одновременно являются и культурными, и

технологическими, и экономическими сферами деятельности, что позволяет достичь максимального позитивного эффекта.

Кроме того, государственно-организованные креативные кластеры могут определяться как креативные (в том числе индустриальные) парки. Их особенностями являются:

- 1) наличие официального статуса, определяемого государством (на уровне, как правило, города);
- 2) конкретные организационные и территориальные границы, сформулированная стратегия развития, определенная специализация;
- 3) активное государственное регулирование деятельности;
- 4) ориентация на высокие технологии, на перенос креативности в другие отрасли экономики с помощью информационных и телекоммуникационных технологий и промышленного дизайна.

«Деятельность креативных индустриальных парков полностью соответствует принятому в России термину «технопарк» [5], поэтому их можно называть креативными технопарками» [7].

Для реализации концепции опережающего развития необходимо ориентироваться на создание креативных технопарков со специализацией в сфере цифровых технологий: дизайн и проектирование веб-сайтов; дизайн и проектирование программного обеспечения; компьютерное программирование; дизайн приложений; IT-стратегии и планирование.

Еще одной немаловажной особенностью креативных технопарков, отличающих их от свободных и общественно-организованных креативных кластеров, является то, что продукты их деятельности не потребляются исключительно внутри кластера, а успешно коммерциализируются за его пределами.

На основе обобщения вышеуказанной информации, считаем нужным дать следующее определение: креативный технопарк – это территория различной специализации, имеющая официальный статус, с определенными организационными и территориальными границами, на которой при прямой государственной поддержке осуществляется инновационная деятельность его участников разной интенсивности, ориентированная на создание и коммерциализацию конкурентоспособного инновационного продукта в высокотехнологичных отраслях креативной экономики.

На наш взгляд, креативные технологические парки должны стать ядром креативных кластеров со специализацией в высокотехнологичных отраслях креативной экономики (рисунок 2.4).

Задачами креативного технопарка, на наш взгляд, являются:

- целенаправленная политика по подбору резидентов в соответствии с базовой специализацией;
- формирование среды для междисциплинарного взаимодействия и развития бизнеса;
- создание коллективной инфраструктуры;
- создание рабочих мест в креативной индустрии;



Рисунок 2.4 – Структура креативного технопарка со специализацией в высокотехнологичных отраслях креативной экономики

Источник: составлено автором.

- помощь с внедрением инновационных разработок;
- создание собственных мер поддержки резидентов.

В Российской Федерации первый креативный технопарк – центр дизайна Artplay – был зарегистрирован 5 июня 2020 г. в Москве. На его территории имеются VR-студия, студия макетирования и прототипирования, керамическая, ювелирная, фэшн-мастерские, фотостудия и другие ресурсные центры. До этого времени в нашем государстве понятие креативного технологического парка отсутствовало [9]. Появление креативного технопарка именно в Москве неудивительно: город входит в ТОП-8 рейтинга (International Creative Capital Index от PwC и Calvert22), оценивающего креативные индустрии в городах мира, что свидетельствует о высоком потенциале для дальнейшего развития российской столицы как креативного мегаполиса.

Также на базе Казанского (Приволжского) федерального университета планируется создание первого в России университетского креативного технопарка, под который выделено 1 500 кв. м. Он будет специализироваться на трех ключевых направлениях развития: предметный/промышленный дизайн, в том числе дизайн среды; кастомизация текстиля, а также медиаискусства: программно-аппаратный комплекс, NFT-биржа и IT-прототипирование [8]. «NFT, или невзаимозаменяемый токен, – это единица учета, с помощью которой создается цифровой слепок для любого уникального предмета. Это может

быть картина, фотография, видео, музыка, гифки – любой уникальный контент» [8]. На базе данного креативного технопарка к концу 2023 г. планируется запуск не менее пяти креативных стартапов. В 2025 году таких проектов будет около 30, причем ожидается, что 5–6 из них вырастут в реальные бизнесы [8].

К креативным технопаркам в России также относятся ИТ-технопарки, созданные Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций.

Условиями для получения статуса креативного технопарка являются:

- не менее 20 компаний-арендаторов представляют креативные индустрии и занимают не менее четверти от общей площади (предприятия обрабатывающей промышленности при этом не должны занимать более 20 % процентов площади);

- не менее 70 % резидентов должны являться субъектами малого и среднего предпринимательства (максимальная доля от общей площади на одного резидента – 30 %);

- в креативном технопарке должны находиться не менее двух объектов инфраструктуры коллективного пользования, профильных для креативных индустрий;

- минимально допустимая совокупная площадь творческого пространства – 10 тыс. кв. м.

В Республике Крым на данный момент не существует креативных технопарков, однако базой для их создания может служить ИТ-кластер, состоящий из 40 участников согласно данным Центра кластерного развития [17]. В его рамках пока не реализуется никаких проектов, однако потенциал для этого существует.

В рамках стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года предусматривается создание 7 кластеров, среди которых кластер креативной индустрии, с целью активизации потенциала региона через кооперацию бизнеса, власти и науки (на наш взгляд, в данный перечень стоит добавить креативный класс как ключевой элемент креативных технопарков и кластеров).

Кроме креативных технопарков в мире получили широкое распространение такие модели функционирования креативных кластеров, как кластерная ассоциация, являющаяся моделью-антиподом креативного технопарка, и инновационный консорциум, который представляет собой ответвление кластерной ассоциации, однако имеет свои особенности и развивается как самостоятельное явление.

Характеристики основных моделей функционирования креативных кластеров в мире приведены на рисунке 2.5.

Чёткое понимание моделей функционирования дает представление о необходимых стартовых условиях развития для креативных кластеров разного типа, но это не должно ограничивать экспериментирование с их бизнес-моделями и мерами поддержки.

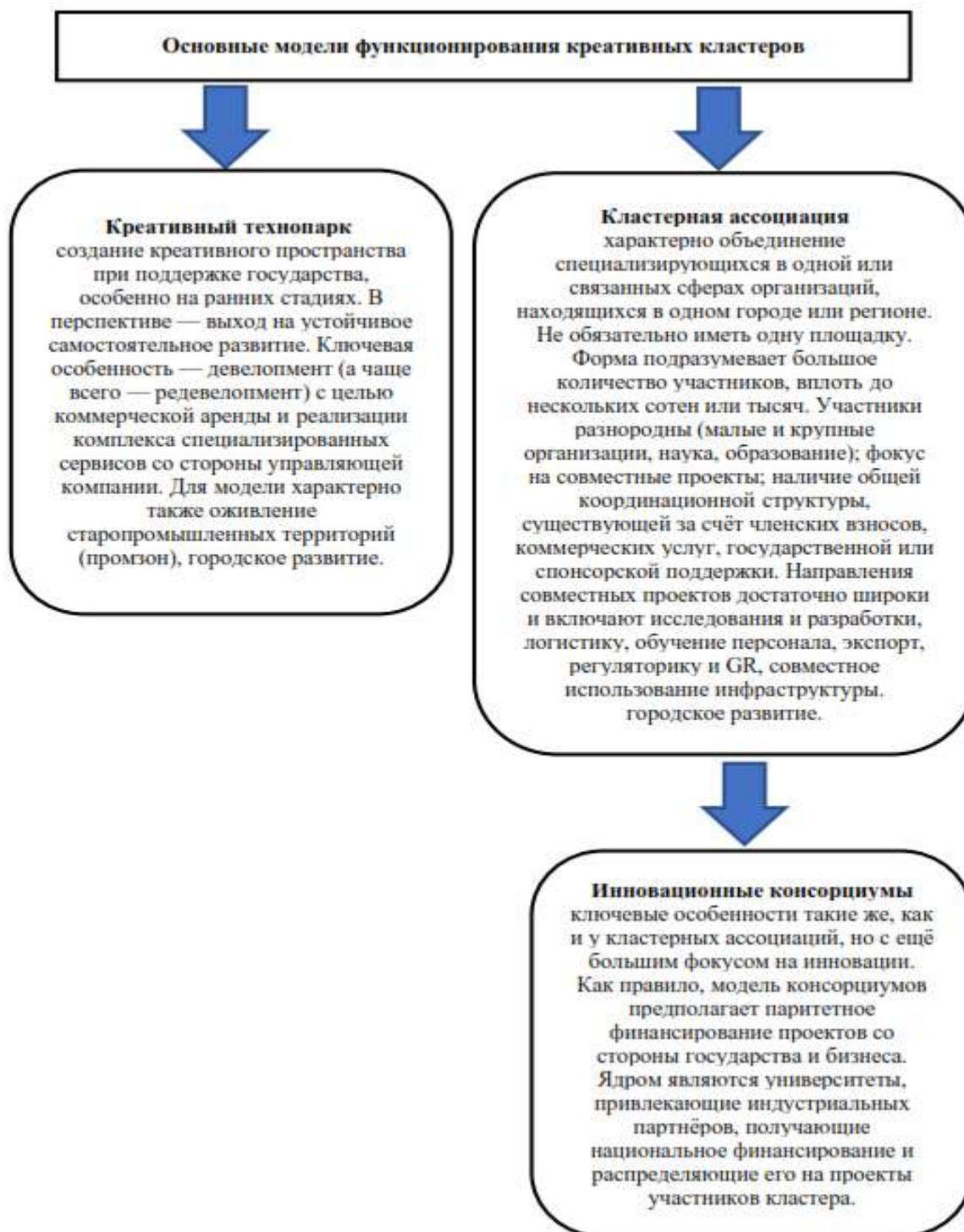


Рисунок 2.5 – Основные модели функционирования креативных кластеров в мире

Источник: составлено автором по материалам [6].

Эволюция креативных кластеров приводит к синтезу различных моделей, позволяющих им стать более конкурентоспособными и обеспечить достижение целей опережающего развития региональных экономик и

национальной экономики в целом. Все модели рациональны и заслуживают поддержки.

Для эффективного развития креативных кластеров в регионах России надо понимать разнообразие моделей и предоставить регионам свободу их выбора на основании комплексного анализа сложившихся условий и возможностей.

В настоящее время важнейшей проблемой, тормозящей развитие кластерных инициатив в креативной экономике, является отсутствие мер поддержки на федеральном уровне вследствие разделения ответственности между различными органами власти. Нужно прекратить ассоциировать креативную экономику исключительно с культурой (и курируемыми её федеральными и региональными органами власти) и четко понимать, что она напрямую связана с собственно экономикой, функционированием и развитием малого и среднего предпринимательства, инфраструктуры поддержки инноваций, поэтому целесообразно учитывать опыт ведущих стран для развития креативного сектора, заключающийся в необходимости вовлечения разных органов власти.

По мнению экспертов, в России развитием креативных технопарков могло бы заняться Министерство промышленности и торговли, имеющее богатый опыт поддержки региональной инфраструктуры, включая индустриальные и технологические парки, и уже частично поддерживающий креативные индустрии в части народных художественных промыслов [6]. Министерство экономического развития могло бы отвечать за поддержку креативных кластерных ассоциаций, что логично с учетом более чем десятилетнего опыта создания предпринимательской инфраструктуры в регионах, стимулирования инновационных кластеров и центров кластерного развития. Поддержка инновационных креативных консорциумов и совместных проектов на стыке науки и бизнеса должна осуществляться Министерством науки и высшего образования (формат научно-образовательных центров мог бы иметь эффективное приложение в креативной сфере) [6].

Таким образом, креативные индустрии и креативная экономика в современных условиях должны расцениваться как важные элементы для будущего развития региональной и национальной экономик, а не просто как надстройка к базису материального производства. Креативные кластеры, креативные технопарки, кластерные ассоциации и инновационные консорциумы являются формами организации креативного пространства региона на основе концепции опережающего развития.

Кластеризация креативных индустрий стимулирует процветание региональной экономики. Креативные кластеры и основные модели их функционирования следует считать инновационным вектором постиндустриального этапа развития территорий. Это стратегическое направление, которое может стать толчком к опережающему развитию

региона на основе применения новейших технологий в креативной сфере и формирования условий для носителей креативного потенциала.

Креативные кластеры и основные модели их функционирования могут стать источником значительных поступлений в бюджеты различного уровня и роста ВВП/ВРП, опираясь на поддержку органов власти и при наличии развитой инфраструктуры. В них создаются новая конкурентоспособная продукция и услуги с использованием инновационных решений, дополнительные рабочие места, привлекающие квалифицированную рабочую силу из других регионов. Кроме того, на основе позиционирования региона как способствующего развитию креативных индустрий формируется его привлекательный имидж как для туристов, так и для инвестиций. Кластерная форма организации креативного пространства оказывает положительное влияние на другие секторы экономики и на социальное благополучие, а циркуляция знаний в кластере является основой для роста инновационной составляющей в регионе и ускоряет темпы НТП, что способствует реализации основных положений концепции опережающего развития.

Именно креативные технологические парки, а также иные модели функционирования креативных кластеров представляют собой территориально сконцентрированные источники творческого и инновационного потенциала, что позволяет им стать одним из важных инструментов постиндустриальной трансформации экономики Российской Федерации и ее регионов, а также обеспечить реализацию концепции опережающего развития российской экономики в контексте сложившихся миросистемных вызовов.

Список использованных источников

1. Бузгалин, А. В. О стратегии опережающего развития России / А. В. Бузгалин, А. И. Колганов. – Текст : непосредственный // Проблемы теории и практики управления. – 2017. – № 7. – С. 34–50.

2. В ВВП есть место творчеству. Креативная индустрия в российской экономике доросла до среднемирового уровня. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4929650/> (дата обращения: 26.10.2023). – Текст : электронный.

3. Воейков, М. И. А. И. Герцен и теория опережающего развития / М. И. Воейков. – Текст : непосредственный // TERRA ECONOMICUS. – 2015. – Т. 13, № 3. – С. 34–54.

4. Глазьев С. Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса / С. Ю. Глазьев. – М., 2010. – Текст : непосредственный.

5. Костюнина, Г. М. Технопарки в зарубежной и российской практике / Г. М. Костюнина, В. И. Баронов. – Текст : непосредственный // Вестник МГИМО университета. – 2012. – № 3. – С. 91–99.

6. Креатив в промышленных масштабах: как создать очаги новой деловой культуры. Что такое креативные кластеры и как обеспечить их развитие в регионах России. – URL: <https://news.ru/economics/kreativ-v-promyshlennyh-masshtabah-kak-sozdat-ochagi-novoj-delovoj-kultury/> (дата обращения: 16.09.2023). – Текст : электронный.

7. Креативные технопарки в постиндустриальной трансформации экономики Китая / С. А. Титов, А. О. Кокорина, П. А. Быков, Е. С. Горбачев, Ф. Ф. Шарипов. – Текст : непосредственный // Пространственная Экономика. – 2019. – Т. 15, № 3. – С. 125–146.

8. Креативный технопарк создан в России. – URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/269493041> (дата обращения: 11.09.2023). – Текст : электронный.

9. Первым креативным технопарком Москвы стал столичный центр дизайна Artplay. – URL: <https://redeveloper.ru/news/pervym-kreativnym-tekhnoparkom-moskvy-stal-stolichnyy-tsentr-dizayna-artplay.htm> (дата обращения: 23.10.2023). – Текст : электронный.

10. Портер, М. Конкуренентоспособность на распутье: направления развития российской экономики / М. Портер, К. Кетелс. – URL: http://spved.narod.ru/MATERS/PORTER_RFstrategy.pdf (дата обращения: 10.09.2023). – Текст : электронный.

11. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.». – URL: <https://garant.ru/products/ipo/prime/doc/402745784/> (дата обращения: 21.10.2023). – Текст : электронный.

12. «Сносить нельзя ревитализировать»: практическое руководство по созданию креативного кластера. – М.: ООО «Агентство развития регионов», ООО «Флакон Икс», 2019. – URL: https://100gorodov.ru/attachments/1/be/cdbebd-cb55-40e7-98e5-32ca58fc9a43/Практическое_руководство_по_созданию_креативного_кластера.pdf (дата обращения: 18.06.2023). – Текст : электронный.

13. Сопина, Н. В. Развитие креативных индустрий в регионах России: возможности и их реализация / Н. В. Сопина. – Текст : непосредственный // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15, № 2. – С. 277–294.

14. Сухарев, О. С. Адекватность стратегии опережающего развития экономики России в глобальных изменениях / О. С. Сухарев. – Текст : непосредственный // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 47(350). – С. 2–15.

15. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI». 2007. – 421 с. – Текст : непосредственный.

16. Хакимова, Е. Р. Креативный кластер в концепции инновационной системы / Е. Р. Хакимова. – Текст : непосредственный // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 2. – С. 236–238.

17. Центр кластерного развития Республики Крым. – URL: <https://ckr.frbk.ru> (дата обращения: 21.10.2023). – Текст : электронный.

18. Эксперты предупредили о риске для России «навсегда отстать» в технологиях. Страна лидирует только в идущих на спад секторах – ядерных технологий и вооружений. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/13/04/2021/607478fc9a794731d03611ab (дата обращения: 08.09.2023). – Текст : электронный.

19. Creative Economy Report 2010. UNCTAD. – URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf (дата обращения: 23.10.2023). – Текст : электронный.

20. De Propriis L. Creative Clusters and Governance: The dominance of the Hollywood Film Cluster / De Propriis L., Hypponen L. // Creative Cities. Cultural Clusters and Local Development / Cooke. P. and Lazzaretti. L. – Cheltenham: Edward Elgar. 2008. – Pp. 258–286.

21. Emerging industries Report on the methodology for their classification and on the most active, significant and relevant new emerging industrial sectors. Extension of the European Cluster Observatory. Promoting better policies to develop world class clusters in Europe Contract N°71/PP/ENT/CIP/11/N04C031. – URL: http://emergingindustries.eu/Upload/CMS/Docs/Emerging_industries_methodology.pdf (дата обращения: 11.09.2023). – Текст : электронный.

22. Evans, S. Creative clusters: key concepts / Simon Evans. – URL: http://creativeclusters.com/clusters.dreamhosters.com/?page_id=1599 (дата обращения: 11.09.2023). – Текст : электронный.

23. Potts, J. Art & innovation: an evolutionary economic view of the creative / Potts J. ; Unesco observatory, faculty of architecture, building and planning, the university of melbourne refereed e-journal. – 2007. – URL: http://sutanto.staff.uns.ac.id/files/2008/09/art_innovation.pdf (дата обращения: 27.10.2023). – Текст : электронный.

2.2 Анализ факторов внешней и внутренней среды региона, способствующих функционированию креативной экономики

Высочина М. В., к. э. н., доцент, доцент кафедры менеджмента
Цветкова И. И., к. э. н., доцент, доцент кафедры менеджмента

Изменения, происходящие сегодня в стране и мире, связанные с геополитическими и экономическими аспектами, формируют перед регионами России новые вызовы, ставят новые задачи, решить которые посредством устоявшихся стандартных подходов и методов не представляется возможным. Творческий подход, опора на интуицию и

креативность – это те инструменты, которые в сложившихся условиях позволяют использовать новые возможности, открываемые современным миром хаоса, непостижимости и нелинейности. Реальность, проявляющаяся в сложности формирования бизнес-моделей и выработки стратегий, нестабильности рынка труда, огромном потоке информации, является предпосылкой для создания креативных индустрий, способных обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие экономики регионов и страны в целом.

Трансформации, происходящие в России и мире, оказывают на экономику Республики Крым как негативное влияние, так и открывают перед регионом новые возможности, в частности, способствуют развитию креативной экономики. Ключевыми предпосылками становления и развития креативной экономики в регионах, по мнению исследователей, являются: «уровень развития человеческого капитала, размеры внутреннего и внешнего спроса на продукты креативных индустрий, инновации, инвестиции, технологическая, организационная и институциональная модернизация, созидательная деятельность всех субъектов рынка, а также эффективный креативный, инновационный, инвестиционный, производственный и социальный менеджмент» [8]. В то же время основой формирования стратегии развития креативного сектора экономики региона следует считать анализ факторов его внешней и внутренней среды.

Отметим, что в настоящее время существует достаточное количество разнообразных классификаций факторов, оказывающих влияние на развитие регионов. При этом, как показало изучение ряда научных трудов, подавляющее большинство из них носит фрагментарный характер, в их интерпретации чаще всего отсутствуют комплексность и системность, и они отражают лишь какую-то одну сторону. А так как понятие «регион» характеризуется многоаспектностью и многогранностью, это требует всестороннего изучения разнообразных факторов его успешного развития и процветания. В таблице 2.5 приведены некоторые подходы к классификации факторов, которым свойственны комплексность и системность, указаны главные отражаемые ими аспекты регионального развития.

Таблица 2.5 – Классификации факторов развития экономики региона

Автор	Классификация факторов	Отражаемый аспект
Н. Н. Яшалова [53]	нормативно-правовой фактор; научно-просветительский фактор; ресурсно-экологический фактор; инновационно-технологический фактор; учетно-статистический фактор	эколого-экономический аспект развития региона
Е. А. Илларионова [18]	ресурсная база: геополитический потенциал, природный потенциал, хозяйственный потенциал, трудовой потенциал, управленческий потенциал, финансовый	экономический аспект устойчивого развития региона

Автор	Классификация факторов	Отражаемый аспект
	потенциал, инвестиционный потенциал, информационный потенциал, инфраструктурный потенциал; эффективность управления ресурсами	
А. А. Кисуркин [21]	демографические факторы; уровень жизни населения; экономические факторы; финансовые факторы; трудовые факторы; инвестиционные факторы; социальные факторы; природные факторы; жилищные факторы; образовательные факторы; инновационные факторы; экологические факторы	различные стороны устойчивого социально-экономического развития региона
А. И. Гаврилов [13]	рыночный фактор; конкурентный фактор; производственный фактор	развитие экономического потенциала региона
В. Н. Лукьяненко [24]	традиционные факторы, которые обеспечивают способность удовлетворять запросы общества наравне с соседними регионами; аттрактивные факторы, которые выражают принципиальное отличие одного региона от других, его привлекательность	развитие социально-экономических систем
Н. А. Чижова [38]	«жесткие» факторы: ориентированные на производственные ресурсы; ориентированные на производство и сбыт продукции; установленные государством; «мягкие» факторы: стабильность политической ситуации; стабильность общественного климата; квалификация занятых по найму; региональная структура экономики и отдельных предприятий; качество системы образования и профессиональной подготовки кадров; оснащение региона вузами, технологическими центрами, исследовательскими организациями; наличие факторов, ориентированных на производство услуг; отношение к экономике основных действующих лиц региона; качество жизни в регионе	экономический аспект развития региона
М. Н. Руденко [38]	внешние и внутренние факторы; объективные и субъективные факторы; прогнозируемые и непрогнозируемые факторы; ресурсы, имеющиеся в наличии, и потенциальные возможности; финансовые, инвестиции, трудовые, интеллектуальные факторы; политические, экономические, социальные, культурные, экологические факторы;	экономический потенциал региона с позиции социокультурного подхода

Автор	Классификация факторов	Отражаемый аспект
	количественные и качественные факторы; краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные факторы; существенные и несущественные факторы; благоприятные и неблагоприятные факторы	
С. П. Земцов, Ю. А. Смелов [17]	факторы «первой природы»: выгодное географическое положение, наличие сырьевых и агроклиматических ресурсов; факторы «второй природы»: агломерационные эффекты, концентрация человеческого капитала и благоприятные институциональные условия	экономический аспект развития региона

Источник: составлено авторами.

Приведенные в таблице 2.5 классификации предложены авторами с учетом конкретных аспектов регионального развития: экономического, социального, экологического, культурного и т.п. Несомненно представленные классификации факторов позволили их авторам решить поставленные задачи: проанализировать изучаемые ими объекты регионального развития, построить требуемые модели, составить прогнозы и сценарии развития. Однако, в рамках данного исследования специфика изучаемого явления – креативной экономики – требует иного подхода к систематизации факторов, способствующих развитию в регионе креативных индустрий. Это связано с тем, что креативные индустрии формируются на стыке «искусства, культуры, бизнеса и технологий», образуя их интеграцию, и используют в качестве одного из главных ресурсов человеческое творчество, а это, в свою очередь, не всегда позволяет очертить их четкие границы, и изучать как традиционный сектор экономики региона. В связи с вышеизложенным предлагаем авторское видение систематизации факторов, влияющих на развитие креативных индустрий в регионе, согласно которому система факторов состоит из взаимосвязанных и взаимообуславливающих факторов внешней и внутренней среды региона. Рассмотрим их.

Внешняя среда – это источник ресурсов, необходимых для поддержания внутреннего потенциала региона на требуемом уровне. Успешное социально-экономическое развитие обеспечивается постоянным обменом региона с внешней средой.

В состав внешней среды региона входит два блока – фоновая среда и деловая среда.

1. Фоновая среда представлена социальными, демографическими, технологическими, экономическими и политическими факторами.

Социальные факторы. Исследование факторов социального макроокружения имеет целью определить воздействие на деятельность

креативных индустрий в регионе отдельных социальных явлений. Отметим, что среди них положительное влияние оказывают следующие аспекты:

– рост покупательной способности в летний период (курортный сезон), что объясняется большим количеством прибывающих на полуостров туристов. Наблюдаемый стабильный рост количества туристов в совокупности с постоянной численностью населения региона (рисунок 2.6) обеспечивает необходимый уровень платежеспособного спроса на продукцию, производимую в креативных индустриях. Но при этом присутствует сезонный фактор;



Рисунок 2.6 – Динамика туристов и постоянного населения в Республике Крым

Источник: составлено авторами по [43].

– требования потребителей к продукции. С одной стороны, покупатели предъявляют требования к высокому уровню качества предлагаемой на рынке региона продукции, а с другой – несмотря на процессы глобализации, формируют запрос на индивидуальный подход к потреблению, выводя на первое место эмоциональную составляющую потребления. Следует отметить, что продукция креативных индустрий – это не продукт первой необходимости. Но она формирует желаемые эмоции потребителя, что актуально в современных условиях развития социума, когда наблюдается тенденция постепенной замены экономики потребления на экономику впечатлений. Положительные эмоции, которые способны сформировать товары и услуги креативных индустрий, – одно из наиболее ценных предложений в современном мире:

– формированию определенных потребительских требований способствовала пандемия COVID-19, в период которой у населения появилось иное ощущение реальности, возникла потребность в совершенно новых продуктах и услугах, связанных, прежде всего, с сохранением здоровья (например, сформировался спрос на дизайн одежды с средствами

индивидуальной защиты, или дизайн мобильных приложений и прочих цифровых продуктов для бесконтактных способов оплаты);

– решение проблемы инклюзивности – еще один современный тренд, способствующий развитию креативных индустрий. По данным статистики, в России проживает около 12 млн людей с инвалидностью. Что касается Республики Крым, то на 1 ноября 2022 среди постоянных жителей региона инвалидность имеют 143 255 человек, что составляет 7,49 % от всего населения. Инвалидов 1-й группы насчитывается 17 979 человек (0,94 %), инвалидов 2-й группы – 65 220 человек (3,41 %), инвалидов 3-й группы – 60 056 человек (3,14 %), детей-инвалидов – 9 181 человек (0,48 %) [47]. Значительная часть – это граждане активного возраста, дети и подростки, которые готовы быть полноценными субъектами экономических процессов. На сегодняшний день пока рано говорить об идеально выстроенной модели образования и трудоустройства людей с инвалидностью, однако неоспоримым фактором в данной ситуации являются усилия, направленные на внутреннюю мотивацию и раскрытие индивидуального творческого потенциала этих людей. Именно успешные практики и технологии в области реализации творческих проектов могут стать одним из катализаторов социально-эмоциональной мотивации данной категории людей. Таким образом, данную категорию людей, с одной стороны, можно рассматривать как сегмент потребителей креативной продукции, позволяющей решать проблему их инклюзивности в современное общество, а с другой, – их творческий потенциал может быть использован при создании креативных товаров и услуг;

– изменение «традиционных» потребительских предпочтений. Так, например, снижается популярность пляжного отдыха в пользу посещения и участия в культурно-познавательных и активно-развлекательных мероприятиях, формируется актуальность обогащения пляжного отдыха незабываемыми впечатлениями и опытом. Наблюдаемые тренды объясняются во многом ростом «искушенности» потребителя, модой (популярными становятся серфинг, велотуризм, скалолазание, различные виды авиатуризма и т. п.) и чаще всего проявляются в сегменте «молодых людей». Изучение расходов потребителей на досуговые и культурно-познавательные мероприятия показало, что в период 2004–2019 гг. эти расходы выросли в 2,4 раза, а их доля увеличилась с 5,9 % до 8,1 %. Наблюдается смещение интересов потребителей с первоочередных расходов в направлении интеллектуального и творческого развития, что увеличивает спрос на продукцию креативной экономики и является фактором формирования человеческого капитала высокого уровня [2];

– социальная коммуникация. Основными трендами социальной коммуникации в настоящее время являются: «гаджетизация, развитие искусственного интеллекта, рост популярности аудиовизуального контента, популярность социальных сетей» [34].

Глобальной тенденцией является рост числа пользователей сети Интернет (среднегодовой темп прироста составляет 6–7%). Исследования показывают, что к 2023 г. количество устройств, подключенных к IP-сетям, превысит численность населения мира более чем в три раза. К концу 2023 г. на человека будет приходиться в среднем 3,6 сетевых устройств (для сравнения: в 2018 г. – 2,4). Общее количество подключенных устройств составит 29,3 млрд (в 2018 г. – 18,4 млрд). При этом доля потребительского сегмента в общем количестве устройств и подключений составит 74 % (оставшиеся 26 % будут приходиться на бизнес-сегмент). Россия опережает все страны Европы по количеству времени, проводимого пользователями в приложениях для просмотра видео: в 2020 г. они потратили на это 6,93 млрд ч, на мобайл в целом пришлось 94 млрд ч (в среднем это 3,5 ч в день на пользователя) [49].

В ежегодном отчете Digital 2021, подготовленном агентствами We Are Social и Hootsuite по данным SimilarWeb, GlobalWebIndex, Statista и других онлайн-сервисов, отмечено, что аудитория 16–64 лет проводит в Интернете в среднем 6 ч 54 мин ежедневно (в России этот показатель чуть выше – 7 ч 52 мин, причем 2 ч 25 мин из этого времени уходит на использование социальных сетей, а 1 ч 31 мин – на прослушивание музыки через стриминговые сервисы, просмотр телевизора занимает 3 ч 24 мин, игры на консолях – 1 ч 12 мин). В среднем за последний год люди стали проводить в сети на 4% больше времени, и в первую очередь – за счет развлекательного контента [54].

По данным Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК) общая аудитория Рунета в 2020 г. составила 97,4 млн чел. (79,5 % населения России), мобильного Рунета – 89,5 млн чел. (73,1 % населения России), 91,8 % пользователей заходят в сеть ежедневно. Проникновение Интернета превысило 90 % среди населения до 44 лет и приблизилось к 100% среди россиян 12–24 лет [49].

– информационно-коммуникационные технологии стали ведущим сектором креативных индустрий. Специалисты отмечают, что сейчас сфера культуры представляет собой «не столько совокупность авторов и исполнителей, театральных и концертных коллективов, залов, кинотеатров, выставок, библиотек и т. п., сколько совокупность устройств и технологий, эксабайты информации, сотни миллионов медиафайлов, трансляций и досуговых сервисов, используемых миллиардами людей» [42].

Эксперты отмечают, что тренд на диджитализацию, ресайклинг и устойчивый дизайн, начавшийся до пандемии COVID-19, усилится.

Демографические факторы. Процессы демографического характера, половозрастной состав населения замедляют темпы развития креативной экономики. На начало 2021 г. Федеральная служба государственной статистики констатирует, что численность населения России составляла 146,2 млн человек, это на 0,5 млн человек меньше показателя предыдущего года. С 2016 г. в стране наблюдается стабильная естественная убыль

населения (рисунок 2.7), формируемые демографические прогнозы также отражают негативный тренд (рисунок 2.8). На протяжении последних лет наблюдается снижение общей численности экономически активного населения в государстве (рисунок 2.9).

млн чел.

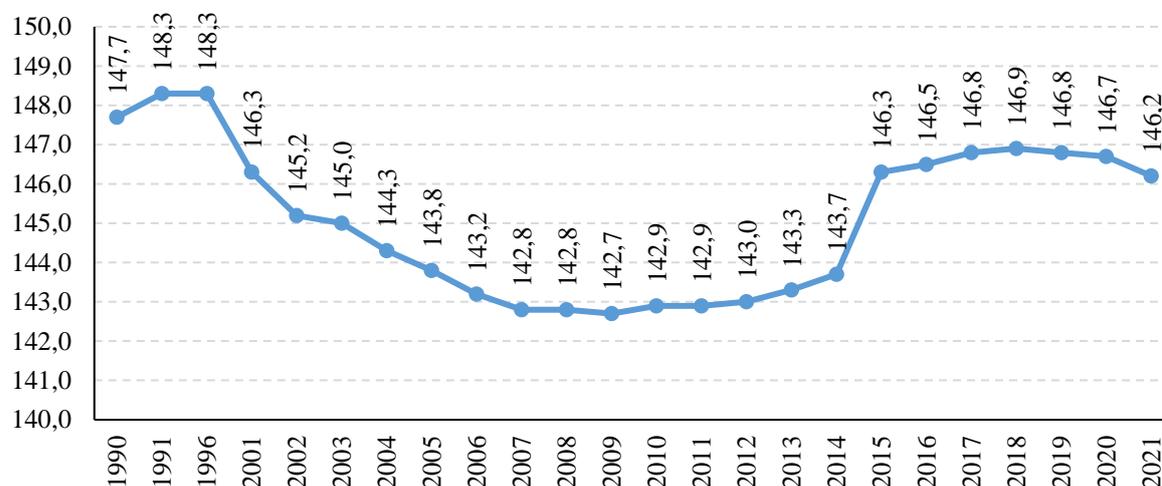


Рисунок 2.7 – Динамика численности населения РФ

Источник: составлено авторами по [44].

млн чел.

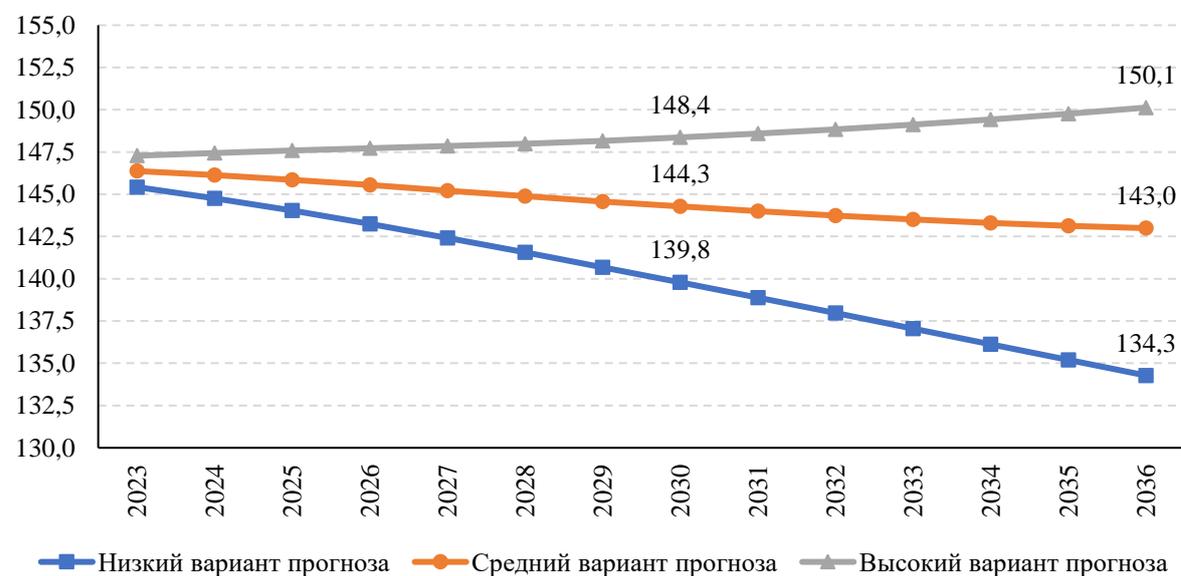


Рисунок 2.8 – Изменение численности населения РФ по вариантам прогноза

Источник: составлено авторами по [44].

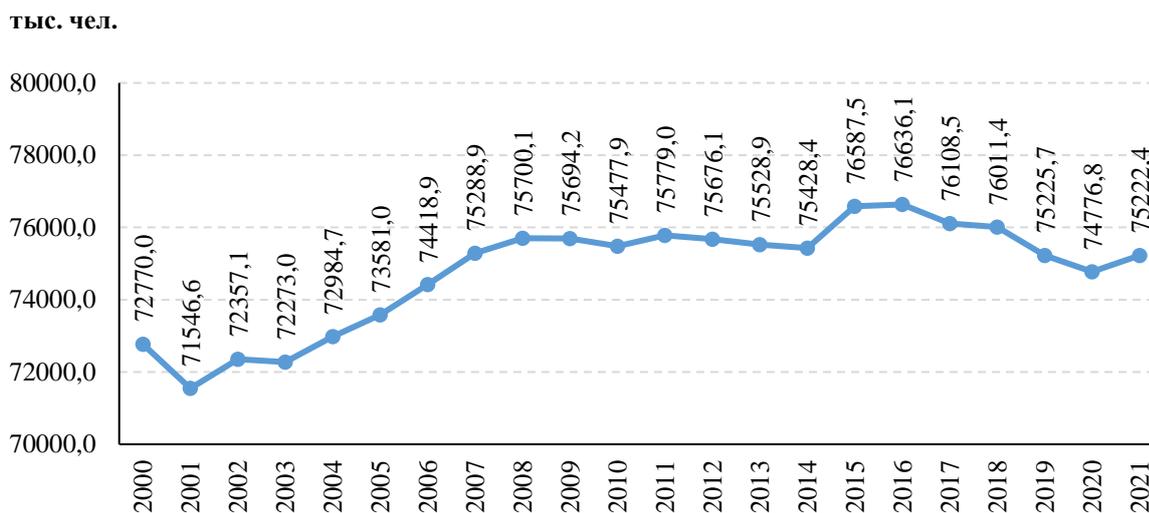


Рисунок 2.9 – Динамика экономически активного населения РФ

Источник: составлено авторами по [44].

Наблюдаемый в 2021 г. рост экономически активного населения объясняется, прежде всего, с пенсионной реформой и миграционными процессами.

Несмотря на то, что средняя продолжительность жизни в России за последние 20 лет выросла приблизительно на 8 лет, государство занимает 109 строку в списке из 191 страны. Такое положение дел специалисты объясняют некоторыми национальными особенностями: недостаточное внимание к собственному здоровью, злоупотребление вредными привычками, которые включают в себя употребление алкоголя и табакокурение, недостаточный уровень качества медицинского обслуживания пожилых лиц [44].

Отметим незначительно растущее старение рабочей силы, что создает определенные препятствия для нормализации процессов воспроизводства рабочей силы, в частности, для внедрения новейших технологий и соответствующей переквалификации работников. Исходя из физиологических возможностей организма человека, в старшем возрасте уменьшается не только запас физических сил, но и снижается способность к восприятию новых знаний и навыков. Следствием этого может быть негативное влияние на формирование креативной экономики.

Демографические проблемы государства характерны и для Республики Крым (рисунок 2.10).

Численность постоянного населения Республики Крым на конец первого полугодия 2022 г. составила 1 885,8 тыс. чел., а это на 10,6 тыс. чел. (0,6 %) меньше, чем в конце 2021 г. Естественная убыль за указанный период составила 7 454 чел., миграционная – 3 185 чел. За это время родилось 7 896 чел., что на 831 чел. (9,1 %) меньше, чем за аналогичный период предыдущего года [15].

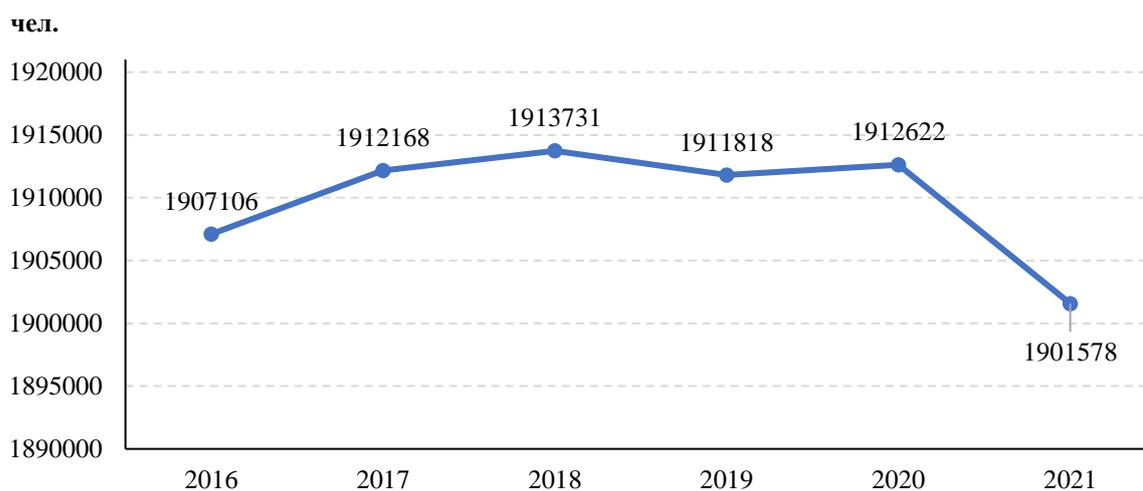


Рисунок 2.10 – Динамика численности населения Республики Крым

Источник: составлено авторами по [36].

В то же время положительным аспектом следует считать привлекательность региона со стороны мигрантов для проживания и трудовой деятельности. За последние четыре года миграционный прирост в регионе вырос в 2,5 раза: в 2018 г. прирост составлял 4781 чел., в 2021 г. – 12343 чел. [43].

Рынок труда Республики Крым отличается ярко выраженной сезонностью. В муниципальных районах, в которых преобладает сезонная занятость, присутствует небольшое количество промышленных предприятий, преобладают фермерские хозяйства, которые только в сезон нанимают дополнительную рабочую силу без официального оформления. Улучшить ситуацию в сфере сельской занятости можно только при возрождении традиционных отраслей сельского хозяйства, перерабатывающей промышленности, развитием туристического комплекса, формированием и развитием креативных индустрий.

Основными проблемами демографического развития и занятости населения Республики Крым являются:

- 1) естественная убыль населения, вызванная высокой смертностью;
- 2) высокая доля сельского населения по сравнению со среднероссийскими показателями (уровень жизни сельского населения ниже, чем у городского населения, по причине более низкой инфраструктурной обеспеченности сельских поселений, низкого разнообразия рынка труда и сферы услуг, наименьшими размерами среднемесячной заработной платы в сельском хозяйстве по сравнению с остальными отраслями экономики);
- 3) высокий уровень демографической старости населения;
- 4) ярко выраженная сезонность рынка труда;

5) более высокая, чем в среднем по Российской Федерации, доля занятых в образовании, здравоохранении и предоставлении социальных услуг, и более низкая – в обрабатывающем производстве, оптовой и розничной торговле, строительстве, что может быть обусловлено высокой долей теневой занятости в экономике [1].

Важным трендом на рынке труда следует считать рост числа самозанятых. С начала 2022 г. прирост зарегистрированных самозанятых в среднем составляет от 30 до 40 процентов от аналогичного месяца предыдущего года [48].

В таблице 2.6 приведены данные о росте количества самозанятых в отдельных регионах. Регионы Южного федерального округа опережают по темпам роста количества самозанятых показатели России в целом, при этом темпы роста в Республике Крым превышают средние темпы по ЮФО. В Республике Крым количество зарегистрированных самозанятых менее чем за два года увеличилось более чем в семь раз и ко второму полугодию 2022 г. превысило 66 тыс. человек.

Таблица 2.6 – Численность самозанятых в регионах, чел.

Регион	Группа самозанятых	2021 г.	2022 г.	Темпы роста, %
Российская Федерация	всего	1 603 638	3 862 114	241
	физлица	1 458 792	3 636 753	249
	ИП	144 846	225 361	156
Южный федеральный округ	всего	123 877	385 766	311
	физлица	110 379	361 796	328
	ИП	13 498	23 970	178
Краснодарский край	всего	42 127	153 127	363
	физлица	36 918	142 946	387
	ИП	5 209	10 181	195
Ростовская область	всего	39 775	102 943	259
	физлица	35 823	96 279	269
	ИП	3 952	6 664	169
Республика Крым	всего	10 782	40 074	372
	физлица	9 566	37 751	395
	ИП	1 216	2 323	191

Источник: составлено авторами по [40].

Как показывает статистика, темпы регистрации самозанятых стабильны, что связано с простотой процедуры отчетности и оформления, низким уровнем ставки налога и предоставлением налогового вычета в размере 10 000 рублей и «налогового капитала» в размере одного МРОТ, за счет которого самозанятые могли в 2020 году оплатить налог на профессиональный доход, а также задолженность и пени по соответствующему налогу. В настоящее время самозанятые могут принимать участие в акселерационных программах, бизнес-миссиях, выставочно-ярмарочных мероприятиях, ежегодных всероссийских и

межрегиональных конкурсах. Для этого в Республике Крым созданы отдельные инструменты государственной поддержки. В ближайшем будущем появится возможность получить микрозаймы в Фонде микрофинансирования [11]. В таблице 2.7 приведена информация по самозанятым в зависимости от их возраста.

Таблица 2.7 – Характеристика сегментов самозанятых

Сегмент	Доля в общей численности самозанятых, %	Среднемесячный доход, руб.	Основные виды деятельности
Представители поколения Y (1985–2003 г.р.)	57,1	25 000	Строительные (ремонтные) работы; маркетинговые услуги; услуги по доставке; перевозка пассажиров
Представители поколения X (1964–1984 г.р.)	35	32 000	Перевозка пассажиров, строительные (ремонтные) услуги, сдача квартир в аренду
Представители поколения бэби-бумеров (1963 г. р. и старше)	5	34 000	Пассивный доход: один из популярных видов деятельности у них – сдача в аренду квартир, Наиболее оплачиваемые профессии – диетолог и мастер-отделочник
представители поколения Z (2004 г.р. и младше)	1,9	10 000	Доставка товаров, IT-сфера

Источник: составлено авторами по [31].

Сегодня средний возраст самозанятых составляет 33 года. Около 23 % самозанятых работают в регионах не по месту жительства. Наиболее мобильно молодое поколение: средний возраст уехавших плательщиков налога на профессиональный доход – 33 года. Популярными регионами у самозанятых являются г. Москва, Московская область, г. Санкт-Петербург, Краснодарский край, Республика Татарстан. Среди всех зарегистрированных самозанятых 41 % женщин и 59 % мужчин, средний доход мужчин почти на 30 % больше, чем у женщин. В ближайшее время эксперты ожидают увеличение спроса на самозанятых в сфере креативных индустрий. Ряды самозанятых пополняют нынешние фрилансеры: маркетологи, дизайнеры, иллюстраторы, PR-специалисты, журналисты, HR-специалисты и т. д. Таким образом, станет востребован не только самозанятый линейный персонал, как сегодня («синие воротнички»), а более квалифицированные исполнители – «белые воротнички» [50].

Технологические факторы. Анализ технологических факторов макроокружения позволяет своевременно обнаружить те возможности, которые научно-технический прогресс открывает для усовершенствования качества выпускаемой продукции и предоставляемых услуг, технологий по производству, перспективы оторваться от конкурентов:

– затраты предприятий на технологические инновации. Динамика затрат на инновационную деятельность предприятий региона, приведенная на рисунке 2.11, на протяжении последних шести лет носит разнонаправленный характер (данные по отраслям сельского хозяйства (01,1–01,6), промышленности (секции С, D, E), отдельных видов строительных работ (43,91, 43,99), издательской деятельности (58), деятельности в сфере коммуникаций, информационных технологий (62, 63), науки (73), отдельных видов услуг, включая научную и проектную деятельность (69–74): в 2020 г. – 10 703,2 млн руб., в 2021 г. – 3 355,77 млн руб.) [43].

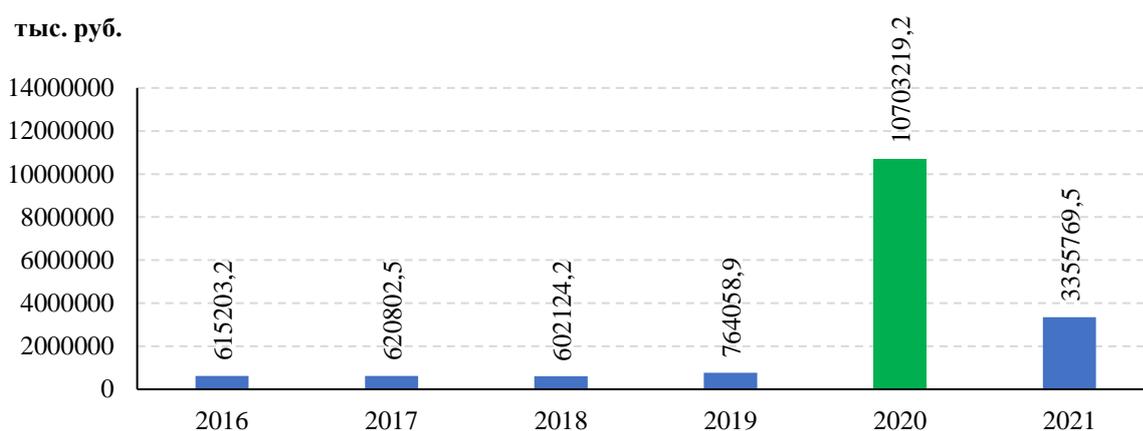


Рисунок 2.11 –Динамика затрат предприятий Республики Крым на инновации

Источник: составлено авторами по [41].

Отметим, что наибольшая доля в приведенных расходах предприятий приходится на приобретение машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями, исследование и разработку новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов, а также приобретение программных средств.

В секторе малого предпринимательства растет доля предприятий, осуществляющих инновации (рисунок 2.12).

В 2015 г. доля малых предприятий Республики Крым, осуществивших технологические инновации, составляла 2,8 % от общего количества малых предприятий в регионе, в то время как в целом по стране этот показатель составлял 4,5 %. С 2017 г. наблюдается рост количества субъектов малого предпринимательства, осознавших необходимость и внедривших технологические инновации в своей хозяйственной деятельности. Так, с 2017 г. Республика Крым опережает по данному показателю Россию в целом, а также регионы Южного федерального округа (за исключением Ростовской области, где доля малых предприятий, внедривших инновации, в 2020 г. составила 9,1 %).

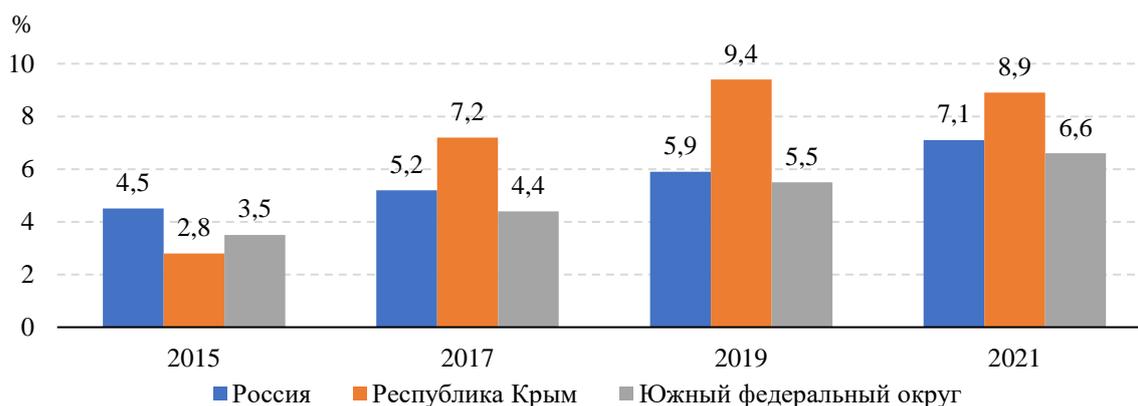


Рисунок 2.12 – Удельный вес малых предприятий, осуществляющих технологические инновации

Источник: составлено авторами по [44].

– современные высокоскоростные системы передачи информации (в 2021 г. число организаций региона, использовавших в своей деятельности современные информационно-коммуникационные технологии составило 2505 единиц) и развитие Интернет-платформ. Все эксперты согласны с тем, что Интернет-платформы – важнейший драйвер развития экономики, поскольку они обеспечивают связь рынков спроса и предложения. Как и в других секторах экономики, цифровые платформы стимулируют более быстрый рост креативных индустрий, а также позволяют и небольшим компаниям конкурировать на международной арене.

Активность креативного бизнеса в использовании цифровых платформ довольно высока: для решения различных рабочих задач их применяет 32 % предпринимателей. Многие компании по ряду направлений используют чаще свой собственный сайт. Каждая третья компания из креативных индустрий использует и офлайн, и онлайн-формат продажи своих товаров и услуг (39 %), из них пятая часть (20 %) продает товары и услуги преимущественно онлайн. При этом большая часть представителей креативных индустрий (58 %) отмечает высокую эффективность комбинирования онлайн и офлайн методов продвижения [10].

Проведенные исследования показали, что в настоящее время лидерами среди цифровых онлайн-платформ, которые используются для продажи товаров и услуг, являются Яндекс.Маркет и ВКонтакте (14–30 %). Эти же платформы используются для продвижения и рекламы креативных компаний (14–22 %). В качестве образовательных платформ креативные компании используют YouTube, Skillbox и ZOOM (2–4 %). Для ведения финансового учета руководители компаний в первую очередь называли 1С и Контур (24 % и 6 %). Поиск новых сотрудников, фрилансеров и аутсорсеров креативные компании осуществляют на платформах HeadHunter (23 %) и Avito (7 %). Мессенджер WhatsApp используется в

качестве площадки для общения с клиентами и их поддержки у 25 % креативных компаний, Telegram и ВКонтакте – по 13 % [10].

– технологическая глобализация моды. Поколение миллениалов диктует «свою моду» – это мода на повседневные вещи с использованием технологий, удовлетворяющих определенные потребности, например, рюкзаки с солнечными батареями, которые могут зарядить гаджеты, бытовая техника с возможностью дистанционного управления и т. п. Спрос на такие продукты способствует развитию креативной экономики [34];

– новые формы управления регионом (государственно-частное партнерство (ГЧП), кластеры, интегрированные бизнес-структуры, сетевые структуры).

В последнее время одной из интенсивно развивающихся форм взаимодействия государства и бизнес-структур в различных сферах хозяйственной деятельности является государственно-частное партнерство, отличительными чертами которого являются: «долгосрочность; обязательное представительство частного и государственного секторов; соглашение о сотрудничестве официально оформлено (в рамках гражданско-правовых отношений в контрактной форме либо вне их); объектом является оказание общественно значимых услуг либо создание общественно значимого продукта; имеет место деление доходов или неимущественных выгод, расходов, рисков» [26]. В сфере креативных индустрий взаимодействие бизнеса и государства также все чаще проявляется в форме государственно-частного партнерства. В качестве возможных механизмов сотрудничества в этой сфере сегодня рассматриваются концессионные и квазиконцессионные модели и схемы. Выбор в пользу той или иной формы зависит от таких факторов, как вид создаваемого объекта, какими субъектами представлен государственный партнер, в чьей собственности будет находиться объект [7]. В то же время сравнение опыта государственно-частного партнерства в креативной сфере в России и за рубежом показало, что в данном направлении реализуется мизерное количество проектов в форме ГЧП, что свидетельствует о неполном использовании потенциала ГЧП в данной сфере в стране и регионе [27; 46].

Одним из инструментов развития креативной экономики следует считать креативные кластеры, которые могут быть созданы с целью формирования городской культурной среды, площадок для разнообразных событий, способствуя формированию новых деловых и культурных продуктов территории. Креативные кластеры развиваются, с одной стороны, в соответствии с законами кластерного развития, а с другой стороны, по законам развития творческих объединений. В связи с этим им присущи такие специфические черты: приоритет целей по развитию культуры и творчества над коммерческими целями; более гибкие организационные структуры. создание временных проектных групп, активное привлечение некоммерческих организаций; малые и средние

предприятия являются основными участниками креативных кластеров; одновременное производство и потребление креативного продукта. Первый в России арт-кластер появился в 2004 году, когда из московского завода «Красная роза» создали центр дизайна «Artplay». Сегодня большая часть арт-кластеров создана в городах миллиониках. Однако и в регионах процесс их создания имеет определенный успех. Одни из лучших в стране арт-кластеров сформированы в Москве, Санкт-Петербурге, Туле, Нижнем Новгороде, Уфе. Существующие в российских городах, арт-кластеры чаще всего создаются при инициативе бизнеса, коммерческих структур, по инициативе некоммерческих организаций, партнерств, фондов или при реализации проектов, в результате победы в конкурсах, грантах. Однако, нередкой в последнее время следует назвать и государственную поддержку создания арт-кластеров, которая стала бы более действенной при включении их в региональные и федеральные программы развития культуры.

В Республике Крым в 2015 г. создан арт-кластер «Таврида» в г. Судак, бухта Капсель. «Таврида.АРТ» входит в федеральный проект «Молодежь России» Национального проекта «Образование» и реализуется при поддержке Федерального агентства по делам молодежи. Задачами проектов, реализуемых в арт-кластере, являются: «создание условий для самореализации молодых профессионалов творческих и креативных индустрий; содействие в трудоустройстве молодым профессионалам; продюсирование перспективных участников проекта, развивающих креативные индустрии; участие в формировании российской сферы культуры, не уступающей мировым стандартам в профессионализме» [5].

С 2015 года на площадке «Таврида.АРТ» проводится Всероссийский конкурс молодежных проектов. За все время его победителями стали более 1100 человек, на реализацию их проектов было выделено более 530 миллионов рублей [5].

В 2023 г. в рамках арт-кластера начнет свою работу Университет креативных индустрий. В качестве форм обучения выбраны: интенсивные курсы, воркшопы и мастерские; программы повышения квалификации; программы профессиональной переподготовки [5].

В 2019 г. в г. Севастополе началось строительство культурно-образовательного кластера, в состав которого войдут театр оперы и балета, художественный музей и академия хореографии [33].

В качестве технологических факторов отрицательного влияния на развитие креативной экономики следует указать:

- отсутствие высокотехнологичного эффективного оборудования в регионе;
- зависимость от импортного оборудования;
- отсутствие современных малоотходных и безотходных технологий производства в регионе.

Экономические факторы. Исследование экономических факторов макроокружения позволяет понять то, как формируются и распределяются ресурсы, являющиеся чаще всего ограниченными. «Основным экономическим фактором, благоприятствующим развитию креативной экономики, следует считать финансовую поддержку научных исследований и создание инноваций со стороны государства: удельный вес затрат из федеральных средств в 2017 г. составил 46,4 %; в 2019 г. – 66,3 %» [12].

Экономическая ситуация в стране на данный момент времени такова, что можно говорить о ее некотором отрицательном влиянии на развитие креативных индустрий:

- «экономическое состояние страны в целом как следствие введенных санкций;
- низкий уровень денежных доходов населения, высокий уровень бедности;
- высокие темпы инфляции;
- несовершенство системы налогообложения;
- высокая процентная ставка банковских учреждений;
- рост уровня безработицы;
- низкая инвестиционная активность в регионе;
- рост стоимости финансовых ресурсов для ведения хозяйственной деятельности» [12].

В то же время, указанные факторы становятся драйвером для формирования и реализации новых креативных идей ведения предпринимательской деятельности с использованием ресурсного потенциала региона.

«Положительным аспектом текущего развития геополитической ситуации стало сокращение давления на отечественного производителя со стороны зарубежных конкурентов и развитие собственного, отечественного производства» [12].

Политические факторы. Исследование политических факторов макросреды заключается в определении того, какие государственные программы реализуются в регионах, какие изменения в правовом регулировании хозяйственной деятельности прогнозируются в результате принятия новых законов и норм. Ключевым процессом макроокружения в политической сфере является борьба за власть.

Государственная поддержка развития творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р в Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года [22]. Она осуществляется по следующим направлениям:

- «создание территориальной инфраструктуры творческого (креативного) предпринимательства как общего назначения, включая

социальную, так и специальной (профессиональной) инфраструктуры, ориентированной на конкретные виды творческой и (или) предпринимательской деятельности;

- развитие системы знаний и компетенций как творческого, так и предпринимательского характера;

- формирование системы информационного обеспечения;

- формирование финансовой инфраструктуры;

- проработка предложений по уточнению механизмов налогообложения;

- развитие системы сервисного обеспечения правовой охраны сделок с интеллектуальными правами и защиты прав результатов интеллектуальной деятельности;

- развитие экспортной инфраструктуры» [22].

Идет работа по координации различных ведомств и организаций, непосредственно участников рынка и государства в вопросах развития креативных индустрий (на данный момент эти функции выполняет Министерство культуры РФ и креативный совет платформы «Россия – страна возможностей»), разработки механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях.

В регионах и крупных городах также формируются отдельные инициативы. В начале 2021 г. в России была создана Федерация креативных индустрий, в которую «вошли более 20 профессиональных организаций, творческих союзов и компаний из креативной сферы, в том числе Роскультцентр, Институт национальных проектов, Ассоциация продюсеров кино и телевидения, Ассоциация анимационного кино России, Ассоциация IPChain, Союз креативных кластеров, Всероссийское общество изобретателей и рационализаторов, Российская ассоциация электронных коммуникаций, Институт развития индустрии моды Weiporen, Фонд «Креативные практики», Ассоциация правообладателей по защите и управлению авторскими правами в сфере искусства и некоторые другие» [10]. Главной целью Федерации креативных индустрий является совместная работа с государством по созданию необходимой институциональной среды для креативного предпринимательства.

Также на развитие креативных индустрий в регионе оказывает внешнее воздействие государства путем установления налогов, издания и принятия различных правовых актов, с помощью различных государственных структур (ФАС, таможня, налоговая служба, силовые ведомства и т. д.).

Негативное влияние на развитие креативных индустрий среди политических факторов оказывает несовершенство законодательной системы. Решением этой проблемы специалисты называют «работу по донстройке институциональных механизмов законами, помогающими развитию креативного предпринимательства: защите интеллектуальной

собственности и противодействию пиратству, облегчению налоговых режимов. улучшению инвестиционной политики ЦБ, субсидированию работы экспортеров» [10].

Отметим фактор российской ментальности, препятствующий становлению креативной экономики. Специфические особенности национального менталитета проявляются в «обеспечении конкурентных преимуществ главным образом за счёт неэкономических, «договорных» отношений, дополнительных хозяйственных рисках и повышенных транзакционных издержках из-за бюрократизма и коррупции, оторванности российской управленческой науки от актуальных реальных проблем хозяйственной практики» [4].

2. Деловая среда – это совокупность факторов, которые прямо, непосредственно воздействуют на деятельность региона. Исследование деловой среды направлено на анализ состояния тех ее элементов среды, с которыми регион находится в непосредственном взаимодействии.

Инвестиционный климат. Одной из важных предпосылок формирования и развития креативных индустрий на территории Республики Крым следует считать улучшение инвестиционного климата в регионе: в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в регионах России 2021 г. Крым занял 7 место, поднявшись на четыре позиции по сравнению с 2020 годом (2019 г. – 43-е место) (рисунок 2.13).

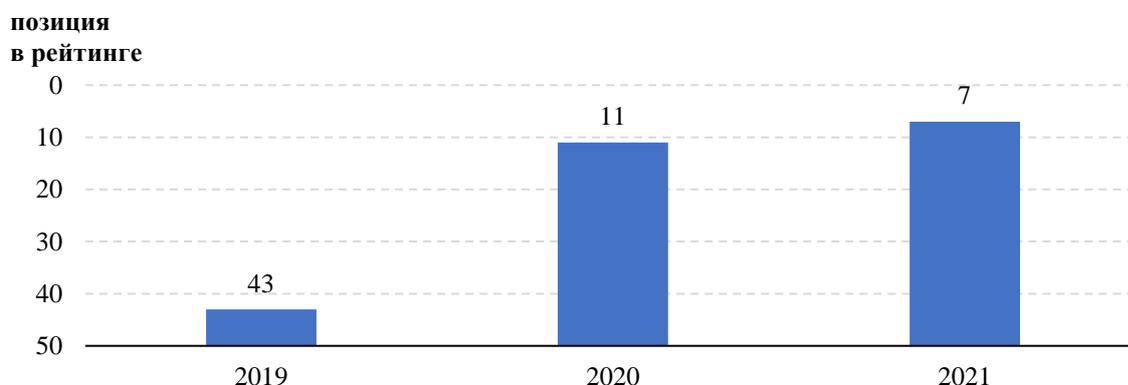


Рисунок 2.13 – Динамика позиции Республики Крым в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата

Источник: составлено авторами по [30].

По состоянию на 20.09.2022 в соответствии с Порядком рассмотрения обращений инвесторов, заключения, изменения и расторжения соглашений о реализации инвестиционных проектов, мониторинга и сопровождения инвестиционных проектов на территории Республики Крым в рамках подписанных соглашений начата реализация 247 инвестиционных проектов с общим объемом инвестиций около 276,4 млрд рублей, в рамках которых планируется создать более 14,4 тыс. рабочих мест. Наиболее привлекательными для инвесторов являются: курортно-туристическая

сфера, сельское хозяйство, строительство, в том числе жилищное строительство и промышленность.

Принят Закон Республики Крым от 2 июля 2019 года № 624-ЗРК/2019 «Об инвестиционной политике и государственной поддержке инвестиционной деятельности в Республике Крым» с учетом особенностей Республики Крым, определенных федеральным законодательством, что позволило значительно расширить возможности региона по стимулированию инвестиционной деятельности.

В Республике Крым функционирует АО «Корпорация развития Республики Крым», к задачам которой относятся консультационная поддержка инвесторов, сопровождение проектов, предоставление субъектам инвестиционной деятельности услуг, связанных с подготовкой и реализацией проектов по принципу «одного окна» [19].

В рамках функционирования свободной экономической зоны (СЭЗ) в Республике Крым предусмотрен особый режим осуществления предпринимательской и иной деятельности (возможность применения особого режима налогообложения и обложения страховыми взносами), а также применение таможенной процедуры свободной таможенной зоны. По информации, представленной органами государственной власти Республики Крым и г. Севастополя, по состоянию на 31 декабря 2021 г. зарегистрировано 1 644 участника СЭЗ (Республика Крым – 1 287, г. Севастополь – 357). При этом в 2021 году статус участника СЭЗ получили 139 субъектов (Республика Крым – 109, г. Севастополь – 30). Свыше 93 % от общего количества участников СЭЗ – это субъекты малого и среднего предпринимательства. Согласно указанной информации, на основании отчетов участников СЭЗ, общий объем осуществленных инвестиций в СЭЗ за период 2015–2021 гг. превысил 240 млрд рублей, в том числе: Республика Крым – 186,36 млрд рублей (в т. ч. капитальные вложения – 138,48 млрд рублей), г. Севастополь – 54,376 млрд рублей (в т. ч. капитальные вложения – 11,138 млрд рублей). За весь срок функционирования СЭЗ в рамках реализации инвестиционных проектов создано более 71 тыс. рабочих мест (Республика Крым – 58,9 тыс. рабочих мест, г. Севастополь – 12,8 тыс. рабочих мест), в том числе в 2021 году порядка 8,8 тыс. рабочих мест (Республика Крым – 7,9 тыс. рабочих мест, г. Севастополь – 0,937 тыс. рабочих мест) [35].

Административные барьеры. В качестве одного из факторов, определяющих привлекательность ведения бизнеса в регионе, следует считать административные барьеры. Они представляют собой «совокупность формальных и неформальных действий (бездействия) административных органов государственной (муниципальной) власти с использованием действующей или вводимой в действие нормативно-правовой базы, а также в обход нее, ограничивающих и сдерживающих законную деятельность предпринимательских структур на различных

этапах жизненного цикла бизнеса» [25]. Доля теневого рынка в регионе оценивается экспертами от 50 % до 70 % [32].

Покупатели. «От структуры потенциальных потребителей продукции креативных индустрий зависит то, на какой объем производства может рассчитывать регион, насколько можно расширить круг потенциальных покупателей и т. д. Особую роль играют уровень образования и уровень дохода покупателей. Потребитель должен обладать развитым культурно-эстетическим вкусом, а также высоким уровнем общей потребительской культуры. Развитие креативного сектора требует, чтобы его потребитель обладал способностью к эстетическому восприятию, чтобы он уделял внимание в первую очередь не только полезности и функциональности, но и эстетической стороне предлагаемой продукции. Важным является интерес потребителя к культурным ценностям, кино, театру, музыке» [12]. При этом следует обратить внимание на факт высокой неопределенности спроса и нестабильности вкуса потребителей, в связи с чем возрастают рыночные риски.

Поставщики. Влияние фактора «поставщики» проявляется через уровень зависимости от цен и качества приобретаемых ресурсов, сроков и условий поставок и платежей и ряда других аспектов. Изучение структуры поставщиков сырья, материалов и комплектующих в Республике Крым показал, что для 90,6 % бизнесменов характерна диверсификация поставок, а это значительно снижает уровень предпринимательского риска. У большинства предпринимателей заключены контракты с 4-мя и более поставщиками, и только для 9,36 % предпринимателей характерен монопоставщик, что связано, в первую очередь, со спецификой (уникальностью) поставляемого товара. Наибольшую зависимость от поставщиков испытывают предприниматели г. Красноперекопска и г. Армянска; менее всего зависят от поставщиков Черноморский и Джанкойский районы [28].

Конкуренты. Регионы, действующие в этих же отраслях; влияние проявляется через цены на продукцию, технологии и масштабы производства и т. д. Для крымского региона, имеющего в приоритете туристско-рекреационную сферу, основными конкурентами являются регионы и государства, имеющие выход к Черноморскому побережью. Рыночные позиции Крыма не могут в настоящее время оцениваться как сильные в силу недостаточной развитости инфраструктуры объектов гостеприимства и сервиса, отвечающего мировым стандартам. Индекс потребительских цен в июне 2022 г. составил 114,7 % по отношению к 2021 г., что на 0,4% больше, чем в целом по Российской Федерации (114,3 %) [43].

«В структуре экономики Южного Федерального округа Крым занимает арьергардное положение, произведя в 2018 г. валовой региональный продукт на сумму 470,6 млрд руб., что составило 8,1 % от ВРП ЮФО. При этом следует отметить, что в регионе наблюдается

ускоренный экономический рост: за период 2014–2019 гг. коэффициент роста ВРП составил 206,6 %, что является лучшим показателем по ЮФО» [43].

«Отраслевая структура хозяйства Республики Крым аналогична другим регионам ЮФО, что находит отражение в конкурентном характере их взаимодействия» [12].

В таблице 2.8 приведена сравнительная характеристика отдельных регионов по развитию в них креативных индустрий.

Таблица 2.8 – Сравнительная характеристика регионов по развитию в них креативных индустрий

Регион	Количество организаций в креативных индустриях, тыс. ед.	Доля предприятий в креативных индустриях, %	Приближенная оценка вклада креативных индустрий в ВРП, %
г. Москва	166	17,6	18,5
г. Санкт-Петербург	57	12,4	12,6
Республика Татарстан	17,6	8,6	4,1
Республика Крым	8,2	8,2	1,9
Краснодарский край	25,8	7,3	3,4
Ростовская область	17	7,6	3,2
Волгоградская область	7,8	7,9	2,1

Источник: составлено авторами по [3].

Лидерами по развитию креативных индустрий являются города Москва и Санкт-Петербург. Что касается регионов Южного федерального округа, то по данным Агентства стратегических инициатив наибольшее число организаций, занятых в креативных индустриях, расположено в Краснодарском крае – 25,8 тыс. единиц. При этом их доля в общем количестве предприятий составила 7,3 %, что ниже показателя Республики Крым (8,2 %). Следует отметить, что несмотря на существенную долю креативных организаций в Республике Крым их вклад в ВРП самый незначительный – 1,9 %. Это свидетельствует о необходимости раскрытия их потенциала для повышения эффективности деятельности.

Финансовые организации. «Финансовые организации обладают финансовыми инструментами, необходимыми региону для повышения конкурентоспособности (инвестиции, кредиты, займы и т. д.)» [12]. На территории Республики Крым на конец 2022 г. кредитование осуществляли шесть банков (РНКБ, Генбанк, Банк Россия, ЧБРР, Индустриальный сберегательный банк, Промсвязьбанк) и более 10 микрофинансовых организаций [23].

Крупнейшим банком в Республике Крым является Российский национальный коммерческий банк (РНКБ Банк (ПАО)), на его обслуживании находятся более 2,2 млн физических лиц и 85 тыс.

корпоративных клиентов, РНКБ активно развивает розничное и корпоративное направления бизнеса. Деятельность банка направлена на развитие регионального финансового рынка и формирование устойчивой региональной экономики путем предоставления клиентам комплекса услуг на базе широкой продуктовой линейки с использованием дистанционных каналов обслуживания. РНКБ принимает участие в реализации крупнейших инвестиционно-строительных проектов на территории Крыма, а также социально значимых программ по таким направлениям как наука, культура, искусство, спорт, образование и здравоохранение [23].

Акционерное общество «Генбанк» – второй по величине банк Республики Крым, является опорным банком правительства Крыма. Банк осуществляет кредитование малого и среднего бизнеса [23].

ПАО «Промсвязьбанк» (ПСБ) начал работу в Крыму 17 марта 2022 года. ПСБ входит в составляемый Банком России перечень системно значимых кредитных организаций, а также входит в ТОП-10 банков страны по объёму активов. С 2019 года ПСБ является опорным банком для осуществления операций по государственному оборонному заказу и крупным государственным контрактам. ПСБ занял девятое место в ТОП-10 банков по выдаче льготной ипотеки Госпрограмма-2020. Кроме того, ПСБ занимает порядка 40 % рынка военной ипотеки. По объёмам кредитного портфеля для предприятий малого и среднего бизнеса ПСБ входит в ТОП-5 банков страны с суммарным объёмом портфеля почти в 100 млрд рублей по итогам 2019 года [23].

Отметим, что процентные ставки по кредитным продуктам, предлагаемые региональными финансовыми учреждениями, не в полной мере способствует развитию креативных индустрий.

Референтные группы. Положительным аспектом следует считать наличие популярных представителей различных областей культурного сектора, которые становятся пропагандистами развития креативных индустрий в Крыму (В. Машков, Ю. Башмет, И. Бутман, И. Лиёпа, И. Матвиенко, В. Церетели, Н. Цискаридзе, В. Панов, Д. Билан, К. Хабенский, А. Духова и другие) [5].

Внутренняя среда региона является «источником ее жизненной силы. Она включает в себе тот потенциал, который дает возможность региону успешно функционировать, а, следовательно, существовать и развиваться в определенном промежутке времени. Но внутренняя среда может также быть и источником проблем, если она не обеспечивает необходимого функционирования региона» [12].

Элементами внутренней среды являются:

Миссия. Это четко выраженная общая цель деятельности региона. Она дает ответ на такие вопросы: для чего существует регион (причина его существования), какие функции выполняет; кто является целевой аудиторией и каково отношение региона к ним; в чем заключается основная философия региона, как он относится к обществу, партнерам и конкурентам,

каковы основные ценности, разделяемые населением; каковы основные принципы функционирования региона.

Миссия Республики Крым – создание территории для диалога культур и народов; становление успешного региона, в котором реализуются долгосрочные экономические и социальные стратегии с перспективой завоевания лидерства в Причерноморском регионе.

«Структура: количество и состав муниципальных образований в единой взаимосвязанной системе управления, основное назначение – обеспечение эффективного достижения целей региона» [12]. Республика Крым состоит из 25 административно-территориальных единиц, разделена на 14 муниципальных образований с преимущественно сельским населением и 11 городских округов. Оценка эффективности деятельности руководителей органов местного самоуправления и функционирования муниципальных образований Республики Крым за 2021 г. (таблица 2.9) показала наилучшие результаты в городских округах Алушта (уровень удовлетворенности населения – 87,98 %) и Армянск (78,4 %). Аутсайдерами являются г. Керчь (65,04 %) и г. Ялта (60,00 %). Среди муниципальных районов очень высокую оценку получил Бахчисарайский (95,87 %), а низшую – Белогорский (57,07 %) [20].

Таблица 2.9 – Показатель удовлетворенности населения деятельностью органов местного самоуправления муниципального образования Республики Крым

Муниципальное образование (муниципальный район)	Удовлетворенность населения деятельностью органов местного самоуправления муниципального района	Муниципальное образование (городской округ)	Удовлетворенность населения деятельностью органов местного самоуправления городского округа
Бахчисарайский	95,87%	Алушта	87,98%
Джанкойский	82,80%	Армянск	78,40%
Нижнегорский	81,20%	Саки	72,57%
Раздольненский	78,94%	Краснопереконск	71,78%
Сакский	78,08%	Симферополь	67,42%
Советский	76,31%	Евпатория	67,39%
Краснопереконский	72,81%	Джанкой	66,18%
Первомайский	72,69%	Феодосия	66,01%
Красногвардейский	71,39%	Судак	65,81%
Черноморский	69,09%	Керчь	65,04%
Симферопольский	68,02%	Ялта	60,00%
Кировский	67,90%		
Ленинский	67,20%		
Белогорский	57,07%		

Источник: [20].

Задачи региона – работа, которая должна быть выполнена определенным способом и в заранее установленные сроки. Все задачи – работа с людьми, информацией, предметами. Задачи региона отражены в Законе Республики Крым «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 г.» [1] и включают в себя достижение высоких стандартов качества жизни человека, его разностороннего развития, непрерывного обучения; реализацию интеллектуального и творческого потенциала, отдыха и оздоровления, на базе внедрения современных достижений науки и технологий, ресурсосбережения и экологизации всех сфер жизнедеятельности.

Технологии – принятый порядок связей между отдельными видами работ. Крым принимает активное участие в развитии цифровых технологий и внедрении цифровых трансформаций. При этом уровень технологий, используемых в промышленности, остается на достаточно низком уровне по сравнению с развитыми регионами России.

Человеческие ресурсы – при помощи их деятельности достигаются цели развития региона. Способности и уровень профессиональной подготовки человеческих ресурсов являются основным драйвером формирования креативной экономики в регионе.

Всего на 1 ноября 2022 г. в Республике Крым постоянно проживают 831 417 мужчин (43,47 %) и 1 081 205 женщин (56,53 %) (таблица 2.10).

Таблица 2.10 – Половозрастная структура населения Республики Крым

Возраст	Мужчины		Женщины		Доля женщин в, %
	Чел.	%	Чел.	%	
0-4	53 458	6,5	51 239	4,7	48,1
5-9	55 103	6,7	57 780	5,3	49,9
10-14	41 121	5,0	43 608	4,0	50,5
15-19	37 832	4,6	39 247	3,6	50,0
20-24	45 234	5,5	47 969	4,4	50,1
25-29	73 196	8,9	73 043	6,7	48,6
30-34	72 374	8,8	82 855	7,6	52,4
35-39	65 794	8,0	77 404	7,1	52,9
40-44	58 392	7,1	66 502	6,1	52,1
45-49	50 168	6,1	57 780	5,3	52,4
50-54	51 813	6,3	76 314	7,0	58,4
55-59	55 103	6,7	82 855	7,6	59,1
60-64	48 523	5,9	71 953	6,6	59,0
65-69	40 299	4,9	73 043	6,7	63,7
70-74	23 850	2,9	57 780	5,3	70,4
75-79	31 252	3,8	73 043	6,7	69,3
80+	18 916	2,3	57 780	5,3	74,1

Источник: [29].

Из характера распределения населения по возрастным группам следует, что в настоящее время в трудоспособном возрасте находится максимально возможная доля населения республики. В дальнейшем она будет сокращаться в связи с очевидным переходом в пенсионный возраст многочисленных возрастных групп и вступлением в трудоспособный возраст малочисленного поколения.

Структура населения Республики Крым по уровню образования выглядит следующим образом: высшее образование имеют 27 % (516 408 человек), неполное высшее – 2,4 % (45 903 человека), среднее профессиональное – 33,9 % (648 379 человек), 11 классов – 18,9 % (361 486 человек), 9 классов – 6,5 % (124 320 человек), 5 классов – 6,1 % (116 670 человек), не имеют образования – 0,5 % (9 563 человека), неграмотные – 0,2 % (3 825 человек) [29].

Система образования Республики Крым представляет собой совокупность взаимодействующих учреждений различных организационно-правовых форм, типов и видов и включает в себя: дошкольные учреждения; общеобразовательные организации начального, общего и среднего образования; организации среднего профессионального образования; организации высшего профессионального образования; организации дополнительного образования. На сегодняшний день в Крыму функционируют 9 высших учебных заведений. Крупнейшим высшим учебным заведением Республики Крым является Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, который включает в себя: 9 академий и институтов, 7 колледжей и центров, 7 научных организаций. В сфере культуры подготовку осуществляют 33 учреждения.

Сеть учреждений дополнительного образования Республики Крым ведет образование по следующим направлениям: художественно-эстетическое, туристско-краеведческое, гуманитарное, эколого-натуралистическое, исследовательское, научно-техническое, спортивное и другие.

Для начального общего, основного общего и среднего общего образования предусматривается внедрение в образовательный процесс новых методов обучения и воспитания, образовательных технологий, а также поэтапное внедрение современной безопасной цифровой образовательной среды. В секторе среднего профессионального и высшего образования планируется создание Центра опережающей профессиональной подготовки. Более двадцати общеобразовательных учреждений Симферополя, Ялты, Евпатории, Армянска, а также Нижнегорского, Симферопольского, Красногвардейского, Краснопереконского, Джанкойского и Бахчисарайского районов реализуют программы медиаобразования и формирования информационной грамотности.

Министерство образования, науки и молодежи Республики Крым реализует каждый год более 300 конкурсных программ, направленных на

выявление и развитие у обучающихся интеллектуальных, творческих способностей, а также интереса к занятиям физической культурой. В регионе активно развиваются Научно-исследовательская работа Малой Академии Наук школьников Крыма «Искатель» и Крымской Малой Академии искусств и народных ремесел [51].

Отметим, что образовательная среда высших и средних специальных учебных заведений в регионе становится источником креативности: студенты не только обучаются, но и разрабатывают творческие стартапы и инновационные продукты. При этом несмотря на то, что вузы и СПО предлагают широкий спектр образовательных программ за счет бюджетных средств, наблюдается растущий спрос на платные образовательные программы в сфере креативных индустрий [2].

Спрос на специалистов креативных индустрий существенно различается по конкретным направлениям. Наиболее востребованными в настоящее время считаются программисты [2], в связи с чем большой популярностью пользуются соответствующие образовательные программы. Одновременно с этим следует отметить существенный разброс в длительности и стоимости подготовки специалистов конкретных направлений креативных индустрий. Так, одними из наиболее дорогостоящих являются образовательные программы по подготовке художников, дизайнеров, музыкантов. Таким образом, образование в сфере креативных индустрий зависит в большей степени от уровня дохода домохозяйства, в связи с чем его развитие неравномерно и по направлениям, и по регионам. Наиболее востребованные и перспективные креативные компетенции в настоящее время приобретаются в результате платного образования, в то время как за счет бюджетных средств осуществляется подготовка специалистов традиционных творческих специальностей.

Интеллектуальный капитал региона. Человеческий капитал Республики Крым имеет высокий потенциал к дальнейшему развитию и создает возможности для реализации амбициозных проектов во всех сферах жизнедеятельности республики. Однако для более полной реализации возможностей и сохранения существующего интеллектуального капитала, а также привлечения качественного человеческого капитала за счет миграционных процессов органами государственной власти Республики Крым должен быть решен комплекс стратегических задач, способствующих саморазвитию населения и созданию возможностей обучения в течение всей жизни, социальной мобильности граждан (система социальных лифтов), обеспечению получения населением услуг высокого уровня в системах науки и образования, здравоохранения, социальной защиты, бытового обслуживания и других сферах экономики.

Численность специалистов, имеющих докторскую ученую степень, в республике в 2020 г. составила 113 человек, имеющих ученую степень кандидата наук – 332 человека [41].

Культура – система коллективно-разделяемых ценностей, убеждений, традиций и норм поведения, которая оказывает влияние на поведение отдельных работников, групп организации, на результаты деятельности. В Республике Крым исторически сложилась многонациональная и многоконфессиональная общность народов. Полиэтничность и этноконфессиональность населения Республики Крым способствуют развитию креативных индустрий. Сейчас в Крыму проживают представители 175 национальностей. Основную национальную группу составляют русские (65 % от общего населения), украинцы (16 %) и крымские татары (13 %). С 2014 г. в силу сложившихся обстоятельств русское население постоянно увеличивается. Также Крым – родной дом для татар, белорусов, армян, азербайджанцев, узбеков, молдаван, евреев, корейцев, греков, поляков, цыган, чувашей, болгар, немцев, мордвы, грузин, турок и многих других народов [6; 16]. Такой полиэтнический состав обеспечивает предпринимательскую деятельность в регионе новыми креативными идеями, в основе которых лежат традиции и обычаи различных народов.

Республика Крым располагает достаточно обширной сетью государственных и муниципальных учреждений культуры, которые предоставляют населению республики широкий спектр культурных, образовательных и информационных услуг. В республике функционирует 40 музейных учреждений; 8 театров; 3 концертные организации; 1 цирк; 88 объектов киносети. Сеть учреждений культуры неравномерна в городах и сельской местности: для муниципальных районов Республики Крым характерен более высокий уровень обеспеченности библиотечным фондом и числом мест в клубных учреждениях, чем для городских округов Республики Крым. В Республике Крым сохранилось значительное количество архитектурно-исторических, военно-исторических и культурных памятников – около 11 500 объектов. Объектов культурного наследия насчитывается более 4 800, из них более 250 федерального значения, более 1 870 – регионального значения, 2 400 объектов археологии, 30 объектов подводной археологии, 24 объекта исторической архитектурной ценности [37].

Среди главных проблем развития сферы культуры (препятствия развитию креативных индустрий) в Крыму определены:

- 1) недостаточный уровень доступности культурных благ для населения;
- 2) недостаточная материально-техническая база учреждений культуры, низкий уровень использования информационных-телекоммуникационных технологий;
- 3) неудовлетворительное техническое состояние значительного количества объектов культурного наследия;

4) отсутствие у большинства объектов культурного наследия утвержденных предметов охраны, разработанных и утвержденных зон охраны;

5) низкие темпы внедрения информационных технологий в деятельность учреждений культуры;

6) недостаточное количество экспозиционно-выставочных площадей, помещений, предназначенных под хранение республиканских фондов и муниципальных фондов;

7) невысокая культурная активность значительной части жителей.

«Креативный капитал – особенности социального климата, культурного и образовательного ландшафта, институциональной инфраструктуры, информационного пространства, способствующие привлечению представителей креативных профессий и реализации их потенциала с учетом как глобальных трендов, так и региональной специфики» [39]. Следует отметить наличие в республике и открытость творческого пространства, позволяющего творческим личностям генерировать новые идеи [5].

Для формирования центров креативных индустрий необходима развитая инфраструктура, которая дает возможность формироваться и развиваться местному креативному классу. Но для этого необходимо выстраивать связи между бизнесом и властью, Компанией PwC рассчитывается Индекс креативного капитала, который отражает в себе все эти условия. В настоящее время Индекс креативного капитала рассчитывается для 25 российских городов, города Республики Крым не участвуют в оценке. В Индексе креативного капитала учитываются следующие показатели:

– люди: отражает характеристики креативного класса (открытость, толерантность, социальная активность);

– город: отражает существующие условия для развития креативной экономики;

– бизнес: учитывает реализуемые проекты и развитость инновационной инфраструктуры;

– власть: отражает заинтересованность властей в развитии креативных индустрий;

– бренды: учитывает мнения о городе, формирующиеся во внешней среде [39].

Несмотря на то, что крымских городов пока нет в проводимой оценке креативности, необходимо учитывать оцениваемые аспекты креативности при выработке стратегии развития креативных индустрий в регионе.

Следует отметить, что креативность носит многогранный и комплексный характер и не ограничивается технологическими инновациями или новыми бизнес-моделями. Она не может храниться. Человеческое качество «креативность» подразумевает «определенный тип мышления и модель поведения, которые необходимо воспитывать как на

индивидуальном уровне, так и на уровне социальной среды, в которой живет человек» [45]. Таким образом, можно смело заявить, что креативность находится под влиянием поддерживающей ее среды, различного вида социальных, культурных и экономических факторов. «Ее формирование непосредственно связано с возникновением новых условий труда, образа жизни, форм общения и окружения, что, в свою очередь, стимулирует творчество. Такая творческая во всех отношениях среда имеет большое значение для развития креативности в области высоких технологий, а также проистекающих из нее коммерческих инноваций и материальных благ» [45].

Согласимся с авторами, утверждающими, что развитие креативности ограничивается крупным бизнесом, в котором довольно сильно развиты бюрократия и конформизм [45]. И если на протяжении довольно длительного периода времени эти аспекты чаще всего способствовали получению высоких показателей эффективности хозяйственной деятельности, то сегодня такой подход к управлению не позволяет оперативно использовать открывающиеся возможности, предотвращать угрозы и отвечать на вызовы, формируемые глобализацией, геополитическими кризисами и трендами развития социума. Несмотря на то, что бюрократическая система управления все еще занимает доминирующее положение в современном обществе, крупные организации становятся более гибкими и динамичными, осуществляя поиск новых способов поддержки креативности, обеспечивая при этом систему, необходимую для управления рабочим процессом [45].

Так как креативность подразумевает способность к обобщению, то для того чтобы найти новые и интересные решения, необходимо тщательно проанализировать большой объем данных, субъективных оценок и различных сведений. Кроме того, креативность требует уверенности в себе и способности пойти на риск. На основании масштабных исследований М. Боуден делает следующий вывод: «Креативность в значительной мере опирается на обычные способности. Умение наблюдать, запоминать, видеть, разговаривать, слышать, понимать язык и распознавать аналогии – все эти способности обычного человека очень важны» [45]. Таким образом, креативность многопланова и основана на опыте. По словам Дина Саймонтона, «развитию креативности способствует интеллект, обогащенный разного рода впечатлениями и взглядами на жизнь», и креативность «непосредственно связана с мышлением, демонстрирующим различные интересы и знания» [45]. Еще один фактор, способствующий развитию креативности, – внутренняя мотивация [45].

Рассмотренные факторы предполагают дальнейшую оценку их влияния. Оценка и анализ влияния факторов внутренней и внешней среды на формирование и развитие креативной экономики в регионе является одной из актуальных и наиболее дискуссионных задач. На рисунке 2.14 приведен алгоритм оценки влияния факторов внешней и внутренней среды,

оказывающих воздействие на формирование и развитие креативной экономики в Республике Крым.

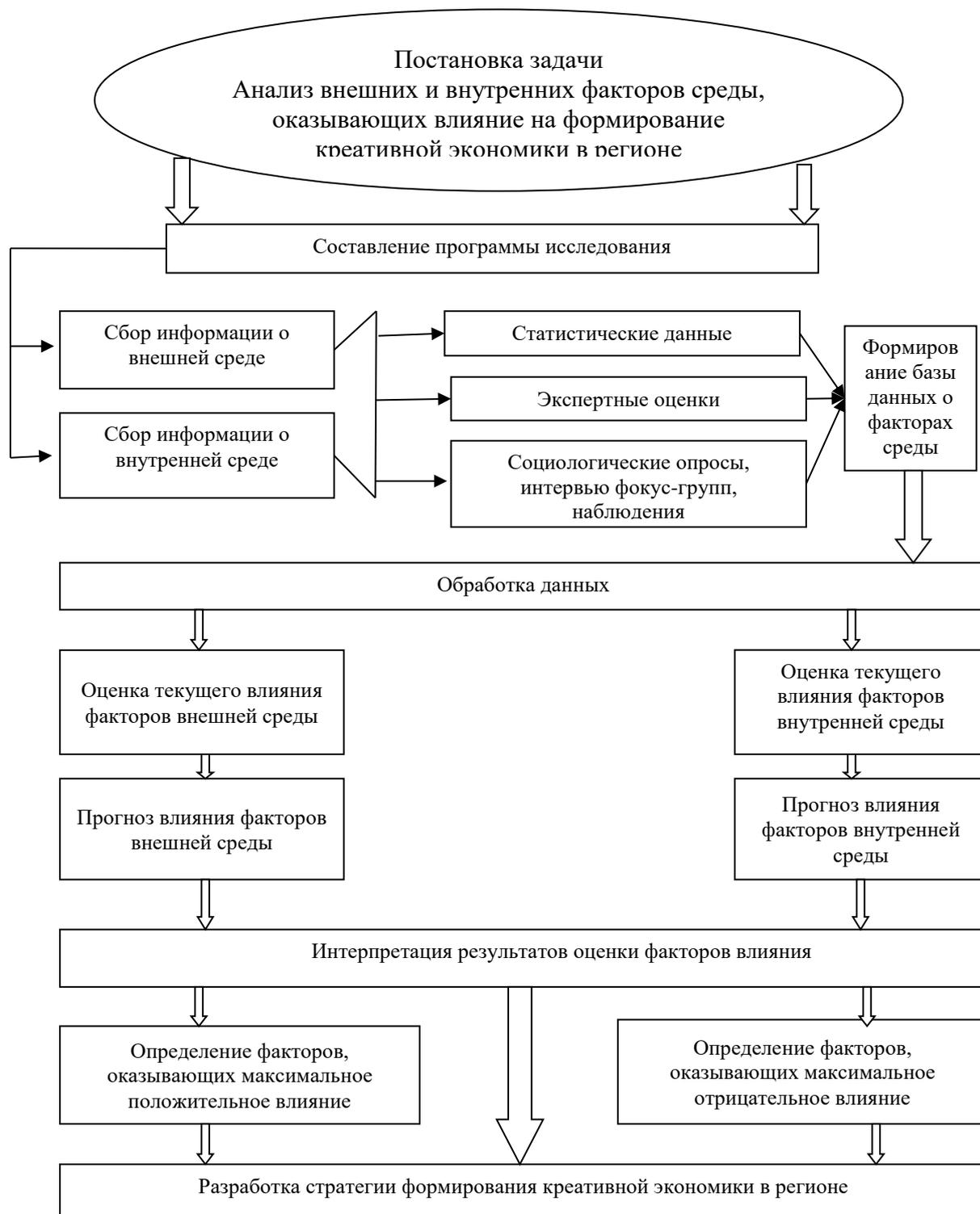


Рисунок 2.14 – Алгоритм анализа факторов внешней и внутренней среды, оказывающих влияние на формирование и развитие креативной экономики в Республике Крым

Источник: составлено авторами.

Для анализа внешней и внутренней среды специалистами предлагаются различные методы сбора и аналитической обработки информации, из которых выбраны те, которые соответствуют выделенным ранее факторам (таблицы 2.11, 2.12).

Таблица 2.11 – Инструменты сбора информации и ее аналитической обработки о факторах внешней среды, оказывающих влияние на формирование креативной экономики в Республике Крым

№	Факторы	Инструменты
ФОНОВЫЕ ФАКТОРЫ		
1	Социальные факторы:	
	– покупательская способность в летний период	диаграммы и гистограммы, корреляционный анализ
	– потребительские требования к продукции	морфологические матрицы, метод парных сравнений, социологические опросы
	– потребительские предпочтения	морфологические матрицы, метод парных сравнений, социологические опросы, интервью фокус-групп
	– традиции и обычаи	социологические опросы, интервью фокус-групп
	– привлекательность региона со стороны мигрантов	диаграммы и гистограммы, агрегирование и композиция
	– социальная коммуникация	морфологические матрицы, контент-анализ
2	Демографические факторы:	
	– половозрастной состав населения	контент-анализ, социологические методы
	– демографические процессы	контент-анализ, социологические методы
3	Технологические факторы:	
	– новые технологии и формы управления регионом	аналитические обзоры
	– затраты предприятий на технологические инновации	аналитические обзоры, цепочка создания стоимости, агрегирование и декомпозиция
	– наличие современных высокоскоростных систем передачи информации	аналитические обзоры, агрегирование и декомпозиция
	- технологическая глобализация моды	социологические методы: наблюдение, интервью фокус-групп, аналитические обзоры
	– наличие высокотехнологичного оборудования в регионе	контент-анализ, социологические методы
4	Экономические факторы:	
	– экономическое состояние региона	социологические методы, контент-анализ, морфологические матрицы, стратегические матрицы
	– уровень денежных доходов населения	контент-анализ, социологические методы
	– уровень инфляции	контент-анализ, агрегирование и декомпозиция

№	Факторы	Инструменты
	– состояние системы налогообложения	контент-анализ, социологические методы, агрегирование и декомпозиция
	- уровень безработицы	контент-анализ, социологические методы, агрегирование и декомпозиция, диаграммы и гистограммы
5	Политические факторы:	
	– политическое окружение	экспертные оценки, корреляционный анализ, диаграммы и гистограммы, социологические методы
	– уровень совершенства законодательной системы	экспертные оценки, корреляционный анализ, морфологические матрицы,
	– уровень коррупции	экспертные оценки, составление рейтингов, агрегирование и декомпозиция, социологические методы
ДЕЛОВЫЕ ФАКТОРЫ		
1	Инвестиционный климат	контент-анализ, диаграммы и гистограммы
2	Административные барьеры	экспертные оценки, морфологическая матрица
3	Покупатели	экспертные оценки в части составления рейтингов, диаграммы и гистограммы, корреляционный анализ, социологические методы, построение профиля
4	Поставщики	изучение профиля, диаграммы и гистограммы, корреляционный анализ, морфологические матрицы, агрегирование и декомпозиция
5	Конкуренты	корреляционный анализ, изучение профиля и стратегические матрицы: матрица БКГ, матрица «рост/рост», метод построения профиля, сопоставительный анализ и цепочка создания стоимости
6	Финансовые организации	контент-анализ, аналитический обзор
7	Референтные группы	экспертные оценки, визуализация, социологические методы, диаграммы и гистограммы

Источник: составлено авторами.

Таблица 2.12 – Инструменты сбора информации и ее аналитической обработки о факторах внутренней среды, оказывающих влияние на формирование креативной экономики в Республике Крым

№	Фактор	Инструменты
ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ		
1	Миссия	экспертные оценки
2	Структура	контент-анализ, агрегирование и декомпозиция
3	Задачи	контент-анализ, агрегирование и декомпозиция
4	Технологии	контент-анализ, агрегирование и декомпозиция

№	Фактор	Инструменты
5	Человеческие ресурсы	социологические методы, диаграммы и гистограммы, корреляционный анализ, составление профиля
6	Интеллектуальный капитал	диаграммы и гистограммы, пять «П», парных сравнений, матрицы сравнений,
7	Культура	экспертные оценки, социологические методы
8	Креативный капитал	социологические методы, диаграммы и гистограммы, корреляционный анализ, составление профиля

Источник: составлено авторами.

Собранная с помощью ряда методов информация легла в основу оценки и анализа факторов внешней среды, оказывающих влияние на формирование креативной экономики в крымском регионе.

Оценка факторов внешней и внутренней среды, оказывающих влияние на формирование креативной экономики в Республике Крым, проведена методом экспертных оценок с привлечением специалистов, в качестве которых выступали работники сферы государственного управления, ученые, представители креативных бизнес-структур. Результаты оценки приведены в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – Оценка факторов внешней и внутренней среды, оказывающих влияние на формирование креативной экономики в Республике Крым

Фактор	Значимость фактора		Направлена влияния		Значимость влияния		Оценка влияния	
	теку-щая	прогноз	теку-щая	прогноз	теку-щая	прогноз	теку-щая	прогноз
ВНЕШНЯЯ СРЕДА								
ФОНОВАЯ СРЕДА								
1. Политические факторы	4	3	+1	+1	10	8	+40	+24
2. Технологические факторы	3	3	+1	+1	6	8	+18	+24
3. Экономические факторы	5	5	-1	-1	8	8	-40	-40
4. Социальные факторы	4	5	+1	+1	6	10	+24	+5-
5. Демографические факторы	3	3	-1	-1	6	6	-18	-18
Итого:							+24	+31
ДЕЛОВАЯ СРЕДА								
1. Покупатели	5	4	+	+	6	6	+30	+24
2. Поставщики	4	3	+	+	6	6	+24	+18
3. Конкуренты	4	4	+	+	6	6	+24	+24
4. Инвестиционный климат	4	5	-	+	8	8	-32	+40

Фактор	Значимость фактора		Направлена влияния		Значимость влияния		Оценка влияния	
	текущая	прогноз	текущая	прогноз	текущая	прогноз	текущая	прогноз
5. Административные барьеры	4	4	-	-	8	6	-32	-24
6. Референтные группы	3	4	+	+	4	6	+12	+24
7. Финансовые организации	3	4	-	+	4	8	-12	+32
Итого:							+14	138
Итоговая оценка факторов внешней среды							+38	+169
ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА								
1. Миссия	4	4	+	+	6	4	+24	+16
2. Структура	3	3	+	+	6	6	+18	+18
3. Задачи	4	5	+	+	8	6	+32	+30
4. Технологии	4	5	-	-	8	10	-32	-50
5. Человеческие ресурсы	5	5	+	+	10	10	+50	+50
6. Интеллектуальный капитал	5	5	+	+	10	10	+50	+50
7. Культура	4	4	+	+	6	6	+24	+24
8. Креативный капитал	4	5	+	+	10	10	+40	+50
Итоговая оценка факторов внутренней среды							+206	+193
Итоговая оценка влияния							+244	+362

Источник: составлено авторами.

Каждый из факторов анализировался экспертами сначала индивидуально, а затем путем группового обсуждения. Задача экспертов – максимально взвешенно и обоснованно оценить значимость каждого конкретного фактора для формирования креативной экономики в настоящее время и в прогнозируемом будущем (3–5 лет) вне зависимости от того, положительное или отрицательное влияние он оказывает.

«Значимость фактора оценивается по пятибалльной шкале – от 1 до 5 баллов с «шагом» в единицу (например, 1 балл – очень слабая, 2 балла – слабая, 3 балла – средняя, 4 балла – высокая, 5 баллов – очень высокая). Направление влияния – это то реальное воздействие, которое фактор оказывает на формирование креативной экономики в регионе, Влияние может быть положительным, и в таблицу заносится со знаком «+1», или отрицательным, и обозначается как «-1». Сила воздействия факторов внешней среды оценивается от 0 до 10 с «шагом» в 2 балла (0 – отсутствие воздействия, 2 – минимальное воздействие, 4 – недостаточное, 6 – достаточное, 8 – избыточное, 10 – предельное). Оценка влияния определяется как произведение значимости фактора и значимости его

влияния с учетом направления влияния – отрицательное или положительное» [52].

Так как оценка осуществляется экспертами, следует определить согласованность их мнений. Для определения согласованности мнений экспертов был рассчитан коэффициент конкордации по формуле 2.1:

$$W = \frac{12S}{m^2(n^3 - n)} \quad (2.1)$$

где m – количество экспертов;

n – количество оцениваемых показателей;

x_{ij} – оценка, поставленная j -м экспертом i -ому показателю

S – стандартное отклонение, определяемое по формуле (2.2):

$$S = \sum_{i=1}^n \left(\sum_{j=1}^m x_{ij} - \frac{1}{2} m(n+1) \right)^2 \quad (2.2)$$

Об уровне согласованности мнений экспертов судят по результату сравнения полученного коэффициента конкордации с различными шкалами, например, шкалой Марголина, приведенной в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Шкала Марголина для определения степени согласованности экспертов посредством расчета коэффициента конкордации

Числовое значение коэффициента конкордации	Оценка степени согласованности
[0; 0,1]	Согласованность отсутствует
(0,1; 0,3]	Согласованность очень слабая
(0,3; 0,5]	Согласованность слабая
(0,5; 0,7]	Согласованность умеренная
(0,7; 0,9]	Согласованность высокая
(0,9; 1]	Согласованность очень высокая

Источник: [9].

Расчеты показали, что коэффициент конкордации составил 0,96. Такое значение свидетельствует о высоком уровне согласованности мнений экспертов.

В итоге анализа факторов внутренней среды, оказывающих влияние на формирование креативной экономики, выявлены его основные характеристики и стратегически значимые проблемы, тормозящие данный процесс (рисунок 2.15).

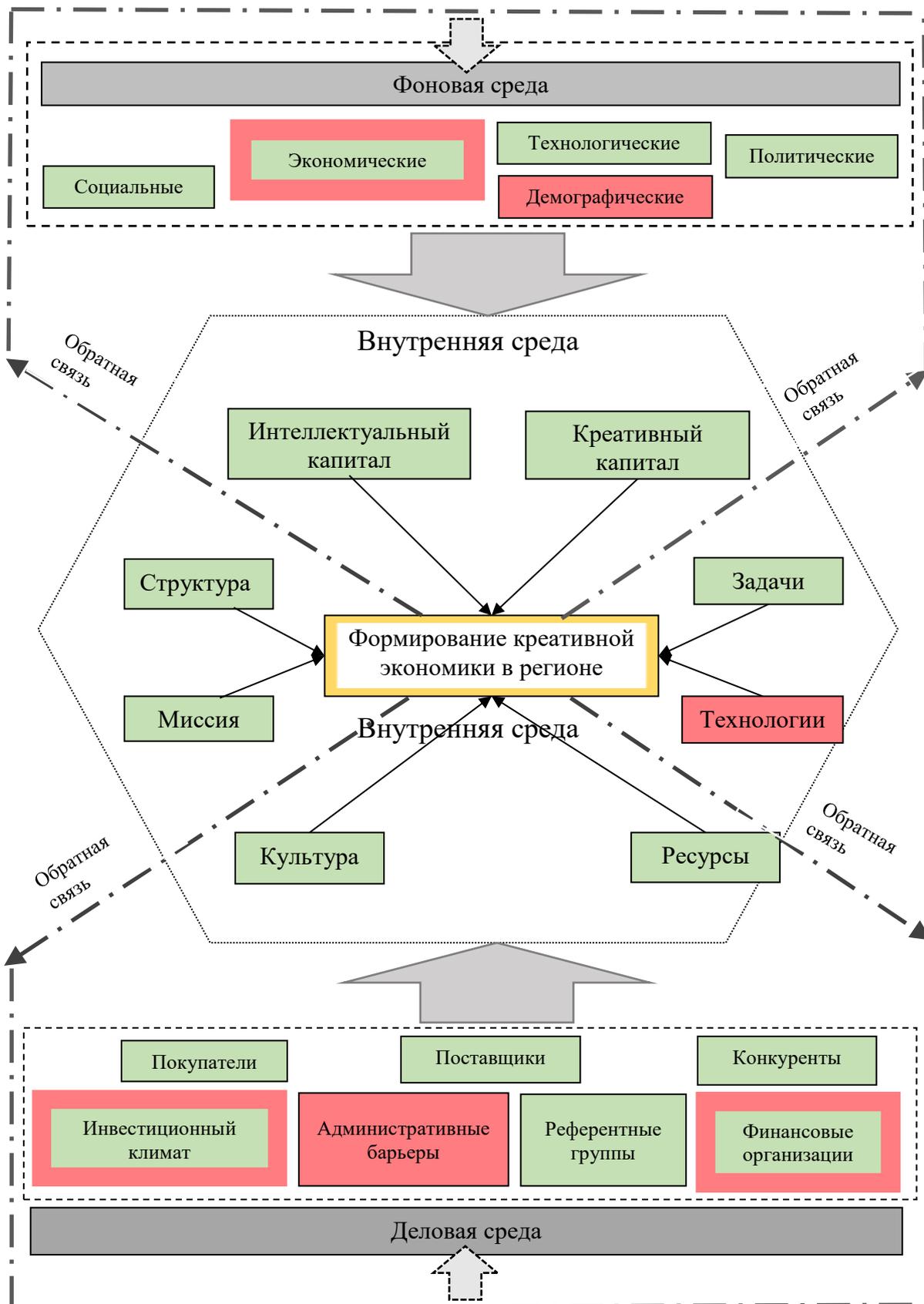


Рисунок 2.15 – Влияние факторов внешней и внутренней среды на формирование креативной экономики региона

Источник: [52].

Часть факторов оказывает положительное, стимулирующее воздействие и способствует формированию креативной экономики в регионе; часть – оказывает отрицательное воздействие и тормозит развитие креативных индустрий в Республике Крым (рисунок 2.15: зеленым цветом обозначены факторы, оказывающие положительное влияние на формирование креативной экономики в регионе, красным – отрицательное, красно-зеленым – группа факторов, в составе которой присутствуют аспекты, способствующие и препятствующие формированию креативной экономики).

С целью визуализации результатов оценки внешних и внутренних факторов среды, оказывающих влияние на формирование креативной экономики в регионе, нами построены лепестковые диаграммы в форме «звезды» (рисунки 2.16–2.18).

Диаграммы подобного типа по существу являются линейными диаграммами, представленными в виде круга и отображающими оцениваемые факторы с помощью углов. Лепестковые диаграммы обеспечивают условия для принятия управленческих решений и наглядно демонстрируют степень соответствия выявленного уровня факторов максимально возможным значениям.

Для интерпретации полученных результатов оценки влияния факторов внешней среды разработана шкала, представленная в таблице 2.15.

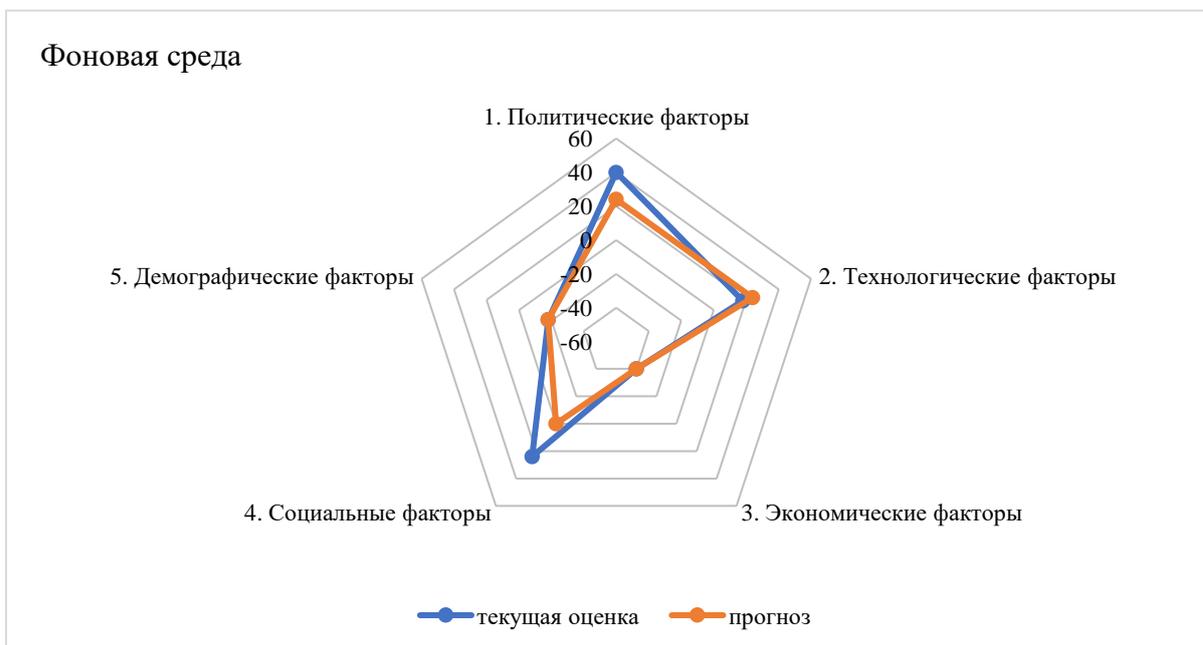


Рисунок 2.16 – Звезда влияния фоновых факторов внешней среды

Источник: составлено авторами.

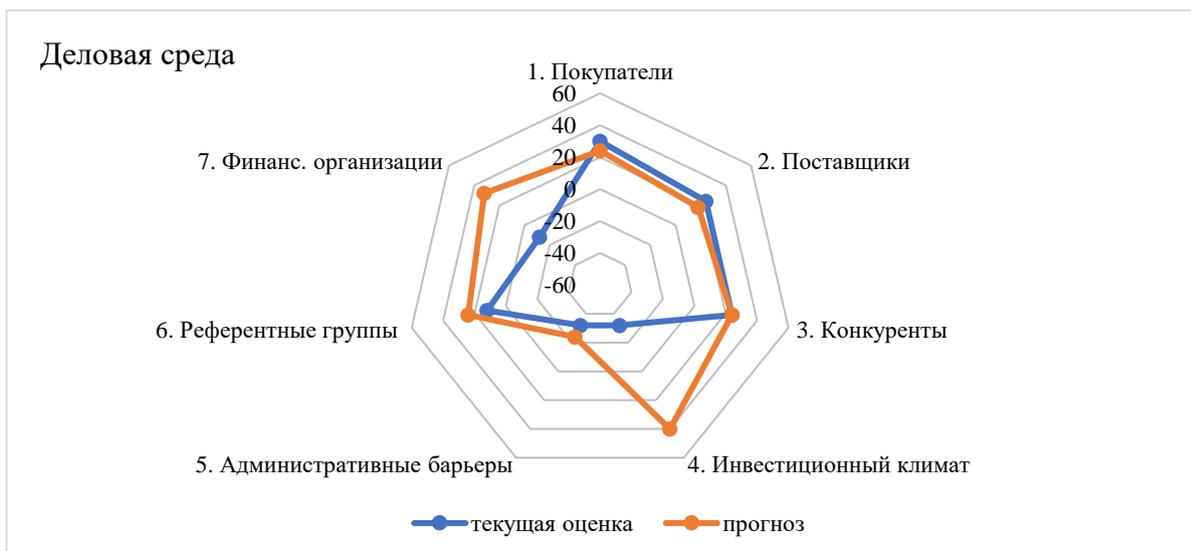


Рисунок 2.17 – Звезда влияния деловых факторов внешней среды
 Источник: составлено авторами.

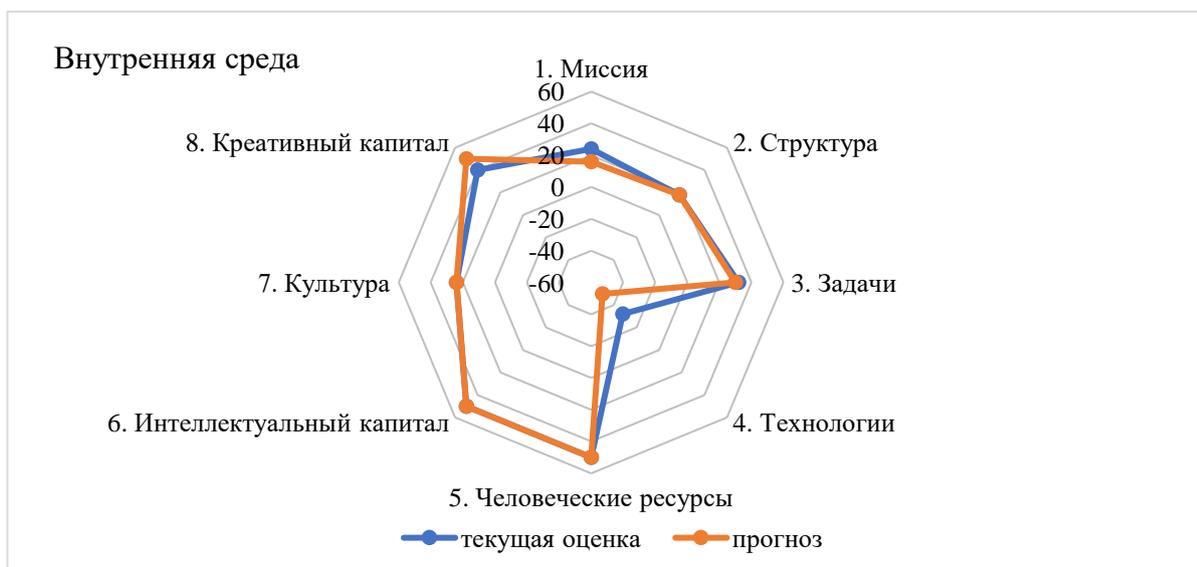


Рисунок 2.18 – Звезда влияния факторов внутренней среды
 Источник: составлено авторами.

Таблица 2.15 – Шкала интерпретации результатов оценки факторов внешней среды, оказывающих влияние на формирование креативной экономики в Республике Крым

Зона	1 зона	2 зона	3 зона	4 зона	5 зона
Балльная оценка	от -650 до -390	от -391 до -131	от -130 до +130	от +131 до +390	от +391 до +650
Сила и направление влияния	сильно отрицательное	умеренно отрицательное	среднее	умеренно положительное	сильно положительное

Источник: составлено авторами.

Таким образом, в текущей ситуации факторы внешней среды оказывают среднее влияние на формирование креативной экономики в Республике Крым (+38). При этом в ближайшие 3–5 лет мы прогнозируем усиление их положительного влияния до +169 баллов.

Интерпретация полученных результатов оценки влияния факторов внутренней среды должна осуществляться с применением другой шкалы, так как было рассмотрено иное количество факторов влияния (таблица 2.16).

Таблица 2.16 – Шкала интерпретации результатов оценки факторов внутренней среды, оказывающих влияние на формирование креативной экономики в Республике Крым

Зона	1 зона	2 зона	3 зона	4 зона	5 зона
Балльная оценка	от - 400 до -240	от -239 до -79	от -78 до +80	от +81 до +241	от +242 до +400
Сила и направление влияния	сильно отрицательное	умеренно отрицательное	среднее	умеренно положительное	сильно положительное

Источник: составлено авторами.

Таким образом, полученные результаты оценки влияния факторов внутренней среды свидетельствуют о том, что эти факторы в большей степени влияют на формирование креативной экономики в крымском регионе и попадают в зону «умеренно положительного воздействия». Прогнозируется сохранение этого влияния в будущем.

Проведенное исследование позволило выделить ключевые факторы, способствующие формированию и развитию креативной экономики в Республике Крым:

- «выгодное географическое положение, в том числе за счет реализации транспортно-логистических проектов (Крымский мост, Международный аэропорт Симферополь имени И. К. Айвазовского, трасса Таврида)» [52];

- наличие уникальных природных и культурно-исторических ресурсов;

- полиэтничность региона;

- «динамичное развитие материально-технической базы рекреации и туризма;

- диверсификация туристско-рекреационного комплекса;

- наличие высших и средних профессиональных учебных заведений, осуществляющих подготовку специалистов творческих профессий;

- функционирование научно-исследовательских и образовательных организаций в отраслях специализации» [52];

- «наличие креативно перспективных пространств, что обусловлено близким выходом к морю, наличием свободных зон для строительства

средств размещения и автокемпингов, пустующих зданий под реконструкцию, объектов инфраструктуры» [52];

- наличие человеческих ресурсов соответствующего уровня качества;
- наличие в регионе режима свободной экономической зоны;
- технологические тренды развития общества;
- поддержка со стороны государства и местных органов власти.

Список использованных источников

1. Закон Республики Крым «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 г.» от 28 декабря 2016 г. принятый Государственным Советом Республики Крым. – URL: <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf> (дата обращения: 15.10.2023). – Текст : электронный.

2. Абанкина, Т. В. Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития / Т. В. Абанкина, Е. Николаенко, В. Романова, И. Щербакова. – Grey Matter. 2021. – 44 с. – URL: <https://urban.ranepa.ru/personal/reader/?readbook=769> (дата обращения: 12.10.2023). – Текст : электронный.

3. Агентство стратегических инициатив (АСИ) «100 городских лидеров». – URL: <https://100gorodov.ru/> (дата обращения: 15.10.2023). – Текст : электронный.

4. Акмаева, Р. И. Теоретические основы развития экономических систем в современных условиях / Р. И. Акмаева Н. Ш. Епифанова, К. Н. Макаров. – Текст : непосредственный // Вестник АГТУ. Серия Экономика. – 2018. – № 3. – С. 7–17.

5. Арт-кластер Таврида. – URL: <https://tavrida.art/> (дата обращения: 15.10.2023). – Текст : электронный.

6. Атлас социокультурных процессов в Крыму. – URL: <https://atlas-crimea.ru/> (дата обращения: 12.10.2023). – Текст : электронный.

7. Ахмедова, А. Государственно-частное партнерство приходит в культуру / А. Ахмедова, Е. Зусман. – URL: <https://rg.ru/2011/10/27/kultura.html> (дата обращения: 22.09.2023). – Текст : электронный.

8. Белокрылова, О. С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России / О. С. Белокрылова, Е. С. Дубская. – Текст : непосредственный // TERRA ECONOMICUS. – 2013. – Т. 11, № 4. – Ч. 2. – С. 5–11.

9. Булдакова, Т. И. Обеспечение согласованности и адекватности оценки факторов риска информационной безопасности / Т. И. Булдакова, Д. А. Миков. – Текст : электронный // Вопросы кибербезопасности. – 2017. – № 3 (21) – С. 8–15. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-soglasovannosti-i-adekvatnosti-otsenki-faktorov-riska-informatsionnoy-bezopasnosti/viewer> (дата обращения: 02.10.2023).

10. Вклад цифровых платформ в развитие креативных индустрий и поддержку креативного предпринимательства / Г. Р. Имаева, Е. Ю. Сушко, И. А. Гильдебрандт, Л. В. Спиридонова, Т. А. Аймалетдинов. – М. : Издательство НАФИ. 2021. – 84 с. – Текст : непосредственный.

11. В Крыму растет количество самозанятых. Минэкономразвития РК. – URL: <https://rk.gov.ru/ru/article/show/9168> (дата обращения: 16.10.2023). – Текст : электронный.

12. Высочина, М. В. Развитие креативной экономики в Республике Крым: анализ факторов влияния / М. В. Высочина, И. И. Цветкова. – Текст : электронный // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2022. – № 3 (60). – С. 113–123. – EDN JUUPVZ. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49947339> (дата обращения: 14.10.2023).

13. Гаврилов, А. И. Региональная экономика и управление / А. И. Гаврилова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 239 с. – Текст : непосредственный.

14. Гохберт, Л. Госсредства остаются крупнейшим источником финансирования науки / Л. Гохберт. – Текст : электронный // RG. – 15.12.2020. – URL: <https://rg.ru/2020/12/15/gossredstva-ostaiutsia-krupnejshim-istochnikom-finansirovaniia-nauki.html> (дата обращения: 02.10.2023).

15. Доклад о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Республики Крым за 2020 отчетный год, Министерство экономического развития Республики Крым. – 2021. – 506 с. – Текст : непосредственный.

16. Единые и неделимые: какие народы населяют Крым. – URL: <https://crimea-news.com/society/2021/11/04/855629.html> (дата обращения: 23.09.2023). – Текст : электронный.

17. Земцов, С. П. Факторы регионального развития в России: география, человеческий капитал или политика регионов / С. П. Земцов, Ю. А. Смелов. – Текст : непосредственный // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2018. – № 4 (40). – С. 84–108.

18. Илларионова, Е. А. Экономический потенциал региона: содержание, оценка, предпосылки сбалансированного развития / автореф. на соиск. уч. ст. канд. эк. наук (08.00.05). – Курск : Старооскольский технологический институт им. А. А. Угарова. 2015. – Текст : непосредственный.

19. Инвестиционный портал Республики Крым. – URL: <https://invest-in-crimea.ru/homepage> (дата обращения: 17.10.2023). – Текст : электронный.

20. Итоги опроса об оценке эффективности деятельности руководителей органов местного самоуправления, предприятий и учреждений, действующих на региональном и муниципальном уровнях и осуществляющих оказание услуг населению муниципальных образований Республики Крым за 2021 год. – URL: https://rk.gov.ru/uploads/txteditor/main/attachments/d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/phpaptqve_21.pdf (дата обращения: 17.10.2023) – Текст : электронный.

21. Кисуркин, А. А. Факторы, влияющие на инновационное развитие региона и их классификация по уровням управления / А. А. Кисуркин. – Текст : электронный // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 2. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=5762> (дата обращения: 18.10.2023).

22. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. – URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения: 22.10.2023). – Текст : электронный.

23. Крымские банки: все о финансовых учреждениях полуострова // Экономика. – 20.06.2022. – URL: <https://ruinform.com/page/krymskie-banki-vse-o-finansovyh-uchrezhdenijah-poluostrova> (дата обращения: 28.10.2023). – Текст : электронный.

24. Лукьяненко, В. Н. Факторы развития региональных социально-экономических систем: теоретические аспекты / В. Н. Лукьяненко. – Текст : непосредственный // Вестник ЗабГУ. – 2014. – № 9(12).

25. Маликов, Р. И. Уровень административных барьеров как индикатор качества взаимодействия властных и предпринимательских структур / Р. И. Маликов, К. Е. Гришин. – Текст : непосредственный // Вестник УГУЭС. Наука. Образование. Экономика. Серия: Экономика. – 2013. – С. 55–64.

26. Мальгин, В. А. Государственно-частное партнерство в образовании: сущность, тенденции, социальная ответственность: монография / В. А. Мальгин, А. В. Скоробогатов, Т. В. Крамин и др. ; под ред. В. Г. Тимирясова. – Казань : Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2013. – 232 с. – Текст : непосредственный.

27. Мельников, М. С. Использование государственно-частного партнерства в образовании / М. С. Мельников. – Текст : непосредственный // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18, № 3. – С. 303–308.

28. Мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Республики Крым, Аналитический отчет по результатам социологического исследования, Министерство экономического развития Республики Крым. – 2016. – 72 с. – Текст : непосредственный.

29. Население Республики Крым, численность, занятость, безработица, гендерный состав. – URL: <https://bdex.ru/naselenie/respublika-krym/> (дата обращения: 18.10.2023). – Текст : электронный.

30. Национальный инвестиционный рейтинг. – URL: https://asi.ru/government_officials/rating/ (дата обращения: 18.10.2023). – Текст : электронный.

31. Обнародована важная статистика по самозанятым: у каких профессий самые большие и самые маленькие доходы и в каких регионах. –

URL: <https://buhguru.com/news/statistika-po-samozanyatym-2021-professij-dohody-regioni.html> (дата обращения: 22.10.2023). – Текст : электронный.

32. Паранина, Т. О. Анализ инвестиций в туристско-рекреационный комплекс Республики Крым / Т. О. Паранина. – Текст : электронный // Инновации и инвестиции. – 2022. – № 3. – С. 239–246. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-investitsiy-v-turistsko-rekreatsionnyu-kompleks-respubliki-krum/viewer> (дата обращения: 18.09.2023).

33. Первая опера в Крыму: как в Севастополе строят культурно-образовательный кластер будущего. – URL: <https://sevastopol.kp.ru/daily/28368.5/4517043/> (дата обращения: 22.10.2023). – Текст : электронный.

34. Разина Е. Креативный локомотив. Как творческие индустрии могут подстегнуть экономику / Е. Разина, А. Богомолова. – URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/10/21/814145-kreativnii-lokomotiv> (дата обращения: 28.10.2023). – Текст : электронный.

35. Результаты реализации государственной программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя». – URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/35c84f4516a0f3e6906d122e7673dc1e/godovoy_otchet_2021.pdf (дата обращения: 09.10.2023). – Текст : электронный.

36. Республика Крым в цифрах. 2020: Крат. стат. сб. / Крымстат. – Симферополь. 2021. – 226 с. – Текст : непосредственный.

37. Республика Крым. Справочник инвестора 2022. – URL: https://invest-in-crimea.ru/sites/default/files/imce/corporation/spravochnik_investora.pdf (дата обращения: 17.09.2023). – Текст : электронный.

38. Руденко, М. Н. Классификация факторов развития и реализации экономического потенциала регионов с позиции социокультурного подхода / М. Н. Руденко. – Текст : непосредственный // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18, № 15. – С. 2215–2230.

39. Сопина, Н. В. Развитие креативных индустрий в регионах России: возможности и их реализация / Н. В. Сопина. – Текст : непосредственный // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15, №2. – С. 277–294.

40. Статистика самозанятых на начало 2022 года по регионам. – URL: <https://sznpsd.ru/statistika-samozanyatosti-na-nachalo-2022/> (дата обращения: 21.10.2023). – Текст : электронный.

41. Статистический ежегодник. Республика Крым. 2020: Стат. сб. / Крымстат. – Симферополь. 2021. – 383 с. – Текст : непосредственный.

42. Сфера культуры и культурные индустрии в РФ: Аналитика 2019–2021. Результаты комплексного исследования. – изд. 7-е. испр. и доп. – Москва, 2021. – 112 с. – Текст : непосредственный.

43. Управление Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г. Севастополю. – URL: <https://crimea.gks.ru/folder/27537> (дата обращения: 14.09.2023). – Текст : электронный.

44. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 20.10.2023).

45. Флорида, Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее. – URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-around/Creative_class.htm (дата обращения: 17.10.2023). – Текст : электронный.

46. Харламова Е. Е. Анализ форм и механизмов государственно-частного партнерства в России / Е. Е. Харламова. – Текст : непосредственный // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2014. – № 4(199). – С. 9–14.

47. Численность населения Республики Крым. – URL: <https://bdex.ru/naselenie/respublika-krym/> (дата обращения: 20.10.2023). – Текст : электронный.

48. Число самозанятых за полугодие 2022 выросло вдвое. – URL: <https://astral.ru/articles/biznes/34604/> (дата обращения: 20.10.2023). – Текст : электронный.

49. Экономика Рунета / Цифровая экономика России 2020/2021 // РАЭК: сайт. – URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (дата обращения: 18.09.2023). – Текст : электронный.

50. Экосистема для самозанятых. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5207469> (дата обращения: 20.10.2023). – Текст : электронный.

51. Ягнич, А. Я. Пути модернизации региональной системы образования в современных условиях на примере Республики Крым / А. Я. Ягнич. – Текст : электронный // ART HISTORY / «Colloquium-journal». – 2019. – № 25(49). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-modernizatsii-regionalnoy-sistemy-obrazovaniya-v-sovremennyh-usloviyah-na-primere-respubliki-krym/viewer> (дата обращения: 18.10.2023).

52. Ячменева, В. М. Особенности организации креативного пространства региона на основе концепции опережающего развития / В. М. Ячменева, М. В. Высочина. – Текст : электронный // Механизмы формирования модели креативного пространственного развития экономики Республики Крым / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского». – Симферополь : ИП Корниенко, 2023. – С. 283–294. – ISBN 978-5-6046168-8-8. – EDN TJYSZB. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50371413> (дата обращения: 12.11.2023).

53. Яшалова, Н. Н. Классификация факторов обеспечения устойчивого эколого-экономического развития регионов / Н. Н. Яшалова. – Текст : электронный // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 17 (296). – С. 9–19. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-faktorov-obespecheniya-ustoychivogo-ekologo-ekonomicheskogo-razvitiya-regionov/viewer> (дата обращения: 20.10.2023).

54. Simon Kemp. Digital 2021: Global Overview Report // DataReportal: сайт. – URL: https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2021&utm_content=Dual_Report_Promo_Slide (дата обращения: 18.09.2023).

2.3 Кооперация пространственного развития региона

Ваховская М. Ю., к. э. н., доцент, доцент кафедры менеджмента

Кооперация пространственного развития Республики Крым предполагает изучение ряда вопросов, к которым следует отнести: проблемы пространственного развития регионов; межрегиональное и внутрирегиональное сотрудничество; возможности роста экономики региона за счет развития креативных индустрий; основные направления пространственного развития РФ, в т. ч. развитие Республики Крым и роль креативных индустрий в нем; особенности оценки взаимодействия субъектов вне и внутри региона.

1. Пространственное развитие регионов РФ: основные тенденции и проблемы.

Пространственное развитие – прогрессивные изменения в пространственной (территориальной) организации общества: в расселении населения, обустройстве среды жизнедеятельности, освоении и воспроизводстве природных ресурсов, размещении предприятий и развитии предпринимательской деятельности.

Нельзя не согласиться с мнением, высказанным в [14], где важнейшая цель пространственного развития экономики и социальной сферы обозначена как обеспечение определенного уровня жизни всем гражданам страны, независимо от места их проживания.

Между крупными и вторыми городами даже на тех территориях, где работают мощные градообразующие предприятия, существует сильный разрыв. Он проявляется в низком качестве городского пространства, жилого фонда, доступа к услугам, среды обитания, медицинского обслуживания. Кроме того, бизнес голосует рублем за территории с максимальными конкурентными преимуществами.

Причина диспропорций – хроническое недофинансирование муниципальных бюджетов, которым остается лишь 15 % налоговых доходов. Как показывает мировой опыт, значительно быстрее преодолеть этот разрыв можно с помощью новых технологий. От того, насколько грамотно и успешно регионы смогут сформулировать и реализовать концепции «умных городов», напрямую зависит качество жизни людей [23]. Реализация экономической политики, направленной на сокращение различий в социально-экономическом развитии территорий, будет способствовать достижению этой цели.

Очевидно, что разные территории имеют различные возможности для достижения этой цели и устойчивого развития в силу географического положения, демографических особенностей, экономического потенциала и др., следовательно, для успеха необходимо учитывать местные условия и роль важнейших стейкхолдеров – государства, бизнеса, общества.

Важно, что в настоящий период развития мировая экономика характеризуется «смещением акцентов с природных и географических особенностей территорий на демографические и экологические», как отмечено в [14]. «Политика пространственного развития должна учитывать не только географические, но и исторические и социально-культурные черты и особенности как страны в целом, так и отдельных входящих в ее состав территорий» [14], что приобретает исключительное значение в настоящий момент.

Одним из главных направлений по достижению целей пространственного развития является создание высокотехнологичных рабочих мест на всей территории страны, что подразумевает активизацию предпринимательского потенциала в противовес финансовой поддержке из бюджета. Условия, в которых небольшая часть регионов процветает и обеспечивает высокий вклад в экономику страны, в то время как более значительная часть регионов выживает за счет субсидий и трансфертов из бюджетов вышестоящего уровня, нельзя считать приемлемыми и тем более устойчивыми. Более того, в РФ прослеживается стабильная тенденция к нарастанию неравенства не только по показателям экономического развития, но и уровня жизни. Остается нерешенной проблема инфраструктурного обеспечения и эффективной транспортной доступности значительной части территории страны.

Пространственное развитие реализуется и осуществляется на практике через проекты производства товаров и предоставления услуг самого различного вида, а важнейшей составляющей пространственной политики считается создание таких экономических условий, которые обеспечивали бы синергию взаимодействия различных территорий [14].

2. Межрегиональное и внутрирегиональное сотрудничество в Российской Федерации. Кооперация как условие конкурентного развития региона.

Межрегиональное сотрудничество, которое является формой развития межрегиональной кооперации, в официальных документах называется одним из важнейших факторов развития экономики и решения экологических и социальных проблем в субъектах Российской Федерации.

На сегодняшний день наблюдается недостаточная эффективность межрегиональной интеграции, что проявляется в затруднении процессов разработки, согласования и реализации межрегиональных проектов, требующих ресурсного (в частности, финансового) участия сразу нескольких регионов. В значительной степени межрегиональная кооперация осложняется вследствие наличия большого количества ограничений для реализации совместных проектов – нормативно-правовых, инфраструктурных, финансовых и тому подобное.

Разделы, посвященные развитию межрегионального сотрудничества, имелись во всех стратегиях развития федеральных округов, принятых в 2009–2010 гг. на период до 2020–2025 гг. В них отмечалась важность его

развития, указывались сферы сотрудничества. Анализ результатов реализации принятых стратегий показывает, что в большинстве случаев их параметры не достигнуты, это относится и к предполагавшимся проектам межрегионального сотрудничества.

При этом развитие межрегиональных взаимодействий следует рассматривать как фактор формирования дополнительного спроса на товары и услуги, что особенно важно при существующих ограничениях экспортного спроса. Расчеты показывают, что горизонтальные взаимодействия регионов являются существенным фактором расширения региональных рынков.

Развитие межрегиональной кооперации и экономический рост являются взаимосвязанными процессами, в стагнирующей экономике нет ресурсов для развития межрегиональной кооперации, с другой стороны, межрегиональная кооперация может дать дополнительный стимул для роста.

Несмотря на отсутствие в науке и законодательстве четкой дифференциации кооперативных сегментов, имеющих различную природу, основная грань, разделяющая функциональное пространство кооперации, проходит между производственными и потребительскими объединениями.

Термин «производственная кооперация» используется как в узком, так и в широком значении. В первом случае имеют в виду кооперацию исключительно производственной деятельности (данный процесс определяют, как организацию производственных связей между предприятиями, совместно изготавливающими определенную продукцию, имеющими долговременную общность интересов, но сохраняющими самостоятельность), во втором – различных сфер хозяйственной деятельности предприятий (научные исследования, материально-техническое обеспечение, процессы производства, сбыта продукции, управление предприятием) [21].

Эксперты Европейской экономической комиссии ООН выделяют основные категории промышленной кооперации, которые укрупненно можно объединить в 3 группы: осуществление совместных проектов и программ, организация совместных предприятий, специализация в договорном порядке.

Среди современных категорий промышленной кооперации можно выделить: аутсорсинг, субконтрактинг и франчайзинг. К наиболее распространенным формам такого сотрудничества относят холдинги, к наиболее совершенным – технополисы, технопарки, промышленные кластеры и т. д. [21].

Современный уровень развития бизнеса определяется такими понятиями, как компетенции, по которым предприятие является наиболее конкурентоспособным, аутсорсинг, бенчмаркинг, участие в сетевых структурах, виртуальных предприятиях, широкое использование Интернет-технологий, а также развитием кооперационных стратегий управления на

принципах стратегического взаимодействия с партнерами по бизнесу. Предпосылками изменений в подходах к организации и управлению бизнесом являются, кроме того, появление новых форм рыночного поведения, основанного на стратегическом взаимодействии и партнерстве (от англ. «collaboration») предприятий, а также всеобъемлющее проникновение информационных технологий в производство и логистику.

Все большее влияние на экономику предприятий оказывают также не связанные напрямую с технологическими процессами стадии жизненного цикла изделий, такие как проектирование, сбыт, поставки, сервисное обслуживание. Именно здесь необходимо вспомнить о концепции управления цепями поставок и сделать акцент на том, что интеграция и координация существенно отличает идеологию управления цепями поставок от традиционных подходов к межфирменной кооперации.

3. Креативные индустрии как перспективное направление роста экономики региона.

В течение последнего десятилетия креативные индустрии стали новой моделью роста экономики в экономически развитых странах, генерируя значимую часть ВВП. Очевидно, что перспективы развития этого сектора привлекают внимание государства и общества и в Российской Федерации как части мировой экономической системы.

Согласно трактовке Департамента культуры, медиа и спорта Великобритании, понятие креативных индустрий определяется как «индустрии, исходящие из индивидуального творчества, навыков и талантов и имеющие потенциал к формированию благосостояния и создания рабочих мест через генерирование и использование интеллектуальной собственности» [12].

Многообразие креативных индустрий (рисунок 2.19), их развитие и способность создавать конкурентную продукцию формируют важнейшие предпосылки для развития креативной экономики регионов и коммерциализации творческого потенциала населения, развития региональных брендов [13].

Глобальные тренды креативной экономики [11]:

– основную долю добавленной стоимости в различных секторах экономики обеспечивают именно результаты интеллектуальной, творческой деятельности, что делает сектор креативных индустрий привлекательным как для предпринимателей, так и для инвесторов;

– креативные индустрии, связанные с той деятельностью человека, которая не может быть автоматизирована, – одно из перспективных направлений сохранения и создания рабочих мест в условиях развития цифровых технологий;

– дистанционные формы работы получают активное распространение во всех видах творческой деятельности, повышая доступность ее результатов для создания новых товаров и услуг;



Рисунок 2.19 – Классификация креативных индустрий UNCTAD 2010

Источник: [3].

– распространение и воспроизводство многих товаров и услуг происходит исключительно в цифровой среде, а унификация материальных производств и развитая транспортная система сделали рынки глобальными;

– ускоренная цифровизация в условиях пандемии и вызванного ею кризиса, а также трансформация структуры занятости населения в целом способствуют росту сектора креативной экономики и увеличению его доли в национальной экономике;

– сектор творческих индустрий имеет относительно низкий барьер входа на рынок и открывает возможности для альтернативной занятости женщин, молодежи и лиц с ограниченными возможностями здоровья, людей, проживающих в сельской местности и в малых городах, что особенно актуально в период кризисных явлений в экономике и позволяет преодолеть ограничения развития (малый объем локального рынка и удаленность места проживания предпринимателя), сохранять человеческий капитал в регионах и муниципальных образованиях, обеспечить сбалансированное территориальное развитие.

«Созреванию креативного сектора в мировой экономике способствует одновременное развитие пяти компонентов [12]:

1) выработка политики и регулярная деятельность по представительству, защите прав креативного сектора, продвижение его интересов в органах власти, деятельность профессиональных сетей и ассоциаций;

2) укрепление организационного потенциала, в том числе через специальное образование и обучение в течение жизни;

3) работа инкубаторов и акселераторов;

4) создание кластеров и хабов;

5) интернационализация (то есть ориентация на глобальные рынки и мировую креативную сцену)» [7].

Подобная инфраструктурная опора обеспечивает устойчивость и постоянство сектора.

«Важнейшим этапом развития территорий посредством креативных индустрий считается применение методики картирования культурных ресурсов, предложенной британским экспертом Дж. Брауном: от поверхностного сбора информации до глубокого анализа и выработки предложений по развитию» [7]. «Картирование позволяет учесть особенности культуры той или иной территории, её потребности и возможности, является основой для формирования культурной политики, а также такие аспекты, как изучение культурного, социально-экономического, юридического, образовательного и других контекстов; определение поддержки (федеральной, региональной, муниципальной и т. п.), которая оказывается или может оказываться институтам культуры, индустриям и пр.; выявление заинтересованных организаций и компаний, процента занятости, рынков, доходов и расходов; изучение потребностей региона и путей его дальнейшего развития» [4; 17].

Еще одним из способов активизации секторов креативной экономики является создание креативных кластеров. Они способствуют комплексному региональному развитию, выполняя такие функции, как «внедрение новых управленческих и экономических механизмов, создание новых технологических цепочек, интеграция на мировые рынки производства творческих благ... Культурные сети, союзы, ассоциации, развитые неформальные связи и опыт сотрудничества друг с другом начинают играть первостепенную роль в развитии рынков творческих индустрий» [15].

Реализация кластерной политики в сфере креативной экономики способна помочь:

1. Идентифицировать и локализовать на одной территории основных участников креативного кластера.

2. Обеспечить кластерную кооперацию, обмен технологиями, компонентами и продуктами производства.

3. Получить синергетический эффект и повысить конкурентоспособность предприятий в отрасли.

4. Стимулировать увеличение количества малых и средних предприятий, микропредприятий.

5. Повысить качество подготовки кадров.

6. Создать условия для экономически эффективного сочетания навыков, капитала и технологий» [2].

4. Основные направления пространственного развития РФ и место Республики Крым в них.

Основной документ, в котором обозначены цели и направления пространственного развития страны, – это «Стратегия пространственного развития России до 2025 года» (распоряжение от 13 февраля 2019 г. №207- р., далее – СПР) [23].

Основные направления пространственного развития РФ, указанные в СПР, касаются как ликвидации инфраструктурных ограничений и сокращения уровня межрегиональной дифференциации, так и обеспечения расширения географии и ускорения экономического роста, и инновационного развития крупных и крупнейших городских агломераций.

СПР предусматривается создание нового механизма развития территорий (инвестиционных площадок) с особым режимом ведения предпринимательской деятельности, учитывающим перспективные специализации субъектов Федерации и другие особенности территорий. Чтобы исключить дублирование мер государственной поддержки предполагается, что федеральные органы власти при государственной поддержке отраслей экономики каждого конкретного субъекта Федерации будут учитывать перспективные экономические специализации граничащих с ним субъектов Федерации и входящих с ним в состав одного макрорегиона.

В СПР сформированы 12 макрорегионов. Республика Крым и г. Севастополь входят в Южный макрорегион вместе с Республиками Адыгея, Калмыкия, Краснодарским краем, Астраханской, Волгоградской и Ростовской областями. Отметим, что Республика Крым и г. Севастополь, наряду с Калининградской областью, обозначены в СПР как приоритетные геостратегические территории РФ, характеризующиеся эксклавным положением.

Примечательно, что города Симферополь и Севастополь фигурируют в СПР как перспективные центры экономического роста субъектов РФ, которые обеспечат вклад в экономический рост страны до 0,2% ежегодно, что не позволяет говорить о ключевой роли этих городов в пространственном развитии.

Республика Крым также упоминается в СПР в части развития энергетической инфраструктуры для обеспечения устойчивого энергоснабжения потребителей; субсидирования организаций воздушного транспорта в целях обеспечения доступности воздушных перевозок пассажирам из других территорий РФ в Республику Крым и г. Севастополь и в обратном направлении.

Согласно СПР перспективная экономическая специализация Республики Крым включает отрасли, представленные на рисунке 2.20.

производство											Деятельность									
готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования	кожи и изделий из кожи	компьютеров, электронных и оптических изделий	лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях	машин и оборудования, не включенных в другие группировки	напитков	одежды	пищевых продуктов	прочих готовых изделий	прочей неметаллической минеральной продукции	прочих транспортных средств и оборудования	резиновых и пластмассовых изделий	химических веществ и химических продуктов	электрического оборудования	растениеводство и животноводство, предоставление соответствующих услуг в этих областях	рыболовство и рыбоводство	в области информации и связи	профессиональная, научная и техническая	в области здравоохранения и социальных услуг (деятельность санаторно-курортных организаций)	транспортировка и хранение	туризм

Рисунок 2.20 – Перспективная экономическая специализация Республики Крым согласно Стратегии пространственного развития России до 2025 года⁴

Источник: составлено автором на основе⁵.

Неперспективная экономическая специализация, указанная как критически важная для экономики Республики Крым, включает добычу полезных ископаемых. Отметим, что в перспективной экономической специализации Республики Крым согласно «Стратегии пространственного развития России до 2025 года» не упоминается о развитии креативных индустрий напрямую. Возможно, их развитие подразумевалось в рамках конкретных направлений, но это неочевидно.

Говоря о целевых показателях пространственного развития, обозначенных в Стратегии, отметим, что их всего пять:

- среднегодовые темпы роста ВРП субъектов, в которых располагаются перспективные крупные центры экономического роста, в %;
- отношение среднедушевого ВРП субъектов, относящихся к приоритетным геостратегическим территориям (кроме Арктической зоны), к среднероссийскому значению;

⁴ Примечание. Под туризмом в СПР подразумевается «деятельность гостиниц и предприятий общественного питания, деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги (деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма)» [<http://government.ru/docs/35733/>]

⁵ <http://government.ru/docs/35733/>

- межрегиональная дифференциация индекса человеческого развития по отношению к уровню 2017 года, в %;
- рост транспортной подвижности населения по отношению к уровню 2017 года, в %;
- рост экспорта услуг от транзитных перевозок по отношению к уровню 2017 года, в %.

Целевые показатели пространственного развития Стратегии не включают специфических показателей по творческим секторам экономики.

Необходимо отметить, что Стратегия пространственного развития России до 2025 года имеет ряд недостатков, которые требуют отдельного внимания [9]. Среди наиболее существенных из них:

- необходимость согласования документа со Стратегией социально-экономического развития РФ и Стратегией национальной безопасности РФ;
- отсутствие описания механизмов управления развитием 12 указанных макрорегионов при существовании 8 федеральных округов, представлены основные принципы выделения макрорегионов, однако их институциональный статус не определен, так же, как и место макрорегионов в системе государственного управления;
- необходимость дополнения перечня целевых показателей с целью отражения результативности управления пространственным развитием территорий;
- недостаток внимания к существующим и формирующимся агломерациям с численностью населения менее 500 тыс. чел. в качестве перспективных центров экономического роста;
- не нашли отражения подходы и инструменты для выделения различных типов территорий (с учетом демографии, системы расселения, уровня и динамики развития экономики и особенностей природных условий) для целей управления и реализации Стратегии.

Кроме того, в СПР не обозначены задачи по обеспечению безусловной доступности и качества услуг социальной сферы во всех муниципальных образованиях страны, мало внимания уделено развитию Арктической зоны РФ как геостратегической территории и дано не совсем корректное определение термина «сельские территории». Учет указанных замечаний позволит существенно повысить качество СПР.

Помимо этого, в докладе «Макрорегионы как инструмент развития межрегионального сотрудничества: экономические факторы формирования»⁶ отмечено, что СПР строится на «идеях конкуренции регионов за инвестиции путем использования различных механизмов создания преференций в виде налоговых и таможенных льгот, создания инфраструктуры. Конкуренция регионов за трудовые ресурсы, позволяющая обеспечивать миграционный прирост населения, базируется на значительном разрыве в уровнях заработной платы, в том числе в

⁶<https://ecfor.ru/publication/makroregiony-kak-instrument-razvitiya-mezhregionalnogo-sotrudnichestva/>

регулируемой государством бюджетной сфере. Не формализуемым, но очень существенным фактором межрегиональной конкуренции является лоббирование интересов отдельных регионов, которое проявляется не только в прямых отношениях «центр–регионы», но и в отношениях регионов с госкомпаниями. Негативными последствиями межрегиональной конкуренции является нерациональное использование ресурсов при создании дублирующих производств, потери бюджетов за счет предоставления плохо обоснованных льгот и пр.».

При этом очевидно, что «конкурировать нужно через кооперацию с соседями с пониманием того, у кого какие преимущества, как их можно сложить и взаимно друг друга усилить. Именно через кооперацию можно попытаться получать ресурсы от федерального бюджета. Второй вектор региональной политики – взаимодействие с бизнесом: возможности развития лежат на стыках между регионами, между государственным и частным сектором. Таким образом можно найти решения в области здравоохранения, образования, сектора услуг, транспорта» [23].

В мае 2021 года Министерством экономического развития РФ планировалось внесение в Правительство новой стратегии социально-экономического развития РФ до 2030 г., однако «проект стратегии подвергся жесткой критике со стороны ученых-экономистов, которые пришли к выводу, что этот документ «продолжит традицию регулярно нарушаемых планов»⁷.

Ученые-экономисты отмечают, что «попытки создать глобальную стратегию развития страны уже предпринимались в 2017 и 2019 гг., но не были доведены до реального результата»⁸. По подсчетам экспертов, число «стратегических» документов муниципального и регионального уровня в РФ превышает 54000 ед., однако они мало связаны между собой, при этом в них часто дублируются некоторые элементы, что противоречит самой сути стратегии, нарушается принцип системности. А в настоящих реалиях руководство страны ориентируется на ближайшие цели, пытаясь противостоять текущим вызовам, обеспечивая поддержку занятости, доходов населения, экономической активности.

Кроме того, специалистами отмечено, что именно стратегия социально-экономического развития страны должна определять содержание указов Президента и нацпроектов, но не наоборот. Формулирование важных целей в указах само по себе недостаточно для обеспечения динамичного роста экономики страны в перспективе, поскольку указы не содержат конкретных реформ, механизмов, инструментов и мероприятий, необходимых для их достижения. Указы посвящены в основном бюджетным сферам деятельности, что составляет не

⁷ Экономисты раскритиковали новую стратегию социально-экономического развития АО Бизнес Ньюс Медиа, 1999–2022. <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2021/05/13/869660-ekonomisti-raskritikovali>

⁸ Там же

более 40% ВВП страны. Нацпроекты же мало «касаются задач развития производственного потенциала национальной экономики, которые создают основу экономической динамики и глобальной конкурентоспособности страны»⁹.

5. Пространственное развитие Республики Крым и роль креативных индустрий в нем.

Обозначим важнейшие характерные черты пространственного развития Республики Крым.

5.1. Центры производительных сил.

Районы Республики Крым характеризуются существенными различиями в уровне развития в силу географического положения, наличия трудового и прочего потенциала. Присутствие территорий с разным уровнем развития является причиной их дальнейшей сегрегации вследствие активного перераспределения ресурсов в пользу крупных городов и экономических центров, углубляя отсталость остальных территорий и усиливая монофункциональность малых населенных пунктов.

Разница в потенциалах приводит к большим разрывам в уровне социального развития муниципальных образований, что, в свою очередь, усиливает миграционные процессы и ухудшает демографический потенциал менее развитых муниципалитетов¹⁰.

Основная часть промышленного производства сосредоточена в трех многофункциональных центрах – г. Симферополе, г. Керчи и г. Феодосии и двух монопрофильных городах, градообразующие предприятия которых относятся к химической промышленности, – г. Армянске и г. Красноперекоске.

Более 50 % сельскохозяйственного производства размещается в пяти муниципальных образованиях – Красногвардейском (более 15 % от общего объема сельхозпродукции), Джанкойском (10–15 %), Симферопольском (около 10 %), Нижнегорском и Сакском (по 5–10 %) районах.

Около 95 % потока туристов приходится на городские округа Ялта, Алушта, Феодосия, Евпатория, Саки, Керчь, Ленинский и Сакский районы¹¹.

5.2. Валовой региональный продукт и бизнес.

Статистические данные свидетельствуют о тренде роста ВРП Республики Крым в денежном выражении в целом и на душу населения, а также о повышении вклада Республики Крым в совокупный ВРП Южного федерального округа за период 2016–2020 гг. При этом удельный вес Республики Крым в ВРП РФ сохраняется на уровне 0,5 % с 2016 г. В структуре ВРП Республики Крым по видам экономической деятельности за

⁹ Там же

¹⁰ Местное самоуправление в Республике Крым: этап трансформации Алексей Пахомов <http://www.russmp.ru/stat18-1-4.php>

¹¹ Там же

2019–2020 гг. наибольшую долю занимают деятельность по операциям с недвижимостью, оптовая и розничная торговля и строительство.

Анализируя показатели ВРП г. Севастополя, отметим, что они также демонстрируют тенденцию к росту с 2016 по 2020 гг. с замедлением в 2019–2020 гг. Наиболее значимыми составляющими ВРП г. Севастополя в 2020 г. можно считать деятельность по операциям с недвижимым имуществом (28,9 %), государственное управление и обеспечение военной безопасности, социальное обеспечение (17,1 %), торговлю оптовую и розничную; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (10,3 %), что по большому счету совпадает с основными составляющими в структуре ВРП Республики Крым за аналогичный период.

Республика Крым является одним из лидирующих регионов РФ по количеству малых и средних предприятий: по данным на май 2022 г. на полуострове действовало 133 тыс. субъектов малого и среднего предпринимательства и самозанятых граждан¹².

По результатам группировки регионов на основе их доли в ресурсах и результатах развития высокотехнологичного бизнеса России Республика Крым относится к малым центрам несырьевого роста: пониженная доля в ресурсах и результатах; неблагоприятные условия. Вклад высокотехнологичного бизнеса этих регионов в производство, экспорт, налоги высокотехнологичного сектора России не превышает 0,5%¹³. Кроме того, по индексу обеспеченности банковскими услугами Банка России как Республика Крым, так и г. Севастополь являются регионами-аутсайдерами, а низкая обеспеченность финансовыми услугами оказывает значимое негативное влияние на развитие высокотехнологичного бизнеса. При этом г. Севастополь и Республика Крым расширяют доступ в Интернет в рамках федеральной программы по развитию Крыма.

5.3. Экспорт и импорт.

Анализ экспортно-импортных материальных потоков Республики Крым позволяет условно обозначить основные этапы, объясняющие их динамику [6; 8]:

– с 1999 г. по 2011 г. наблюдался положительный тренд с 10-кратным ростом показателей экспорта и 20-тикратным ростом импорта, что было связано с вступлением Украины в ВТО, расширением торговых связей с Турцией, Китаем и Сингапуром, ввозом оборудования, необходимого для реализации масштабных проектов в сфере альтернативной энергетики, ростом регионального потребления;

– к 2013 году темпы роста внешней торговли стали снижаться, а введение санкционного режима в 2014 г. сыграло свою негативную роль, и внешнеторговый оборот республики снизился с 2200 млн долл. в 2013 г. до 254 млн долл. в 2014 г.;

¹² <https://национальныепроекты.рф/news/v-krymu-zapustyat-programmu-eksportnyy-forsazh>

¹³ http://i-regions.org/upload/iblock/581/Hi_Tech_all_view.pdf

– тенденция к снижению продолжает наблюдаться до настоящего времени: «по данным таможенной статистики внешнеторговый оборот Республики Крым в 2020 году оценивался в 74,9 млн долл. США или 79,5 % к объемам 2019 года, в январе – августе 2021 г. составил 42,15 млн долл. США, при этом объемы экспорта товаров составили 24,14 млн долл. США. Объем экспорта товаров Республики Крым за январь – август 2021 года вырос на 6,5 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В 2020 году на долю Республики Крым в товарообороте Южного федерального округа приходится 0,3 % его стоимости (2019 г. – 0,4 %). По итогам 2020 года в торговле участников ВЭД республики сложилось отрицательное сальдо торгового баланса в сумме минус 7,1 млн долл. США, в 2019 г. – отрицательное в сумме минус 26,8 млн долл. США).

В структуре как экспорта, так и импорта Республики Крым в 2020–2021 гг. преобладают продовольственные товары и сырье для их производства. Основные торговые партнеры Республики Крым по итогам января–августа 2021 г. (в порядке убывания стоимости): Беларусь, Украина, Италия, Китай, Армения, Казахстан, Сербия, Кыргызстан, Южная Африка, Узбекистан»¹⁴.

Нужно отметить, что в связи с ограничениями внешней торговли для Республики Крым и г. Севастополя в настоящее время ряд крымских предприятий, осуществляющих экспортно-импортные операции, используют посреднические компании в других регионах РФ или в других странах. По этой причине данные статистики нельзя считать полностью достоверными, и внешнеторговый оборот республики несколько выше из-за учета операций экспорта и импорта в статистике других регионов. По этой же причине возникают сложности с реальной оценкой величины материальных потоков, входящих и выходящих с территории полуострова.

В сентябре 2022 г. в Крыму начал реализовываться первый учебный модуль акселерационной программы «Экспортный форсаж» для 10-ти экспортоориентированных предприятий полуострова, организованный Южным региональным Центром поддержки экспорта при содействии Министерства экономического развития Республики Крым¹⁵. Основное направление работы экспертов с предпринимателями – всесторонняя информационно-консультационная поддержка. Результатом прохождения программы должно стать заключение новых внешнеторговых контрактов в течение 12 месяцев.

5.4. Транспортные оси и логистика.

Основные транспортные оси и логистика оказывают существенное влияние на пространственное развитие Республики Крым, в частности:

– установление хозяйственных связей крымских предприятий и организаций с материковой частью РФ, что вызвало изменение

¹⁴ <https://rk.gov.ru/ru/article/show/13921>

¹⁵ Правительство Республики Крым. Официальный портал <https://rk.gov.ru/ru/article/show/17033>

приоритетной оси направления движения материальных потоков «север–юг» на «запад–восток» и значительное падение величины материальных потоков в 2014–2015 гг.;

- открытие движения по Керченскому мосту;
- поэтапное открытие дороги первой категории – федеральной трассы «Таврида».

Отметим, что ожидания существенного снижения цен на потребительские и прочие товары на региональном рынке, связанные с открытием Керченского моста и строительством основных участков трассы «Таврида», не оправдались.

В первую очередь это можно объяснить различной величиной материальных потоков, когда входящие материальные потоки существенно превосходят выходящие с территории республики, т. е. стоимость транспортировки не распределяется равномерно на все товарные единицы, перевозимые в обоих направлениях, а полностью входит в себестоимость поступающих товаров. Это связано с «тупиковым» транспортным статусом полуострова в настоящих условиях, невысокими темпами развития производства и сельского хозяйства.

Второй причиной можно считать то, что темпы роста транспортных возможностей Крыма пока опережают развитие логистической инфраструктуры в части технологичных складов с регулируемым температурным режимом и других складских объектов, создавая новое «узкое место». Благодаря тому, что создается большая и мощная развязка в виде трассы «Таврида», обойтись без центров, которые позволяют хранить продукцию и распределять ее по территории республики, невозможно, поэтому сейчас вокруг трассы активно появляются логистические комплексы.

В феврале 2021 г. в Симферопольском районе инвестор приступил к строительству логистического комплекса. «Заявленный объем инвестиций в проект 325 млн руб. Налоги, предполагаемые к уплате в федеральный бюджет, бюджеты Республики Крым и местный, в течение 10 лет, начиная с даты реализации проекта, составят 505 млн руб.»¹⁶.

Летом 2021 г. началось строительство оптово-распределительного центра на территории с. Чистенькое в Симферопольском районе. Инвестор ООО «Пуд» возведет комплекс на частной земле за собственные средства. «Оптово-логистический центр предназначен для хранения товаров народного потребления, продуктов питания различных температурных режимов и их комплектации для отправки в магазины розничных торговых сетей. Общая площадь комплекса составит 60 тыс. кв. м складских помещений класса А – 53 тыс. кв. м вместимость – 70 тыс. куб. м. Единовременная вместимость – 73 тыс. паллетомест, максимальный грузооборот – 75 тыс. куб. м в сутки. Склад будет оснащен необходимым

¹⁶ <https://crimea-news.com/society/2021/02/04/755536.html>

оборудованием для обеспечения всех режимов хранения продукции. По мнению инвестора, применение мультитехнологических концепций позволит обслуживать все сегменты бизнеса: розничную торговлю продуктами питания, алкогольной продукцией, товарами народного потребления, строительными и отделочными материалами, автокомплектуемыми, а также Интернет-торговлю. Строительство обойдется в 6 млрд рублей»¹⁷.

Еще одна причина сложившейся в настоящее время ситуации видится в низкой производительности труда в отрасли, опять же связанной с недостаточным технологическим оснащением имеющейся логистической инфраструктуры и низкой квалификацией персонала. Часто драйвером развития в отрасли/регионе служит выход на рынок крупного оператора, возможно, филиала транснациональной компании, задающего высокие стандарты и стимулирующего конкуренцию. В сложившихся условиях санкций на крымском рынке логистики это мало реально, филиалы крупных российских компаний представлены на полуострове недостаточно [6].

5.5. Свободная экономическая зона.

В рамках поддержки бизнеса в условиях санкционных ограничений был упрощен механизм получения статуса участника СЭЗ в Крыму и г. Севастополе – организациям, зарегистрированным за пределами свободной экономической зоны в Крыму и г. Севастополе, для получения статуса участника достаточно будет иметь на полуострове филиал или представительство. Безусловно, что инвестиционные проекты компании или предприятия, претендующего на этот статус, обязательно должны быть связаны с Крымом и г. Севастополем¹⁸.

Оценить эффективность существования СЭЗ в Крыму и г. Севастополе проблематично. ФЦП «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя» предусмотрен такой показатель реализации программы как «удельные капитальные вложения, осуществленные (нарастающим итогом) участниками свободной экономической зоны, на одного участника свободной экономической зоны». При этом в Правилах ежегодной оценки эффективности функционирования свободной экономической зоны на территориях Республики Крым и г. Севастополя и подготовки отчета о результатах функционирования свободной экономической зоны такой показатель не предусмотрен¹⁹.

5.6. Стратегия социально-экономического развития Республики Крым и перспективы пространственного развития региона.

В «Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» (далее – ССЭР РК) закреплены основные направления

¹⁷ <https://crimea.ria.ru/20211028/kakim-budet-novyuy-optovo-logisticheskiy-tsentr-v-krymu-1121270367.html>

¹⁸ Сайт Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации 2022 год <http://duma.gov.ru/news/53640/>

¹⁹ <https://ach.gov.ru/upload/iblock/67a/vdwd3gv17fv0y7o801rii8bfnqnisvzy.pdf>

пространственного развития региона: диверсификация экономической базы монопрофильных и малых городов, развитие кооперации, в том числе содействие в развитии 7 типов кластеров в приоритетных сферах развития экономики полуострова (судостроительный, химический, агропромышленно-пищевой, медико-биологический, IT-кластер, кластер креативной индустрии, туристические кластеры), стимулирование межмуниципального сотрудничества, приоритет развития агломераций, укрупнения ряда муниципальных образований в целях более гармоничного развития территорий. Город Симферополь отмечен в ССЭР РК как «опорный центр пространственной экспансии технологий и инноваций в другие центры и полюса роста региона»²⁰.

На основании утвержденной ССЭР РК органы местного самоуправления Республики Крым ведут работу по разработке и совершенствованию муниципальных стратегий развития. Планировалось, что до 1 января 2019 года стратегии социально-экономического развития муниципальных образований должны быть утверждены во всех 25 городских округах и муниципальных районах Республики Крым²¹.

Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 г. первоначально предусматривала сооружение транспортно-логистических комплексов концентрировано в одном месте – вокруг г. Симферополя. Позднее, в Предложениях по изменению Схемы территориального планирования в 2018 г., такое расположение было признано неудачным, не отвечающим потребностям распределения товаров по территории Республики Крым. В этой связи была предложена схема планирования с учетом мирового опыта организации логистики региона в части критериев выбора местоположения транспортно-логистических центров (ТЛЦ). В настоящее время Схема возможного территориального размещения транспортно-логистических комплексов в Республике Крым выглядит следующим образом (рисунок 2.21).

«Предполагалось, что данная схема размещения в минимальной степени потребует реконструкции существующей железнодорожной сети, но вызовет необходимость реконструкции и строительства автомобильных дорог. Основная идея такого размещения транспортно-логистических комплексов (ТЛК) состоит в том, входящий на полуостров по железной дороге материальный поток, следовал напрямую в тот или иной центр, требует формирования потоков на станциях отправления. Выходящий материальный поток должен формироваться на ТЛК с последующим сбором на узловой станции в г. Керчь. Это потребует диспетчеризации на высоком уровне, но увеличит пропускную способность железной дороги»²².

²⁰ https://rk.gov.ru/file/strategiya_sotsialjno_ekonomicheskogo_razvitiya_respubliki_krim_do_2030.pdf, с. 52

²¹ Местное самоуправление в Республике Крым: этап трансформации Алексей Пахомов <http://www.russmp.ru/stat18-1-4.php>

²² Там же



Рисунок 2.21 – Схема возможного территориального размещения транспортно-логистических комплексов в Республике Крым

Источник:²³.

В Предложениях делался важный акцент на том, что ТЛК должны быть построены и начать функционировать к 2018–2019 гг. вместо 2030 г. При этом отмечалось, что «требуемая площадь, количество складов, наличие железнодорожной ветки можно определить только на основе анализа статистических материалов по производству и перемещению товаров в Республике Крым». Из чего можно заключить, что указанная информация не использовалась при разработке Предложений, что существенно снижает их ценность.

Результаты рейтинга выбора регионов РФ для размещения транспортно-логистических центров, представленные в Генеральной схеме развития сети ТЛЦ, в рамках федерального проекта «Транспортно-логистические центры» не включают Крым. Но в рейтинг вошел один из наиболее развитых в экономическом отношении регионов и ближайший к полуострову Краснодарский край, где предполагается создание ТЛЦ. В данном федеральном проекте крымским городам Симферополю, Севастополю и порту Керчи отводится роль площадок для создания сателлитов ТЛЦ – это «терминалы/группы терминалов, связанные с ТЛЦ единой технологией переработки и являющиеся по существу удаленными объектами ТЛЦ, либо специализированными терминалами для определенного типа грузов, переработка которых на территории ТЛЦ

²³ https://rk.gov.ru/file/strategiya_sotsialjno_ekonomicheskogo_razvitiya_respubliki_krim_do_2030.pdf

невозможна или нецелесообразна». Конкретные технологии работы ТЛЦ опорной сети с каждым из спутников будут определены в последующем.

Известно, что с 2015 г. Минобороны России осуществляет программу замены системы устаревших баз и складов МТО ВС на 24 современных производственно-логистических комплекса согласно Распоряжения Правительства Российской Федерации от 31 мая 2018 г. №1089-р. С учетом их функций (хранение, техническое обслуживание и др.) и структуры грузооборота (техника, обмундирование и др.) целесообразно и потенциально возможно рассматривать их в качестве складских комплексов для длительного хранения на условиях договора. В частности, речь идет о производственно-логистическом комплексе «Севастополь». В августе 2021 года было подписано соглашение, согласно которому строительство обойдется в 17 млрд руб., а производственно-логистический комплекс будет состоять из двух частей: одна из них будет отдана под нужды Министерства обороны, а именно для хранения имущества невоенного характера, вторую используют для коммерческой деятельности.

Курортно-рекреационная специфика региона диктует необходимость создания буферных/сезонных запасов на период курортного сезона, когда численность населения полуострова значительно возрастает, а цены на многие товары повышаются. Это требует соответствующих возможностей от транспортно-логистической инфраструктуры полуострова в виде увеличения складских площадей.

Итак, подводя итог исследования, можно согласиться с определением: «Стратегия пространственного развития Республики Крым с учетом перспективной экономической специализации – это совокупность укрупненных видов экономической деятельности (отраслей), обусловленных благоприятным сочетанием конкурентных преимуществ (пространственных факторов размещения видов экономической деятельности)» [18].

5.7. Факторы развития креативных индустрий в Республике Крым.

В Республике Крым вопросы креативных индустрий регулируются в документах стратегического характера, в частности в Законе Республики Крым от 9 января 2017 года №352-ЗРК/2017 «О Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» [10].

«Одним из факторов, который может способствовать развитию креативной экономики на территории Республики Крым, является высокая по сравнению с другими регионами РФ доля предприятий малого и среднего бизнеса, которые в основном и задействованы в секторах креативной индустрии» [5].

«Нужно отметить развитость экосистемы поддержки и содействия развитию предпринимательства в Республике Крым, в т. ч. субъектов малого и среднего бизнеса, которые играют ключевую роль в креативном секторе экономики» [5]. «К элементам указанной экосистемы можно отнести следующие организации:

– Союз «Торгово-промышленная палата Республики Крым», комитет по выставочно-ярмарочной конгрессной деятельности и креативных индустрий» [5];

– НКО «Ассоциация «Совет муниципальных образований Республики Крым», которая действует в Крыму с 1997 г. и объединяет 279 муниципальных образований: 11 городских округов, 14 муниципальных районов, 4 городских поселения, 250 сельских поселений. Она была создана «в целях становления, развития и укрепления местного самоуправления, обеспечения защиты прав, общих интересов муниципальных образований, координации их деятельности по развитию правовой, организационной, финансово-экономической основ местного самоуправления, а также организации межмуниципального сотрудничества» [10].

1) «АО «Корпорация развития Республики Крым», оказывающую услуги по сопровождению проектов от идеи до завершения по принципу «одного окна»;

2) представительство Фонда содействия инновациям в Крыму, задачами которого является проведение государственной политики развития и поддержки в научно-технической сфере, создание и развитие инфраструктуры поддержки, содействие созданию новых рабочих мест для эффективного использования научно-технического потенциала РФ, финансовая, информационная и другая помощь, вовлечение молодежи в инновационную деятельность, привлечение внебюджетных инвестиций в сферу малого инновационного предпринимательства» [5];

3) «ГУП Республики Крым «Крымский гарантийный фонд», обеспечивающий доступ субъектам малого и среднего предпринимательства и организаций инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Крым к кредитным и иным финансовым ресурсам, развитие системы гарантий и поручительств по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства и инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Крым, основанных на кредитных договорах, договорах займа и лизинга;

4) микрокредитная компания «Фонд микрофинансирования предпринимательства», предоставляющий микрозаймы индивидуальным предпринимателям и юридическим лицам, которые соответствуют критериям субъекта микро- и малого предпринимательства на территории Республики Крым» [5];

5) «Южный региональный центр поддержки экспорта – оказывает комплексную финансовую и нефинансовую поддержку экспортеров и экспорт-ориентированных предприятий – субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Крым;

6) НКО «Крымский государственный фонд поддержки предпринимательства», созданный для снятия отраслевых ограничений и

развития крымского бизнеса. В его структуру входят такие подразделения, как:

– Центр поддержки предпринимательства «Мой бизнес» – создает условия, стимулирующие развитие предпринимательства, в том числе и молодежного, способствует обеспечению благоприятных условий для такого развития» [5];

– «Центр народно-художественных промыслов, занимающийся продвижением продукции крымских производителей за пределы региона;

– Центр инноваций социальной сферы, деятельность которого направлена на гармоничное и эффективное развитие социальных предприятий и социальных предпринимателей Республики Крым;

– Региональный центр компетенций, чья деятельность направлена на создание благоприятных условий роста производительности труда на предприятиях базовых несырьевых отраслей региона, выявление и снижение издержек предприятий, рост ВРП в Крыму» [5];

– «Центр кластерного развития Республики Крым Центр – оказывает услуги по созданию кластерных проектов, занимается продвижением этих проектов, а также обучением участников кластеров. В настоящее время ведется работа по 5 кластерам, в т. ч. IT-кластера. В планах на 2022 г. значится развитие кластера креативных индустрий, поддержка инноваций и кластерных проектов.

Президентский фонд культурных инициатив поддерживает межотраслевые, сетевые культурные и кросскультурные проекты, проекты по выявлению и поддержке молодых талантов в области культуры, искусства и креативных индустрий, образовательные и наставнические проекты в области культуры, искусства и креативных индустрий (включая цифровые технологии), проекты креативных индустрий (в том числе в области литературы и издательского дела, дизайна, моды, арт, музыки и саунд-дизайна, архитектуры и урбанистики, новых медиа, мультимедиа технологий, кино, театра, игр), стартапы в области культуры, искусства и креативных индустрий на конкурсной основе» [5].

«С середины 2021 года фондом поддержаны 17 заявок на реализацию культурных проектов на общую сумму более 48 млн руб. Среди них «На променаде.ру» – серия спектаклей-променадов (иммерсивных спектаклей), посвященных историческим объектам Симферополя, Евпатории, Гурзуфа; «Фасады зданий – территория гордости», состоящий в нанесении на свободные стены многоэтажных домов в спальнях районах Симферополя ярких пейзажей, символов города или портретов героев города; «Этнографический комплекс возрождения и сохранения культуры и быта крымских татар EDIN» – дом-музей в Старом Крыму; «Молодежный культурно-исследовательский проект. Место силы – Россия, Крым» по созданию силами молодежи документального фильма о памятных для них местах Симферополя, Керчи, Бахчисарая, Ялты, Алушты, Фороса, Феодосии, Евпатории, Сак, Севастополя и др.» [5; 22].

5.8. Обзор реализованных проектов в различных секторах креативной индустрии Республики Крым.

«Таврида.АРТ» – платформа возможностей для молодых деятелей креативных индустрий, культуры и искусства была создана в 2015 году как Всероссийский молодежный образовательный форум. В 2019 году «Таврида» выросла в арт-кластер, объединяющий образовательные заезды, фестиваль, кастинг-платформу, грантовый конкурс, федеральную сеть арт-резиденций, строящийся Университет креативных индустрий и другие проекты. «Таврида.АРТ» входит в федеральный проект «Молодежь России» национального проекта «Образование» и реализуется при поддержке Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь). Грантовый конкурс на площадке арт-кластера «Таврида» проходит с 2015 года. За это время его победителями стали 1104 человека, на реализацию их проектов было выделено более 487 млн руб. Конкурс проводится Федеральным агентством по делам молодежи и входит в платформу «Россия – страна возможностей». Университет креативных индустрий сейчас строится в бухте Капсель близ Судака. Предполагается, что в университете молодые специалисты смогут совершенствовать свои навыки и бизнес-компетенции, научатся управлять командами и проектами под руководством приглашенных экспертов отрасли» [5; 19].

«Крымская креативная лаборатория «МАЯК» объединяет сообщество креативных индустрий Крыма и открывает доступ к лучшему опыту в области креатива, дизайна, архитектуры, маркетинга и менеджмента творческого процесса, включает более 400 участников» [5].

«В Севастополе ежегодно проводится Международный фестиваль профессиональных театров танца «АРТ-бухта», функционирует креативное пространство – открытая летняя площадка «Театральная улица», где проходят представления малых театров: спектакли, перформансы, концерты, фестивали, выставки, творческие встречи и мастер-классы, кинолаборатории, импровизационные батлы» [5].

«Региональный фестиваль креативных индустрий «Мануфактуры Севастополя» проводился в октябре 2022 г. в художественном колледже. Главная его цель – возрождение культурного наследия города, народных ремесел. Фестиваль собрал студентов творческих специальностей и ведущих специалистов в области народных промыслов.

Технопарк «ИТ Крым» в Севастополе объединяет специалистов, работающих над инновационными продуктами и оказывающих услуги в области технологий, рекламы или digital. Для резидентов технопарка доступны комфортные офисы, просторный коворкинг и современный конференц-зал, а также дополнительные юридические и маркетинговые услуги, услуги data-центра, DevOps, продвижения, бухгалтерского и налогового учета, по оформлению регистрации авторских прав и патентов, подбору и подготовке молодых кадров совместно с техническими вузами

страны, помощь в переезде персонала из других регионов РФ, организация и проведение мероприятий» [5; 20; 24].

«Распоряжением Совета министров Республики Крым от 22 апреля 2020 года № 535-р утверждена программа развития территориального ИТ-кластера Республики Крым на 2020–2025 годы. Ключевая цель ИТ-кластера – обеспечение технологической независимости государства, коммерциализация отечественных исследований и разработок, а также ускорение технологического развития российских компаний и обеспечение конкурентоспособности разрабатываемых ими продуктов и решений на глобальном рынке. Создание ИТ-кластера как основы цифровой трансформации региона является ответом на глобальные и региональные вызовы, стоящие перед Российской Федерацией и Республикой Крым, и призвано практически обеспечить прорыв в экономике, инфраструктуре, технологиях, науке и социальной сфере» [1]. В настоящее время участниками ИТ-кластера являются 40 компаний и индивидуальных предпринимателей.

«Консерватория» – новое мультиформатное арт-пространство в центре Симферополя, пространство из двух залов 100 и 300 м² включает полноценную концертную площадку (вместительностью до 1000 чел.), а также бар с кухней» [5].

«Центр искусств «ART VISION» – единое пространство для творчества и спорта высоких достижений, творческого развития и социальной адаптации детей и молодежи с ограниченными возможностями здоровья в Симферополе.

Студенты Крымского федерального университета выиграли грант на создание креативного пространства «Ковер» в рамках Всероссийского конкурса молодёжных проектов. Предполагается, что это, прежде всего, зона обучения и отдыха, где можно будет проводить время, учиться, работать, принимать участие в лекциях и мастер-классах. В период реализации проекта с мая по ноябрь 2022 г. планировалось вовлечь в деятельность 500 студентов и реализовать минимум 20 мероприятий, направленных на создание креативных проектов» [5].

«Арт-проект «Яркий город Крыма» подразумевает росписи телекоммуникационных шкафов связи в Симферополе, Феодосии, Красногвардейском.

Творческая площадка «Алушта – душа Южного берега Крыма» в одном из самых популярных курортных городов республики круглогодично открыта для художников, скульпторов, мастеров прикладного искусства, музыкантов, коллекционеров.

Отметим также, что к концу 2023 г. в Крыму будут функционировать десять модельных библиотек нового поколения – открытые библиотечные пространства, оснащенные многофункциональной мебелью, мультимедийным оборудованием, актуальным востребованным книжным фондом, где созданы комфортные условия для свободного общения

посетителей различных возрастных и социальных групп. Они расположены как в Симферополе, так и в муниципалитетах, что создает возможности для развития креативных идей и будет способствовать объединению творческих людей» [5].

5.9. Перспективы развития отдельных направлений креативной экономики в Республике Крым.

«Очевидно, что богатейшая история региона с древних времен создает беспрецедентные условия для развития тех направлений креативной экономики, которые связаны с объектами культуры и памятными местами, с культурными традициями. Причем практически в любом муниципальном образовании Крыма существуют упомянутые объекты, следовательно, есть условия, чтобы развивать связанные с ними аутентичные виды ремесел, направления в кулинарии, обыгрывать тематику и атмосферу экскурсий, театрализованных представлений, фестивалей, объектов размещения. Причем здесь возможна кооперация различных видов бизнеса из разных муниципальных образований республики – туристического, организации мероприятий, развлечений и пр.» [7].

«Богатое культурное наследие, разнообразные природные ландшафты полуострова и его мягкий климат всегда были притягательны для творческих личностей – художников, писателей, поэтов, актеров, исполнителей. И сейчас эти преимущества в совокупности создают перспективы для развития направлений визуального, аудиовизуального искусства, издательской деятельности, архитектуры, рекламы. С одной стороны, они могут служить источником вдохновения, создания атмосферы для творчества отдельных людей и коллективов, с другой стороны, крымские компании, зная местную специфику, могут кооперировать свою деятельность с компаниями с материка, имеющими большие технические и технологические возможности, с третьей – Крым был и остается одной из лучших площадок для проведения конференций, фестивалей, обучающих семинаров, в том числе и в области живописи, фотоискусства, кино-, теле-, радио- и рекламной индустрии» [7].

В условиях санкций очевидно, что указанные направления креативной экономики будут ориентированы преимущественно на российскую аудиторию. «В существующих условиях, пожалуй, больше всего вопросов вызывает развитие направления программного обеспечения, видеоигр и создания цифрового творческого контента в Крыму, поскольку деятельность IT-специалистов больше остальных связана с зарубежными цифровыми ресурсами, ПО, оборудованием и может требовать участия распределенных команд. Кроме того, усложняются вопросы экспорта готовых продуктов» [7].

6. Особенности оценки взаимодействия вне и внутри региона.

Общепринято, что вклад креативных индустрий в экономику региона оценивается их долей в ВРП. При этом важно также проводить оценку

взаимодействия различных структур внутри и вне региона для выявления «узких мест» и перспективных направлений развития.

Как правило, при оценке как межрегионального взаимодействия, так и кооперации внутри региона, в том числе и развития сектора креативных индустрий, ограничиваются оценкой межрегионального и внутрирегионального товарооборота и уровня торгово-экономических контактов. Такой подход охватывает только одно из направлений социально-экономического развития региона – экономическое развитие, и только одну целевую группу – бизнес. В то же время, меж- и внутрирегиональное взаимодействие охватывает все направления и все целевые группы социально-экономического развития региона. Связи выстраиваются не только в формате горизонтальных, но и в формате перекрестных связей между целевыми группами – органами власти, бизнес-структурами, населением и государственным сектором различных регионов, городов и муниципальных районов.

Оценка межрегионального взаимодействия может быть проведена по методике, описанной в [16], которая может быть адаптирована и для оценки взаимодействия внутри региона. В частности, виды и конкретные примеры меж- и внутрирегионального взаимодействия могут быть выявлены в результате проведения контент-анализа стратегий социально-экономического развития городских округов и муниципальных районов Республики Крым.

7. Рекомендации по развитию креативных индустрий в Республике Крым.

Основные мероприятия, рекомендуемые для кооперации пространственного развития в Республике Крым с учетом развития креативных индустрий:

– «рассмотрение г. Севастополя как неотъемлемой и значимой части Республики Крым, с которой необходимо развивать кооперацию, что обусловлено как расположением этого города, его экономическим и культурным потенциалом, так и тем, что большинство его социально-экономических связей с материком осуществляется через территорию полуострова» [7];

– активизация участия организаций, связанных с креативными секторами и зарегистрированных на территории региона, в реализации региональных программ развития;

– предусмотреть при разработке региональных программ развития решение задач меж- и внутрирегиональной кооперации с акцентом на креативную индустрию;

– «глубинный анализ ввоза-вывоза продукции местных производителей с применением специфических методов и показателей (анализ материального потока (MFA), транспортно-экономический баланс, моделирование взаимодействующих смежных зон логистического обслуживания и др.)» [7];

- определение перечня важнейших видов продукции для оценки возможностей местных организаций производить аналогичную конкурентоспособную продукцию и создание региональных брендов;
- «привлечение местных малых предприятий и предпринимателей к расширению кооперационных связей с акцентом на креативную индустрию;
- разработка механизмов привлечения финансового капитала банков для обслуживания кооперации с акцентом на креативную индустрию» [7].

Очевидно, что затронутая проблематика достаточно обширна, а условия, в которых развивается экономика Республики Крым и сектор креативной индустрии, подвержены постоянным изменениям, поэтому настоящий раздел открывает перспективу для дальнейших исследований более узких ее аспектов. Реализация части мероприятий может быть осуществлена с привлечением некоммерческой организации «Ассоциация «Совет муниципальных образований Республики Крым»».

Список использованных источников

1. IT-кластер. Центр кластерного развития Республики Крым : сайт. – URL: <https://ckr.frbk.ru/cluster-category/it-klaster/> (дата обращения: 07.09.2023). – Текст : электронный.
2. Акопов, Г. Л. Развитие креативного кластера в Республике Крым: глобальные и локальные аспекты / Г. Л. Акопов, В. Х. Тирацуян. – Текст : непосредственный // Материалы IV Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции «CONNECT-UNIVERSUM-2018» «Цифровой бренд-менеджмент территорий: глобальный и локальный аспекты», 29–30 ноября 2018 года. – Томск : НИУ ТГУ. – С. 13–17.
3. Атлас креативных индустрий Российской Федерации // Агентство стратегических инициатив : сайт. – URL: https://disk.yandex.ru/d/9FTmWI5_OB6RFA (дата обращения: 22.09.2023). – Текст : электронный.
4. Браун, Дж. Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории // Институт культурной политики : [веб-сайт]. – URL: <http://cpolicy.ru/analytics/64.html> (дата обращения: 20.09.2023). – Текст : электронный.
5. Ваховская, М. Ю. Экосистема поддержки и развития креативных индустрий в Республике Крым / М. Ю. Ваховская. – Текст : электронный // Финансово-экономическая безопасность Российской Федерации и ее регионов : сборник материалов VII Международной научно-практической конференции, Симферополь, 11 ноября 2022 года. – Симферополь : ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», 2022. – С. 231–234. – EDN AKLMLV. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50237024> (дата обращения: 14.09.2023).
6. Ваховская, М. Ю. Анализ материальных потоков региона и элементов транспортно-логистической системы на примере Республики Крым / М. Ю. Ваховская, А. О. Леснецкая. – DOI 10.17586/2310-1172-2021-

14-3-26-34. – Текст : непосредственный // Научный журнал НИУ ИТМО, Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2021. – № 3. – С. 26–34.

7. Ваховская М. Ю. Креативные индустрии: перспективы развития в Республике Крым / М. Ю. Ваховская. – DOI 10.17586/2713-1874-2023-1-37-45. – Текст : электронный // Экономика. Право. Инновации. – 2023. – № 1. – С. 37–45. – EDN WGECMG. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50734471> (дата обращения: 22.10.2023).

8. Вольхин, Д. А. Географическая структура и динамика внешнеторговых связей Республики Крым с порубежными странами в контексте обеспечения экономической безопасности / Д. А. Вольхин. – Текст : электронный // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта, Серия: Естественные и медицинские науки. – 2020. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geograficheskaya-struktura-i-dinamika-vneshnetorgovyh-svyazey-respubliki-krym-s-porubezhnymi-stranami-v-kontekste-obespecheniya> (дата обращения: 15.10.2023).

9. Заключение ФГБУН ВолНЦ РАН на Стратегию пространственного развития России до 2025 г. – URL: http://vscc.ac.ru/uploads/fragment_page_files/2019/04/9954.pdf (дата обращения: 12.09.2023). – Текст : электронный.

10. Закон Республики Крым от 9 января 2017 года № 352-ЗРК/2017 «О Стратегии социально- экономического развития Республики Крым до 2030 года» // Правительство Республики Крым : сайт. – URL: <https://rk.gov.ru/document/show/11146> (дата обращения: 12.09.2023). – Текст : электронный.

11. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р. – URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения: 12.09.2023). – Текст : электронный.

12. Креативная экономика в Европе: 5 шагов для взлета // Ассоциация «Культура и Креативность» : сайт. – URL: <https://culturepartnership.eu/article/creative-economy-steps-to-rise> (дата обращения: 18.09.2023). – Текст : электронный.

13. Креативные индустрии. Современные тренды развития регионов : материалы заседания Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. 22 октября 2020 года. – URL: <http://council.gov.ru/media/files/cArZsej5uEzf7rYuwtsduLBfl0bgYRUj.pdf> (дата обращения: 18.09.2023). – Текст : электронный.

14. Крюков, В. А. Пространственное развитие России: основные проблемы и подходы к их преодолению / В. А. Крюков, Е. А. Коломак. – Текст : электронный // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2021. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prostranstvennoe->

razvitiye-rossii-osnovnyye-problemy-i-podhody-k-ih-preodoleniyu (дата обращения: 10.09.2023).

15. Матецкая, М. В. Культурные индустрии как инновации в культуре, менеджменте, технологиях / М. В. Матецкая. – URL: https://hse.ru/data/2012/01/31/1269679204/Matetskaya_men_2011.pdf (дата обращения: 18.09.2023). – Текст : электронный.

16. Махотаева, М. Ю. Межрегиональное взаимодействие как инструмент развития стратегических приоритетов региона : монография / М. Ю. Махотаева, О. А. Бакуменко, Д. П. Малышев. – Псков : Псковский государственный университет, 2017. – 118 с. – Текст : непосредственный.

17. Новосельская, В. В. Креативные индустрии в инновационном развитии территорий: особенности функционирования / В. В. Новосельская. – Текст : электронный // Вестник МГУКИ. – 2017. – № 4(78). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-v-innovatsionnom-razvitii-territoriy-osobennosti-funktsionirovaniya> (дата обращения: 10.10.2023).

18. Олифинов, А. В. Пространственное развитие Республики Крым в новых экономических реалиях / А. В. Олифинов. – Текст : непосредственный // Пространственное развитие территорий : Сборник научных трудов III Международной научно-практической конференции. Белгород, 26–27 ноября 2020 года / Под общей редакцией Е. А. Стрябковой. А. М. Кулик. – Белгород : Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2020. – С. 36–41. – EDN JNRLJP.

19. Официальный сайт арт-кластера «Таврида». АНО ЦРКИ. 2022 : сайт. – URL: <https://tavrida.art/> (дата обращения: 15.10.2023). – Текст : электронный.

20. Проекты // Президентский фонд культурных инициатив : сайт. – URL: <https://фондкультурныхинициатив.рф/public/application/cards> (дата обращения: 15.10.2023). – Текст : электронный.

21. Романова, О. А. Кооперация как условие конкурентного развития региона / О. А. Романова, И. В. Макарова. – Текст : электронный // Современная конкуренция. – 2009. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kooperatsiya-kak-uslovie-konkurentnogo-razvitiya-regiona> (дата обращения: 06.09.2023).

22. Совет муниципальных образований Республики Крым // Государственный Совет Республики Крым : сайт. – URL: <http://crimea.gov.ru/oms/smog> (дата обращения: 27.09.2023). – Текст : электронный.

23. Стратегия кооперации. Экономическая стратегия. Эксперт Урал. – №4-5 (787) 28 января 2019. – URL: <https://expert-ural.com/archive/nomer-4-5-787/> (дата обращения: 27.09.2023). – Текст : электронный.

24. Технопарк «ИТ Крым» // ИТ Крым : сайт. – URL: <https://itpark.ru/> (дата обращения: 18.09.2023). – Текст : электронный.

ГЛАВА 3

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

3.1 Формирование цифровой модели региона в условиях неопределенной внешней среды

Фокина Н. А., к. э. н., доцент, доцент кафедры менеджмента

Задача мониторинга уровня и направлений развития региональных хозяйствующих субъектов на основе объективных данных, а также повышения качества государственных услуг с каждым годом становится все более насущной. Ее решению способствует интенсивное развитие цифровых технологий, в том числе больших данных. На сегодняшний день в регионах Российской Федерации разработаны и реализуются, преимущественно, мероприятия и проекты, согласующиеся с федеральными проектами национальной программы «Цифровая экономика». Как правило, они направлены на решение базовых, инфраструктурных задач, создающих необходимые условия для развития регионов. Проекты разрознены между собой, что затрудняет получение «общей картины» развития региона. В связи с эволюционным развитием цифровизации возникла необходимость формирования цифровой модели региона, которая станет логичным продолжением уже реализуемых цифровых проектов, например, таких, как «Умный город».

Цифровизация является продуктом развития креативного потенциала людей. В свою очередь, цифровые технологии активизируют креативную отрасль. Так, цифровые платформы упрощают включение новых предпринимателей в сферу бизнеса (в том числе, в креативный сегмент), помогают связывать продавцов и покупателей, например, в рамках торговых площадок (цифровых платформ), способствуют сокращению транзакционных издержек и ускоряют операционные циклы ее участников. Бизнес, выстраиваемый на основе цифровых платформ, позиционируется в качестве новой бизнес-модели. Таким образом, наблюдается конвергенция креативной экономики и цифровизации, которая распространяется не только на коммерческий сектор, но и на государственное управление.

Экспертно-аналитический центр InfoWatch опубликовал данные различных отчетов в сфере оценки индексов цифровизации стран мира. Отчеты выполнены влиятельными мировыми институтами, международными организациями и крупными компаниями, InfoWatch в рамки анализа включил 5 стран-лидеров (для каждого индекса), а также Россию и страны, характеризующиеся сильной экономикой и интересные с точки зрения результатов: Германию, Великобританию, Францию, США и

Китай. Проанализируем представленные данные, а также подходы к оценке уровня цифровизации стран.

1. Индекс сетевой (технологической) готовности (NRI: The Network Readiness Index). До 2016 года «публиковался Всемирным экономическим форумом, является частью авторитетного Глобального отчета по информационным технологиям» [14]. В 2020 году индексы стран оценивались и анализировались Институтом Портуланс (США) во взаимодействии с STL – ведущим интегратором цифровых сетей. Индекс рассчитывается по 60 показателям, сгруппированным в 4 сектора по подкатегориям:

– технологии: доступность, содержательность (оцениваются приложения, разрабатываемые в стране и проводимые исследования в сфере цифровых технологий), технологии будущего;

– человеческий фактор: использование цифровых технологий и навыков в сетевой экономике на трех уровнях: домохозяйствами, предприятиями и правительством;

– управление: доверие (безопасность), регулирование (усилия правительства по включению домохозяйств, организаций и государственных структур в использование цифровых технологий), инклюзия (возможность использования цифровых решений и их практическая значимость для малообеспеченных слоев населения, инвалидов и т. д.);

– влияние: оценивается влияние цифровых решений на экономику, качество жизни и на вклад в устойчивое развитие.

Индекс отражает уровень использования странами «возможностей, предоставляемых информационно-коммуникационными технологиями, и охватывает вопросы от технологий искусственного интеллекта и Интернета вещей до роли цифровой экономики в достижении целей устойчивого развития» [14]. Анализу подверглось 134 страны. Результаты по выбранным InfoWatch странам представлен в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты исследования по индексу технологической готовности (NRI)

Страна	2020 г.		2021 г.	
	Место в рейтинге	Значение NRI	Место в рейтинге	Значение NRI
Россия	48	54,23	43	57,74
Топ-5				
Швеция	1	82,75	2	81,57
Дания	2	82,19	3	81,24
Сингапур	3	81,39	7	80,01
Нидерланды	4	81,37	1	82,06
Швейцария	5	80,41	6	80,20
Другие выбранные страны				

Страна	2020 г.		2021 г.	
	Место в рейтинге	Значение NRI	Место в рейтинге	Значение NRI
США	8	78,91	4	81,09
Германия	9	77,48	8	78,95
Великобритания	10	76,27	10	76,60
Франция	17	73,18	14	74,79
Китай	40	58,44	29	65,62

Источник: [14; 15].

Как видно, подавляющее количество стран-лидеров в 2020 году было представлено государствами Европы, Сингапур – единственный представитель в Топ-5 из стран Азиатско-Тихоокеанского региона, Россия заняла 48 место (из 134), Китай оказался в рейтинге выше России, заняв 40-е место. Другие выбранные страны вошли в двадцатку лидеров.

В 2021 году первое место заняли Нидерланды, сумев за год подняться на четыре позиции. Существенный прорыв наблюдается у Китая – с 40-го места переместился на 29-е место рейтинга. Россия также улучшила свои позиции, хотя и не столь существенно, как Китай: поднялась с 48-го на 43-е место.

2. Индекс цифрового интеллекта. Методика оценки разработана школой Флетчера при Университете Тафтса (США) совместно с Mastercard. Индекс характеризует «доверие к цифровой экономике и ее эволюцию в 90 странах по 160 индикаторам, предоставляет сведения о том, как повысить цифровую конкурентоспособность и доверие к цифровой экономике, и способствовать ответственному использованию цифровых технологий для повышения благосостояния населения» [14]. Результатом оценки является разделение исследуемых стран на четыре категории: передовые, стагнирующие, прорывные, осторожно развивающиеся.

Рассмотрим их. Передовые – в эту категорию включены страны, характеризующиеся высоким уровнем и темпами внедрения цифровых технологий – Гонконг, Сингапур, ОАЭ, Южная Корея, США.

В категорию стагнирующих включены государства, обладающие высоким уровнем развития цифровых технологий, однако характеризующиеся замедляющимися темпами их внедрения (по сравнению с передовыми странами). Для преодоления «цифрового плато» они должны проводить интенсивную работу. В 2020 году к таким странам относились: Великобритания, Исландия, Канада, Франция, Япония и др.

Прорывные. К таким странам относятся те, которые обладают на сегодняшний день более низким уровнем цифровизации, но быстро развиваются за счет большого потенциала для роста в области цифровых технологий: Россия, Китай, Вьетнам, Индия, Индонезия, Кения, Саудовская Аравия и др.

Осторожно развивающиеся. Эти страны характеризуются относительно низким уровнем цифровизации и темпами ее роста: Мексика, Венгрия, Бразилия, ЮАР.

Результаты оценки индекса цифрового интеллекта представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Результаты исследования индекса цифрового интеллекта

Страна	2020 г.	
	Место в рейтинге	Значение
Россия	49	52,78
Топ-5		
Сингапур	1	98,82
США	2	89,82
Гонконг	3	88,12
Финляндия	4	87,3
Дания	5	87,17
Другие выбранные страны		
Китай	39	61,89
Великобритания	13	81,48
Франция	25	72,99
Германия	18	79,27

Источник: [14].

Согласно таблице, лидером по оценке Индекса цифрового интеллекта выступает Сингапур, США находится на втором месте, но имеет большое отставание от Сингапура по расчетному значению – 9 пунктов (89,82 против 98,82). Россия располагается на 49-м месте рейтинга.

3. Мировой рейтинг цифровой конкурентоспособности «измеряет потенциал и готовность стран к внедрению и изучению цифровых технологий для экономических и социальных преобразований» [14]. Рейтинг составляется International Institute for Management Development (IMD, Швейцария). Анализируется цифровое развитие 63 стран. Оценка осуществляется по 52 критериям, сгруппированным по трем направлениям:

- знания: талант, обучение и образование, научная концентрация;
- технологии: нормативно-правовая база, уровень капитализации, технологическая база;
- готовность к будущему: адаптивность, гибкость, ИТ-интеграция.

Подробнее с методикой можно ознакомиться на сайте IMD [15]. Результаты расчета представлены в таблице 3.3.

Как следует из таблицы, в 2022 году США уступили свое первенство Дании. Помимо Дании, Швеция и Франция продемонстрировали незначительное улучшение значений своих показателей по сравнению с предыдущими годами. Остальные страны ухудшили свои позиции. В 2022 году Россия не была включена в отчет исследования.

Таблица 3.3 – Результаты исследования рейтинга цифровой конкурентоспособности

Страна	Место в рейтинге, 2020 г.	Место в рейтинге, 2021 г.	Место в рейтинге, 2022 г.
Россия	43	42	–
США	1	1	2
Сингапур	2	5	4
Дания	3	4	1
Швеция	4	3	3
Гонконг	5	2	9
Китай	16	15	17
Германия	18	18	19
Франция	24	24	22
Великобритания	13	14	16

Источник: [14; 15].

4. Готовность правительства к реализации цифровых технологий в предоставлении государственных услуг. Для оценки готовности используется 42 показателя, сгруппированным по трем категориям:

– правительство: показатели, оценивающие стратегическое видение правительства в сфере разработки и управления цифровыми технологиями, а также внимание к этическим проблемам (управление и этика); оценка силы внутреннего цифрового потенциала, включая навыки и методы, которые поддерживают его адаптивность перед лицом новых технологий;

– технологии: показатели, оценивающие человеческий капитал, инновационный потенциал, конкурентоспособность и динамичность технологического сектора страны;

– данные и инфраструктура: показатели, оценивающие доступность и репрезентативность данных, а также инфраструктуру, необходимую для использования цифровых технологий и обмена данными с населением.

Анализ проводится университетом Оксфорд (Великобритания). В 2021 году он охватил 160 стран. Результаты исследования отражены в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Результаты исследования рейтинга готовности правительств к реализации цифровых технологий в предоставлении государственных услуг

Страна	Место в рейтинге, 2020 г.	Интегральное значение индекса	Значение по группам показателей		
			правительство	технологии	данные и инфраструктура
Россия	38	61,93	67,44	46,46	71,90
Топ-5					
США	1	88,16	88,46	83,31	92,71
Сингапур	2	82,46	94,88	66,69	85,80

Страна	Место в рейтинге, 2020 г.	Интегральное значение индекса	Значение по группам показателей		
			правительство	технологии	данные и инфраструктура
Великобритания	3	81,25	85,69	67,26	90,81
Финляндия	4	79,23	88,45	63,85	85,40
Нидерланды	5	78,51	80,42	66,17	88,92
Другие выбранные страны					
Китай	15	74,42	83,79	61,33	78,15
Франция	11	76,41	82,10	60,61	86,53
Германия	8	77,26	78,04	67,68	86,07

Источник: [13].

Согласно этому отчету Россия находится на 38-м месте рейтинга. Достаточно высоко оценен блок показателей «данные и инфраструктура», а блок «технологии» получил низкую оценку.

Как видно из приведенных отчетов, Россия характеризуется, как страна, имеющая большой потенциал для развития цифровых технологий и компетенций. Постепенно значения ее индексов цифровой конкурентоспособности (готовности) улучшаются, но требуется дополнительная проработка механизмов совершенствования внедрения цифровых технологий во все сферы жизни государства. Проанализируем особенности цифровой трансформации РФ.

По количеству пользователей Интернет Россия находится на первом месте в Европе и на шестом – в мире [9]. Согласно данным НИУ ВШЭ, развитие цифровизации в стране в 2021 г. характеризовалось следующим образом [2]:

- наблюдался рост валовых внутренних затрат на развитие цифровой экономики – объем затрат на 19,3 % больше, чем в 2020 г.;

- произошло удвоение объема информации, переданного нашими соотечественниками по Internet;

- сократился цифровой разрыв за счет снижения стоимости и повышения качества интернет-услуг, в частности, доля домохозяйств, имеющих доступ в Интернет составила 84 % (в 2020 она составляла 80 %);

- выросло использование мобильных устройств для выхода в Интернет, в частности, доля домохозяйств их использующих, составила 78,1 % (против 66 % в 2019 году);

- цифровыми навыками овладело 82 % населения страны, при этом 12,9 % обладает навыками уровня выше базового – «в возрасте от 15 до 24 лет такой уровень демонстрирует каждый третий, а в группе 25–34 лет – каждый пятый» [2];

- по количеству публикаций в области информационно-коммуникационных технологий в изданиях, индексируемых в Scopus (17,8 тыс. ед.). Россия заняла 9-е место среди других стран мира.

С целью обеспечения доступной и комфортной цифровой среды для пользователей, для развития цифровых компетенций и поддержки цифровых сервисов, а также социальных платформ в Российской Федерации реализуются различные проекты, в том числе «Цифровая Россия», «Цифровая экономика РФ», «Умный город» и ряд других программ. В рамках программы «Цифровая экономика РФ» в 2021 году реализовывалось семь проектов, в том числе «Цифровое государственное управление». «Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» в 2021 году составил 95,8 %» [3]. Процент исполнения по семи проектам представлен на рисунке 3.1.

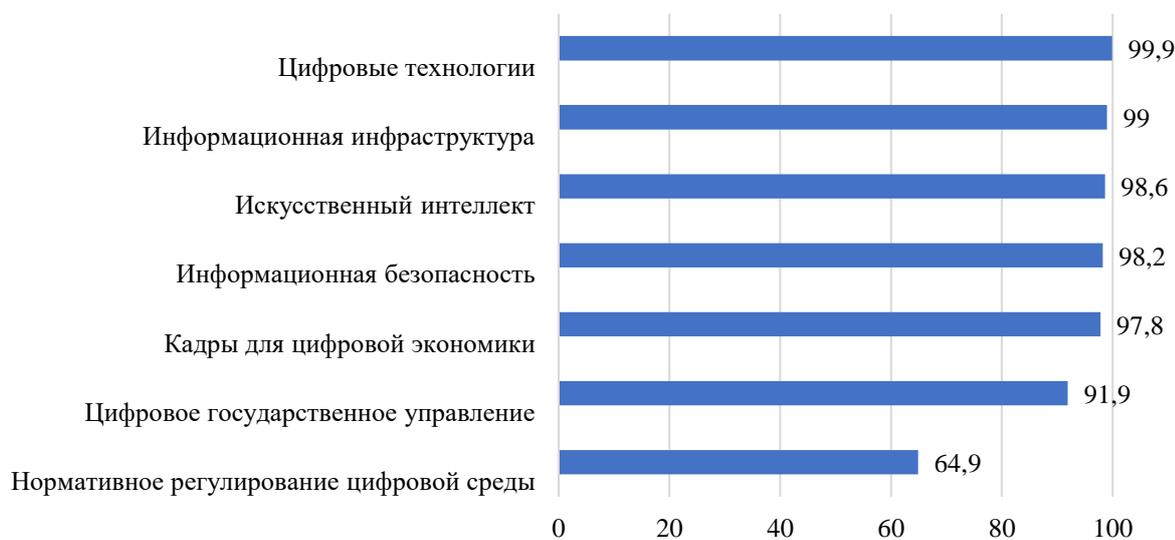


Рисунок 3.1 – Уровень исполнения расходов федерального бюджета на реализацию национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» в разрезе проектов

Источник: [3].

Отметим, что в 2022 году программа «Цифровая экономика РФ» расширилась до девяти проектов за счет включения следующих из них: «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли», «Обеспечение доступа в Интернет за счет развития спутниковой связи».

В рамках подпрограммы «Цифровое государственное управление» ведутся работы по формированию цифровой модели регионов. Определим понятие «цифровая модель региона». Центр МТС «Умный город», созданный для реализации региональных программ по цифровизации городов и регионов трактует этот термин как «продукт на основе больших данных, который позволяет формировать обезличенные отчеты с актуальными показателями по численности, плотности и перемещению населения, а также туристическим и транспортным потокам» [6]. В своем понимании МТС ограничивает это понятие функциями, для которых создает

подобный продукт – формирование отчетности по народонаселению, туристическим и транспортным потокам, Ростелеком под цифровой моделью региона понимает «единую актуальную базу данных описания территории» [7]. Данное понятие является общим и не акцентирует внимание на функциях модели, сосредотачиваясь на задаче описания территории. Анализ этих и других определений позволяет заключить, что цифровая модель региона – это некий продукт, формирующий единое информационное пространство на основе сбора, хранения, передачи и обработки данных по ключевым сферам деятельности региона для принятия обоснованных управленческих решений на основе актуальной и комплексной информации.

В 2021 году опубликован статистический сборник «Индикаторы цифровой экономики» [2]. В нем представлены статистические данные различных Министерств и ведомств РФ по многим аспектам развития цифровой экономики в нашей стране. Среди прочих показателей проведена оценка индекса цифровизации по субъектам Федерации. Он оценивался на основе расчета удельного веса организаций, использующих следующие цифровые технологии: широкополосный Интернет, облачные сервисы, ERP-системы, электронные продажи, RFID-технологии. Оценка предусматривает соотнесение региона с уровнем его цифровизации. Для этого используется пять диапазонов: [16–23]; [24–25]; [26–27]; [28–29]; [30–35]. Максимальную оценку (35 баллов) получил г. Москва; минимальную (16 баллов) – Республика Дагестан. Уровень цифровизации Республики Крым оценен в 27 баллов. Детализация итоговой оценки по региону выглядит следующим образом (удельный вес организаций, использующих цифровые технологии, в общем числе организаций):

- широкополосный Интернет – 87,2 %;
- облачные сервисы – 26,6 %;
- ERP-системы – 6,3 %;
- электронные продажи – 9,3 %;
- RFID-технологии – 4,6 %.

Сравнение цифрового профиля республики Крым с национальным лидером (г. Москва) и отстающим регионом (Республика Дагестан) представлено в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Сравнение цифровых профилей

Регион	Широко-полосный Интернет	Облачные сервисы	ERP-системы	Электронные продажи	RFID-технологии
Москва	93,8	37,9	21,1	13,5	8,8
Республика Крым	87,2	26,6	6,3	9,3	4,6
Республика Дагестан	58,5	12,8	2,7	5,2	1,6

Источник: [2].

Таким образом, можно заключить, что регионы РФ характеризуются различным уровнем использования цифровых технологий, развития цифровой инфраструктуры и соответствующих компетенций. Например, по показателю перевода социально значимых государственных услуг в электронный вид наблюдается существенный разрыв между передовыми и отстающими регионами. Так, в стратегии Калмыкии в области цифровой трансформации на 2024 год целевое значение этого показателя составляет 32 %, а в аналогичных стратегиях Москвы, Московской области, Татарстана и Санкт-Петербурга – 95 % [8].

Также можно отметить, что практически каждый регион уже реализует собственные цифровые инициативы и имеет свой подход к организации цифровых процессов. Задача современного этапа формирования цифровой модели региона – дополнить и объединить существующие информационные системы (модули) в единую систему, которая позволит извлекать необходимые данные, анализировать их и принимать обоснованные управленческие решения в различных региональных сферах.

Проанализируем существующие подходы к формированию цифровой модели региона. На данный момент широко используется подход, основанный на создании цифровых двойников какой-либо территории, ее застройки и инфраструктуры. Разрабатываются цифровые модели, собирающие данные с реальных объектов при помощи различных датчиков, приложений и камер, то есть с использованием цифрового инструмента Интернет вещей (Internet of Things, IoT), «Цифровой двойник» анализирует информацию о состоянии региональной инфраструктуры, демографии и миграции людей, о движении транспорта, а также другие показатели. На основе этих данных искусственный интеллект «двойника» способен прогнозировать изменения состояния систем регионального хозяйства и предлагать оптимальные решения, направленные на устойчивое развитие территорий. В работе С. А. Иванова и его коллег приводятся примеры реализации различных классов моделей цифровых двойников в практике управления городским и региональным хозяйством в нашей стране и зарубежом [1]. Необходимо отметить, что «двойники» наделяются определенным функционалом. Например, правительство Камчатского края подписало соглашение с МТС о создании цифровой копии Камчатки. Она позволит анализировать турпотоки и принимать решения в сфере развития туристической инфраструктуры края на основе полученных данных. Цифровая модель МТС уже была апробирована в Самарской области для отслеживания перемещений туристов по региону. Места фиксации наибольших потоков путешествующих стали первоочередными в планах администрации по развитию соответствующей инфраструктуры.

В 2020 году в Санкт-Петербурге стартовал проект по созданию цифрового двойника города. Его цель – контроль состояния городских объектов. Было заключено 23 государственных контракта на разработку

информационных моделей объектов капитального строительства с использованием BIM-технологий (Building Information Modelling). Для успешной реализации проекта были разработаны требования к цифровым информационным моделям. Уже прошло апробирование двух моделей на примере объектов дошкольного, начального общего и среднего образования.

Городское моделирование по праву считается сложным процессом вследствие уровня насыщенности информацией: большого количества данных и многофакторности происходящих процессов. Соответственно, региональное моделирование требует еще больше ресурсов и высокой квалификации разработчиков. Не каждый регион обладает такими возможностями. Поэтому на данном этапе многие субъекты сконцентрированы на решении отдельных проектов с целью их последующей интеграции в единую систему.

Ростелеком представляет цифровую модель региона, как совокупность составляющих [7]:

- базы знаний, необходимой для поддержки принятия решений в сфере регионального управления;
- базы данных отраслевых моделей;
- базы, содержащие демографическую информацию, 3D модели и т. д.
- базы описания территории.

Основу цифровой модели составляют базы описания территории – ортофотопланы и цифровые модели местности. Так, в Тульской области старт формирования цифровой модели региона дан созданием 3D-модели региона.

Республика Татарстан разрабатывает технологическую платформу, объединяющую ряд сервисов для обеспечения полного цикла работы с геоданными. Акцент делается на решение приоритетных региональных проблем в сфере сельского хозяйства, регионального управления, лесного хозяйства, экологии, нефтегазового сектора и энергетики. В ходе реализации цифровой модели региона будут использоваться следующие цифровые технологии: платформенные решения и облачные сервисы, искусственный интеллект, большие данные, интернет вещей, цифровые двойники [8]. Необходимо отметить, что заказчиками, обеспечивающими финансирование проекта, помимо государства, выступают крупные компании: «Татнефть», «Транснефть», «Газпром», «РЖД», «Россети» и «Сетевая компания». Каждый из заказчиков планирует получить свои выгоды от реализации проекта. Так, «Татнефть» заинтересована в комплексном мониторинге территорий, особенно в местах добычи, транспортировки и переработки нефти с целью предотвращения аварий, а также для контроля и планирования развития инфраструктуры, «Россети» рассчитывает на получение данных, которые помогут оперативно определять зоны аварий и изучать их транспортную доступность. Министерство сельского хозяйства и продовольствия Татарстана благодаря

этому проекту получит возможность более эффективно и оперативно производить инвентаризацию сельскохозяйственных угодий, выявлять неиспользуемые участки, а также устанавливать и анализировать процессы деградации земель, контролировать состояние насаждений (посевов).

В Ленинградской области создают детализированную цифровую модель региона, характеризующуюся высоким пространственным разрешением. В будущем власти планируют ее использовать для земельного контроля. На данном этапе создается фонд пространственных данных. Им уже сейчас могут пользоваться местное самоуправление, сотрудники органов исполнительной власти, а также различные межведомственные комиссии и отдельные группы.

На основе анализа подходов формирования цифровой модели региона, предложена соответствующая авторская концептуальная модель (рисунок 3.2).

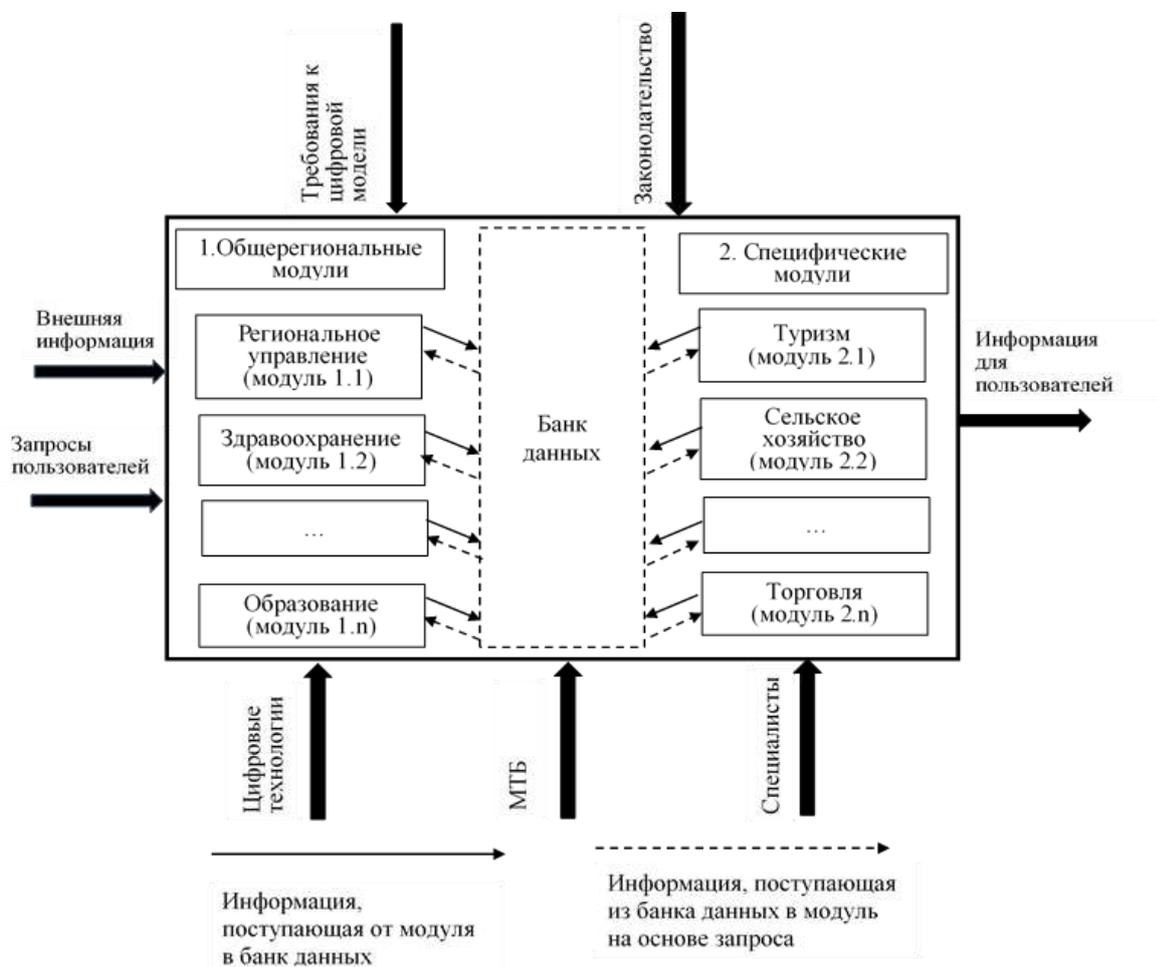


Рисунок 3.2 – Цифровая модель региона

Источник: [11].

Предполагается, что процесс формирования цифровой модели региона должен состоять из нескольких этапов. Рассмотрим их.

«1. Определение сферы региональной цифровизации.

1.1. Общерегionalные сферы: региональное управление, ЖКХ, транспорт и логистика, образование, здравоохранение, энергетика, связь, экология и природопользование, финансовая система.

1.2. Специфичные (наиболее важные для конкретного региона) сферы: туризм, сельское хозяйство, промышленность и т.д.

2. Анализ существующих в регионе цифровых решений и бенчмаркинг лучших практик.

3. Анализ пользователей модулей системы, их требований к информации и представлению данных.

4. Анализ поставщиков информации.

5. Формирование технических заданий по проектам цифровой модели.

6. Привлечение необходимых ресурсов и создание программно-технической инфраструктуры, которая позволит внедрять платформенные решения сбора данных и предиктивной аналитики, реализовывать сервисы вовлечения граждан в решение региональных проблем, обеспечивать электронный доступ к предоставляемым государственным услугам, давать возможность непосредственного обращения в органы власти, моделировать и проектировать объекты, процессы, базы данных и знаний, решать другие возникающие задачи.

7. Определение партнеров и ответственных лиц для работы над проектами цифровой модели.

8. Непосредственная работа над проектами цифровой модели (модулей системы): получение разрешений на работы, геодезические работы, аэрофотосъемка, работа с данными дистанционного зондирования земли, построение ортофотопланов и 3D моделей, анализ, создание баз данных и баз знаний.

9. Апробирование проектов с последующим постепенным их интегрированием в общую цифровую модель региона.

10. Определение ответственных за поддержание системы (ее отдельных модулей) в рабочем состоянии, за наполнение ее актуальными данными.

11. Подготовка специалистов для работы с системой (ее отдельными модулями).

12. Внедрение модели в работу региона» [11].

Рассмотрим некоторые из этих этапов подробнее, начав с определения сфер цифровизации. Основной ожидаемый эффект от внедрения цифровой модели региона – это ускоренное развитие субъекта и решение социально значимых вопросов: повышение комфорта и безопасности жилой среды, предоставления государственных услуг, общественных сервисов и т. д. В связи с этим, на государственном уровне необходимо выделить ключевые сферы, жизненно необходимые для развития субъектов Федерации и которые войдут в блок «общерегionalных»: здравоохранение, образование, энергетика и т. д. Так как регионы обладают различным

уровнем развития цифровых компетенций, целесообразно «общерегиональный» блок разрабатывать унифицированным с целью последующего распространения среди всех субъектов Федерации и объединением в национальную цифровую систему.

Каждый регион имеет свою специализацию и, соответственно, приоритетные сферы деятельности. Блок «специфичных (наиболее важных для региона сфер деятельности)» необходимо формировать с учетом стратегии развития субъекта федерации. В дальнейшем данный блок может пополняться путем подключения к нему новых модулей, несущих информацию о других видах деятельности, осуществляемых на территории региона.

Как было сказано выше, практически каждый регион уже использует отдельные цифровые решения в своей деятельности. Лучшие практики могут быть масштабированы в других регионах. Ознакомиться с ними можно, например, через базу сайта «Цифровая экономика». Примером может служить программный комплекс «Единая реестровая информационно-аналитическая система» (ЕРИАС), разработанный в Ростове-на-Дону. Комплекс является цифровой платформой управления территорией муниципального образования или региона. ЕРИАС позволяет организовать совместную работу всех подразделений администрации муниципального образования или правительственных структур региона в рамках единого программного обеспечения и базы данных, организовать совместное управление и ведение информации по всем объектам территории в рамках своих компетенций.

ЕРИАС в рамках единой базы данных решает все задачи управления объектами, расположенными на территории региона и/или муниципального образования, всех форм собственности и назначения. Объектами учета и управления могут быть земельные участки, здания, сооружения, помещения, объекты инфраструктуры, сети, рекламные конструкции, объекты стационарной или нестационарной торговли, ярмарки, рынки, предприятия общественного питания, контейнерные и игровые площадки, субъекты права и многое другое без ограничения состава информации.

Другим примером может служить ведомственная информационная система «Зелёный фонд», разработанная в г. Севастополь и используемая в области учёта и мониторинга состояния зелёных насаждений и благоустройства. Решение предназначено для автоматизации деятельности Департамента природных ресурсов и экологии города, Департамента городского хозяйства и Департамента архитектуры и градостроительства города Севастополя в части учёта и мониторинга состояния зелёных насаждений и благоустройства города.

Разработка интегрируется с региональным порталом государственных услуг и включает: геоинформационный сервис, подсистему управления информацией и аналитическую подсистему. Публичный геоинформационный сервис позволяет гражданам видеть все зелёные

насаждения города на вырубку или изъятие которых было выдано разрешение (или отказано в таковом) органом власти. В свою очередь, исполнительный орган власти имеет инструмент, позволяющий управлять природными ресурсами и планировать озеленительные мероприятия на территории города.

В Калужской области создан геоинформационный портал, позволяющий повысить эффективность принятия обоснованных решений на всех уровнях власти во многих сферах деятельности: продвижение инвестиционной привлекательности региона, мониторинг сельскохозяйственной деятельности, оценка и учет землепользования, сбор налогов, мониторинг лесов, ликвидация экологического ущерба и последствий стихийных бедствий, формирование карты туристической привлекательности региона, публикация открытых данных. Решение включает в себя набор электронных картографических сервисов, обеспечивающих доступ заинтересованным пользователям к массиву пространственных данных региона в сети Интернет.

Знакомство с цифровыми практиками, обмен мнениями по их использованию поможет региону выбрать лучшие из них.

Следующий этап формирования цифровой модели региона – анализ пользователей модулей системы, их требований к информации. Согласно современному процессному подходу к управлению, любая деятельность должна быть клиент-ориентированной. Ее проектирование начинается с анализа требований к потребителю и заканчивается им. То есть, в реализацию цифровой модели региона должен быть заложен принцип PDCA – принцип постоянного совершенствования, состоящий из логической последовательности четырех этапов: планирование (P), выполнение (D), проверка (C) и действие (A).

Цель процесса сбора требований – точно определить функционал разрабатываемой системы и ее модулей, а также способы интеграции модулей в общую систему. Это важный этап, от которого зависит соответствие ожиданий потребителей готовому продукту. Четкое ранжирование приоритетов позволит обеспечить реализацию наиболее важного функционала и исключить излишний, что сэкономит бюджет и время разработки системы. Фаза разработки требований состоит из нескольких взаимосвязанных этапов:

- собственно выявление требований, включающее в себя сбор, осмысление и рассмотрение потребностей заинтересованных лиц;
- анализ (проверка полноты требований и их непротиворечивости),
- спецификация (документирование требований);
- проверка правильности.

Документирование требований может осуществляться в виде текстовых документов и/или графических моделей.

На четвертом этапе осуществляется анализ поставщиков информации. То есть, устанавливаются взаимосвязи между модулями системы и внешними (по отношению к системе) источниками информации.

На пятом этапе формируются технические задания (ТЗ) по проектам цифровой модели – документы, в которых в деталях описываются основные требования на разработку модулей (проектов), ТЗ устанавливает:

- основное назначение разрабатываемого объекта;
- характеристики объекта;
- показатели качества и технико-экономические требования;
- предписание по выполнению необходимых стадий создания документации и её состав;
- специальные требования.

Как инструмент общения заказчика и исполнителя, техническое задание позволяет:

- выполнить проверку готового продукта по каждому пункту перечисленных требований;
- сократить количество ошибок, связанных с изменением требований, возникающим в результате неполноты их формулирования или ошибочности;
- спланировать процесс выполнения проекта и работать по намеченному плану.

Чтобы объединить существующие проекты и создать новые, необходима развитая инфраструктура, техническое и программное обеспечение, а также высококвалифицированные специалисты. Все это требует серьезных финансовых вложений и накладывает существенные требования к инвестиционной поддержке региона. Отдельно необходимо отметить важность вопроса обеспеченности региона IT-специалистами. По данным отчета, подготовленным «Ассоциацией предприятий компьютерных и информационных технологий по заказу Минкомсвязи России и при поддержке АНО «Цифровая экономика», общая численность IT-специалистов, работающих в российской цифровой экономике, составляет 1,45 млн человек» [4]. Данный показатель в среднем по Европе «составляет 3,9 %, в Финляндии – 7 %, в Великобритании – 5 %, в Норвегии – 4,5 %, в Чехии, Франции, Германии – 4 %, в Польше – 3 %. Потребность в высококвалифицированных кадрах к 2024 году увеличится на четверть и достигнет значения 290–300 тыс. человек в год. В Москве сосредоточенно 20 % рабочей силы в данной сфере, что приводит к повышенной концентрации IT-кадров в столице и других крупных городах России» [4]. В тоже время многие регионы испытывают существенный кадровый недостаток в этой сфере.

Помимо целевого бюджетного финансирования в работе по цифровизации региона может использоваться практика государственно-частного партнерства. На сегодняшний день институт государственно-частного партнерства используется для решения различных вопросов

локального уровня, в том числе, связанных с электро- и теплообеспечением, газо- и водоснабжением, водоотведением, благоустройством территорий, строительством и эксплуатацией автомобильных дорог, строительством и содержанием муниципального жилого фонда, организацией культурно-досуговой деятельности, развитием спортивной инфраструктуры и т. д. Государственно-частное партнерство позволяет увеличить объем внебюджетных средств, которые направляются на поддержание и развитие объектов общественной инфраструктуры. Эффективность такого партнерства зависит от уровня соблюдения баланса интересов публичных субъектов и бизнеса, при котором сохраняется функциональное назначение объектов общественной инфраструктуры и контроль публичной власти за их использованием частными лицами.

По мнению специалистов, формирование цифровой модели региона будет осуществляться по трем сценариям, где каждый последующий будет дополнять предыдущий. Первая волна внедрений «связана с задачами мониторинга и контроля – созданием ситуационных центров, систем видеосвязи, единого документооборота, программных комплексов для мониторинга исполнения получений, проектов и программ – то есть программных решений, которые представляют и визуализируют информацию as-is, как она есть. Второй этап – это сбор и аналитика больших данных, оптимизация на основе полученных выводов процессов государственного управления. Третий этап – моделирование и прогнозирование возможных путей развития региона» [10].

Успешному началу на пути создания цифровой модели региона будет способствовать создание Национальной системы пространственных данных, которая утверждена Постановлением Правительства РФ от 1 декабря 2021 года № 2148.

Цели этой государственной программы следующие:

1. «Повышение качества государственных услуг по осуществлению государственного кадастрового учета и (или) государственной регистрации прав, в том числе в связи с доступностью государственных услуг в электронном виде до 95 % к концу 2030 года.

2. Создание и внедрение цифрового отечественного геопропространственного обеспечения, интегрированного с муниципальными и региональными информационными системами, на территории 85 субъектов Российской Федерации к концу 2030 года.

3. Достижение «цифровой зрелости» в сфере государственного кадастрового учета недвижимого имущества и государственной регистрации прав на недвижимое имущество при организации инфраструктуры пространственных данных в Российской Федерации (100 %) к концу 2030 года.

4. Обеспечение полноты и качества сведений в Едином государственном реестре недвижимости в объеме 95 % к концу 2030 года» [5].

Современное развитие общества характеризуется эволюционной цифровой трансформацией, в, частности, предпринимаются попытки перехода от «умных» городов к цифровым регионам посредством формирования и масштабирования цифровых практик. Однако такой переход требует дополнительных институциональных, технических и организационных новаций, а также развития профессиональных цифровых компетенций. На уровне государства разрабатываются программы, способствующие повышению уровня «цифровой зрелости», активно пропагандируются и создаются условия для межрегиональной кооперации, обмена опытом и цифровыми практиками.

В рамках проведенной работы установлено, что на сегодняшний день используются различные подходы к формированию цифровой модели региона, однако их общей основой служат базы описания территорий, формируемые за счет создания территориальных ортофотопланов и цифровых моделей местности.

Выявлено, что главной особенностью цифровой трансформации РФ является различный уровень цифровой зрелости ее регионов. В следствие этого, субъекты Федерации занимают неодинаковые позиции в процессе формирования цифровой модели региона. Кроме этого, поставленная задача требует привлечения высококлассных специалистов, способных использовать на практике различные цифровые технологии: искусственный интеллект, нейронные сети, Интернет вещей, большие данные и т. д. Однако наиболее квалифицированные ИТ специалисты осуществляют свою деятельность, преимущественно, в крупных городах – Москва, Санкт-Петербург, Казань и др. С целью преодоления «цифрового неравенства» важно осуществлять обмен опытом и цифровыми продуктами между регионами.

Отмечено, что практически все регионы реализуют отдельные проекты цифровой трансформации. Задачей текущего этапа перехода к «цифровому региону» является выявление лучших цифровых практик с целью их последующей консолидации в единую цифровую модель региона.

Предложена концептуальная цифровая модель региона, включающая в себя два блока модулей – общерегиональных и специфических. Так как регионы обладают различным уровнем развития цифровых компетенций, целесообразно «общерегиональный» блок разрабатывать унифицированным с целью последующего распространения среди всех субъектов Федерации и объединением в национальную цифровую систему.

Таким образом, в рамках данной работы проанализированы подходы к определению сущности понятия «цифровая модель региона»; рассмотрены особенности цифровой трансформации РФ; проанализированы существующие подходы к формированию цифровой модели региона; сформирована концептуальная модель региона.

Список использованных источников

1. Иванов, С. А. Концепция построения цифрового двойника города / С. А. Иванов, К. Ю. Никольская, Г. И. Радченко, Л. Б. Соколинский, М. Л. Цымблер. – DOI: 10.14529/cmse200401. – Текст : непосредственный // Вестник ЮУрГУ. Серия: Вычислительная математика и информатика. – 2020. – Т. 9, № 4. – С. 5–23.
2. Индикаторы цифровой экономики: 2021 : статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : НИУ ВШЭ, 2021. – 380 с. – Текст : непосредственный.
3. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2021 год / Министерство финансов Российской Федерации. – Москва, 2022. – 142 с. – URL: https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2022/08/main/Kniga_itogovaya_09.06.2022.pdf (дата обращения: 07.09.2023). – Текст : электронный.
4. ИТ-кадры для цифровой экономики в России: Оценка численности ИТ-специалистов в России и прогноз потребности в них до 2024 г. / Ассоциация предприятий компьютерных и информационных технологий. – Москва. 2020 г. – URL: https://apkit.ru/files/it-personnel%20research_2024_ARKIT.pdf (дата обращения: 04.09.2023). – Текст : электронный.
5. Национальная система пространственных данных / Портал Госпрограмм РФ. – URL: <https://programs.gov.ru/Portal/programs/passport/54>.
6. Продукты, способствующие развитию регионов / Официальный сайт компании МТС. – URL: <https://our2019.mts.ru> (дата обращения: 12.09.2023). – Текст : электронный.
7. «РусГИС» – Национальная геоинформационная платформа для создания цифровой модели региона. – URL: <https://itforum.admhmao.ru/upload/iblock/310/rusgis-khmao-forum-2017.pdf> (дата обращения: 12.09.2023). – Текст : электронный.
8. Стратегии цифровой трансформации регионов России / TDadviser: Государство. Бизнес. Технологии. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Стратегии_цифровой_трансформации_регионов_России (дата обращения: 16.09.2023). – Текст : электронный.
9. Цифровая Россия / Проекты партии Единая Россия. – URL: <https://proekty.er.ru/projects/cifrovaya-rossiya> (дата обращения: 04.09.2023).
10. Цифровая трансформация региона: основные этапы и задачи. – URL: <https://fsight.ru/blog/cifrovaja-transformacija-regiona-osnovnye-jetapy-i-zadachi/> (дата обращения: 05.09.2023). – Текст : электронный.
11. Ячменева, В. М. Приоритетные направления развития креативной экономики в Республике Крым на основе концепции "Умный Крым" / В. М. Ячменева, Н. А. Фокина. – Текст : электронный // Механизмы формирования модели креативного пространственного развития экономики Республики Крым / Министерство науки и высшего образования

Российской Федерации ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского». – Симферополь : ИП Корниенко, 2023. – С. 307– 324. – ISBN 978-5-6046168-8-8. – EDN CPFPZM. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50371771> (дата обращения: 29.10.2024).

12. Dutta S. The Network Readiness Index 2021: Shaping the Global Recovery How digital technologies can make the post-COVID world more equal / S. Dutta. B. Lanvin. – URL: <https://nonews.co/wp-content/uploads/2022/03/NRI2021.pdf>.

13. Government AI Readiness Index 2021. – URL: <https://oxfordinsights.com/government-ai-readiness-index2021> (дата обращения: 14.10.2023). – Текст : электронный.

14. InfoWatch: Аналитический отчёт Цифровизация и кибербезопасность / Экспертно-Аналитический центр InfoWatch. – 2021 г. – URL: <https://media.rbc.ru/media/reports/141101.pdf> (дата обращения: 14.10.2023). – Текст : электронный.

15. World Digital Competitiveness Ranking 2022. – URL: <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness/> (дата обращения: 19.10.2023). – Текст : электронный.

3.2 Принципы формирования механизма цифровой трансформации креативной экономики региона

Антонова А. А., к. э. н., доцент кафедры менеджмента

В соответствии с основными положениями «Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» [14] современным целевым ориентиром социально-экономического развития выступает формирование национальной цифровой экономики и становление информационного общества. В данном случае подразумевается создание максимально благоприятных условий для развития общества знаний, повышение качества жизни и уровня благосостояния граждан Российской Федерации. Этим же документом определено, что цифровая экономика – хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг. При этом цифровая экономика представляет собой современную стадию развития цивилизации, характеризующуюся главенствующей ролью как информационных технологий, так и творческого труда высококвалифицированных специалистов. Основным ресурсом в данном случае выступает информация, а своеобразным ядром – сектор

производства товаров и предоставления услуг, связанных с цифровыми технологиями. Тем не менее, ключевым фактором успеха в цифровой экономике, высококонкурентной и трансграничной, становятся не технологии, а новые модели управления технологиями и данными, позволяющие осуществлять оперативное реагирование и моделирование будущих вызовов и проблем как на микро-, так и на мезо- и макроуровне.

Освоение новых цифровых инструментов лежит в основе реализации ключевых направлений трансформации отечественной экономики:

- появление на рынке принципиально новых товаров и оказание новых видов услуг;

- развитие новых бизнес-моделей и форм сотрудничества субъектов хозяйственной деятельности;

- изменения в системе взаимоотношений между заказчиком и исполнителем, работодателем и наёмным работником, органами государственной власти и обществом.

Как следует из положений программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [12] создание так называемой «экосистемы» цифровой экономики требует кардинальной переориентации всех рыночных отраслей в соответствии с необходимостью формирования новых цифровых моделей социально-экономического развития. Не составляет исключение современный постиндустриальный сектор экономики, выступающий своего рода локомотивом грядущих изменений, требующих, в свою очередь, развития высоких технологий и человеческого капитала. Достижение таких целевых ориентиров, как повышение конкурентоспособности инновационной экономики, развитие венчурного бизнеса, становление экономики знаний тесно взаимосвязано с нарастающими в динамике процессами цифровизации современного общества. В частности, в рамках достижения задачи цифровой трансформации наряду с возможностью для самореализации и развития талантов на государственном уровне разработана «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года». В данном документе отмечено, что для современного периода развития экономики во всех видах творческой деятельности активно распространяются дистанционные формы работы, а доступность результатов такой работы для создания новых товаров и услуг крайне высока вследствие масштабного внедрения информационно-телекоммуникационных технологий [5].

Так, к основополагающим факторам развития креативной экономики можно отнести использование современных технологий и цифровых платформ; постоянный онлайн-доступ к креативной продукции за счёт функционирования сети Интернет; преобразование мобильных устройств в основной инструмент доступа к креативным услугам (продукции). При этом перечень последних существенно расширяется в динамике наряду с

развитием цифровой экономики. Технологические инновации, автоматизация, искусственный интеллект представляют собой мощный вектор изменений, направленных на повышение конкурентоспособности креативного сектора экономики. Его стремительное развитие обуславливает соответствующий рост числа новых рабочих мест и новых профессий. Мягкие, адаптивные и творческие навыки, значительная часть которых приобретается благодаря креативному образованию, становятся критически важными в сфере реализации трудового потенциала рядового сотрудника любой современной организации. Креативность, оригинальность и инициатива наряду с высокой квалификацией работников становятся наиболее востребованными качествами на рынке труда.

Пандемия коронавирусной инфекции выступила своего рода катализатором процесса развития креативной экономики в цифровом поле. Усиление влияния цифровизации в сочетании с использованием современных технологий приводит к появлению новых «оттенков» индустрий креативной экономики и способов продвижения соответствующей продукции и услуг. Цифровые платформы как драйвер развития креативной экономики упрощают вход в сегмент для новых предпринимателей; обеспечивают рост доходов, клиентской базы и производительности труда; обеспечивают функционирование единой торговой площадки (цифровой платформы); сокращают транзакционные издержки и влияние коррупционного фактора. Тем самым, цифровая среда выступает в роли «благоприятной почвы», на которой может успешно «произрастать» более интегрированная и синхронизированная креативная экономика. Так, формирование креативной экономики напрямую зависит от развития технологии дополненной реальности, использования цифрового маркетинга и рекламы в интернете, технологии блокчейн и пр.

Креативная экономика, на данный момент времени, является наиболее прогрессивной формой социально-экономического развития постиндустриальных государств [11]. Ее фундаментом служит интеллектуальная деятельность, а ядром – симбиоз наиболее современных технологий, бизнеса, культуры и искусства. Этот молодой и, в то же время, быстроразвивающийся сектор постиндустриальной экономики ежегодно растет в среднем на 10–25 % [3], обеспечивая существенные перспективы для развития творчества и свободы самовыражения индивидуумов. Наряду с неразвитостью инфраструктуры, необходимостью обеспечения правовой защиты (в частности, касательно вопросов интеллектуальной собственности), важной задачей в рамках обеспечения развития отечественной креативной экономики выступает формирование определённого механизма цифровой трансформации.

Сложность и многоаспектность решения данной задачи взаимосвязаны с отсутствием на сегодняшний день единого отраслевого (или межотраслевого) подхода к формированию подобного рода механизма. С одной стороны, как следует из опросов Национального

исследовательского университета «Высшая школа экономики» [2], более половины опрошенных предпринимателей отметили, что внедрение цифровых инструментов способствовало ускорению и упрощению процессов, снижению трудоёмкости и ресурсоёмкости. С другой стороны, цифровая трансформация экономики несёт в себе помимо явных преимуществ и скрытые угрозы, а также вызовы, в частности, связанные с компетентностью персонала, необходимостью организационных инноваций и масштабных финансовых вложений.

Помимо прочего, цифровизация обуславливает необходимость поиска новых механизмов защиты субъектов креативной экономики от нарушений их цифровых прав. Так, цифровая трансформация креативной экономики открывает существенные возможности лишь для тех субъектов хозяйственной деятельности, которые имеют свободный доступ к интернет-платформам, обеспечивают и контролируют реализацию товаров (услуг) онлайн. Цифровые права, в данном случае, помимо свободного доступа к информации характеризуют право на приватность, защиту персональных данных, свободу выражения мнения и свободу творчества, равенство и отсутствие дискриминации субъектов креативной экономики. Так, технология блокчейн может быть успешно применена для защиты прав интеллектуальной собственности, управления этими правами с помощью цифровых сертификатов, идентификации пользователей и реализации функции контроля. Кроме того, данная технология может значительно упростить и усовершенствовать систему платежей за креативную продукцию, что будет способствовать увеличению дохода субъектов креативной экономики. Развитие электронной коммерции, использование интернет-рекламы также потенциально способствуют увеличению доли креативного сектора экономики в условиях цифровой трансформации.

При этом следует учесть, что масштабное применение новых технологий, в частности, искусственного интеллекта, способно привести к серьезным изменениям на рынке труда региона: сокращение рабочих мест в одних отраслях будет происходить наряду с созданием потенциальных возможностей в других сферах деятельности. Безусловно, цифровизация креативной экономики потребует от работников ряда новых знаний и навыков, трансформации кадровой политики, появление новых профессий (например, таргетолог, data-аналитик и др.), проведения комплекса мероприятий со стороны органов государственной власти по социальной поддержке и защите граждан.

Таким образом, с учётом всех выше обозначенных угроз, актуальной задачей в рамках реализации концепции развития креативных индустрий выступает формирование основных положений механизма цифровой трансформации в данном секторе экономики. При этом следует согласиться с мнением ряда авторов [2; 8; 10], акцентирующих внимание на необходимости рассмотрения вопросов цифровизации в контексте реализации процесса цифровой трансформации в региональном аспекте.

Так, если цифровизация представляет собой своеобразную настройку цифрового взаимодействия, выступает необходимым условием для последующих масштабных преобразований, то как раз цифровая трансформация предполагает кардинальное совершенствование бизнес-процессов, изменение концепции и самого формата функционирования социально-экономических систем региона. Тем самым, цифровая трансформация креативной экономики представляет собой многоаспектный, сложно реализуемый процесс взаимодействия всех социально-экономических институтов в обществе. При этом кардинальные изменения затрагивают не только программно-технологическую составляющую данного взаимодействия, но и предполагают наличие ряда нормативно-правовых, социальных и организационно-экономических элементов.

В частности, технико-экономические составляющие отражают уровень развития информационных и коммуникационных технологий в креативной индустрии, организационно-экономические включают в себя соответствующие структуры управления, реализуемые процессы воздействия управленческой системы региона посредством использования потенциала цифровой экономики. Нормативно-правовые составляющие механизма цифровой трансформации креативной экономики предполагают сосредоточение внимания на вопросах соответствующего правового регулирования (трудового, налогового, таможенного и др.). В свою очередь, социальные составляющие подразумевают проведение образовательной и просветительской деятельности, обеспечивая, тем самым, благоприятное воздействие информационных и коммуникационных технологий на качество жизни населения определённого региона попутно с развитием креативной индустрии [1].

При этом вопросом первостепенной важности является определение зон ответственности основных участников процесса цифровой трансформации креативной экономики: представителей делового сообщества, власти и креативного сектора. Тем самым, внедрение единого механизма цифровой трансформации будет способствовать установлению симбиоза социальных и экономических интересов государства, субъектов креативного предпринимательства и непосредственно конечного потребителя.

Если же рассматривать сам процесс цифровой трансформации креативной экономики более подробно, то условно можно выделить два основных этапа изменений: подготовительный (проведение оценки готовности среды к цифровой трансформации и непосредственное внедрение цифровых технологий) и основной (цифровизация управления предприятиями креативного сектора экономики). Таким образом, в предполагаемом механизме трансформации ключевая роль отводится субъектам креативного предпринимательства, от чьей активной позиции и будет, в конечном счёте, зависеть успех реализуемых мероприятий. В их

зону ответственности в рамках реализации подготовительного этапа можно отнести ряд основных компонентов: наращивание базы и формирование условий для бесперебойной работы цифровых технологий и платформенных решений; работа с персоналом в части принятия новых технологических форматов деятельности; организационная трансформация предприятия с учётом обслуживания внедряемых цифровых технологий. В дальнейшем, в рамках основного этапа цифровой трансформации к зоне ответственности субъектов креативного предпринимательства следует отнести реорганизацию и реинжиниринг бизнес-процессов; формирование цифровых компетенций и системы мотивации персонала (в том числе, в части самостоятельного обучения); взаимодействие с населением, государственными и частными партнёрами по вопросам расширения сферы цифрового управления.

Органы государственной власти и местного самоуправления в данном случае выступают в роли координаторов реализуемых преобразований, обеспечивая в целом нормативно-правовое (в первую очередь, в сфере защиты информации и авторского права) и экономическое регулирование (реализация мер по поддержке креативного предпринимательства, принятие части рисков и финансовых затрат). При этом их основная задача заключается в создании образцового формата нормативного управления в рамках цифровой трансформации креативной экономики региона [10].

В частности, на этапах внедрения цифровых технологий и цифровизации управления предприятиями креативного сектора экономики к зоне ответственности государства помимо нормативно-правового регулирования следует отнести ещё ряд не менее важных мероприятий:

- совершенствование системы образования в направлении подготовки квалифицированных кадров для цифровой экономики (актуализация профессиональных стандартов; повышение качества преподавания в высшей школе; увеличение бюджетных мест на ИТ-специальности; использование современных онлайн-сервисов для образовательных организаций и др.);

- усовершенствование нормативно-правового регулирования в части создания малых инновационных предприятий, проработки механизма налогообложения субъектов креативного предпринимательства, развитие системы правовой охраны сделок с интеллектуальными правами и защиты прав интеллектуальной деятельности в онлайн- и офлайн-средах;

- использование широкого спектра воздействий по стимуляции инновационных разработок (оказание содействия в создании соответствующих объектов инфраструктуры по типу питчинг-площадок креативных стартапов и развивающегося бизнеса, креативных инкубаторов, и креативных кластеров; формирование финансовой инфраструктуры, ориентированной на различные стадии зрелости креативного предпринимательства: от малых грантов до стадии масштабирования, предполагающей выход на новые рынки);

– формирование системы информационного обеспечения, использующей современные достижения науки и техники, обеспечения полноценного доступа к цифровой инфраструктуре (краудинвестиционные платформы, сервисы в сфере интеллектуальной собственности, сервисы консультационной поддержки стартапов, платформы монетизации креативных продуктов и т. д.);

– содействие созданию и развитию ИТ-кластеров, отечественных платформенных решений и обеспечение кибербезопасности (разработка механизмов партнерства государства, бизнеса и гражданского общества в данном аспекте, развитие цифровой грамотности граждан, наращивание масштабов международного сотрудничества и пр.).

Следует отметить, что успех предлагаемых мероприятий будет напрямую зависеть от наличия определённых информационных и финансовых потоков (рисунок 3.3), объединяющих, с одной стороны – задачи органов государственной власти и местного самоуправления, с другой же – представителей креативной индустрии в единый механизм цифровой трансформации.

Таким образом, к основным предпосылкам формирования креативной отечественной экономики можно отнести создание благоприятных условий для наращивания количества инновационно-активных предприятий, специализирующихся на той либо иной сфере деятельности в рамках творческой (креативной) индустрии. Для этого органам власти необходимо стремиться к усовершенствованию системы образования, обеспечивающей подготовку (переподготовку) высококвалифицированных специалистов, в частности, креативных индустрий с учётом требований цифровой трансформации экономики; содействовать созданию и развитию региональных исследовательских центров, обеспечивающих фундаментальную научную базу инновационных идей и различного рода творческих проектов на основе применения цифровых технологий; способствовать объединению усилий всех субъектов региональной креативной среды для достижения стратегической цели на основе государственно-частного партнёрства. Залогом же успешности данных мероприятий будет выступать наличие и поддержание в регионе и за его пределами (как на внутреннем, так и на внешнем рынках) высокого уровня спроса на креативную продукцию.

В данном случае регион необходимо рассматривать не как пространство для размещения отраслевого производства, а как инновационную экосистему, способную охватить различные уровни структуры хозяйствующей системы и обеспечить их интегрированную взаимосвязь. Создание последней возможно лишь при условии реализации интерактивной модели инновационного процесса, которая основывается на принципах сетевого механизма и сетевой организации современной научно-технологической и инновационной деятельности.



Рисунок 3.3 – Основные элементы механизма цифровой трансформации креативной экономики региона

—→ – информационные потоки, - - - -> – финансовые потоки

Источник: составлено автором на основе [1–13].

При этом перспективным направлением служит практическая реализация данной модели в соответствии с национальной стратегией цифровой трансформации, проведение соответствующего комплекса организационно-правовых и экономических мероприятий (таблица 3.6).

Таблица 3.6 – Основные направления совершенствования механизма реализации региональной экономической политики в рамках развития креативной экономики в условиях цифровой трансформации*

Мероприятия	Способы реализации
Развитие модели институционального механизма	– ужесточение мероприятий в рамках защиты цифровых прав, прав интеллектуальной собственности, в том числе за счёт использования технологии блокчейн; – разработка стратегии, механизма и инструментов развития креативной индустрии в условиях цифровизации экономики с учётом имеющихся региональных особенностей территорий;

Мероприятия	Способы реализации
	<ul style="list-style-type: none"> – применение методов государственно-частного партнерства в инновационно-технологической сфере; – усовершенствование нормативно-правовой базы в сфере обеспечения сетевой структуры организации высокотехнологичных производств и креативной экономики в целом в условиях цифровизации и др.
<p>Координация деятельности различных элементов региональных инновационных экосистем</p>	<ul style="list-style-type: none"> – создание единой информационной платформы, обеспечивающей открытый доступ к информации о мерах поддержки и коммуникации внутри профессионального сообщества креативных индустрий, обеспечение диалога с инвесторами; – создание сетевых консультационных центров на базе креативных бизнес-инкубаторов; – проведение на постоянной основе мониторинга и оценки степени креативности региональной экономики с использованием современных цифровых технологий и прочее
<p>Усовершенствование механизма стимулирования развития креативных секторов региональной экономики в условиях цифровизации</p>	<ul style="list-style-type: none"> – стимулирование развития различных форм международного научного и технологического сотрудничества, в том числе с точки зрения обеспечения безопасности в цифровой среде; – развитие инновационной активности малых и средних по размерам деятельности хозяйствующих субъектов креативной экономики с применением цифровых технологий; – активизация инновационной деятельности на основе формирования креативных кластеров, инновационных пулов креативных ресурсов, платформ монетизации креативных продуктов; – поддержка развития креативной индустрии с помощью предоставления налоговых льгот и различного рода преференций; – обеспечение доступности венчурного капитала для субъектов креативной экономики и т. д.
<p>Развитие человеческого потенциала и кадровых ресурсов в инновационном секторе экономики</p>	<ul style="list-style-type: none"> – создание условий для увеличения численности молодых ученых и повышения современных знаний исследователей в области цифровых технологий и инновационных разработок; – совершенствование системы мотивации научно-исследовательского персонала; – модернизация и расширение инновационной инфраструктуры в новых приоритетных областях исследований креативной экономики; – проведение учебных бизнес-семинаров на базе креативных бизнес-инкубаторов с применением современных информационных технологий и др.

Источник: составлено автором на основе [1–13].

Тем самым, органы государственной власти выступают в роли лидера, регулятора и популяризатора процесса цифровой трансформации креативной экономики. В частности, целевым ориентиром выступает формирование развитой экосистемы создания цифровых инноваций.

Инновационные и ИТ-компании могут быть привлечены к проведению цифровой трансформации на основе использования онлайн-интерфейсов при наличии эффективной модели проверки выполнения контрактов поставщиками цифровых сервисов, продуктов и услуг. В данном случае итеративный процесс закупок следует проводить короткими циклами с возможностью получения оперативной обратной связи для быстрого изменения и усовершенствования цифровых продуктов.

Реализация принципа комплексности внедрения цифровых услуг в качестве стандартной процедуры предполагает перевод всех имеющихся аналоговых процессов в рамках деятельности субъектов креативной экономики в цифровой формат. Переход к использованию новых цифровых платформ наряду с отказом от использования устаревших разработок потенциально способно обеспечить открытость и функциональную совместимость (способность к эффективному взаимодействию) различных субъектов креативной экономики. В то же время, расширение доступа субъектов креативной экономики к разнообразным источникам информации (в том числе, государственным и муниципальным) в рамках функционирования цифровой среды является важным инструментом для появления новых креативных продуктов и сервисов. Органы государственной власти при этом выполняют роль и пользователя (потребителя) оцифрованной информации, и источника данных для представителей креативного бизнеса.

Условием успешности предлагаемых мероприятий выступает обеспечение безопасности и конфиденциальности информации, размещаемой в цифровой среде, создание условий для обмена данными между креативными компаниями для получения синергического эффекта. Стимулировать данный обмен возможно за счёт введения налоговых льгот, придание статуса приоритетных партнеров компаниям, готовых делиться данными с другими компаниями через государственные цифровые платформы. Помимо прочего, в рамках формирования экосистемы развития цифровых инноваций важной задачей выступает создание инфраструктуры цифровой трансформации. Скорость, количество подключений и объемы передачи данных имеют критически важное значение для Индустрии 4.0 и цифровых сервисов, основанных на технологиях искусственного интеллекта и предикативной аналитике.

На региональном уровне необходимо укрепление роли центров кластерного развития, осуществляющих поддержку кластерных инициатив, в том числе и в сфере креативных индустрий. Создание творческих бизнес-экосистем в виде креативных кластеров способно объединить усилия учебных заведений, креативных бизнес-инкубаторов, венчурных фондов, различного рода инновационных команд, существенно активизируя процесс цифровой трансформации креативной экономики. Задачей государственных органов власти в данном случае выступает стимулирование процессов создания и развития подобных кластеров и межотраслевых альянсов за счёт

налоговых льгот, гармонизации действующих стандартов и оказания всесторонней поддержки в создании цифровых платформ. Последние способны обеспечить более обширное сотрудничество между различными секторами экономики и частными компаниями в случае, если на государственном уровне созданы благоприятные условия для реализации подобного рода креативных проектов.

Тем самым, становление экономики креативно-цифрового типа напрямую зависит от реализуемой регуляторной политики государства, способной создать благоприятные условия для всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров). Механизм воздействия на субъекты креативного предпринимательства при этом может быть различным: от обеспечения правовой защиты до прямого финансирования. Если же отстраниться от сугубо экономической стороны вопроса, органы государственной власти и местного самоуправления в рамках происходящих трансформаций должны стремиться к популяризации и формированию культуры цифровых преобразований и вектора развития креативной экономики. Созданная в данном случае культура цифровых изменений будет нивелировать страх перед риском предпринимателей как серьезный барьер для цифровой трансформации отечественной экономики.

Анализируя различные аспекты формирования механизма цифровой трансформации креативной экономики региона, важной задачей выступает формулирование основных положений и своего рода постулатов. При этом начать необходимо с принципов функционирования креативной экономики как таковой. Некоторые авторы [7] в качестве основополагающего принципа выделяют получение прибыли от реализации экономических продуктов, в которых основную стоимость имеет не материальная, а интеллектуальная составляющая. Другие [9] подчёркивают значение реализации принципов свободы и индивидуализма для успешного развития креативной индустрии.

Н. В. Сопина [13] отмечает, что креативная экономика способна успешно функционировать при реализации творческого подхода, в основе которого лежат разнообразие, изменчивость, обучаемость и адаптация. Таким образом, подчёркивается основное содержание креативности в качестве способности личности приносить что-либо принципиально новое, неординарное, отказываясь от шаблонных идей и решений проблемных задач, как в ситуации с доступом к необходимой информации, так и в случае полной неопределённости. Развитие данной идеи в рамках становления креативной экономики содержит в себе так называемый принцип трёх «Т»: единство творчества, технологии и толерантности. Обобщая представленные взгляды различных учёных-экономистов, можно представить более полный детализированный перечень принципов развития креативных индустрий (таблица 3.7).

Таблица 3.7 – Принципы успешного функционирования современной креативной экономики

Принцип	Общая характеристика
Системность	Согласование установок и целевых ориентиров на личностном, организационном, региональном и национальном уровнях управления креативным процессом, образующих единую структурированную систему взаимосвязанных элементов
Информационная безопасность	Обеспечение защиты персональных данных, получение целостной и доступной информации при функционировании субъектов креативной экономики
Комплексность	Использование различных групп методов для аккумуляции креативных идей и трансформации креативной экономики в заданном направлении развития
Адекватность	Обеспечение адекватной и динамичной реакции на изменения параметров внешней и внутренней среды функционирования креативных индустрий
Инициативность	Проявление активной позиции субъектов креативной экономики по вопросам выбора дальнейших ориентиров развития, обеспечение обратной связи представителей креативных индустрий и органов государственной власти в рамках проводимой национальной политики развития
Соответствие	Реализуемая креативная продукция и предоставляемые креативные услуги в полной мере должны удовлетворять существующие общественные потребности
Результативность	Достижения целевых ориентиров развития креативных индустрий, получение запланированного креативного результата деятельности
Инновационность	Продуктами успешного функционирования креативной экономики должны выступать инновации
Экономическая эффективность	Обеспечение прибыльности и рентабельности деятельности субъектов креативной экономики
Партнёрство	Проявление различных форм сотрудничества органов государственной власти и субъектов креативного предпринимательства
Латеральность	Принятие нестандартных, нешаблонных решений в рамках действующей системы управления, используя при этом максимально возможное количество подходов к решению задачи развития креативной экономики
Саморазвитие	Формирование инновационных экосистем: иницируя экономическое развитие, дальнейшие перспективы трансформации креативной деятельности обуславливаются его результатами
Личностно-ориентированный подход	Наиболее полная реализация творческого потенциала отдельной личности (сотрудника креативной организации) представляет собой отправную точку в производстве успешных креативных продуктов (предоставления услуг) и, как результат, развитие креативной экономики

Источник: составлено автором на основе [1–13].

Принципы функционирования цифровой экономики не столько касаются личностных особенностей субъектов хозяйственной деятельности, сколько акцентируют внимание на общих положениях трансформационных процессов:

- принцип экспоненциального развития и возрастающего экономического эффекта (с ускоренными темпами развития цифровых технологий обеспечивается увеличение объёмов производства и потребления, что влечёт кратное увеличение прибыли субъектов предпринимательской деятельности);

- принцип цикличности (подчёркивает синхронность экономической динамики);

- принцип глобализации (цифровая экономика может быть представлена совокупностью связанных между собой рынков в мировом масштабе);

- устойчивость (в плане генерации качественных цифровых новаций, бесперебойного оказания информационных цифровых услуг, информационного взаимодействия);

- принцип государственного регулирования (устранение законодательных и институциональных барьеров, создание благоприятных условий для развития цифровых технологий, стимулирование развития цифровой инфраструктуры, популяризация цифровых трансформаций и т. д.);

- всеобщность информационного мышления общества (тотальное переструктурирование системы мышления всех потребителей на цифровые технологии на всех уровнях взаимодействия и территориального размещения) [6].

Принципами менеджмента любого уровня управления – организации, отрасли, региона или национального – в условиях цифровой трансформации являются следующие:

- высокая оперативность в принятии решений («в одно касание»);

- высокая скорость анализа больших данных за счет автоматизации процесса;

- персонализация или ориентация на конкретного пользователя, становящегося ближе благодаря возможностям Интернета вещей и мобильным устройствам;

- оперативное получение разнообразных данных для их последующей обработки в реальном времени с целью мгновенного реагирования на изменения;

- создание цифровой экосистемы, рассматриваемой в тесном взаимодействии органов государственной власти, предпринимательского и гражданского сообщества;

Учитывая вышесказанное, можно выявить ключевые принципы, составляющие основу аналитической системы цифровой трансформации креативной экономики (рисунок 3.4).

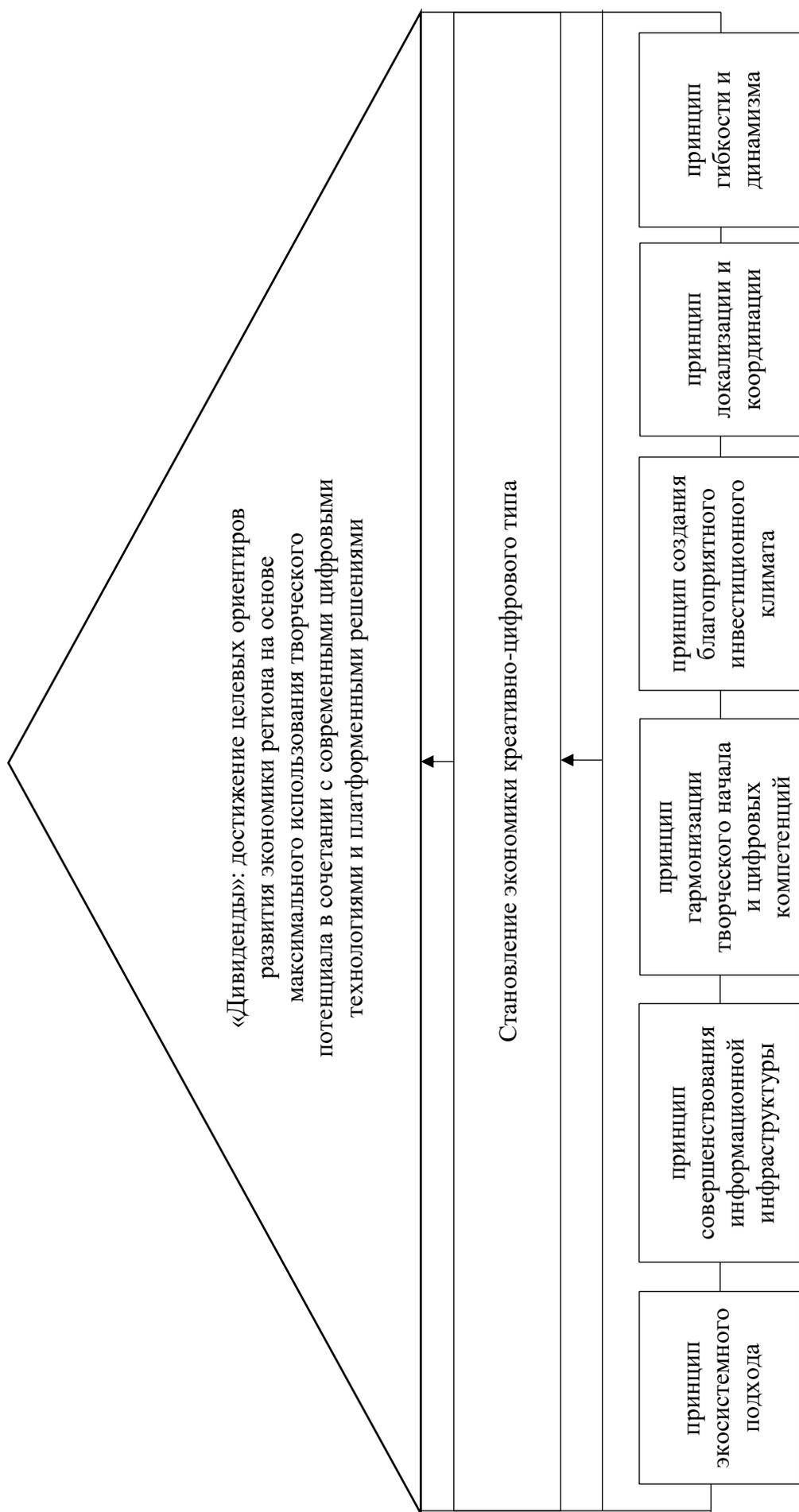


Рисунок 3.4 – Аналитическая структура цифровой трансформации креативной экономики региона

Источник: составлено автором на основе [1–13].

В данном случае целевым ориентиром выступает развитие высокотехнологичного креативного сектора экономики, способного обеспечить высокую конкурентоспособность региона в стратегической перспективе. В частности, сущность представленных принципов можно охарактеризовать следующим образом:

– принцип экосистемного подхода (обеспечение полноты и доступности поддержки внедрения цифровых технологий в деятельности различных субъектов креативной индустрии, включая все области и аспекты их функционирования);

– принцип совершенствования информационной инфраструктуры (развитие креативного сектора экономики на основе оперативно поступающей информации и своевременного принятия управленческих решений);

– принцип гармонизации творческого начала и цифровых компетенций (самореализация субъектов креативной экономики на основе развития как креативного потенциала, так и цифровых компетенций);

– принцип локализации (сохранение регионального размещения креативных индустрий в условиях глобализации и расширения рынка, в том числе выход на сетевые платформы);

– принцип координации (осуществление взаимодействия субъектов креативных индустрий (микроэкономических систем креативной экономики) и органов власти (макроэкономических институциональных систем) на основе оцифрованной информации и сетевых технологий);

– принцип создания благоприятного инвестиционного климата и инновационного развития, ориентированного на активное использование передовых цифровых технологий (выявление кластерных инициатив, содействие в реализации проектов субъектов креативного предпринимательства с использованием информационно-коммуникационных технологий);

– принцип гибкости и динамизма (обеспечение развития креативной экономики в соответствии с текущей рыночной ситуацией, учётом специфики формирования цифрового общества).

Более подробно «дивиденды», получаемые за счёт становления экономики креативно-цифрового типа, можно представить в виде следующих основных составляющих:

– рост экономических показателей эффективности деятельности креативных компаний за счёт снижения уровня издержек при использовании цифровых технологий;

– расширение возможностей для профессиональной самореализации различных представителей креативных индустрий;

– наращивание клиентской базы, возможность вовлечения новых аудиторий в различные креативные сегменты рынка;

- появление новых возможностей для беспрепятственного продвижения продукта (услуги) креативных индустрий (например, использование таргетированной рекламы);
- возможность практического применения бизнес-моделей, подразумевающих реализацию принципа персонализации и индивидуального подхода при использовании креативно-цифровых бизнес-моделей развития бизнеса;
- получение нового инструмента защиты прав интеллектуальной собственности при использовании цифровых платформ;
- оптимизация процесса оформления и оплаты заказа, сокращение сроков доставки креативного продукта заказчику;
- упрощение и соответствующее ускорение процесса создания добавленной стоимости в креативном секторе экономики за счёт использования цифровых платформ;
- возможность эффективного использования творческого интеллектуального потенциала на уровне проектных команд при реализации креативных проектов в дистанционном формате работы;
- усложнение продукта интеллектуальной собственности с помощью цифровых платформ, соответствующее расширение ассортимента креативной продукции (услуг);
- устранение части барьеров для реализации предпринимательской функции в креативном бизнесе, вовлечение большего количества творческих, креативных людей за счёт использования различных цифровых платформ;
- упрощённый и более быстрый вариант формирования определённого имиджа на рынке креативной продукции (услуг), возможность повышения уровня лояльности потенциальных потребителей в цифровой среде;
- обеспечение свободного доступа представителей креативных индустрий к новым технологическим, информационным и финансовым ресурсам за счёт использования цифровых платформ;
- возможность оперативного получения обратной связи от потребителей, реализация принципа участие клиента в цепочке создания ценности креативного продукта (услуги);
- возможность использования новых современных цифровых инструментов для решения традиционных бизнес-задач (big data, новые инструменты маркетинга и т. д.);
- создание дополнительных рабочих мест для высококвалифицированных специалистов в области информационных технологий;
- упрощение экспорта креативных товаров (услуг), потенциальная возможность выхода на международный рынок небольших креативных компаний-лидеров определённого рыночного сегмента.

Таким образом, не смотря на отсутствие тождественности понятий «креативная» и «цифровая» экономика, следует констатировать наличие тесной взаимосвязи и взаимообусловленности в развитии данных социально-экономических феноменов. Креативная экономика – это не что иное, как успешное взаимодействие творчества и современных digital-технологий, имеющее огромный потенциал развития. На сегодняшний день экосистема отечественной креативного предпринимательства, так же, как и цифровой экономики находится на этапе становления. В рамках данного этапа необходима реализация комплекса изменений как на личностном, организационном, так и на региональном уровнях. В частности, от способности субъектов креативной экономики генерировать и реализовывать нетривиальные идеи путём использования современных цифровых технологий напрямую зависит результативность и эффективность осуществляемой ими деятельности. В свою очередь, реализация предложенного комплекса принципов, отлаженная работа механизма цифровой трансформация креативной экономики способна обеспечить её устойчивое развитие в стратегической перспективе с учётом социально-экономических интересов органов государственных власти и местного самоуправления, а также субъектов креативного предпринимательства и гражданского общества в целом.

Список использованных источников

1. Борисюк, Н. К. Механизм развития цифровой экономики в регионе: трактовка понятия / Н. К. Борисюк, О. С. Смотрина. – Текст : электронный // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2018. – № 7. – С. 18– 22. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36062037> (дата обращения: 12.10.2023).
2. Ватутина, Л. А. Цифровизация и цифровая трансформация бизнеса: современные вызовы и тенденции / Л. А. Ватутина, Е. Ю. Злобина, Е. Б. Хоменко. – Текст : электронный // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2021. – Т. 31, № 4. – С. 545–551. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46407441> (дата обращения: 12.10.2023).
3. Гладченко, Т. Н. Креативная экономика в условиях новой реальности / Т. Н. Гладченко. – Текст : электронный // Сборник научных работ серии «Государственное управление». – 2021. – № 22. – С. 123–132. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46499163> (дата обращения: 18.10.2023).
4. Ершова, А. С. Принципы цифровой трансформации предприятий, отраслей, государств / А. С. Ершова, И. В. Ильин. – Текст : электронный // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: Сборник трудов Всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции. В 4 ч. Санкт-Петербург, 01–04 июня 2021 года. – Санкт-Петербург : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС,

2021. – С. 44–48. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47141970> (дата обращения: 15.09.2023).

5. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года [утверждена распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р] // КонсультантПлюс – URL: http://consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/4f81bcb73c6d58757e4d96b9291cc109b179bc5c/ (дата обращения: 15.09.2023). – Текст : электронный.

6. Кошелева, Т. Н. Особенности стратегического управления малых и средних сервисных компаний в условиях становления цифровой экономики / Т. Н. Кошелева, Т. А. Сорвина. – Текст : электронный // Петербургский экономический журнал. – 2019. – № 4. – С. 61–67. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41585292> (дата обращения: 18.10.2023).

7. Левченко, И. И. Значение «креативной экономики» в современном инновационном развитии: зарубежный опыт / И. И. Левченко. – Текст : электронный // Креативная экономика. – 2014. – № 12(96). – С. 44–54. – <https://elibrary.ru/item.asp?id=22702311> (дата обращения: 21.10.2023).

8. Леонов, С. А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях индустрии «4.0» / С. А. Леонов // Дневник науки. – 2021. – № 10. – С. 8–15. – URL: <http://dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (дата обращения: 04.10.2023).

9. Михайлова, А. В. Цифровая и креативная экономика в современном пространстве / А. В. Михайлова. – Текст : электронный // Креативная экономика. – 2018. – № 1. – С. 29–42. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-i-kreativnaya-ekonomika-v-sovremennom-prostranstve> (дата обращения: 25.10.2023).

10. Мурашова, Н. В. Формирование механизма цифровой трансформации сельского хозяйства / Н. В. Мурашова. – Текст : электронный // Вестник НГИЭИ. – 2021. – № 9 (124). – С. 129–138. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-mehanizma-tsifrovoy-transformatsii-selskogo-hozyaystva> (дата обращения: 25.10.2023).

11. Новикова, С. К. Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт / С. К. Новикова. – Текст : электронный // Новые технологии. – 2019. – № 2. – С. 175–184. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=40802300> (дата обращения: 12.10.2023).

12. Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [утверждена президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам от 04 июня 2019 г. № 7] // КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_328854/ (дата обращения: 15.09.2023). – Текст : электронный.

13. Сопина, Н. В. Развитие креативных индустрий в регионах России: возможности и их реализация / Н. В. Сопина. – Текст : электронный //

Креативная экономика. – 2021. – № 2. – С. 277–293. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-kreativnyh-industriy-v-regionah-rossii-vozmozhnosti-i-ih-realizatsiya> (дата обращения: 28.09.2023).

14. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы [утверждена указом Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203] // КонсультантПлюс. – URL: http://consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/e91cc5f89aaced60e19c6c6554fc03432f4ee971/ (дата обращения: 15.09.2023). – Текст : электронный.

3.3 Разработка критериев идентификации приоритетных направлений экономики Крыма

Севастьянова О. В., к. э. н., доцент кафедры менеджмента

Определение критериев идентификации приоритетных направлений развития креативной экономики Крыма, которые соответствуют современным характеристикам и условиям развития региональных социально-экономических систем является одной из главных научно-прикладных проблем регионального менеджмента. Актуализация проблемы детерминируется современной трансформацией регионального базиса: особенностями пространственного размещения производительных сил в регионе; средой, которая создается в процессе взаимодействия субъектов экономической деятельности.

Меняются требования по построению региональной политики развития регионов. Такая политика должна базироваться на использовании новых подходов к использованию ресурсного потенциала регионов, совершенствовании системы управления региональным развитием в направлении стимулирования их альтернативного развития, в том числе и такого, которое базируется на формировании в регионе креативной экономики, направленной на повышение заинтересованности как в решении региональных социально-экономических проблем, так и повышение благосостояния населения.

В этих условиях основным источником обеспечения устойчивого развития регионов и повышения их конкурентоспособности становится интеллектуальная собственность, креативность и основанная на ней способность создавать новые товары и услуги, способность строить новые модели развития, формировать позитивный имидж территории и обеспечивать устойчивое региональное развитие.

Стратегическое планирование развития экономики региона предусматривает установление целей на перспективу и формирование путей их достижения. Это предопределяет выбор направлений, критериев, показателей, которыми оперируют в процессе оценки современного состояния и которые становятся основой для прогнозных расчетов. На

протяжении длительного времени внимание ученых фокусируется на теоретико-методологическом, методическом и прикладном обосновании стратегического планирования социально-экономического развития территорий, что побуждает к поиску методов оценки, адаптированных к условиям их развития с использованием различных оценочных показателей.

Определение направлений регионального экономического развития и соответствующих управленческих инструментов регионального менеджмента базируется на типологии пространственного развития регионов – методике дифференциации территории, единого экономического пространства, качественно определенного по комплексным критериям, отражающим состояние социально-экономического развития территорий. Типологические исследования имеют большое теоретическое и практическое значение для регионального развития. Типологизация позволяет проследить определенный порядок в пространственных процессах, обобщить информацию о сходстве и различиях регионов, облегчает изучение их конкурентных преимуществ, дает возможность выявить внутренние закономерности их развития и, в конечном итоге, способствует эффективному управлению имеющимися в региональной экономике ресурсами.

Основой типологизации регионального экономического пространства является экономическое районирование. Определенные в исследованиях отечественных ученых системы макрорегионов базируются на признаках наличия детерминированных территориальной близостью, географической и социально-экономической спецификой взаимосвязей, центрами которых были крупные агломерации [5]. Но в основу регионального менеджмента и государственной политики регионального развития в Российской Федерации положено ее федеративное устройство и самостоятельное осуществление органами государственной власти субъектов и органами местного самоуправления своих полномочий [8; 11].

Отечественные и иностранные исследователи в качестве основных критериев идентификации приоритетных направлений развития региона определяют отдельные сферы регионального пространства: экономическую; социальную; экологическую и их подсистемы. Также выделяют комплексные характеристики: производство, инфраструктура, инновационное развитие, экономическая безопасность, степень трансформации, финансы, устойчивость развития, система медицинского обеспечения, образования, нормативная система, характер принятия управленческих решений, природно-географические условия.

Для характеристики уровня экономического развития регионов обычно используют следующие показатели: объем ВВП на одного жителя, темпы его роста, региональный уровень безработицы, объем промышленного производства за определенный промежуток времени, объем инвестиций и инноваций. Оценка экономического развития предусматривает определение уровней обеспечения региона природными

ресурсами, хозяйственного развития, инвестиционной привлекательности, предпринимательской активности, развития транспортных коммуникаций, а основным показателем является коэффициент территориального разнообразия природно-ресурсного потенциала [7].

Для характеристики социального состояния регионов чаще всего используют показатели: уровень безработицы, уровень среднемесячной заработной платы в регионе, объемы реальных доходов населения, показатель средней продолжительности жизни населения [2; 10].

Таким образом, формирование критериев идентификации приоритетных направлений развития экономики Крыма осуществляется в процессе разработки государственных и региональных стратегий, планов и программ. Оно служит основой для установления реальных целей, достижение которых позиционируется как приоритет государственного управления и институционального обеспечения. Цели определяются методом прогнозирования показателей развития региона, а для их конкретизации используется информация государственных статистических органов, научно-исследовательских учреждений, экспертных групп и консультационных фирм.

Результаты исследования методологического и методического сопровождения формирования стратегий и программ развития указывают на существование определенной разбалансированности в формировании и использовании оценочного базиса развития экономики Крыма. Это вызвано торможением внедрения научных разработок в практику стратегического планирования и затрудняет оценку достигнутых стратегических результатов.

Поиск приоритетных путей развития Республики Крым в настоящее время требует новых подходов. В этом аспекте важное значение принадлежит обеспечению развития экономики, основанной на совершенно новых факторах и составляющих развития. Этот новый подход в развитии экономики региона может быть реализован за счет креативности.

Развитие креативной экономики становится актуальной задачей государства. Сегодня все чаще культуру, искусство, и основанную на них креативную экономику признают движущей силой не только экономического развития, но и развития общества в целом. Теория и практика оценки влияния креативной экономики на социально-экономическое развитие территории на современном этапе требует разработки стандартов оценки такого влияния. Последние должны учитывать не только тенденции развития креативной экономики, но и особый характер функционирования креативных индустрий.

Связь креативности и социально-экономического развития региона исследовал в своих трудах американский экономист и социолог Р. Флорида [9]. В своей работе он утверждал, что креативность является весомым ресурсом экономического развития и позволяет в комплексе совместить бизнес, культуру и инновации. Все его исследования сводятся к тому, что

развитие региона зависит не только от наличия человеческого капитала, но и культуры, искусства и креативности самого общества.

Согласно теории креативной экономики Дж. Хокинса [12], она должна формироваться на основе интеллектуальной собственности, что выражается через патенты, авторские права, торговые знаки. По его мнению, креативная экономика объединяет в себе 15 творческих индустрий, в которые, в том числе входит и реклама, архитектура, дизайн, кино, музыка, издательское дело, телевидение и видеоигры.

Следовательно, традиционные факторы развития региональной экономики (инфраструктура, местоположение, природные ресурсы) перемещаются на второй план, а возникает потребность в разработке новых подходов к развитию общества, что позволит реализовать их творческие, культурные и морально-этические способности и развивать личность отдельного индивида.

Интересен взгляд Дж. Поттса [4], который в своих трудах отмечал, что креативные и культурные отрасли оказывают определяющее влияние на развитие экономики. В частности, он отмечал, что креативные индустрии являются частью инновационной экономики и функционируют на уровне науки и техники. Соответственно, новое понимание культуры и искусства будет способствовать инновационному прогрессу в регионе.

Это позволяет сделать вывод, что креативность экономики является важным фактором социально-экономического развития региона. В целом зарубежный опыт доказывает, что креативная экономика является одним из драйверов современного развития торговли товарами, работами, услугами, капиталом.

Таким образом, для обеспечения развития креативной экономики региона недостаточным является развитие только крупных или средних бизнес-структур. Особое внимание следует уделять развитию таких организаций, как музеи, театры, библиотеки. По нашему мнению, креативная экономика региона должна базироваться, в первую очередь, на знаниях и умении их сочетать с культурными процессами.

В целом можно отметить, что существуют различные научные подходы к пониманию сущности креативной экономики, которые, соответственно, по-разному определяют ее составляющие и факторы развития. Определение отдельных направлений и факторов развития креативной экономики позволит содержательно обосновать основные проблемы и перспективы их развития. В таблице 3.8 выделены основные направления развития креативной экономики региона.

Таблица 3.8 – Основные направления развития креативной экономики региона

Автор	Характеристика направлений
Р. Флорида [9]	Население, которое создает новые идеи, новые технологии и/или отмечается творчеством и индивидуальностью

Автор	Характеристика направлений
Дж. Хокинс [12]	Творческие индустрии, в том числе реклама, архитектура, дизайн, кино, музыка, издательское дело, телевидение и видео игры
Ч. Лендри [6]	Культура и ее способность интегрировать во все сферы экономики
Дж. Поттс [4]	Новые бизнес-модели в рамках рыночных отношений и социального взаимодействия
Дж. О'Коннор [1]	Сферы деятельности, производящие продукцию, являющуюся элементом культуры
М. Хоркхаймер и Т. Адорно [12]	Культурные индустрии, а именно вещание, кино, издательское дело, музыка
Дж. Лота Б. Латура [3]	Социокультурная среда, построенная на взаимодействии всех типов социальных и физических акторов
Е.В. Зеленцова [4]	Творческая и культурная компонента

Источник: составлено автором на основе [1; 3; 4; 6; 9; 12].

Таким образом, основой креативной экономики являются четыре индустрии: культурное наследие, традиционное искусство, творческие услуги и креативные услуги. Таким образом, индустрия культурного наследия включает архитектурные памятники, музеи, библиотеки, народные гуляния, ярмарки, выставки, народные промыслы и ремесла. Индустрия традиционного искусства включает кинематографию, театральное искусство, фотоискусство, музыкальную индустрию. Индустрии творческих услуг сочетают в себе теле-, радиовещание, рекламу, издательское дело, моду, дизайн. К индустрии креативных услуг можно отнести программное обеспечение, интернет-технологии, инновационные разработки и научно-исследовательские разработки.

В результате исследования можно сделать вывод, что основными направлениями развития креативной экономики региона являются: творчество, культура, искусство, спорт и образование. Соответственно, все новшества в данном направлении должны способствовать обеспечению развития учебных заведений, научно-исследовательских лабораторий, музеев, библиотек, театров, издательских организаций, архитектурных и исторических памятников, галерей, средств теле- и радиовещания, кинотеатров, художественных школ, дизайнерских и модельных учреждений, спортивных стадионов и школ, спортивно-тренировочных учреждений, рекламных агентств. Для становления креативной экономики региона необходимо наличие в регионе квалифицированной и образованной рабочей силы, эффективной региональной инвестиционной политики и соответствующей инфраструктуры передачи информации. Это позволит правильно использовать знания и осуществлять инновации в сфере культуры, искусства, творчества, образования и спорта.

Основными предпосылками становления креативной экономики региона являются:

- 1) способность населения, субъектов хозяйствования региона быстро генерировать новые идеи и принимать нестандартные решения;
 - 2) конкуренция между субъектами хозяйствования региона за способность использовать знания и ноу-хау;
 - 3) обеспечение условий развития личности;
 - 4) способность быстро перемещать потоки информации внутри и за пределами региона;
 - 5) уровень международного сотрудничества и общения населения, субъектов хозяйствования, органов местной власти,
- б) наличие творческого потенциала населения региона и способность к творческому мышлению.

Развитие креативной экономики региона позволит генерировать новые идеи и знания, которые позволят производить и реализовывать товары, работы и услуги на совершенно ином уровне, неприемлемом для современной отечественной экономики и, соответственно, способствовать повышению конкурентоспособности региона.

Значительное количество организаций, деятельность которых направлена на исследование креативной экономики, пытались разработать единую универсальную методологию ее исследования. Но, учитывая разные уровни развития креативной экономики в каждой стране и круг индустрий, которые отнесены к креативным, формирование такой модели значительно усложнилось. Это связано и с тем, что уровень развития креативной экономики необходимо оценить в ее экономическом, культурном, социальном и технологическом измерении.

Исследование неравномерности креативного развития территории позволит не только выявить имеющуюся ситуацию и диспропорции такого развития, но и определить приоритетные для каждого региона креативные индустрии, имеющих влияние на формирование в регионе креативной экономики, и на этой основе оценить результативность государственного воздействия направленного на выравнивание дисбаланса.

Для качественной и достоверной оценки проблемных вопросов важным является подбор индикаторов, которые в наилучшей степени будут характеризовать состояние креативного развития регионов, будут давать наиболее полную характеристику функционирования креативных индустрий.

Система индикаторов креативного регионального развития должна быть комплексной и доступной, адекватно отражать реальное состояние развития креативной экономики.

Формирование единой системы индикаторов креативного развития в регионе важна, прежде всего, для осуществления конкретных мероприятий, направленных на формирование бренда территории и, соответственно, повышения ее конкурентоспособности не только на национальном, но и на международном уровнях. Формирование базовых оценочных индикаторов позволит обосновать приоритетные направления креативного

регионального развития, определить точки роста и механизмы их функционирования. Такой набор индикаторов должен составлять взаимосвязанную систему показателей, каждый из которых характеризует уровень готовности региона к креативному развитию. Вместе с тем, выбор индикаторов развития креативной экономики обусловлен имеющимся набором статистических данных.

Следовательно, можно выделить базовые оценочные индикаторы, которые, наиболее качественно будут характеризовать уровень развития креативных индустрий (таблица 3.9).

Таблица 3.9 – Система показателей оценки креативного развития регионов

КИ	Показатели
Индустрии культурного наследия	Доля памятников, занесенных в Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации на конец отчетного периода, учитывая те, что входят в состав комплексов (ансамблей), в % к общему количеству памятников
	Доля земель, предоставленных объектам особо охраняемым природным территориям в постоянное пользование, % в общей площади земель региона
	Число граждан, посетивших особо охраняемые природные территории, на 10 тыс. чел. населения
	Посещаемость музеев за год, в расчете на 100 человек
	Коэффициент обновления музейного фонда
	Уровень обеспеченности музеев предметами основного фонда, ед. в расчете на 1 музей
	Количество библиотек в расчете на 100 тыс. человек
	Доля новых форм библиотечно-информационного обслуживания пользователей в общем количестве предоставляемых библиотекой профильных услуг
	Виртуальные посещения сайта библиотеки, а также объем реализации услуг, предоставляемых удалённым пользователям
	Читаемость (отношение книговыдачи к числу читателей за год)
	Обращаемость – показатель, характеризующий степень использования фонда (среднее число книговыдач, приходящихся на единицу фонда)
	Посещаемость – показатель, характеризующий активность посещения библиотеки (количество посещений, приходящихся на одного читателя в год)
	Активность выставочных мероприятий (количество участников одного проведенного мероприятия)
	Доля мероприятий, направленных на обслуживание менее защищённых социальных групп: детей и подростков, пенсионеров, людей с ограниченными возможностями здоровья и особыми потребностями и т. п. (% от общего числа проводимых мероприятий);
	Посещаемость выставок и выставочных мероприятий (чел. посетивших одно проведенное мероприятие)

КИ	Показатели
Индустрии традиционного искусства	Обеспеченность населения демонстраторами фильмов, в расчете на 100 тыс. населения
	Количество мест в залах для демонстрации фильмов, на 100 жителей
	Посещение демонстраторов фильмов, в расчете на 100 посетителей
	Количество мест в залах театров для зрителей, в расчете на 10 тыс. человек
	Общее количество посетителей театров в расчете на 100 человек
	Активность театральной деятельности, театральных представлений, проведенных одним театром
	Количество клубных заведений в расчете на 100 тыс. человек
	Количество мест в клубных заведениях в расчете на 100 человек
	Посещение концертных организаций, в расчете на 100 человек
	Творческая деятельность коллективов, бригад и исполнителей сольных концертов, концертов, проведенных одним творческим коллективом
	Объем реализованных фотоуслуг, тыс. руб.
	Индустрии творческих услуг
Среднесуточный объем радиовещания, час.	
Средняя стоимость одной рекламной сделки, руб.	
Объем реализованных услуг в рекламной сфере, тыс. руб. / тыс. человек	
Количество субъектов издательского дела, в расчете на 100 тыс. населения	
Обеспеченность населения газетами, ед. на одного человека	
Обеспеченность населения книгами и брошюрами, ед. на одного человека	
Индустрия креативных услуг	Число абонентов мобильной телефонной связи, на 100 чел. населения
	Пропускная способность Интернета, (бит/с) на одного пользователя
	Обеспеченность домохозяйств компьютерами (доля, %)
	Доступность домохозяйств к сети Интернет (доля, %)
	Число абонентов фиксированного доступа к Интернету, на 100 чел. населения
	Число абонентов мобильного Интернета, на 100 чел. населения
	Уровень среднего образования в регионе в сфере информационных технологий (валовый коэффициент охвата)
	Уровень высшего образования в регионе в сфере информационных технологий (валовый коэффициент охвата)
	Доля инновационно-активных предприятий в общем количестве промышленных предприятий, %
	Доля реализованной инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции, %
	Научная и научно-техническая активность организаций, работ на 1 предприятие
	Уровень внедрения прогрессивных технологических процессов в промышленности, процессах на 1 организацию

Источник: составлено автором.

Обрабатывать статистические данные следует в разрезе выделенных нами групп креативных индустрий: культурного наследия, творческих услуг, традиционного искусства, креативных услуг. Таким образом, в результате получим не только общий показатель креативного развития

регионов, но и показатели уровня развития по каждой из групп креативных индустрий. Это позволит оценить, какие индустрии имеют наибольшее влияние на формирование креативной среды в регионе и на этой основе выделить наиболее эффективные методы управления таким развитием.

С этой целью, используя многофакторный анализ, можно рассчитать интегральный индекс уровня развития креативной экономики (3.1):

$$I_{кэ} = \sqrt{I_{кн} \times I_{ти} \times I_{ту} \times I_{ку}}, \quad (3.1)$$

где $I_{кэ}$ – интегральный индекс развития креативной экономики;

$I_{кн}$ – интегральный индекс развития индустрий культурного наследия;

$I_{ти}$ – интегральный индекс развития индустрий традиционного искусства;

$I_{ту}$ – интегральный индекс развития индустрий творческих услуг;

$I_{ку}$ – интегральный индекс развития индустрий креативных услуг.

Частичные интегральные индексы, характеризующие состояние функционирования креативных индустрий, определим, используя формулу модифицированной средней геометрической. Так, например, для индустрий культурного наследия, формула расчета интегрального индекса примет вид (3.2):

$$I_{кн} = \sqrt[n]{(x_1 + 1) \times (x_2 + 1) \times \dots \times (x_n + 1)} - 1, \quad (3.2)$$

где $I_{кн}$ – оценочные индикаторы развития индустрий культурного наследия для i -того региона;

n – количество показателей.

Аналогичным образом будем определять интегральные индексы развития индустрий традиционного искусства, творческих индустрий услуг и индустрий креативных услуг.

Поскольку подавляющее большинство показателей, которые характеризуют уровень креативного развития территории являются определенными величинами, необходимой процедурой измерения является предварительное нормирование отобранных индикаторов развития, что обеспечит унификацию, сравнимость и сопоставимость сформированной информационной базы. Таким образом, интегральная оценка позволяет совместить разные по единицам измерения, сути и значимости показатели.

Оценку креативной экономики начинают с индустрий культурного наследия. Это обусловлено тем, что первоочередной основой креативной экономики в любом регионе, даже при отсутствии других факторов, являются его культурные достояния. Важно наличие значительного количества объектов культурного наследия, так как они становятся главными предпосылками формирования в регионе туристических потоков и бренда территории.

Стоит отметить, что деятельность органов местного самоуправления в направлении популяризации и развития индустрий культурного наследия в регионе должны быть ориентированы на формирование комфортной и гармоничной культурной среды, поддержку преемственности лучших традиций, введения в культурный оборот высоких образцов мировой классической культуры, сохранения и творческого развития общечеловеческих, национальных и региональных ценностей культурного наследия.

Формированию креативной среды в регионе, в современных условиях развития, безусловно, способствуют также индустрии традиционного искусства, к которым относятся: киноиндустрия, театральное, музыкальное и фотоискусство.

Искусство относится к ключевым элементам национальной культуры. Эффективная государственная поддержка художественного творчества, художественных заведений и коллективов-театров, концертных и цирковых организаций, музыкально-исполнительских коллективов, профессиональных художников – является залогом непрерывности художественных традиций, развития национальных художественных школ, популяризации достижений художников как в самой стране, так и за ее пределами.

При этом, наибольшее влияние на формирование в регионах креативной экономики в системе индустрий традиционного искусства имеет киноиндустрия. Такая ситуация сложилась не столько из-за производства кинопродукта, сколько из-за его потребления (посещение фильмов, кинопрокат и т. п.).

Активизация развития индустрий традиционного искусства будет способствовать не только обеспечению культурного разнообразия региона, сохранению и созданию культурного наследия, но и будет способствовать формированию и развитию социального капитала.

К индустриям творческих услуг относим те сферы креативной экономики, которые требуют не только творческого вклада в формировании товаров и услуг, но и обусловлены определенным уровнем технологичности. Среди таких индустрий выделяем теле-и радиовещание, издательское дело, рекламная деятельность, дизайн. Стремительный уровень их развития связан с тем, что именно эти индустрии становятся основой информационного обеспечения не только креативной экономики, но и традиционных сфер экономической деятельности. Формирование качественного информационного пространства становится залогом осведомленности населения о мероприятиях, встречах, продуктах креативной экономики.

Зарубежный опыт развития креативной экономики говорит, что с каждым годом большую ее долю занимают высокотехнологичные отрасли, основанные на широком использовании новейших инновационных

технологий, информационно-коммуникационных средств, технологических новинок. Такие товары и услуги формируют индустрии креативных услуг.

Наибольшее развитие среди индустрий креативного развития получили распространение Интернет-технологии. Также важным является и развитие инновационной деятельности, которая является одним из индикаторов социально-экономического развития регионов и страны в частности, становится важным средством обеспечения конкурентоспособности. Превращение креативных идей в товар, который будет пользоваться спросом среди потребителей лежит в основе инновационной деятельности. Именно благодаря инновационным процессам креативные идеи могут быть практически использованы в производстве товаров, работ и услуг в регионе.

Инновационное развитие креативной экономики является залогом инновационного развития региона и в целом важным фактором улучшения экономического, социального и экологического развития определенной территории. Современное состояние инновационных процессов в направлении развития креативной экономики и в целом региона, свидетельствует о ряде проблем, связанных, в основном, с отсутствием должного объема финансирования и эффективных региональных программ. Таким образом, на региональном уровне необходимо стимулировать увеличение источников финансирования инноваций за счет привлечения иностранных инвестиций, увеличения собственных средств субъектов хозяйствования и населения. Привлечение иностранных инвестиций для финансирования инноваций в креативной экономике является достаточно выгодным направлением ее развития, поскольку благодаря этому будет иметь место использование передового опыта иностранных стран обеспечения креативности на региональном уровне. В условиях увеличения собственных средств субъектов хозяйствования будет увеличиваться спрос на научно-исследовательские разработки, программное обеспечение и новые идеи, которые будут использованы в производственно-сбытовой деятельности. Улучшение финансового положения населения позволит им самостоятельно превращать собственные идеи, способности и знания в товары, которые будут иметь спрос на соответствующих рынках.

К основным проблемам, препятствующим инновационным процессам в культуре, искусстве, творчестве, образовании и спорте в современных условиях развития относятся:

- отсутствие соответствующих нормативно-законодательных актов;
- отсутствие финансовых ресурсов в регионах;
- отсутствие мотивации осуществлять инвестиции в инновационное развитие культуры, творчества, спорта, искусства и образования;
- отсутствие четко разработанных региональных программ инновационного развития креативной экономики;
- отсутствие регионального маркетингового подхода к развитию креативной экономики.

Благодаря эффективному развитию креативной экономики региона можно повысить уровень его конкурентоспособности как на национальном, так и на международном уровне. Соответственно, это позволит регионам поддерживать свой имидж в направлении научного, интеллектуального и культурного развития. Развитие креативной экономики позволит обеспечить:

- предоставление качественных образовательных услуг в регионе с использованием инновационных подходов подачи материала;
- активизацию выставок произведений искусства в регионе;
- увеличение музеев и галерей, которые будут пользоваться спросом среди посетителей региона;
- проведение спортивных соревнований;
- постоянное проведение экскурсий по историческим и культурным достопримечательностям региона;
- рост научно-исследовательских разработок в регионе;
- активизацию деятельности в сфере кинематографии, радио - и телевидения;
- увеличение количества научных работ, написанных и изданных в регионе;
- увеличение дизайнерских и модельных услуг в регионе;
- наличие программного обеспечения в регионе;
- увеличение количества спортивно-тренировочных заведений;
- развитие архитектуры,
- увеличение туристических потоков.

В целом, особенностью развития креативной экономики является ее способность в результате этого влиять на важные процессы экономического, социального и экологического положения региона.

Для креативной экономики большое значение имеют человеческие ресурсы, представленные на рынке труда, так как любое производство невозможно без человека. Только человек с его творческой энергией способен создавать и обеспечивать условия для становления креативной экономики.

Весомой проблемой информационной открытости современного рынка становится незащищенность креативных продуктов от незаконного (пиратского) использования и тиражирования. Конечно, создателям-разработчикам и производителям необходимо защищать свой продукт. Инструментом такой защиты становится авторское право.

Роль государства в этом аспекте заключается, прежде всего, в обеспечении защиты интеллектуальной собственности. Важно не только найти действенные способы защиты предметов интеллектуальной собственности от несанкционированного воспроизведения, плагиата, но прежде всего, – обеспечить правовую охрану и применения соответствующих мер наказания за подобное поведение.

Именно поэтому необходимым условием становления креативной экономики в регионе должно стать формирование системы правовой защиты деятельности креативных индустрий и интеллектуальной собственности.

Вместе с тем, важным условием формирования креативной экономики выступает также сохранение культурной самобытности и идентичности регионов. Организация культурной жизни на местном уровне, поддержка местных традиций и обычаев является действенным инструментом творческого и социально-экономического развития территорий.

Стратегическое значение для креативной экономики имеет также степень владения высокими технологиями. В этом контексте следует обратить внимание на культурную, эстетическую и технологическую подготовку населения. Именно они будут определять развитие экономики на десятилетия вперед. На потребительском уровне необходимо владеть информационными и коммуникационными технологиями, чтобы иметь доступ к новым креативным товарам и услугам.

Таким образом, обеспечение базовых условий, необходимых для развития креативной экономики в регионе формирует новые возможности экономического роста, повышает конкурентоспособность регионов, обеспечивает надлежащий уровень жизни населения. Именно поэтому способность регионов к формированию креативной среды приобретает характер ключевой детерминанты социально-экономического развития.

Список использованных источников

1. Буката, Д. Ф. Теоретические подходы к изучению тенденций и перспектив развития креативных индустрий / Д. Ф. Буката, А. А. Сидорня. – Текст : непосредственный // Молодой исследователь Дона. – 2018. – № 2 (11). – С. 155–161.

2. Бураков, Н. А. Региональный индекс экономического развития и ранжирование субъектов Российской Федерации / Н. А. Бураков, Е. М. Бухвальд, А. В. Кольчугина, А. Я. Рубинштейн, О. А. Славинская, Л. Н. Слуцкий / Под ред. Е. М. Бухвальда и А. Я. Рубинштейна (Препринт). – М. : Институт экономики РАН, 2019. – 72 с. – Текст : непосредственный.

3. Гамбеева, Ю. Н. Роль креативных индустрий в социально-экономическом развитии территории / Ю. Н. Гамбеева, В. М. Смей. – Текст : электронный // Вестник ЧелГУ. – 2021. – № 6 (452). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-kreativnyh-industriy-v-sotsialno-ekonomicheskom-razvittii-territorii> (дата обращения: 02.10.2023).

4. Зеленцова, Е. В. Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре : анализ зарубежного опыта : дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 / Е. В. Зеленцова. – Москва, 2008. – 153 с. – Текст : непосредственный.

5. Кузнецова, О. В. Альтернативные подходы к определению роли макрорегионов России в системе государственного управления / О. В. Кузнецова. – Текст : непосредственный // Федерализм. – 2019. – № 4. – С. 112–125.

6. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри. – М. : Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 399 с. – Текст : непосредственный.

7. Полякова, А. А. Оценка уровня социально-экономического развития региона / А. А. Полякова. – Текст : электронный // Вестник сельского развития и социальной политики. – 2018. – № 2(18). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-urovnya-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-regiona> (дата обращения: 11.10.2023).

8. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р «Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года». – URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/rasporyazhenie_ot_13_fevralya_2019_g_207_r.html (дата обращения: 29.09.2023). – Текст : электронный.

9. Сургуладзе, В. Ш. Концепция креативного класса Ричарда Флориды / В. Ш. Сургуладзе. – Текст : непосредственный // Проблемы национальной стратегии. – 2018. – № 6(51). – С. 202–210.

10. Татаренко, В. И. Округа, районы, макрорегионы / В. И. Татаренко, Б. В. Робинсон, О. В. Усикова. – Текст : электронный // Экономика Профессия Бизнес. – 2019. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/okrug-a-rayonu-makroregiony>.

11. Указ Президента РФ от 16 января 2017 г. N 13 «Об утверждении Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года». – URL: <https://constitution.garant.ru/act/federative/71587690/> (дата обращения: 29.09.2023). – Текст : электронный.

12. Хокинс Джон. Креативная экономика : как превратить идеи в деньги / Джон Хокинс ; [пер. с англ. И. Щербаковой]. – Москва : Финансовая корпорация Открытие : Классика-XXI, 2011. – 253 с. – Текст : непосредственный.

13. Хоркхаймер, М. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / М. Хоркхаймер, Т. Адорно. – Санкт-Петербург : Ювента, 1997. – 312 с. – Текст : непосредственный.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенные исследования позволили:

1. Анализ результатов исследований ученых, коллективов и целых исследовательских институтов позволил нам сформировать концептуальный подход к развитию креативной экономики региона. Концептуальный подход развития креативной экономики включает в себя шесть ключевых элементов, а именно, долгосрочную стратегическую цель, признаки креативной экономики, принципы креативной экономики, системную методологию развития креативной экономики; инструментарий измерения креативной индустрии, стратегии развития креативной экономики и стратегические сценарии развития креативной индустрии.

В рамках концептуального подхода нами проведен сравнительный анализ существующих моделей креативной экономики, методик измерения креативных индустрий на предмет уровня их креативности. Исследования показали, что модели, которые используются на практике не являются объективными и релевантными. Современные условия выдвигают новые требования к представлению результатов деятельности креативных индустрий и измерению уровня их креативности. На этой основе нами предложена авторская методика измерения уровня креативности отраслей, отнесенных к креативной индустрии.

Проведен анализ подходов к представлению структуры креативной экономики, представленное многообразие не охватывает все отрасли, отнесенные к креативной индустрии, что формирует скрытый потенциал и нецененную выгоду от отраслей экономики. Авторы предложили свое видение структуры креативной экономики и представили ее как: производство средств производства; производство товаров массового потребления; производство товаров и услуг индивидуального потребления; индивидуальное предоставление услуг; креативный талант. Представленная структура креативной экономики охватывает больше отраслей, отнесенных к креативной индустрии, позволяет выявить скрытый потенциал и определить место на рынке труда.

2. Построены креативные профили; Российской Федерации в границах мировой экономики; Южного федерального округа в границах восьми субъектов, которые входят в него (определены приоритетные направления экономики и креативные отрасли, представляющие себя визитной карточкой субъекта), Республики Крым как субъекта, имеющего два базовых приоритета в экономике – это рекреация и туризм и агропромышленное направление. Приоритет в развитии креативной экономики и отраслей, отнесенных к креативной индустрии в республике, составляют «Деятельность в области архитектуры и инженерно-технического проектирования...»; «Деятельность в области отдыха и

развлечений»; «Разработка компьютерного программного обеспечения...» и «Деятельность в области информационных технологий».

Определена социальная и экономическая значимости креативной экономики для региона их роль в повышении занятости и самозанятости населения; качества жизни; повышение экономических показателей региона.

3. Концепция «Умный Крым» – одна из составляющих цифровой экономики, подразумевающая всестороннее внедрение информационно-коммуникационных технологий в процессы управления регионом – его инфраструктурой, транспортом, службами ЖКХ и т. д. с целью бережливого расходования ресурсов и повышения качества жизни населения.

Реализация концепция «Умный Крым» – это итеративное приближение к сформулированным целям путем последовательного решения поставленных задач.

Активное внедрение цифровых технологий виртуальной/дополненной реальности, интернета вещей, ИИ, блокчейн и т. д. будут способствовать достижению целей создания «Умного Крыма». Эти технологии позволяют: возводить высококачественные учебные заведения и доступное жилье, создавать высокотехнологичные рабочие места, обеспечивать культурную жизнь и транспортную доступность, при этом осуществлять контроль за потреблением ресурсов, качеством окружающей среды.

Концепция «Умный Крым» будет формировать общество умных людей, основу которых будут составлять активные граждане региона, «Умный Крым» – это не просто инфраструктура и интеллектуальные сети – это, прежде всего люди, стремящиеся создать регион своей мечты.

4. Не смотря на отсутствие тождественности понятий «креативная» и «цифровая» экономика, следует констатировать наличие тесной взаимосвязи и взаимообусловленности в развитии данных социально-экономических феноменов. Креативная экономика – это не что иное, как успешное взаимодействие творчества и современных digital-технологий, имеющее огромный потенциал развития. На сегодняшний день экосистема отечественной креативного предпринимательства, так же, как и цифровой экономики находится на этапе становления. В рамках данного этапа необходима реализация комплекса изменений как на личностном, организационном, так и на региональном уровнях. В частности, от способности субъектов креативной экономики генерировать и реализовывать нетривиальные идеи путём использования современных цифровых технологий напрямую зависит результативность и эффективность осуществляемой ими деятельности. В свою очередь, реализация предложенного комплекса принципов, отлаженная работа механизма цифровой трансформация креативной экономики способна обеспечить её устойчивое развитие в стратегической перспективе с учётом социально-экономических интересов органов государственных власти и

местного самоуправления, а также субъектов креативного предпринимательства и гражданского общества в целом.

5. Установлено, что определяющим условием становления креативной экономики в регионе должно стать формирование системы правовой защиты деятельности креативных индустрий и интеллектуальной собственности. Вместе с тем важным условием формирования креативной экономики выступает также сохранение культурной самобытности и идентичности регионов. Организация культурной жизни на местном уровне, поддержка местных традиций и обычаев является действенным инструментом творческого и социально-экономического развития территорий. Стратегическое значение для креативной экономики имеет также степень владения высокими технологиями. В этом контексте следует обратить внимание на культурную, эстетическую и технологическую подготовку населения. Именно они будут определять развитие экономики на десятилетия вперед. На потребительском уровне необходимо владеть информационными и коммуникационными технологиями, чтобы иметь доступ к новым креативным товарам и услугам.

Обеспечение базовых условий, необходимых для развития креативной экономики в регионе формирует новые возможности экономического роста, повышает конкурентоспособность регионов, обеспечивает надлежащий уровень жизни населения. Именно поэтому способность регионов к формированию креативной среды приобретает характер ключевой детерминанты социально-экономического развития.

6. Креативные индустрии и креативная экономика в современных условиях должны расцениваться как важные элементы для будущего развития региональной и национальной экономик, а не просто как надстройка к базису материального производства. Креативные кластеры, креативные технопарки, кластерные ассоциации и инновационные консорциумы являются формами организации креативного пространства региона на основе концепции опережающего развития. Именно креативные технологические парки, а также иные модели функционирования креативных кластеров представляют собой территориально сконцентрированные источники творческого и инновационного потенциала, что позволяет им стать одним из важных инструментов постиндустриальной трансформации экономики Российской Федерации и ее регионов, а также обеспечить реализацию концепции опережающего развития российской экономики в контексте сложившихся миросистемных вызовов.

7. Установлено, что влияние факторов внешней среды на развитие креативной экономики и креативных индустрий является определяющим.

Проведенное исследование позволило выделить ключевые аспекты формирования креативной экономики в Республике Крым: выгодное географическое положение, в том числе за счет реализации транспортно-логистических проектов (Крымский мост, Международный аэропорт

Симферополь имени И. К. Айвазовского, трасса Таврида); уникальные природные и культурно-исторические достопримечательности; полиэтничность региона; динамичное развитие материально-технической базы рекреации и туризма; диверсификация туристско-рекреационного комплекса; наличие высших и средних профессиональных учебных заведений, осуществляющих подготовку специалистов творческих профессий; функционирование научно-исследовательских и образовательных организаций в отраслях специализации; наличие креативно перспективных пространств, что обусловлено близким выходом к морю, наличием свободных зон для строительства средств размещения и автокемпингов, пустующих зданий под реконструкцию, объектов инфраструктуры; наличие человеческих ресурсов; режим свободной экономической зоны в регионе; технологические тренды развития социума; государственная инициатива и поддержка.

8. На сегодняшний день используются различные подходы к формированию цифровой модели региона, однако их общей основой служат базы описания территорий, формируемые за счет создания территориальных ортофотопланов и цифровых моделей местности.

Выявлено, что главной особенностью цифровой трансформации РФ является различный уровень цифровой зрелости ее регионов. В следствие этого, субъекты Федерации занимают неодинаковые позиции в процессе формирования цифровой модели региона. Кроме этого, поставленная задача требует привлечения высококлассных специалистов, способных использовать на практике различные цифровые технологии: искусственный интеллект, нейронные сети. Интернет вещей, большие данные и т. д. Однако, наиболее квалифицированные IT специалисты осуществляют свою деятельность, преимущественно, в крупных городах – Москва, Санкт-Петербург, Казань и др. С целью преодоления «цифрового неравенства» важно осуществлять обмен опытом и цифровыми продуктами между регионами.

Отмечено, что практически все регионы реализуют отдельные проекты цифровой трансформации. Задачей текущего этапа перехода к «цифровому региону» является выявление лучших цифровых практик с целью их последующей консолидации в единую цифровую модель региона.

Предложена концептуальная цифровая модель региона, включающая в себя два блока модулей – общерегиональных и специфических. Так как регионы обладают различным уровнем развития цифровых компетенций, целесообразно «общерегиональный» блок разрабатывать унифицированным с целью последующего распространения среди всех субъектов Федерации и объединением в национальную цифровую систему.

Таким образом, в рамках данной работы проанализированы подходы к определению сущности понятия «цифровая модель региона»; рассмотрены особенности цифровой трансформации РФ;

проанализированы существующие подходы к формированию цифровой модели региона; сформирована концептуальная модель региона.

9. Кооперация пространственного развития Республики Крым предполагает изучение ряда вопросов, к которым следует отнести: проблемы пространственного развития регионов; межрегиональное и внутрирегиональное сотрудничество; возможности роста экономики региона за счет развития креативных индустрий; основные направления пространственного развития РФ в т. ч. развитие Республики Крым и роль креативных индустрий в нем; особенности оценки взаимодействия субъектов вне и внутри региона.

Условия, в которых развивается экономика Республики Крым и сектор креативной индустрии, подвержены постоянным изменениям, поэтому настоящий раздел открывает перспективу для дальнейших исследований более узких ее аспектов. Реализация части мероприятий может быть осуществлена с привлечением некоммерческой организации «Ассоциация «Совет муниципальных образований Республики Крым», которая действует в Крыму с 1997 г. и объединяет 279 муниципальных образований: 11 городских округов, 14 муниципальных районов, 4 городских поселения, 250 сельских поселений. Она была создана «в целях становления, развития и укрепления местного самоуправления, обеспечения защиты прав, общих интересов муниципальных образований, координации их деятельности по развитию правовой, организационной, финансово-экономической основ местного самоуправления, а также организации межмуниципального сотрудничества».

Научное издание

**Ячменева Валентина Марьяновна,
Святохо Наталья Валентиновна,
Высочина Марина Викторовна и др.**

**УПРАВЛЕНИЕ КРЕАТИВНОЙ
ЭКОНОМИКОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ:
ПОТЕНЦИАЛ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Монография

Под общей редакцией В. М. Ячменевой

Подписано в печать 19.06.2024 г.
Формат 60х84/16. Усл. печ. л. 12,28. Тираж 500 экз. Заказ № 06А/25.
Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman.

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТИПОГРАФИЯ «АРИАЛ».
295015, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 31-а/2,
тел.: +7 978 71 72 901, e-mail: it.arial@yandex.ru, сайт: arialprint.ru

Отпечатано с оригинал-макета в типографии «ИТ «АРИАЛ».
295015, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 31-а/2,
тел.: +7 978 71 72 901, e-mail: it.arial@yandex.ru, сайт: arialprint.ru