

DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2021.1.8>UDC 338.242
LBC 65.054Submitted: 01.12.2020
Accepted: 15.01.2021

GOVERNMENT SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF CREATIVE THINKING IN REGIONAL ECONOMY

Mir Abdul Kayum Jallal

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russian Federation

Diana D. Burkaltseva

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russian Federation

Amina R. Zharova

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russian Federation

Abstract. This study reveals essential characteristics of the development of the regional creative sphere in the system of strategic planning. The accelerated rates of the innovative development of science and technology require reduction in the cycles of innovation introduction into the real economy sector and the formation of new approaches to the implementation of the government regional innovation policy. The authors revealed that the urgency of the issue of scientific and technological strategic planning consists in the processes of regional economic development and the identification of the levels of interconnection between programs of social and economic development, the formation of program budget, digital, investment and innovation infrastructure. The purpose of this study was to determine the essence and conditions for the formation and development of the regional creative sphere in the real economy sector. Papers of both domestic and foreign economists formed the methodological basis of research in the field of the development of creative economy. The authors argued that the development of creative regional economy influences the formation of the seventh technological order and is a way to increase the competitiveness both in domestic and global markets. Strategic planning will create tools and mechanisms for attracting long-term investments in the implementation of projects in the regional creative sphere. According to the authors of the article, the development of the creative sphere in the real sector of economy is inextricably linked with the intellectual potential, where the implementation of social and economic development programs is determined by innovation. A special place is occupied by creativity i.e. the ability to generate completely new ideas and their effective implementation, which is a necessary condition for the innovation development. The main conclusions of the authors prove that the regional creative sphere is a key component of strategic planning for the development of society and innovation processes. Creative thinking inherent in the creativity of the human capital is a significant factor of the technological level development.

Key words: creative economy, creative capital, strategic planning, regional development, innovation processes, investments, system, creativity, indicators.

Citation. Jallal Mir Abdul Kayum, Burkaltseva D.D., Zharova A.R., 2021. Government Support for the Development of Creative Thinking in Regional Economy. *Regionalnaya ekonomika. Yug Rossii* [Regional Economy. South of Russia], vol. 9, no. 1, pp. 93-104. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2021.1.8>

УДК 338.242
ББК 65.054Дата поступления статьи: 01.12.2020
Дата принятия статьи: 15.01.2021

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Мир Абдул Каюм Джалал

Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, г. Симферополь, Российская Федерация

© Джалал Мир Абдул Каюм, Буркальцева Д.Д., Жарова А.Р., 2021

Диана Дмитриевна Буркальцева

Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, г. Симферополь, Российская Федерация

Амина Римасовна Жарова

Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, г. Симферополь, Российская Федерация

Аннотация. В данном исследовании раскрыты сущностные характеристики развития региональной креативной сферы в системе стратегического планирования. Ускоренные темпы инновационного развития науки и технологий требуют сокращения циклов внедрения в реальный сектор экономики новаций и формирования новых подходов к реализации государственной региональной инновационной политики. Выявлено, что актуальность проблемы научно-технологического стратегического планирования заключается в процессах регионального экономического развития и выявлении уровней взаимосвязанности между программами социально-экономического развития, формированием программного бюджета, цифровой и инвестиционно-инновационной инфраструктуры. Целью данного исследования было определение сущности и условий для формирования и развития региональной креативной сферы в реальном секторе экономики. Труды как отечественных, так и зарубежных экономистов составили методологическую основу исследования в области исследований развития креативной экономики. Авторами аргументировано, что развитие креативной региональной экономики влияет на формирование седьмого технологического уклада и является способом повышения конкурентоспособности как на внутреннем, так и на мировом рынке. Стратегическое планирование создаст инструменты и механизмы для получения долгосрочных инвестиций в реализацию проектов региональной креативной сферы. По мнению авторов статьи, развитие креативной сферы в реальном секторе экономики неразрывно связано с интеллектуальным потенциалом, где реализация программ социально-экономического развития определяется инновациями. Особное место занимает креативность – способность к генерации совершенно новых идей и их эффективное внедрение, что является необходимым условием создания инноваций. Основные выводы авторов доказывают, что региональная креативная сфера является ключевой составляющей стратегического планирования развития общества и инновационных процессов. Творчество, заложённое в креативности человеческого капитала, является весомым двигателем технологического уровня развития.

Ключевые слова: креативная экономика, креативный капитал, стратегическое планирование, региональное развитие, инновационные процессы, инвестиции, система, творчество, показатели.

Цитирование. Джалал Мир Абдул Каюм, Буркальцева Д. Д., Жарова А. Р., 2021. Государственная поддержка развития креативного сектора региональной экономики // Региональная экономика. Юг России. Т. 9, № 1. С. 93–104. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2021.1.8>

Постановка проблемы

Современный этап экономического развития страны определяется уровнем жизни населения и знаниями, получаемыми в процессе интеллектуального труда в наукоемких технологиях, а также оценкой развития инновационной инфраструктуры, информационных систем и программных разработок. Опыт, приобретенный в различных направлениях креативной сферы регионального экономического развития, подталкивает человека к ознакомлению с мировым опытом формирования и возможностями креативной экономики. Исследования креативной сферы экономики отражаются в трудах отечественных исследователей: Т. Абанкиной [Абанкина, 2017], А. Лавриненко [Лавриненко, 2015], И. Малыгиной [Малыгина, 2018], Н. Новичкова [Новичков, 2012]. Среди экономистов зарубежных стран развитие креативного сектора экономики отражается в трудах: А. Андерсона [Broadband and the Creative Industries ... , 2017], Ч. Лэндри [Лэндри, 2011],

Дж. Ньюбигена [Newbigin, 2010], Г. Форда [Foord, 2008], Р. Флориды [Флорида, 2015], Д. Хокинса [Howkins, 2001].

Развитие российской экономики находится в русле мировой глобализации, система креативного сектора экономического развития на данном этапе не нашла четкого отражения в законодательной базе. Многие экономисты и ученые доказывают, что развитие креативной сферы экономики для постиндустриального общества является высшей формой развития [Данильченко, Бертош, Док Хи, 2017]. На основе стратегического планирования можно сделать прогнозы, исходя из которых требуется государственная поддержка не только на уровне мегаполисов и их программ социально-экономического развития [Митрофанова, Селютин, Иванов, 2019].

Региональное развитие креативной региональной сферы экономики должно быть обеспечено соответствующими инструментами и развиваться в правовом поле при государственной поддержке через систему стратегическо-

го планирования, что актуализирует тему исследования [Герасимова, Борщ, 2019]. Креативная экономика тесно связана с другими экономическими сферами, именно ее формируют люди, способные изменять будущее, точнее, создавать на базе имеющихся знаний практически новые продукты, новые технологии и системы. В основу развития креативной сферы заложены технологии, талант и предприимчивость развивать то, что еще пока не «видимо» [Флорида, 2015]. Следовательно, на первое место выдвигаются человеческие способности к генерации идей и их продвижение, на втором месте – мотивация участников креативной сферы, третье место занимает развитость инфраструктуры знаний инновационного, цифрового и инвестиционного секторов. Креативная сфера деятельности влияет на модернизацию образования, науки, формирование новых экономических моделей, новых типов социальных отношений и новой парадигмы культуры [Локалов, 2013].

Великобритания является лидером в разработке институциональной системы обеспечения креативной экономики [Первый Российско-британский форум ... , 2011].

В Европе креативная сфера деятельности начала развиваться около 20 лет назад. С целью устойчивого развития ООН объявила 2021 г. Международным годом креативной экономики. Современная сфера креативного развития, как среда жизни и деятельности творческого человека, немыслима без инновационной сферы услуг, доступной среды образовательных программ и IT-услуг. На данных ресурсах формируются глобальные центры экономического развития, ведется активный поиск креативных специалистов, разрабатываются базовые индикаторы, формируются основные показатели и проводится анализ креативного развития по регионам.

Несмотря на многочисленные исследования в направлении регионального развития креативной сферы экономики, недостаточно исследованным является стратегическое планирование, теоретико-методологические и прикладные аспекты в формировании эффективного механизма развития реального сектора экономики. Можно предложить следующие основные мероприятия, учитывая целеполагание:

– предложения для стратегического планирования в развитии региональной креативной сферы, которые могут войти в региональную программу развития;

– предложены ключевые показатели для развития креативной региональной сферы;

– скорректирована система показателей для определения развития креативной сферы;

– проанализированы индексы развития креативной сферы как основы инновационного процесса.

Перспективы стратегического планирования в развитии региональной креативной сферы

Основой для развития новых видов продукции могут стать: стратегическое планирование в развитии креативной сферы экономики в промышленности, интеллектуальный капитал как фактор обеспечения производственных процессов, поддержка креативного мышления. Стоит отметить, что на перспективу требуется принять во внимание следующее:

– креативная сфера деятельности создает нематериальные ценности, которые влияют на устойчивое социально-экономическое развитие государства;

– модернизация образования в сфере творческих индустрий влияет на усиление инновационной деятельности в ускоренном темпе;

– создание креативного предпринимательства на творческих креативных площадках способствует темпам развития;

– для развития регионов необходимо определить их возможности и выявить проблемы, используя мэппинг, так называемый метод картирования;

– разработать дорожную карту креативного развития мегаполисов и регионов;

– поддержать культуру и вывести ее на новый технологический уровень, чтобы она стала «драйвером» социально-экономического развития;

– с целью планирования развития креативной сферы в будущих периодах адаптировать статистические данные для удобного сбора информации.

Основной задачей стратегического планирования регионального развития креативной сферы является формирование четкой программы развития с определением уполномоченного регулятора. На основании данной программы необходимо сформировать подходы для анализа развития креативной региональной сферы экономики с целью поддержки развития и проведения анализа вклада креативной сферы в экономику

страны. В российской экономике некоторые сферы деятельности полностью не реализовали свой потенциал из-за того, что многие креативные компании ориентированы на глобальные рынки. Следует отметить, что Китай является мировым лидером по экспорту креативной продукции, объем реализованной продукции по данным ЮНКТАД в 2015 г. достиг 165,5 млрд долларов. На создание IT-дизайн-продукта, анимационного фильма требуется 3–4 года интенсивной работы; инвестиции, вложенные в данные проекты, вернутся через 5–6 лет, что затрудняет процесс инвестирования инновационных проектов. Многие инвесторы не планируют вкладывать средства в такие долгосрочные проекты более чем на три года, а банковский сектор экономики почти не работает с нематериальными активами. Для развития креативного сектора экономики требуется плановая работа. Государственная политика должна быть направлена на создание действенных финансовых инструментов, формирование нормативно-правового законодательства, доступного кредитования и налоговых льгот [Борщ, Жарова, 2020].

Во всем мире развитие креативной сферы способствует развитию регионов, в которых необходимо создавать точки роста для развития креативной сферы. Можно приводить много зарубежных примеров, но в России есть и своя креативная продукция – популярный мультфильм «Маша и медведь», который переведен на 36 языков и демонстрируется в 100 странах мира, число его просмотров на YouTube превысило 50 миллиардов. Именно российские фильмы по итогам 2018 г. в международном прокате собрали 41 млн долл. (14 млн долл. из них принес мультфильм «Снежная королева»). В 2015 г. российские фильмы собрали 11 млн долл. Фильм «Ночной дозор» собрал 18 млн долл., а фильм «Русский ковчег» собрал 58 млн долл. [Креативный локомотив].

Для того чтобы поддерживать развитие креативной экономики, необходимо знать, какое место данная сфера занимает в структуре традиционной экономики. В 2019 г. в Москве был запущен пилотный проект, результаты которого были неожиданными: традиционная экономика приносит мегаполису примерно 500 млрд руб. в год, а креативная сфера экономической деятельности составила примерно 400 млрд рублей. При этом 400 тыс. чел. участвуют в развитии креативной сферы предпринимательства Москвы. В мировой экономике ВВП от креативной сферы развития составляет от 10 до 12 %, в российской

экономике креативная сфера составляет 3–3,5 % [Почему в российское законодательство ...]. Развитию креативной сферы деятельности требуются механизмы взаимодействия государства и данного направления развития. Для этого необходимо адекватное для данного вида предпринимательской деятельности налоговое законодательство и фиксация правил работы фондов, которые нужны для гарантийной поддержки. У России существует огромный потенциал, который повлияет на перезагрузку экономики, где одно из значимых мест должно быть отведено креативной сфере развития.

Рассматривая развитие креативного сектора экономики как комплексной системы, можно определить следующее: сырьевая и промышленная экономика производства развиваются замедленными темпами, быстрее развивается сфера услуг и креативный сектор экономики; в экономике знаний увеличивается значение человеческого капитала; совершенно другой смысл приобретает инновационная экономика: инновационные процессы являются знаниями, которые включают постоянный поток нововведений, соответствуя требованиям динамического развития и спроса рынка, поэтому развитие креативной сферы является ключевым и характеризует новацию; креативная сфера в региональном развитии ведет огромное взаимодействие между носителями «идей», которые очень быстро могут быть реализованными на разных уровнях; информационная экономика и развитие инновационной инфраструктуры, в основе которых знания играют ведущую роль и выступают фактором производства для развития креативной региональной экономики.

Из вышеизложенного можно сделать выводы о том, что применение комплексного стратегического планирования, дорожной карты определит наиболее значимые направления в этой сфере развития на мезоуровне.

Особенности креативной сферы экономического развития определяются: проектным мышлением, креативностью в представлениях; практической направленностью (появление новых методов и способов управления человеческим капиталом); огромной ролью новых достижений науки и техники в разных сферах экономической деятельности; прорывными информационно-коммуникационными технологиями; инновационными процессами и явлениями в экономическом развитии; формированием новых отраслей экономики.

Формирование ключевых показателей для развития креативной региональной сферы

Основная задача стратегического планирования креативной сферы состоит в формировании подходов по определению основных факторов: характерные особенности наступательного характера; структурные процессы, имеющие ключевые значения; определении основных показателей эффективности по реализации креативного проекта; скорректированная система показателей для определения развития региональной креативной сферы, эффективность и оценка приоритетности каждого из них. Для этого необходимо проводить качественный анализ всех факторов, влияющих на взаимоотношения и взаимодействие. На данном этапе определим качественное измерение, которое заключается в: определении цели (на что направлен креатив – в виде новой идеи, продвижение идеи, какие инструменты для достижения цели будут использованы); создании эффективной системы взаимоотношений между всеми участниками (сетью и участниками на всех уровнях); определении сроков реализации креативных проектов на каждом уровне (от идеи к товару и/или услуге, продвижении товаров и/или услуг на рынки, создания бренда); анализа рисков на каждом уровне разработки креативных товаров и услуг до их выхода на рынок; создания высокопроизводительных рабочих мест; оценки затрат на закупку материалов, сырья, комплектующих, технических средств и программного обеспечения с целью реализации креативной идеи; определении объемов продаж продукции креативных идей (каждой в отдельности и в целом по проекту); определения объема добавленной стоимости создаваемого креативного продукта; обозначение сроков окупаемости созданного креативного проекта; определении объема инвестиций для реализации креативного проекта и их планируемые источники с учетом поступления средств на всех этапах создания услуги или товара до его выхода на рынок.

Результаты данного исследования по стратегическому планированию развития креативной сферы были получены в процессе реализации программы повышения квалификации государственных служащих. Систему отношений в бизнесе по внедрению креативных идей делает более гибким в реализации закрепление

на законодательном уровне способности реагирования на изменения внешней и внутренней среды. Ключевым фактором ценности по отношению к ресурсам является предмет управления взаимоотношениями, в результате которого повышается инновационная активность реализации креативного проекта и формируется эффективная организационная культура, способствующая стабильности.

Креативная сфера экономического развития российской экономики имеет характерные особенности наступательного характера: внедрение во всех отраслях народного хозяйства программ стратегического управления проектами; создание цифровой инфраструктуры и применение инструментов минимизации структур управления; внедрение программного обеспечения с использованием искусственного интеллекта.

Следовательно, что развитие креативной сферы экономики, в том числе и региональной, сокращает путь от идеи до ее реализации. Создание цифровой экономики без создания цифровой инфраструктуры не имеет смысла, креативная сфера экономики становится эффективным «проводником» инновационного развития. Если в начале своего развития креативный сектор экономики в основном развивался в образовании, культуре, искусстве, то на данном этапе своего развития он приобретает совершенно иной характер, – со временем станет «локомотивом» эволюционного развития высокотехнологичных производств, способных конкурировать на мировых рынках.

Применение инструментов ноомаркетинга в развитии креативной сферы регионального развития становится эффективным базовым инструментом, который является языком креативного класса. Основными инструментами в процессе развития креативной сферы являются институциональные инструменты.

Таким образом, в данном исследовании формируются предпосылки для применения методов по формированию единых показателей, которые войдут в основу измерения в стратегическом планировании развития креативного сектора экономики, который связывает культуру, общество, технологии и экономику на макро- и микроуровнях.

Для реализации креативного проекта необходимо разработать ключевые позиции по каждому направлению работ, создавая структуру процессов (см. табл. 1).

Структура процессов, имеющих ключевое значение в реализации креативного проекта

Процессы	Взаимосвязь с процессами
Предоставление услуг, продукта	– взаимодействие с потребителями; – организация процесса обслуживания; – применение аутсорсинга IT-технологий персоналом
Обеспечение качества предоставления услуг, продукта на рынке	– мониторинг предоставленных услуг; – решение непредвиденных ситуаций; – культура общения в обслуживании; – креативность и ценность креатива
Управление и общее руководство по продвижению креативного проекта	– разработка продвижения и внедрения проекта; – управление качеством в процессе разработки проекта
Управление персоналом	– кадровая работа по подбору специалистов с креативным мышлением; – алгоритм управления структурой; – получение навыков и компетенций в процессе «мозгового штурма»
Управление финансами	– постоянный финансовый мониторинг на каждом этапе реализации проекта в сфере креативной экономики; – ведение бухгалтерской отчетности и экономического анализа; – внутренний контроль финансовых расходов и поступлений
Управление материально-техническими ценностями	система контроля и использования материально-технических средств и их отчетность

Примечание. Составлено по: [Индекс креативного капитала ... , 2019; Совершенствование корпоративного законодательства ... , 2019; Распоряжение Правительства РФ от 17.01.2019 № 20-р ...].

К ключевым показателям эффективности реализации креативного проекта следует отнести: определение точки безубыточности при реализации креативного проекта; определение рентабельности креативного проекта с применением мультипликатора; определение количества заключенных договоров при реализации креативного проекта; показатели от продаж в процессе реализации креативного проекта; коэффициент удовлетворенности потребителей услуги или продукта; коэффициент удовлетворенности сотрудников проекта (процесс стимулирования).

Развитие регионального креативного сектора экономики требует формирования системы скорректированных показателей с целью проведения стратегического планирования. В таблице 2 представлена скорректированная система показателей для определения развития креативной сферы регионального развития.

Следует отметить, что в 2019 г. креативная сфера экономики в регионах формирует примерно 3,8 % ВВП, создавая рабочие места 122 тыс. человек. Креативный сектор региональной экономики не в состоянии изменить отрасли производства, которые являются основой жизнедеятельности общества, но в то же время креативные проекты становятся катализатором экономического развития отраслевых региональных производств. Государственная система должна поддерживать развитие

научно-технологических технологий, которым необходимы инновационные идеи, оригинальные, нестандартные подходы и креативные решения в их развитии [Образование и креативная индустрия ...].

Креативная сфера деятельности создает интеллектуальную собственность в виде патентов, авторских прав на промышленные образцы и товарные марки. Это относится к оригинальным разработкам во всех отраслях материального производства и является характерной чертой высокотехнологической и научно-инновационной деятельности. Развитие регионального креативного сектора экономики влияет на развитие экономики в целом, что обеспечивает активизацию малого и среднего бизнеса особенно в технологической сфере. Количество промышленных предприятий Южного федерального округа, внедряющих инновации, отражены на рисунке 1.

Анализ количества промышленных предприятий ЮФО, внедряющих инновации, свидетельствует о динамике роста предприятий, что дает основание утверждать, что развитие креативной сферы в ЮФО имеет положительную динамику регионального развития для преодоления существующих барьеров в соответствующих секторах экономики. Традиционное понимание креативной сферы развития в российской экономике определяется экспортом креативной индустрии (см. рис. 2).

Скорректированная система показателей для определения развития креативной сферы регионального развития

Показатель	Содержание показателя
Внедрение новых знаний и технологий	1. Число созданных инновационных технологий. 2. Число выданных патентов. 3. Количество персонала, занятого исследованиями, на 1 тыс. чел. населения. 4. Численность предприятий и организаций, осуществляющих внедрение креативных проектов, в % соотношении от общего количества предприятий. 5. Внутренние расходы на внедрение креативных проектов ВРП, в % соотношении
Оценка наличия человеческого капитала	1. Численность студентов, способных к креативно-идейному мышлению, на 10 тыс. населения, в % соотношении. 2. Удельный вес активного населения с высшим образованием. 3. Количество занятых в отраслях высоких технологий. 4. Выпуск из аспирантуры и докторантуры с защитой диссертационных работ. 5. Количество разработчиков и исследователей с учеными степенями на 1 тыс. чел. экономически активного населения
Внедрение знаний в креативной региональной сфере экономики	1. Расходы на технологические креативные идеи. 2. Инновационная активность для реализации креативного проекта. 3. Количество используемых креативных проектов инноваций на 1 тыс. чел. населения
Результаты креативной сферы в экономической региональной системе	1. Валовый региональный продукт (ВРП). 2. Объем инновационных товаров и услуг. 3. Объем инвестиций в развитие креативной сферы
Социальные эффекты	1. Развитие информационного общества, удовлетворение потребительского спроса. 2. Развитость инновационной и цифровой инфраструктуры, формирование технологической культуры развития креативной сферы экономики
Экологические эффекты	1. Формирование экологической среды для развития экосистем. 2. Жизнеобеспечение общества здоровой окружающей средой

Примечание. Составлено авторами.

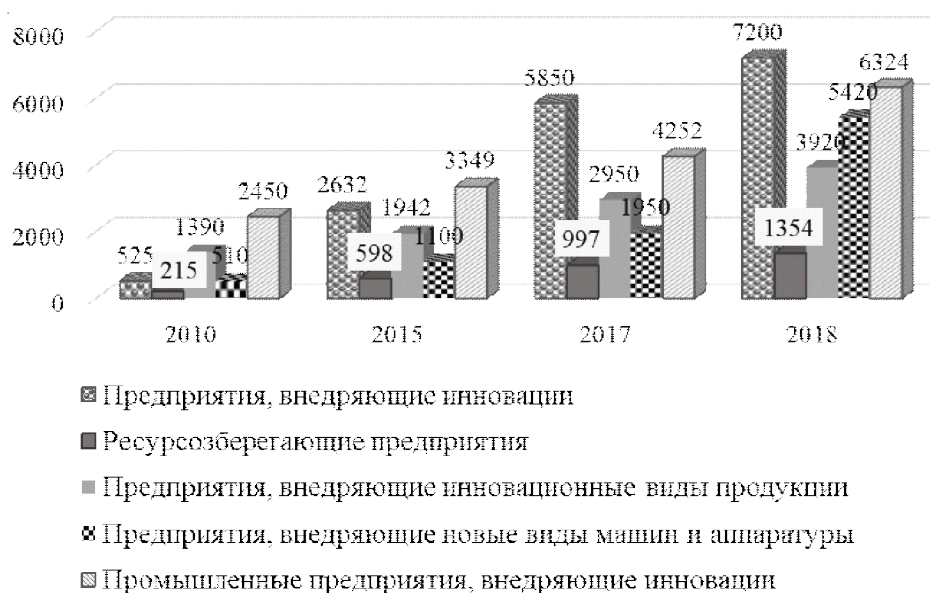


Рис. 1. Количество промышленных предприятий Южного федерального округа, внедряющих инновации

Примечание. Составлено по: [Рейтинг инвестиционной привлекательности ...; Социально-экономическое положение ...].

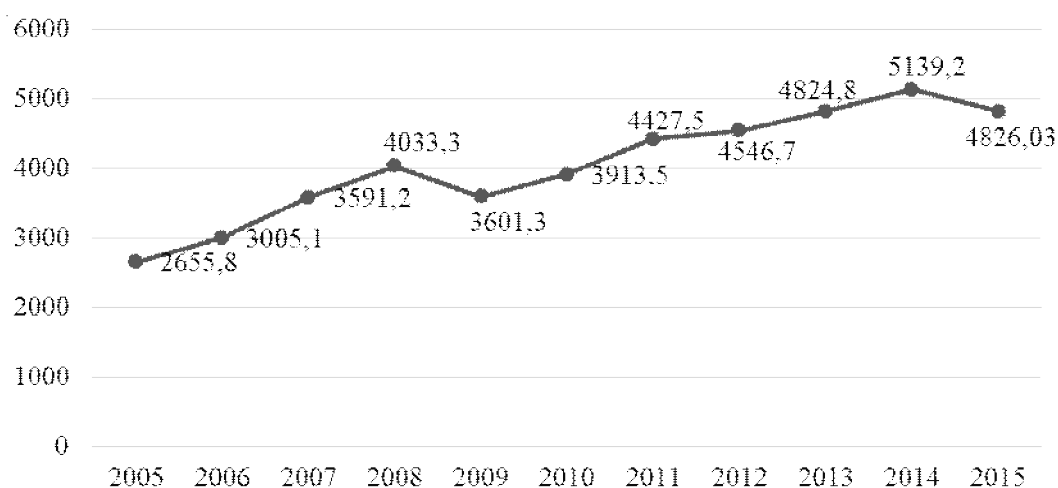


Рис. 2. Динамика экспорта услуг 2005–2015 гг., млн долл.

Примечание. Составлено по: [Statistics of UNCTAD].

Уровень развития технологического, научно-го и социально-экономического развития российской экономики определяет приоритетность тех креативных направлений, которые востребованы обществом и способствуют решению проблем, которые становятся актуальными для общества. Данные рисунка 2 подтверждают, что процессы развития креативной сферы (продукты и услуги) на международных рынках востребованы.

Необходимо отметить, что Россия по уровню развития креативной сферы занимает 38-е место среди 139 стран мира. Креативность определялась по трем показателям: талант, технологии, толерантность. Глобальный индекс развития креативной сферы равен 0,539, Россия занимает 12-е место, учитывая страны большой двадцатки.

С 2016 г. началось формирование индекса креативного капитала, исследования проводились в Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Екатеринбурге, Новороссийске, Тюмени, Краснодаре, Владивостоке, Калининграде. Кроме отечественных городов в исследование были включены семь стран Европы. Цель данной работы состоит в анализе ключевых элементов указанной сферы деятельности и максимально объективной оценке креативности.

Индекс креативного капитала определен совместным проектом фонда PwC и Calvert 22 в России – бенчмаркинга девяти креативных столиц, это позволило проанализировать не только российский, но и международный контекст инновационного креативного сектора и провести сравнительные характеристики данного направления развития [Индекс креативного капитала ...]. Любой мегаполис развивается по своим особенным законам, имеет сложную многоуровневую

систему управления, определяя ритм развития и жизни его граждан. Население мегаполисов не мыслит своего пребывания без творческих инициатив, креатива и диверсифицированной сферы услуг. Следует отметить, что любой город имеет сложную систему, в которой должны эффективно взаимодействовать и развиваться общество, бизнес и власть. Отражен Индекс креативного капитала по девяти городам России в баллах (см. табл. 3 и рис. 3).

Показатели, использованные в определении индекса креативного капитала, разделены на объективные и субъективные и построены на данных Росстата отдельных министерств, регионов и муниципальных органов власти. Структура Индекса креативного капитала отражает ключевые элементы системы городов, что позволило сделать оценку их креативности максимально объективной.

Особенности развития региональной креативной сферы становятся важным фактором, стратегическое планирование создает инструменты для поддержки долгосрочного финансирования. Проведенный анализ развития креативной сферы регионального развития требует эффективных механизмов и инструментов высокого уровня согласованности интересов бизнеса, власти и общества.

Заключение

Современное социально-ориентированное государственное управление процессами в состоянии разработать программу развития региональной креативной сферы. Естественно, что программа самостоятельно не в состоянии решить вопро-

Креативный капитал городов России, в баллах

Блок	Москва	Санкт-Петербург	Казань	Екатеринбург	Новорос-сийск	Тюмень	Краснодар	Владивосток	Калининград
ГОРОД (×0.311)									
Экономическое положение	77,54	71,10	65,50	66,41	63,70	67,84	63,83	55,63	55,18
Культурная жизнь	60,58	68,36	49,91	55,63	47,02	41,79	50,44	49,87	58,24
Городское окружение	68,18	65,52	55,17	61,02	49,05	56,15	64,66	60,05	57,70
Образовательная среда	45,81	45,88	54,10	48,50	45,04	54,68	41,06	51,48	52,04
ЛЮДИ (×0.248)									
Образованность	77,66	74,50	82,94	54,12	70,28	31,67	38,37	38,08	24,84
Активность	71,54	61,62	53,12	56,25	49,72	53,77	52,79	44,56	48,13
Креативность	50,76	79,03	46,58	49,81	41,16	44,81	53,61	46,89	36,97
Открытость	55,98	48,59	44,25	44,18	38,39	44,12	47,45	57,40	43,74
БИЗНЕС (×0.142)									
Креативные ресурсы	71,88	68,89	54,72	71,24	53,36	42,65	52,76	54,20	38,45
Масштаб креативной экономики	88,15	74,46	54,11	60,86	57,79	51,44	59,01	51,21	64,60
ВЛАСТЬ (×0.194)									
Открытость власти	56,47	61,85	32,61	64,05	57,46	71,67	36,59	33,04	41,27
Поддержка бизнеса	72,04	77,62	66,65	41,46	52,43	68,35	29,01	54,62	39,36
Поддержка бюджетных сфер	57,25	60,22	43,53	23,40	57,46	40,20	55,15	17,76	41,05
БРЕНДЫ (×0.104)									
Медиапредставленность города	68,68	65,67	87,15	80,42	48,05	73,73	62,79	73,77	68,52
Уровень брендов	87,55	82,10	65,35	66,35	58,05	45,40	49,75	48,00	47,05
Имиджевая привлекательность города	83,13	77,78	67,40	64,25	57,53	50,55	52,73	48,35	49,13

Примечание. Составлено по: [Индекс креативного капитала ...].

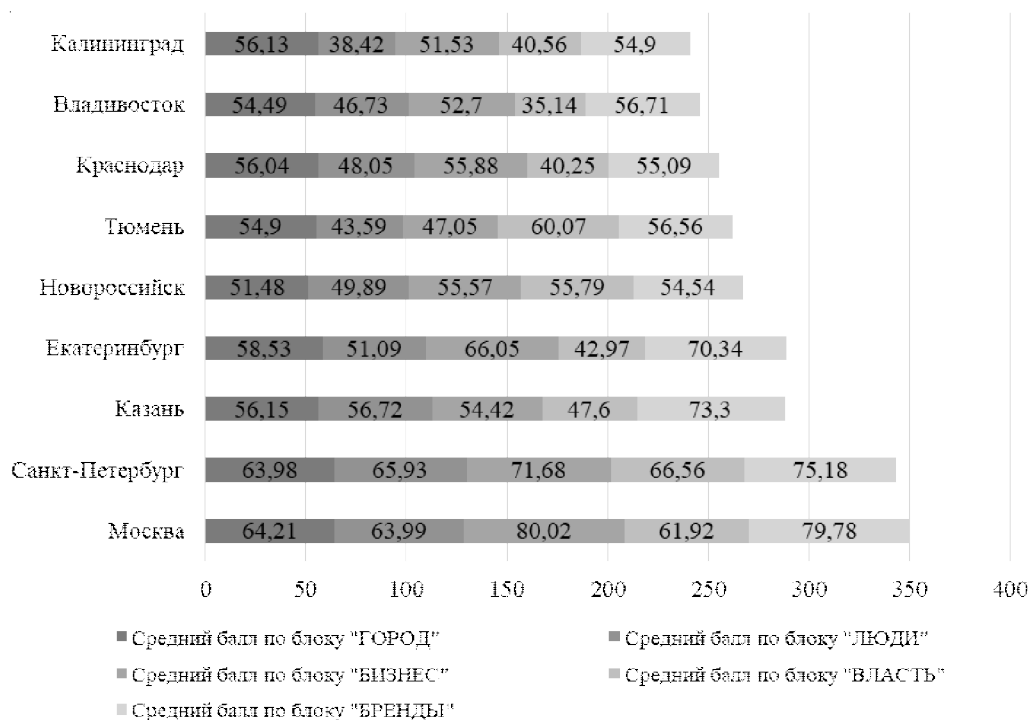


Рис. 3. Средний балл креативного капитала городов России

Примечание. Составлено по: [Индекс креативного капитала ...].

сы креативного развития, но она способна запустить механизм нормативно-правовой поддержки для решения важных задач. Создание цифровой инфраструктуры позволит организовать коммуникационные площадки для развития креативной региональной сферы. Организация горизонтального взаимодействия творческих креативных людей создаст сетевые региональные профессиональные сообщества, что позволит в процессе стратегирования работать с сообществами идейных креативных специалистов с опытом, собственным видением и готовых к взаимодействию.

Применение стратегического планирования поспособствует систематизации процесса функционирования и развития региональной креативной экономики через государственную систему поддержки. В данном исследовании развития региональной креативной сферы сформированы подходы и определены особенности наступательного характера; выделены структурные процессы, имеющие ключевые значения; сформированы основные показатели эффективности по реализации креативных проектов; скорректирована система показателей для определения развития региональной креативной сферы, данные показатели могут использоваться при разработке региональных и муниципальных программ по развитию креативной сферы.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- Абанкина Т. В., 2017. Управленческие практики капитализации культурного наследия в креативной экономике // Вопросы государственного и муниципального управления. № 3. С. 181–206.
- Борщ Л. М., Жарова А. Р., 2020. Трансформационные процессы в контексте инновационного развития // Креативная экономика. Т. 14, № 5. С. 633–654.
- Герасимова С. В., Борщ Л. М., 2019. Оценка инвестиционных ресурсов региона в стратегическом контексте // Региональная экономика. Юг России. Т. 7, № 1. С. 112–123. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2019.1.10>.
- Данильченко А. В., Бертош Е. В., Док Хи О., 2017. Креативная экономика как высшая форма развития постиндустриального общества // Экономическая наука сегодня. Вып. 6. С. 16–25.
- Индекс креативного капитала – совместный проект PwC и Calvert 22. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/creative-capital-index.html> (дата обращения: 09.11.2020).
- Креативный локомотив. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/10/21/814145-kreativni-lokomotiv> (дата обращения: 25.11.2020).
- Лавриненко А. С., 2015. Актуальные вопросы государственного регулирования творческих индустрий // Вопросы государственного и муниципального управления. № 4. С. 135–159.
- Локалов А. А., 2013. Инновационная экономика и новая экономика: соотношение процессов и понятий // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. № 1. С. 128–131.
- Лэндри Ч., 2011. Креативный город. М.: Классика-XXI. 399 с.
- Малыгина И. В., 2018. Концепция экономической детерминированности посткультуры общества потребления // Контуры будущего в контексте мирового культурного развития: XVIII Междунар. Лихачевские науч. чтения (г. Санкт-Петербург, 17–19 мая 2018 г.). СПб.: Санкт-Петербургский университет профсоюзов. С. 323–324.
- Митрофанова И. В., Селютин В. В., Иванов Н. П., 2019. «Белые пятна» стратегии пространственного развития России: обсуждение проекта // Региональная экономика. Юг России. Т. 7, № 1. С. 42–55. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2019.1.4>.
- Новичков Н. В., 2012. Европейский город Пермь (Пермский культурный проект) // Современная Европа. № 3 (51). С. 55–64.
- Образование и креативная индустрия в зеркале международных и отечественных практик // Бюллетень о сфере образования. URL: <https://ac.gov.ru/archive/files/publication/a/14651.pdf> (дата обращения: 08.11.2020).
- Первый Российско-британский форум по креативной экономике, 2011. URL: <https://design-thinker.livejournal.com/95560.html> (дата обращения: 08.11.2020).
- Почему в российское законодательство необходимо ввести понятие креативного предпринимательства? URL: <https://rg.ru/2020/09/13/pochemu-v-rossijskoe-zakonodatelstvo-neobhodimo-vvesti-poniatiye-kreativnogo-predprinimatelstva.html> (дата обращения: 10.11.2020).
- Распоряжение Правительства РФ от 17.01.2019 № 20-р (редакция от 23.11.2020) «Об утверждении плана “Трансформация делового климата” и признании утратившими силу актов Правительства РФ». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_316129 (дата обращения: 10.11.2020).
- Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России по итогам 2018 года. URL: https://www.ranational.ru/sites/default/files/analytic_article/IPR-6-06112018.pdf (дата обращения: 09.11.2020).
- Совершенствование корпоративного законодательства. Развитие институтов корпоративного управления // Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d22/razvitie_institutov_korporativnogo_upravleniya/sovershenstvovanie_korporativnogo_zakonodatelstva/ (дата обращения: 10.11.2020).
- Социально-экономическое положение Южного федерального округа в январе – декабре 2018 года

// Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ростовской области. URL: https://www.rostov.gks.ru/storage/mediabank/short_2018_4.pdf (дата обращения: 08.11.2020).

- Флорида Р., 2015. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М. : Манн, Иванов и Фербер. 384 с.
- Broadband and the Creative Industries in Rural Scotland, 2017 / L. Townsend [et al.] // *Journal of Rural Studies*. Vol. 54. P. 451–458.
- Foord Jo., 2008. Strategies for Creative Industries: An International Review // *Creative Industries Journal*. Vol. 1, № 2. P. 91–113.
- Howkins J., 2001. *The Creative Economy*. N. Y. : The Penguin Press. 116 p.
- Newbiggin J., 2010. *The Creative Economy: An Introductory Guide*. L. : The British Council. 86 p.
- Statistics of UNCTAD. URL: <https://unctad.org/statistics> (date of access: 09.11.2020).

REFERENCES

- Abankina T.V., 2017. Upravlenneskie praktiki kapitalizacii kulturnogo naslediya v kreativnoj ekonomike [Management Practices for Capitalizing Cultural Heritage in the Creative Economy]. *Voprosy gosudarstvennogo i municipalnogo upravleniya* [Public Administration Issues], no. 3, pp. 181-206.
- Borsh L.M., Zharova A.R., 2020. Transformacionnye processy v kontekste innovacionnogo razvitiya [Transformational Processes in the Context of Innovative Development]. *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economy], vol. 14, no. 5, pp. 633-654.
- Gerasimova S.V., Borsh L.M., 2019. Ocenka investicionnyh resursov regiona v strategicheskom kontekste [Assessment of Investment Resources of the Region in the Strategic Context]. *Regionalnaya ekonomika. Yug Rossii* [Regional Economy. South of Russia], vol. 7, no. 1, pp. 112-123. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2019.1.10>.
- Danilchenko A.V., Bertosh E.V., Dok Hi O., 2017. Kreativnaya ekonomika kak vysshaya forma razvitiya postindustrialnogo obshestva [Creative Economy as the Highest Form of Development of Postindustrial Society]. *Ekonomicheskaya nauka segodnya* [Economics Today], iss. 6, pp. 16-25.
- Indeks kreativnogo kapitala – sovmestnyj proekt PwC i Calvert 22* [Creative Capital Index, a Joint Project of PwC and Calvert 22]. URL: <https://www.pwc.ru/publications/creative-capital-index.html> (accessed 9 November 2020).
- Kreativnyj lokomotiv* [Creative Locomotive]. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/10/21/814145-kreativn-i-lokomotiv> (accessed 25 November 2020).
- Lavrinenko A.S., 2015. Aktualnye voprosy gosudarstvennogo regulirovaniya tvorcheskih industrij [Topical Issues of State Regulation of Creative Industries]. *Voprosy gosudarstvennogo i municipalnogo upravleniya* [Public Administration Issues], no. 4, pp. 135-159.
- Lokalov A.A., 2013. Innovacionnaya ekonomika i novaya ekonomika: sootnoshenie processov i ponyatij [Innovative Economy and New Economy: Correlation of Processes and Concepts]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo socialno-ekonomicheskogo universiteta* [Vestnik of Saratov State Socio-Economic University], no. 1, pp. 128-131.
- Lendri Ch., 2011. *Kreativnyj gorod* [Creativity City]. Moscow, Klassika-XXI Publ. 399 p.
- Malygina I.V., 2018. Konceptiya ekonomicheskoy determinirovannosti postkultury obshestva potrebleniya [The Concept of Economic Determinism of the Post-Culture of the Consumer Society]. *Kontury budushchego v kontekste mirovogo kulturnogo razvitiya: XVIII Mezhdunar. Likhachevskie nauch. chteniya (g. Sankt-Peterburg, 17–19 maya 2018 g.)* [The Contours of the Future in the Context of World Cultural Development. XVIII International Likhachev Scientific Readings (Saint Petersburg, May 17–19, 2018)]. Saint Petersburg, Sankt-Peterburgskiy universitet profsoyuzov, pp. 323-324.
- Mitrofanova I.V., Selyutin V.V., Ivanov N.P., 2019. «Belye pyatna» strategii prostranstvennogo razvitiya Rossii: obsuzhdenie proekta [“Blind Spots” of the Strategy of Spatial Development of Russia: Discussion of the Draft Strategy]. *Regionalnaya ekonomika. Yug Rossii* [Regional Economy. South of Russia], vol. 7, no. 1, pp. 42-55. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2019.1.4>.
- Novichkov N.V., 2012. Evropejskij gorod Perm (Permskij kulturnyj proekt) [European City Perm (Perm Cultural Project)]. *Sovremennaya Evropa* [Modern Europe], no. 3 (51), pp. 55-64.
- Obrazovanie i kreativnaya industriya v zerkale mezhdunarodnyh i otechestvennyh praktik [Education and Creative Industry in the Mirror of International and Domestic Practices]. *Byulleten o sfere obrazovaniya* [Education Bulletin]. URL: <https://ac.gov.ru/archive/files/publication/a/14651.pdf> (accessed 8 November 2020).
- Pervyy Rossiysko-britanskij forum po kreativnoj ekonomike*, 2011 [First Russian-British Forum on the Creative Economy]. URL: <https://design-thinker.livejournal.com/95560.html> (accessed 8 November 2020)
- Pochemu v rossijskoe zakonodatelstvo neobhodimo vvesti ponyatie kreativnogo predprinimatelstva?* [Why Is It Necessary to Introduce the Concept of Creative Entrepreneurship into Russian Legislation?]. URL: <https://rq/2020/09/13/pochemu-v-rossijskoe-zakonodatelstvo-neobhodimo-vvesti-ponyatie-kreativnoqo-predprinimatelstva.html> (accessed 10 November 2020).
- Rasporyazheniye Pravitel'stva RF ot 17.01.2019 № 20-r (redaktsiya ot 23.11.2020) «Ob utverzhdenii plana “Transformatsiya delovogo klimata” i priznanii*

- ustrativshimi silu aktov Pravitel'stva RF»* [Order of the Government of the Russian Federation of January 17, 2019 No. 20-r (as amended on November 23, 2020) "On the Approval of the Plan "Transformation of the Business Climate" and Invalidation of the Acts of the Government of the Russian Federation"]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_316129/ (accessed 10 November 2020).
- Rejting investicionnoj privlekatelnosti regionov Rossii po itogam 2018 goda* [Rating of Investment Attractiveness of Russian Regions at the End of 2018]. URL: http://www.ra-national.ru/sites/default/files/analitic_article/IPR-6-06112018.pdf (accessed 9 November 2020).
- Sovershenstvovaniye korporativnogo zakonodatel'stva. Razvitiye institutov korporativnogo upravleniya [Improving Corporate Legislation. Development of Corporate Governance Institutions]. *Ministerstvo ekonomicheskogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii* [Ministry of Economic Development of the Russian Federation]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d22/razvitie_institutov_korporativnogo_upravleniya/sovershenstvovanie_korporativnogo_zakonodatelstva/ (accessed 10 November 2020).
- Socialno-ekonomicheskoe polozhenie Yuzhnogo federalnogo okruga v yanvare – dekabre 2018 goda [Socio-Economic Situation of the Southern Federal District in January-December 2018]. *Territorialnyy organ Federalnoy sluzhby gosudarstvennoy statistiki po Rostovskoy oblasti* [Territorial Sector of the Federal State Statistics Service for Rostov Region]. URL: https://rostov.gks.ru/storage/mediabank/short_2018_4.pdf (accessed 8 November 2020).
- Florida R., 2015. *Kreativnyy klass: lyudi, kotorye menyayut budushee* [Creative Class: People Who Change the Future]. Moscow, Mann, Ivanov and Ferber Publ. 384 p.
- Townsend L., Wallace C., Fairhurst G., Anderson A., 2017. Broadband and the Creative Industries in Rural Scotland. *Journal of Rural Studies*, vol. 54, pp. 451-458.
- Food Jo., 2008. Strategies for Creative Industries: An International Review. *Creative Industries Journal*, vol. 1, no. 2, pp. 91-113.
- Howkins J., 2001. *The Creative Economy*. New York, The Penguin Press. 116 p.
- Newbigin J., 2010. *The Creative Economy: An Introductory Guide*. London, The British Council. 86 p.
- Statistics of UNCTAD*. URL: <https://unctad.org/statistics> (accessed 9 November 2020).

Information About the Authors

Mir Abdul Kayum Jallal, Doctor of Sciences (Economics), Professor, Head of the Department of Finance and Credit, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Prosp. Akademika Vernadskogo, 4, 295007 Simferopol, Russian Federation, akjallal@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6411-2672>

Diana D. Burkaltseva, Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, Professor, Department of Finance and Credit, Department of Advertising, Public Relations and Publishing, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Prosp. Akademika Vernadskogo, 4, 295007 Simferopol, Russian Federation, di_a@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9441-7696>

Amina R. Zharova, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Finance and Credit, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Prosp. Akademika Vernadskogo, 4, 295007 Simferopol, Russian Federation, zharova4@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0936-7883>

Информация об авторах

Мир Абдул Каюм Джалал, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой финансов и кредита, Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, просп. Академика Вернадского, 4, 295007 г. Симферополь, Российская Федерация, akjallal@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6411-2672>

Диана Дмитриевна Буркальцева, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры финансов и кредита, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и издательского дела, Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, просп. Академика Вернадского, 4, 295007 г. Симферополь, Российская Федерация, di_a@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9441-7696>

Амина Римасовна Жарова, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита, Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, просп. Академика Вернадского, 4, 295007 г. Симферополь, Российская Федерация, zharova4@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0936-7883>