



DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2023.4.17>

UDC 332.14  
LBC 65.054

Submitted: 05.08.2023  
Accepted: 09.09.2023

## CREATIVE INDUSTRIES IN MUNICIPAL AND REGIONAL STRATEGIES IN IVANOV REGION AND KRASNODAR KRAI<sup>1</sup>

**Karina Yu. Golovina**

North-Western Institute of Management of the Presidential Academy of National Economy  
and Public Administration, Saint Petersburg, Russian Federation

**Boris S. Zhikharevich**

Leontief Centre, Saint Petersburg, Russian Federation;  
Institute of Regional Economic Studies of the Russian Academy of Sciences, Saint Petersburg, Russian Federation

**Abstract.** A methodology has been developed for the assessment of creative industries (CI) in municipal and regional strategies. It was tested on two regional strategies (Ivanovo Region and Krasnodar Krai) and ten municipal strategies (Krasnodar, Anapa, Gelendzhik, Novorossiysk, Tuapse and Ivanovo, Vichuga, Palekh, Privolzhsk and Shuya). The methodology provides for scoring the strategy text according to five characteristics: mention of the term CI; mention of CI-related activities; level of elaboration of the creative industries; attention to the activities included in creative industries; and presence of creative industries' targets. The strategies of Krasnodar Krai and its municipalities, especially Anapa, Tuapse and Krasnodar, received high scores. In the Ivanovo region, only the strategies of Ivanovo and the region have good ratings. The rest of the municipal strategies did not score even half of the possible points. In addition, the assessments of the objective level of creative industry development and the presence of creative industries in the strategies were compared. Two factors influence the presence of creative industries in strategies: 1) the qualification of developers and their acquaintance with creative industries; and 2) the objective significance of creative industries for the development of the city or region. The coincidence of both factors in the case of Krasnodar Krai and its municipalities led to high ratings. Here, the strategies were developed with the participation of the highly professional team of the Consortium Leontief Center – AV Group. The municipalities of the Ivanovo region were significantly smaller in size and economic potential and therefore could not afford consultants, so the assessment of the level of development of creative industries preceded the evaluation of the role of creative industries in the strategies of Palekh and Shuya. Recommendations were given on improving the study of creative industries' role in the strategies of regions and their municipalities.

**Key words:** creative industries, cultural industries, creative economy, strategy, social and economic development, municipalities, constituent entities of the Russian Federation.

**Citation.** Golovina K. Yu., Zhikharevich B. S., 2023. Creative Industries in Municipal and Regional Strategies in Ivanovo Region and Krasnodar Krai. *Regionalnaya ekonomika. Yug Rossii* [Regional Economy. South of Russia], vol. 11, no. 4, pp. 190-200. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2023.4.17>

УДК 332.14  
ББК 65.054

Дата поступления статьи: 05.08.2023  
Дата принятия статьи: 09.09.2023

## КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ В МУНИЦИПАЛЬНЫХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЯХ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ И КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ<sup>1</sup>

**Карина Юрьевна Головина**

Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы,  
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

© Головина К.Ю., Жихаревич Б.С., 2023

## Борис Савельевич Жихаревич

Леонтьевский центр, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация;  
Институт проблем региональной экономики РАН, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

**Аннотация.** Разработана методика оценки уровня отражения темы креативных индустрий (КИ) в муниципальных и региональных стратегиях, апробированная на двух региональных (Ивановская область и Краснодарский край) и десяти муниципальных стратегиях (Краснодар, Анапа, Геленджик, Новороссийск, Туапсе и Иваново, Вичуга, Палех, Приволжск, Шуя). Методика предусматривает балльную оценку текста стратегии по пяти характеристикам: упоминание термина КИ; упоминание деятельности, относящихся к КИ; уровень проработки темы КИ; внимание к видам деятельности, включаемым в КИ; наличие целевых показателей по КИ. Высокие оценки получили стратегия Краснодарского края и его муниципальных образований, особенно Анапы, Туапсе и Краснодара. В Ивановской области неплохие оценки только у стратегий Иваново и области. Остальные муниципальные стратегии не набрали и половины возможных баллов. Дополнительно сопоставлены оценки объективного уровня развития КИ и уровня отражения темы КИ в стратегиях. На уровень отражения темы КИ в стратегиях влияют два фактора: 1) квалификация разработчиков, их знакомство с темой КИ; 2) объективная значимость КИ для развития города (региона). Совпадение обоих факторов в случае Краснодарского края и его МО привело к высоким оценкам. Здесь стратегии разрабатывались при участии высокопрофессиональной команды Консорциума Леонтьевский центр – AV Group. МО Ивановской области, существенно меньшие по размеру и экономическому потенциалу, не могли себе позволить привлечение консультантов, поэтому оценка уровня развития КИ опережает оценку отражения темы в КИ в стратегиях Палеха и Шуи. Даны рекомендации по направлениям усиления проработки темы КИ в стратегиях.

**Ключевые слова:** креативные индустрии, творческие индустрии, креативная экономика, стратегия, социально-экономическое развитие, муниципальные образования, субъекты РФ.

**Цитирование.** Головина К. Ю., Жихаревич Б. С., 2023. Креативные индустрии в муниципальных и региональных стратегиях Ивановской области и Краснодарского края // Региональная экономика. Юг России. Т. 11, № 4. С. 190–200. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2023.4.17>

### Актуальность темы и обзор литературы

Увеличение роли технологий в жизни общества вызвало к жизни новый экономический сектор – сектор креативных индустрий, для которого характерно единение интеллектуальной, творческой и инновационной деятельности для решения прикладных задач.

Осмысление этого явления, приведшее к возникновению соответствующих терминов, началось в конце 1990-х годов. В 1994 г. был опубликован доклад «Креативная нация: культурная политика Австралийского союза». В 1998 г. Департамент культуры, медиа и спорта Великобритании в своем докладе впервые не только использует термин «креативные индустрии», но также дает его определение и выделяет 13 секторов профессиональной деятельности, относящихся к креативной индустрии. В первой половине 2000-х гг. появляются книги «Креативная экономика» Джона Хокинса [Хокинс, 2011], «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» Ричарда Флориды [Флорида, 2005], «Креативный город» Чарльза Лэндри [Лэндри, 2011].

В России творческие индустрии впервые упоминаются в 2014 г. в Основах государственной культурной политики [Указ Президента РФ № 808, 2014]. В 2019 г. в Стратегии простран-

ственного развития Российской Федерации на период до 2025 г. появляется дополнение в скобках – «творческие (креативные) индустрии» [Распоряжение Правительства РФ № 207-р, 2022]. В сентябре 2021 г. принимается «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» (далее – Концепция) [Распоряжение Правительства РФ № 2613-р, 2021].

Креативные индустрии (далее – КИ) стали активно изучаться и пропагандироваться в российских научных исследованиях, которые активно ведутся, в частности, в НИУ ВШЭ, где работает Институт развития креативных индустрий. Появляются тематические справочники [Творческие (креативные) индустрии, 2022], обзоры и рейтинги развития КИ в субъектах Федерации и их административных центрах [Быков и др., 2020; Внерейтинговый показатель ... , 2022; Индекс креативного потенциала ... , 2022; Креативные специализации ... , 2022].

Наше исследование направлено на выяснение того, как понимание значимости КИ и сам термин проникали в содержание стратегий социально-экономического развития субъектов Федерации и муниципальных образований России.

Подобную работу проделал недавно ЦСР применительно к регионам Сибирского федерального округа [Стратегия развития ... , 2023], выяснив, что прямых упоминаний КИ нет в стратегиях Омской и Иркутской областей, как и в стратегиях республик Тыва, Хакасия и Алтай. В трех региональных стратегиях округа КИ упоминаются, в стратегии Томской области присутствуют отдельные разделы по этой теме, а в Новосибирской области есть Концепция развития креативных индустрий.

Изучение региональных и муниципальных стратегий на предмет отражения в них той или иной темы стало популярным направлением исследований. Так, тему устойчивого развития в стратегиях регионов изучали И. Коршунов [Коршунов, 2023], Р. Фесенко [Фесенко, 2020], И. Селютин [Селютин, 2022]. Методика квантифицированной фиксации итогов изучения текстов отрабатывалась применительно к агломерационным [Гресь, Жихаревич, Прибышин, 2022а] и арктическим сюжетам [Гресь, Жихаревич, Прибышин, 2022б].

Изучение вариантов планирования развития и способов поддержки КИ – актуальная научная задача, имеющая практическое значение для выполнения поставленных в Концепции целей увеличить к 2030 г. долю КИ в российской экономике с 2,2 до 6 %, а долю граждан, занятых в творческих профессиях, – с 4,6 до 15 %.

Цель статьи – в рамках пилотного сопоставительного исследования оценить качество отражения темы КИ в муниципальных и региональных стратегиях и апробировать соответствующую методику.

С учетом доступности информации для проведения пилотного исследования были выбраны документы стратегического планирования двух субъектов Федерации (СФ) и 10 муниципальных образований (МО): Ивановская область (Иваново, Вичуга, Палех, Приволжск, Шуя) и Краснодарский край (Краснодар, Анапа, Геленджик, Новороссийск, Туапсе).

Во всех выбранных МО существуют действующие стратегии, опубликованные на официальных порталах и находящиеся в открытом доступе, за исключением Палеха и Приволжска. Их стратегии социально-экономического развития были приняты в 2015 г. и действовали до 2020 года. Новых стратегий не обнаружено, поэтому в исследовании учитываются старые стратегии. Включение данных городов в выборку основывается на развитости в них творческих видов

деятельности. Палех – город художников, а Приволжск – ювелирный центр.

Распределение изучаемых документов по времени разработки (обновления) следующее: 2015 г. – Палех, Приволжск; 2019 г. – Краснодарский край, Анапа, Туапсе; 2020 г. – Краснодар, Геленджик; 2021 г. – Иваново, Вичуга, Новороссийск; 2022 г. – Ивановская область; 2023 г. – Шуя.

### Методика оценки уровня отражения темы КИ в текстах стратегий

Первым шагом при разработке методики стала фиксация содержания понятия КИ. Для целей настоящего исследования использовано определение, установленное в Концепции: «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».

К КИ, согласно Концепции, относятся четыре группы видов деятельности (будем их называть «видами деятельности, входящими в КИ»):

1) индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия (народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность);

2) индустрии, основанные на искусстве (театр, музыка, кино, анимация, живопись, деятельность галерей и др.);

3) современные медиа и производство цифрового контента (кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блогерство, печатная индустрия, средства массовой информации, реклама и пр.);

4) прикладные творческие (креативные) индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, гастрономическая индустрия и т. п.)».

Кроме того, в Концепции перечислены виды деятельности, связанные с КИ, являющиеся важными для развития КИ и нуждающиеся в государственной поддержке. Среди них: творческое предпринимательство, создание кластеров, раз-

витие творческих образовательных центров и пространств, качество жизни общества, благоустройство территории и формирование общественных пространств, развитие туризма (событийного), проведение мероприятий (фестивали, концерты, мастер-классы, выставки). В связи с этим мы вводим термин «*виды деятельности, тесно связанные с КИ*» (табл. 1).

Методика оценки уровня отражения степени КИ в тексте стратегии разработана на основе подхода, рассмотренного в статье «Агломераци-

онные сюжеты в стратегиях муниципальных образований Ленинградской области» [Гресь, Жихаревич, Прибышин, 2022].

Методика включает оценку текста стратегий по пяти характеристикам:

- 1) упоминание терминов «креативные индустрии» или «творческие индустрии» (табл. 2);
- 2) упоминание видов деятельности, входящих в КИ;
- 3) уровень проработки темы КИ (включая виды деятельности, входящие в КИ (табл. 3);

Таблица 1

### Слова-маркеры присутствия темы КИ в стратегии

Область деятельности	Слова-маркеры
	Виды деятельности, входящие в КИ
Индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия	Народно-художественные промыслы; историко-культурное наследие; музейная деятельность; ремесла
Индустрии, основанные на искусстве	Театр; музыка; кино; анимация; кинотеатр; живопись; деятельность галерей
Современные медиа и производство цифрового контента	Кино-, видео-, аудио-, анимационное производство; блоггерство; печатная индустрия; средства массовой информации; реклама; концерты; обработка данных; применение программного обеспечения; виртуальная и дополненная реальность; компьютерные и видеоигры
Прикладные творческие (креативные) индустрии	Архитектура; промышленный дизайн; индустрия моды; гастрономическая индустрия
Проекты в сфере КИ	Креативные кластеры; киношколы
	Виды деятельности, тесно связанные с КИ
Туризм	Туристические агентства, туроператоры
Выставочная деятельность	Конференции, выставки
Спорт и отдых	Спорт, виды спорта, соревнования. Отдых, развлечения, рекреация

Примечание. Таблицы 1–9 составлены авторами.

Таблица 2

### Критерии оценки по характеристике 1 «Упоминание термина КИ»

Балл	Критерий
4	Термины «креативные индустрии», «творческие индустрии» упоминаются регулярно в разных разделах документа
3	Термины «креативные индустрии», «творческие индустрии» упоминаются два и более раз не менее чем в двух разделах
2	Термины «креативные индустрии», «творческие индустрии» упоминаются два и более раз в пределах одного раздела или параграфа
1	Термины «креативные индустрии», «творческие индустрии» упоминаются один раз во всем документе
0	Термины «креативные индустрии», «творческие индустрии» не встречаются в тексте документа

Таблица 3

### Критерии оценки по характеристике 3 «Уровень проработки темы КИ, включая виды деятельности, входящие в КИ»

Балл	Критерий
5	Тема КИ глубоко проявлена, прописывается в целях, задачах, сценариях, упомянута в SWOT-анализе, имеются соответствующие проекты, теме посвящен отдельный подраздел
4	Тема КИ часто упоминается, но отсутствует в таких разделах, как SWOT-анализ, сценарии, цели и задачи
3	Тема КИ представлена в основных разделах (SWOT-анализ, цели и задачи, проекты), но фрагментарно
2	Тема КИ фрагментарно представлена не более, чем в двух разделах стратегии
1	Тема КИ упоминается один раз
0	Тема КИ не встречается в тексте

4) внимание к видам деятельности, тесно связанным с КИ, и к возможностям КИ для развития других отраслей и проектов (табл. 4);

5) наличие целевых показателей по КИ (табл. 5).

По каждой характеристике выставляется балльная оценка в соответствии с установленными критериями. Количество баллов определено в соответствии с уровнем отражения темы в документах: чем шире (а также глубже и качественней) проработана тема, тем выше балл.

В характеристиках 2 и 3 речь идет о тех четырех группах деятельности, которые входят в КИ. Характеристика 4 позволяет учесть внимание к видам деятельности, тесно связанным с КИ, и к возможностям использования КИ для развития других отраслей.

Общий балл определяется суммированием баллов по всем характеристикам и может принимать значения от 0 до 15.

Для оценки по характеристике 2 «Упоминание деятельности, входящих в КИ» используется бинарная шкала: если встречается хотя бы одно из слов-маркеров, проставляется один балл, в противном случае – ноль баллов. На суммарную оценку эта характеристика, как видно, влияет мало.

#### Оценка уровня отражения темы КИ в текстах

По описанной выше методике была проведена оценка уровня отражения КИ в текстах стратегий социально-экономического развития (табл. 6).

Таблица 4

#### Критерии оценки по характеристике 4 «Внимание к видам деятельности, тесно связанным с КИ, и к возможностям КИ для развития других отраслей и проектов»

Балл	Критерий
2	Большое внимание: виды деятельности, тесно связанные с КИ, отражаются в разных разделах текста стратегии (анализ, цели и задачи, проекты, результаты, индикаторы)
1	Косвенное и ограниченное внимание: виды деятельности, тесно связанные с КИ, упоминаются не сами по себе, а как участники развития других отраслей и проектов
0	Нет признаков внимания к видам деятельности, тесно связанным с КИ

Таблица 5

#### Критерии оценки по характеристике 5 «Наличие целевых показателей по КИ»

Балл	Критерий
3	В тексте имеется отдельная таблица (или раздел сводной таблицы) с целевыми показателями исключительно по КИ. Или в числе ключевых показателей имеются показатели для видов деятельности, входящих в КИ или тесно связанных с КИ
2	При описании целей и задач используются целевые показатели для видов деятельности, входящих в КИ или тесно связанных с КИ
1	Количественный показатель отсутствует, но при описании ожидаемых результатов реализации стратегии упоминаются виды деятельности, входящие в КИ или тесно связанные с КИ
0	Отсутствуют соответствующие показатели и целевые значения

Таблица 6

#### Балльная оценка уровня отражения темы КИ в тексте стратегии социально-экономического развития

Стратегия	№ характеристики					Итоговый балл (макс. 15)
	1	2	3	4	5	
<i>Ивановская область</i>	3	1	3	2	2	11
Шуя	1	1	1	2	0	5
Иваново	3	1	5	2	0	12
Палех	0	1	2	1	0	4
Приволжск	0	1	3	2	0	6
Вичуга	0	1	1	0	0	2
<i>Краснодарский край</i>	4	1	5	2	2	14
Краснодар	4	1	5	1	3	14
Новороссийск	2	1	3	1	0	7
Геленджик	4	1	5	1	1	12
Анапа	4	1	5	2	3	15
Туапсе	4	1	4	2	3	14

В таблице 7 представлены комментарии к оценке.

Можно отметить высокую степень соответствия оценок стратегии Краснодарского края и стратегий МО. Это обусловлено тем, что стратегии разрабатывались примерно в один период вре-

мени, причем стратегия края – раньше стратегий МО. Максимально возможную оценку получил г. Анапа (15 баллов), притом что стратегия края оценена в 14 баллов. Также 14 баллов набрали города Туапсе и Краснодар. Город Геленджик набрал 12 баллов, а г. Новороссийск – 7. Такие вы-

Таблица 7

**Комментарии к оценке уровня отражения темы КИ в текстах стратегий**

Стратегия	Комментарии к оценке	Итоговый балл (макс. 15)
<b>Ивановская область</b>	Развитие КИ выделено в отдельное приоритетное направление в рамках стратегической цели. Особое внимание уделяется развитию брендов Ивановской области (в разных городах). Уделено внимание таким направлениям, как: туризм, фестивали, научно-образовательные центры, инновационные центры, кластеры, мода и дизайн, НХП, предпринимательство, инвестиции. Показателей отдельных нет, но внимание развитию деятельности, входящих в КИ, уделено, и их показатели учитываются в ожидаемых результатах	<b>11</b>
Вичуга	Уделяется внимание развитию малого и среднего предпринимательства, но речь не идет о творческом предпринимательстве	<b>2</b>
Иваново	КИ вынесены отдельным направлением. Во многие сферы планируется привлечение КИ. Например, в транспорт. Отсутствуют целевые показатели с конкретной формулировкой про КИ	<b>12</b>
Палех	Индикаторы по КИ отсутствуют. Термин не используется. Упомянуты другие сферы деятельности, и в качестве задач предусматривается их развитие. Однако этому уделено мало внимания в сравнении с другими стратегиями в исследовании	<b>4</b>
Приволжск	Сам термин не встречается. Отдельные главы посвящены развитию разных видов деятельности, тесно или косвенно связанных с КИ (ювелирное дело, предпринимательство, туризм, направления образования, текстиль). Есть упоминание ожидаемых результатов, связанных с разными сферами (качество жизни, уровень услуг, доступ к творческим видам деятельности). Предусмотрен центральный проект: Российский научно-технической форум творческой молодежи в г. Плесе	<b>6</b>
Шуя	Развитие КИ не вынесено как отдельная стратегическая цель или направление. Однако в рамках развития туризма и сферы культуры происходит реализация проектов, в которых могут быть задействованы КИ (выставки, фестивали, мастер-классы)	<b>5</b>
<b>Краснодарский край</b>	Тема развития КИ вынесена в стратегическое видение региона. Приоритет отдается созданию среды для развития КИ (кластеры и т. д.). Есть флагманский проект	<b>14</b>
Краснодар	В стратегии проведен глубокий анализ на наличие «почвы» (возможностей, потенциала) для развития КИ. Акцент делается на обеспечении условий развития: здания, заведения, места, мероприятия. КИ представлены как драйвер развития экономики. Предполагается создание кластера КИ. Внимание к видам деятельности, входящим в КИ, присутствует в направлении развития событийного туризма и брендов города	<b>14</b>
Анапа	КИ проработаны в рамках развития социальной среды. КИ обозначены в SWOT-анализе. КИ используются для развития туризма (разнообразные направления), малого, среднего и социального предпринимательства	<b>15</b>
Геленджик	Большое внимание уделяется развитию города как курортного центра круглый год: жить, работать и отдыхать. Образование, спорт, творчество – центральное видение развития города. В рамках этого предусматривается развитие КИ, в основном в части культуры; менее задействованы иные виды деятельности	<b>12</b>
Новороссийск	Термин используется довольно широко, в рамках реализации двух флагманских проектов, предполагающих комплексное развитие МО. В пределах других направлений стратегии отражены задачи или цели, предполагающие привлечение КИ для реализации. Например, по туризму, развитию общества. КИ упоминаются в стратегической цели	<b>7</b>
Туапсе	Развитие представляется через такие направления, как: медицина (здоровье и спорт); умная экономика; предпринимательство; развитие талантов; туризм. Термин упоминается в разделах флагманских проектов: образование, здоровье, культура, спорт. Тема творчества раскрывается в разделе, посвященном развитию человеческого капитала. Ключевые показатели обозначены по развитию событийных мероприятий и зданий (площадок, мест для творчества)	<b>14</b>

сокие показатели достигнуты во многом благодаря ставке городов на развитие туризма, фестивалей, креативных и социальных кластеров. Общей целью является создание площадок, конкретных мест в городе для осуществления деятельности КИ.

В Ивановской области максимальный балл был присвоен МО Иваново (12), в то время как стратегия субъекта набрала 11 баллов. Другие МО Ивановской области не набрали и половины из возможных баллов: Приволжск – 6, Шуя – 5, Палех – 4, Вичуга – 2. При этом ряд мероприятий и инициатив, присутствующих в стратегии региона, отражаются и в стратегиях МО. Стратегии МО в части тематики КИ более индивидуализированы, чем стратегии МО Краснодарского края, где унификация подходов оправдана схожестью курортно-морской специализации изученных городов.

### **Объективный уровень развития КИ и уровень отражения темы КИ в текстах стратегий**

В России на государственном уровне еще не закреплены показатели, которые могли бы отражать развитие сектора КИ. Экономические оценки затруднены тем, что у людей, осуществляющих данную профессиональную деятельность, отсутствует маркировка для учета отдельных статистических показателей. В научных кругах разрабатываются различные варианты классификаций, но нормативно они не закреплены.

Некоторое представление о сравнительном уровне развития КИ можно получить только для регионов и региональных столиц на основании публикуемых рейтингов. Так, Краснодарский край занимает 7-ю, а Ивановская область –

13-ю строчку в рейтинге по показателю креативного потенциала по итогам 2022 г. [Внерейтинговый показатель ... , 2022: 5]. Краснодар и Иваново были оценены в рамках исследования индекса креативного потенциала российских городов, где оценка велась по пяти группам показателей (бизнес, бренды, власть, город, люди). Краснодар по сумме баллов (216) опережает Иваново (191) в основном за счет показателей группы «бизнес», при этом Иваново опережает Краснодар по группе «власть» [Индекс креативного потенциала ... , 2022: 100, 102]. Это соответствует интуитивным представлениям: в Краснодаре в развитии КИ более активен бизнес, в том числе туристический, а в Иваново власть активнее в поддержке КИ.

Поскольку статистические данные не позволяют в полной мере дать оценку развития КИ, мы использовали собственную экспертную оценку уровня развитости сектора КИ на основании критериев, зафиксированных в таблице 8.

На основе составленной классификации дана оценка уровня развития КИ (см. табл. 9).

Можно отметить, что есть МО, где прослеживается совпадение уровня развития КИ и уровня отражения темы КИ в стратегии. Среди них города Иваново, Краснодар, Новороссийск, Приволжск, Анапа, Геленджик. Но наблюдается и ряд расхождений:

– г. Шуя – уровень отражения КИ в стратегии низкий (5 баллов), а уровень развития КИ средний;

– г. Палех – уровень отражения КИ в стратегии низкий (4 балла), а уровень развития КИ высокий за счет проводимых событий регионального уровня и исторической концентрации художников.

*Таблица 8*

### **Критерии оценки уровня развития КИ**

<b>Уровень</b>	<b>Описание</b>
Высокий	Много разноплановых культурных учреждений в достаточном количестве. Есть кластеры КИ или образовательные, социальные центры, общественные пространства. Проводится ряд событийных мероприятий (фестивали, концерты, кинофестивали, праздники, форумы...). Высокая численность компаний в сфере «культура и спорт»
Средний	Много разноплановых культурных учреждений в достаточном количестве относительно размера МО. Есть событийные мероприятия (фестивали, форумы, выставки федерального или регионального значения)
Ниже среднего	Достаточно или не хватает разноплановых культурных учреждений относительно размера МО. Есть событийные мероприятия (фестивали, форумы, выставки федерального или регионального значения)
Низкий	Не хватает разноплановых культурных учреждений в достаточном количестве относительно размера МО. Отсутствуют событийные мероприятия (фестивали, форумы, выставки федерального или регионального значения). Низкая численность компаний в сфере «культура и спорт»

На расхождение в ряде случаев повлияло наличие событийных мероприятий в городах, что повышало оценку по уровню развития, но не отражалось в оценке уровня проработки темы КИ в стратегии.

### Выводы и рекомендации по совершенствованию практики отражения темы КИ в стратегиях

На уровень отражения темы КИ в стратегиях потенциально существенно могут влиять два фактора: 1) квалификация разработчиков, их знакомство с темой КИ; 2) объективная значимость КИ для развития города (региона), наличие потенциала развития КИ. Совпадение обоих факторов в случае Краснодарского края и его МО привело к высоким оценкам. Стратегия края и стратегии большинства изученных муниципалитетов разрабатывались при участии высокопрофессиональной команды Консорциума Леонтьевский центр – AV Group, включающей специалистов, занимающихся изучением темы КИ.

МО Ивановской области, существенно меньшие по размеру и экономическому потенциалу, вероятно, не могли себе позволить привлечение консультантов, при этом стратегии Палеха и Приволжска разрабатывались существенно раньше остальных, когда тема КИ еще не была столь популярна. Это объясняет ситуацию, когда оценка уровня развития КИ опережает оценку отражения темы КИ в стратегиях.

При обновлении стратегий полезно уделять большее внимание проблематике КИ, имея в виду как включение в стратегию отдельных специальных разделов (пунктов), посвященных развитию сектора КИ, так и косвенные ситуации, когда отдельные КИ упоминаются в связи с другими на-

правлениями. Например, при благоустройстве городской среды будут привлечены ландшафтные дизайнеры. Подобный вариант встречается в стратегии Ивановской области, где говорится о привлечении художников к оформлению внешнего вида троллейбусов города.

Кроме того, упоминание КИ возможно при описании задач или целей по реализации какого-либо масштабного проекта, направленного на комплексное развитие территории и требующего привлечения сектора КИ.

Становится актуальным включение в стратегии ключевых показателей по развитию КИ: наличие пространства для деятельности предприятий КИ, количество проводимых мероприятий или определенных грантов. А после установления правительством маркировки на виды экономической деятельности, относящиеся к КИ, для индивидуальных предпринимателей и самозанятых, будет возможно введение показателей, учитывающих их численность и объемы деятельности.

Ивановской области в стратегиях МО необходимо начать использовать термин «креативные индустрии», а в таких МО, как Палех, Приволжск, вводить специальные разделы по развитию КИ. Использование термина уместно в разделах, посвященных народным художественным промыслам, туризму, малому предпринимательству, творческому образованию, брендингованию.

Планирование развития КИ становится важным инструментом раскрытия индивидуальности городов и формирования местной идентичности на основе имеющегося потенциала и исторического опыта. Возрастающее экономическое значение КИ предполагает выделение отдельных глав (разделов) в стратегиях, посвященных этой теме.

Таблица 9

### Сопоставление уровня развития КИ и уровня отражения КИ в стратегиях

Регион / МО	Уровень развития КИ	Оценка текста, балл
<b>Ивановская область</b>	высокий	<b>11</b>
Иваново	высокий	<b>12</b>
Приволжск	ниже среднего	<b>6</b>
Шуя	средний	<b>5</b>
Палех	высокий	<b>4</b>
Вичуга	средний	<b>2</b>
<b>Краснодарский край</b>	высокий	<b>14</b>
Анапа	высокий	<b>15</b>
Краснодар	средний	<b>14</b>
Туапсе	средний	<b>14</b>
Геленджик	высокий	<b>12</b>
Новороссийск	средний	<b>7</b>



### ПРИМЕЧАНИЕ

<sup>1</sup> Публикация подготовлена в соответствии с государственным заданием ИПРЭ РАН по теме «Механизмы формирования новых подходов к пространственному развитию экономики РФ, обеспечивающей устойчивое развитие и связанность ее территорий в условиях глобальных вызовов XXI века» (код FMGS-2021-0004). Сбор и анализ информации осуществлены К.Ю. Головиной в ходе производственной практики в МЦСЭИ «Леонтьевский центр».

The publication was prepared in accordance with the state assignment of the IRES RAS on the topic “Mechanisms for the formation of new approaches to the spatial development of the Russian economy, ensuring sustainable development and connectivity of its territories in the context of global challenges of the XXI century” (code FMGS-2021-0004). The collection and analysis of information were carried out by K. Yu. Golovina in the course of practical training at the ICSEI “Leontief Centre”.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- Быков Ф. Ю., Анисеева О. Б., Анискина Н. Н., Ушакова Т. Л., 2020. Креативные индустрии. Современные тренды развития регионов // Аналитический вестник. № 13 (756). С. 89–91.
- Внерейтинговый показатель креативного потенциала регионов России – 2022, 2022. М. : ВНИЦ R&C и ИРКИ НИУ ВШЭ. 19 с.
- Гресь Р. А., Жихаревич Б. С., Прибышин Т. К., 2022а. Агломерационные сюжеты в стратегиях муниципальных образований Ленинградской области // Региональные исследования. № 1. С. 80–92. DOI: <https://doi.org/10.5922/1994-5280-2022-1-7>
- Гресь Р. А., Жихаревич Б. С., Прибышин Т. К., 2022б. Арктическая специфика в стратегиях арктических муниципалитетов // Известия Русского географического общества. Т. 154, № 1. С. 3–16. DOI: <https://doi.org/10.31857/S0869607122010037>
- Индекс креативного потенциала в городах России, 2022 // «Технологии доверия» для ВЭБ РФ. 119 с. URL: [https://citylifeindex.ru/static/files/creative/creative\\_potential\\_RUS\\_020822.pdf](https://citylifeindex.ru/static/files/creative/creative_potential_RUS_020822.pdf)
- Коршунов И. В., 2023. Проблематика устойчивого развития в стратегиях регионов Северо-Западного федерального округа // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. № 1 (72). С. 8–17. DOI: <https://doi.org/10.52897/2411-4588-2023-1-8-17>
- Креативные специализации российских городов : Научный дайджест. Спец. вып., 2022. М. : НИУ ВШЭ «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала». 42 с.
- Лэндри Ч., 2011. Креативный город. М. : Классика-XXI. 399 с.

- Распоряжение Правительства РФ от 13 февраля 2019 г. № 207-р (ред. от 25.06.2022 г.) «Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года», 2022. URL: <http://government.ru/docs/35733/>
- Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года», 2021. URL: <http://government.ru/news/43350/>
- Селютин И. В., 2022. Оценка встроенности целей и задач устойчивого развития в документы стратегического планирования Воронежской области // Современная экономика: проблемы и решения. № 11 (155). С. 116–130. DOI: <https://doi.org/10.17308/meps/2078-9017/2022/11/116-130>
- Стратегия развития креативных индустрий в Сибирском федеральном округе. Анализ и перспективы развития, 2023. М. : Центр стратегических разработок. 25 с.
- Творческие (креативные) индустрии : справочник, 2022. М. : Культурные стратегии. 222 с.
- Указ Президента РФ от 24.12.2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики», 2014. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/39208>
- Фесенко Р. С., 2020. Цели устойчивого производства и потребления в стратегиях социально-экономического развития субъектов СЗФО РФ // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. № 1 (60). С. 41–49.
- Флорида Р., 2005. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М. : Классика-XXI. 430 с.
- Хокинс Дж., 2011. Креативная экономика. М. : Классика-XXI. 256 с.

### REFERENCES

- Bykov F. Ju., Anisheeva O. B., Anikina N. N., Ushakova T. L., 2020. Kreativnye industrii. Sovremennye trendy razvitiya regionov [Creative Industries. Modern Trends in Regional Development]. *Analiticheskij vestnik* [Analytic Bulletin], no. 13 (756), pp. 89-91.
- Vnerejtingovyy pokazatel kreativnogo potenciala regionov Rossii – 2022* [Out-of-Range Indicator of Creative Potential of Russian Regions – 2022], 2022. Moscow, VNITs R&C i IRKI NIU VShE. 19 p.
- Gres R. A., Zhikharevich B. S., Pribyshin T. K., 2022a. Aglomeracionnye sjuzhety v strategijah municipalnyh obrazovanij Leningradskoj oblasti [Agglomeration Plots in the Strategies of Municipalities of the Leningrad Region]. *Regionalnye issledovanija* [Regional Research], no. 1, pp. 80-92. DOI: <https://doi.org/10.5922/1994-5280-2022-1-7>

- Gres R.A., Zhiharevich B.S., Pribyshin T.K., 2022b. Arkticheskaja specifika v strategijah arkticheskikh municipalitetov [Arctic Specificity in the Strategies of Arctic Municipalities]. *Izvestija Russkogo geograficheskogo obshhestva* [Proceedings of the Russian Geographical Society], vol. 154, no. 1, pp. 3-16. DOI: <https://doi.org/10.31857/S0869607122010037>
- Индекс креативного потенциала в городах России [Creative Potential Index in Russian Cities], 2022. «*Tehnologii doverija*» dlja VEB RF [“Trust Technologies” for VEB RF]. 119 p. URL: [https://citylifeindex.ru/static/files/creative/creative\\_potential\\_RUS\\_020822.pdf](https://citylifeindex.ru/static/files/creative/creative_potential_RUS_020822.pdf)
- Korshunov I.V., 2023. Problematika ustojchivogo razvitiya v strategijah regionov Severo-Zapadnogo federalnogo okruga [Problems of Sustainable Development in the Strategies of the Regions of the North-West Federal District]. *Ekonomika Severo-Zapada: problemy i perspektivy razvitiya* [Economy of the North-West: Problems and Prospects of Development], no. 1 (72), pp. 8-17. DOI: <https://doi.org/10.52897/2411-4588-2023-1-8-17>
- Kreativnye specializacii rossijskikh gorodov. Nauchnyj dajdzhest. Spec. vyp.* [Creative Specializations of Russian Cities. Scientific Digest. Special Issue], 2022. Moscow, NIU VShE «Tsentr mezhdistsiplinarnykh issledovaniy chelovecheskogo potentsiala». 42 p.
- Lendri Ch., 2011. *Kreativnyj gorod* [Creative City]. Moscow, Klassika-XXI Publ. 399 p.
- Rasporjazhenie Pravitelstva RF ot 13 fevralja 2019 g. № 207-r (red. ot 25.06.2022 g.) «Ob utverzhdenii Strategii prostranstvennogo razvitiya Rossijskoj Federacii na period do 2025 goda»* [Order of the Government of the Russian Federation of February 13, 2019 No. 207-r (Ed. of June 25, 2022) “On Approval of the Strategy of Spatial Development of the Russian Federation for the Period up to 2025”], 2022. URL: <http://government.ru/docs/35733/>
- Rasporjazhenie Pravitelstva RF ot 20.09.2021 № 2613-r «Ob utverzhdenii Konceptii razvitiya tvorcheskikh (kreativnyh) industrij i mehanizmov osushhestvlenija ih gosudarstvennoj podderzhki v krupnyh i krupnejshih gorodskih aglomeracijah do 2030 goda»* [Order of the Government of the Russian Federation of September 20, 2021 No. 2613-r “On Approval of the Concept of Development of Creative Industries and Mechanisms of Their State Support in Large and Largest Urban Agglomerations Until 2030”], 2021. URL: <http://government.ru/news/43350/>
- Seljutin I.V., 2022. Ocenka vstroennosti celej i zadach ustojchivogo razvitiya v dokumenty strategicheskogo planirovanija Voronezhskoj oblasti [Assessment of the Embeddedness of Sustainable Development Goals and Objectives in the Strategic Planning Documents of the Voronezh Oblast]. *Sovremennaja ekonomika: problemy i reshenija* [Modern Economy: Problems and Solutions], vol. 11 (155), pp. 116-130. DOI: <https://doi.org/10.17308/meps/2078-9017/2022/11/116-130>
- Strategija razvitiya kreativnyh industrij v Sibirskom federalnom okruge. Analiz i perspektivy razvitiya* [Strategy of Creative Industries Development in the Siberian Federal District. Analysis and Development Prospects], 2023. Moscow, Centr strategicheskikh razrabotok. 25 p.
- Tvorcheskie (kreativnye) industrij: spravochnik* [Creative Industries. Handbook], 2022. Moscow, Kulturnye strategii Publ. 222 p.
- Ukaz Prezidenta RF ot 24.12.2014 g. № 808 «Ob utverzhdenii Osnov gosudarstvennoj kulturnoj politiki»* [Presidential Decree No. 808 of December 24, 2014 “On Approval of the Fundamentals of State Cultural Policy”], 2014. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/39208>
- Fesenko R.S., 2020. Celi ustojchivogo proizvodstva i potreblenija v strategijah socialno-ekonomicheskogo razvitiya subektov SZFO RF [Sustainable Production and Consumption Goals in the Strategies of Socio-Economic Development of the Subjects of the NWFD of the Russian Federation]. *Ekonomika Severo-Zapada: problemy i perspektivy razvitiya* [Economy of the North-West: Problems and Prospects of Development], no. 1 (60), pp. 41-49.
- Florida R., 2005. *Kreativnyj klass: ljudi, kotorye menjajut budushhee* [The Creative Class: People Who Are Changing the Future]. Moscow, Klassika-XXI Publ. 430 p.
- Hokins Dzh., 2011. *Kreativnaja ekonomika* [Creative Economy]. Moscow, Klassika-XXI Publ. 256 p.

### **Information About the Authors**

**Karina Yu. Golovina**, Master Student, North-Western Institute of Management of the Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Prosp. Sredniy of Vasilievsky Island, 57, 199178 Saint Petersburg, Russian Federation, miss.karina2208@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0003-7960-7402>

**Boris S. Zhikharevich**, Doctor of Science (Economics), Professor, Deputy Director, Leontief Centre, 7-ya Krasnoarmeyskaya St, 25, 190005 Saint Petersburg, Russian Federation; Senior Researcher, Institute of Regional Economic Studies of the Russian Academy of Science, Serpukhovskaya St, 38, 190013 Saint Petersburg, Russian Federation, zhikh@leontief.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7171-6335>

### **Информация об авторах**

**Карина Юрьевна Головина**, студент магистратуры, Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы, Средний проспект Васильевского острова, 57, 199178 г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, miss.karina2208@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0003-7960-7402>

**Борис Савельевич Жихаревич**, доктор экономических наук, профессор, заместитель директора, Леонтьевский центр, ул. 7-я Красноармейская, 25, 190005 г. Санкт-Петербург, Российская Федерация; главный научный сотрудник, Институт проблем региональной экономики РАН, Серпуховская, 38, 190013 г. Санкт-Петербург, zhikh@leontief.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7171-6335>