ISSN 2311-8733 (Online)
ISSN 2073-1477 (Print)

Региональное стратегическое планирование

ПУТИ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСТВА В КРЕАТИВНО ОРИЕНТИРОВАННОМ РЕГИОНЕ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ

Евгений Михайлович КРАСАВИН[a,•], Раиса Александровна КРАСАВИНА[b]

[a] кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и эконометрики,
Национальный исследовательский университет – Высшая школа экономики,
Нижний Новгород, Российская Федерация
ekrasavin@hse.ru

[b] кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и эконометрики,
Национальный исследовательский университет – Высшая школа экономики,
Нижний Новгород, Российская Федерация
rkrasavina@hse.ru

[•] Ответственный автор

История статьи:
Принята 17.12.2015
Принята в доработанном виде 30.12.2015
Одобрена 11.01.2016

УДК 332.146.2
JEL: R11, R28, R58

Ключевые слова: креативная экономика, креативный класс, креативно ориентированный регион, траектории креативности, творческая идея

Аннотация

Предмет. Статья посвящена развитию творчества в креативно ориентированном регионе с иерархично устроенным креативным пространством и ценностными характеристиками территории базирования.

Цели. Выявление траекторий развития творческих идей при преобразовании региона из индустриального в инновационный на менее затратной и более прогрессивной креативной основе.

Методология. Использованы методы системного анализа, вертикальный и горизонтальный виды анализа, методы систематизации, классификации и иерархии, на основании которых разработана дескриптивная модель распространения и трансформации творческой идеи в многосубъектном креативном пространстве.

Результаты. Креативно ориентированный регион представлен как локалитет с иерархично структурированным креативным пространством трех последовательных уровней организации, имеющих собственные цели и факторы развития. Определено, что их связи формируют элементы ценности территории и их характеристики, что важно для новой урбанистической конфигурации с высоким качеством жизни и ведения бизнеса. Насыщение региона креативными элементами представлено как идеальный вариант распространения творческих идей путем горизонтального распространения творческого обучающего импульса и вертикальной циркуляции с обогащением и трансформацией в ходе взаимодействия субъектов-носителей. Выделены субъективные и объективные факторы, препятствующие продуктивному распространению творческих идей, показаны пути их преодоления за счет развития творческой инфраструктуры, дебюрократизации управления сферой научно-технического и культурного творчества, насыщения производства малыми инновационными предприятиями, преодоления разрыва между коммерцией и культурой.

Выводы. В настоящее время существует необходимость восприятия на уровне региона креативности как редкого ресурса и эффективного общественного блага, позволяющего строить перспективные стратегии территориальной конкурентоспособности и экономического роста на основе трансферта аккумулированных знаний в творческие идеи преобразований.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2015

Первоначальное определение креативной (творческой) экономики[1] привело к продуктивным теоретическим разработкам на стыке сфер экономики и культуры в различных областях:

- в ходе изучения неконфликтного объединения творческих ресурсов людей и сообществ для формирования экономически и социально благополучной среды [1];
- в процессе использования «творческих индустрий», специализирующихся на производстве и распространении знаний, информации и экономически успешных продуктов, имеющих определенную культурную ценность [2];
- в ходе исследования новой общественной реальности – «креативного класса» как носителя новых идей, навыков и компетенций [3].

Дальнейшие исследования качественно трансформировали и обогатили опыт выстраивания эффективных траекторий развития регионов на базе креативных ресурсов[2], выявления

[1] The Creative Economy. Business Week (Special Double Issue: The 21st Century Corporation), August 28, 2000, pp. 1–5.

[2] Креативная Британия. Новые таланты для новой экономики. 2008, доклад DCMS, DBERR, DIUS.

творческих преимуществ территориальной конкуренции [3], локального накопления творческого капитала.

Понятие «креативная экономика» в XXI в. воспринимается как продуктивная часть постиндустриальной экономики, соединяющая в себе передовые черты научно-технического, творческого и культурного процессов [2].

На глобальном уровне креативная экономика демонстрирует следующие позитивные качества:

- повышенную продуктивность (объем мирового экспорта креативной продукции в 2010 г. составил 559,5 млрд долл. США[3], а в 2011 г. достиг суммы в 624 млрд долл.[4];
- сравнительную с традиционными отраслями эффективность (в среднем в 1,5 раза выше по странам Европейского союза)[5];
- распространенность с опорой на слой малых предприятий, продуцирующих научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы[6];
- устойчивость при циклических колебаниях (в период экономического спада 2008 г. объем мировой торговли снизился на 12%[7], в то время как в креативном секторе ежегодный прирост составлял 8,8% в период с 1996 по 2005 г.)[8].

В бизнесе стран с высоким качеством человеческого и инновационного капитала эта стадия экономического развития объективно диктуется сменой технико-технологического уклада и предпринимательской функции [4], новым качеством работника, трудовых отношений и появлением «креативного класса» [3], прогрессивными схемами производства [1] и обмена продуктами [5].

Локализация креативной экономики выделяется особыми параметрами, что обусловлено новым стилем жизни современного общества, связанного с такими понятиями, как статус, стиль, бренды и взаимодействие в рамках социальных сетей, создание и распространение цифрового креативного контента. Такие аспекты демонстрируют рост доходов и занятости, расширяют рынки и способствуют увеличению экспортных поступлений экономики и благоприятного качества жизни[9]. Однако осознание исчерпания индустриальной модели размещения производства и городского хозяйства; необходимость постиндустриальной трансформации городского пространства; неэффективные модели инфраструктуры и управления; выдвижение на первый план теорий комфортности жизни[10]; решение конкурентных задач борьбы территорий за человеческий ресурс на взаимосвязанных уровнях приводят к цели преобразования индустриальных территорий в инновационные под действием менее затратных, но более эффективных факторов креативности [6].

Метод ретроспективного исторического анализа выявляет две траектории локального накопления творческого потенциала:

- *диверсифицированную*, которая характеризуется переходом знания по линиям производственно-научной диверсификации и аккумуляцией его в кластерных формах на основе творчества [7];
- *линейно-узловую*, которая диктуется «узловой» производственной концентрацией и оптимальным комбинированием процессов на единой научной и экономической основе и составляет творческую часть прогресса [8].

Современные авторы правомерно фокусируют свои исследования на эффективных траекториях движения от постиндустриальной экономики к экономике знаний, занимаясь поиском места креативного региона в глобальной конкурентоспособности [9], выявляя преимущества региона-триггера с повышенной эффективностью факторов производства, низкими трансакционными затратами и динамичным развитием [10], обосновывая накопление творческого капитала в регионе [11].

Креативно ориентированный регион может быть рассмотрен в виде элементарной системы (локалитета), имеющей определенные границы [12], элементный состав в виде креативных

[3] The Creative Economy Report: Feasible Development Option. UNCTAD (2010), London. URL: www.tr.undp.org

[4] United Nations Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways. N.-Y., United Nation, UBDP, 2013.

[5] Eurostat and AMADEUS, quoted by KEA, European Affairs, 2010.

[6] Креативная экономика в Германии. Рождение отрасли. URL: http://www.kariera.by/post-359/

[7] World Trade Report 2009. Trade Policy Commitments and Contingency Measures. URL: http://world_trade_report09_e.pdf

[8] Creative Economy Report 2008 (summary). United Nations Conference on Trade and Development.

[9] Eurostat and AMADEUS, quoted by KEA, European Affairs, 2010.

[10] *Пашкус В.Ю., Булина А.О.* Экономика и культура: креативная экономика, государственное регулирование и подходы к оценке бренда технологии // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 35. С. 39–47.

городов [13], университетов [14], творческих кластеров и проектов [15], инновационного малого бизнеса [16] и интенсивных связей между ними, создающих эффекты продуктивной диверсификации и синергии.

Отметим, что в креативно ориентированном регионе фиксируется неоднозначная связь между экономикой и культурой, так как в индустрии культуры существует определенный целевой разрыв между сферами производства и распределения: первый преследует максимизацию прибыли, второй – максимизацию результатов творчества [17]. Это, с одной стороны, делает творчество необходимой составляющей производства и обмена; способствует объединению творческого и производственного процессов с созданием потока инноваций, а с другой – тормозит творческий процесс в среде с низкой квалификацией и культурой восприятия новшеств, делает творчество замкнутым «на себе» процессом.

Продуктивным результатом связи экономики и культуры является креативный классс (ядро) с определенной структурой и распространенностью:

- в США 15 млн специалистов (12% рабочей силы) принадлежат к ядру, обслуживающий класс включает 55 млн чел. [3, 24];
- отечественный потенциал насчитывает 13 млн работников креативных профессий [3, 10].

Опыт показывает, что креативный класс является носителем творческих идей, а его территориальная концентрация способствует созданию среды для их развития, циркуляции, возникновения синергических эффектов и сепарации творческих субкультур.

В условиях экономического пространства со средним уровнем развития производительных сил актуально рассмотрение базовых условий творческого процесса с индивидуальными драйверами роста, поскольку невозможно финансирование всех национальных программ, имеющих креативную составляющую. Качество жизни выступает здесь и как цель, и одновременно как совокупность условий развития [15]. Регионы Российской Федерации требуют значительных импульсов развития, которые затронули бы не только технико-технологическую составляющую прогресса, но и культурно-духовные основы преобразований [18].

Первоначально следует сосредоточиться на общих проблемах креативных регионов:

- на дисбалансе групповых интересов, монопольно контролирующих секторальные и отраслевые рынки и препятствующих модернизации на основе креативности;
- на сырьевой экономике как единственной базе для социальной сферы и культурных программ;
- на агрессивной среде для стартующего бизнеса с негативными элементами бюрократии, налогового прессинга, неэффективного законодательства, неадекватной производственной базы, несвоевременного сбыта, некачественной инфраструктуры.

Исследования свидетельствуют о негативной взаимосвязи между деятельностью патентных бюрократических структур мегаполиса и творческими фирмами [16]; отсутствии культурного разнообразия и объективного учета талантливых специалистов и измерений их креативности через результаты работы [19].

Для территорий с «угасающей» специализацией (Пермский и Нижегородский регионы) внутрирегиональные преобразования на основе элементов креативности дают импульс качественному развитию рабочей силы, производительного и инновационного предпринимательства, связи науки и производства, развитию транспорта и коммуникаций, творчеству в четвертичной сфере [20].

Российские регионы, практикующие креативные траектории развития, демонстрируют связь задач творческого развития со среднесрочными и долгосрочными временными горизонтами активных действий. Среди них:

- изменения промышленного пространства за счет инноваций непроизводственного назначения и повышения конкурентоспособности [21];
- создание новых рынков товаров и услуг, рыночной инфраструктуры;
- удержание и концентрация работников высокой квалификации;
- кластеризация межотраслевого взаимодействия;
- развитие и адаптация урбанизированного пространства;
- формирование нового информационного пространства на основе пионерных проектов;

- притягательность территорий через активную и прогрессивную молодежную политику массового инновационного мышления и поведения;
- изменение качества жизни в «полюсах креативности» [22].

В креативно ориентированном регионе в итоге выстраивается определенная иерархия креативных пространств, которые образуют инновационную основу взаимоотношений производства, науки и культуры, способны воспроизводить творческие идеи. Политика выстраивания креативных пространств идет по схеме «центр – периферия» методом проб и ошибок. Города с достаточной плотностью и разнообразием форм городской жизни выступают базовыми структурами творчества, создавая реальную, а не имитационную креативность места, продуцируя достаточное количество публичных пространств для свободных коммуникаций. Признание творчества важнейшим ресурсом развития характерно для Санкт-Петербурга[11].

В организации креативного пространства участвуют творческие кластеры, представляющие собой своеобразную географическую агломерацию, которые сочетают понятия экономики региона и исключительные возможности творческих отраслей и требуют их интенсивного «выращивания» [10].

Опыт создания креативных кластеров в уже урбанизированном пространстве требует:

- регулирующего влияния властей;
- формы государственно-частного партнерства.

Частные инвесторы создают креативную инфраструктуру, а государство отвечает за законодательную инициативу и оказывает политическую поддержку проектов. Примерами успешного взаимодействия креативного сообщества являются:

- центр современного искусства «Винзавод» (Москва);
- культурный центр «Лофт Проект ЭТАЖИ» (Санкт-Петербург);
- центр культурных инициатив республики Карелия;
- Пермский культурный проект.

Путь аккумуляции творческого потенциала подразумевает наличие достаточного числа продуктивных носителей творческих идей – инновационных малых предприятий, их умеренной налоговой нагрузки, решение проблемы «молодости рынков» с проявлением представления о творческом производстве как о высокодоходном коммерческом предприятии[12]. На этом этапе выбор приоритетов креативного развития территории (прибыль или качество жизни) способен дать результаты положительного (Красноярск) или отрицательного (Калининград) качества[13].

Территориальная аккумуляция, по нашему мнению, способствует:

- взаимному проникновению влияния и сфер интересов «экономики знаний», «сетевой экономики», «инновационной экономики» и культуры;
- появлению новых организационных форм, использующих пересечение потоков знаний и идей с культурными ценностями в коммуникативном пространстве и времени;
- развитию и диверсификации общественных институтов;
- юридическому и экономическому признанию и защите интеллектуальной собственности.

Однако в отечественной практике драйвером креативного развития продолжает оставаться технологическая модернизация, а не культурное обновление.

Системный анализ позволил выявить и классифицировать иерархическую структуру креативных пространств со специфическими целями, факторами и траекториями развития (табл. 1).

Процессы выделения территорий с пилотными проектами, формирующими новую отраслевую структуру на основе инновационных форм и преобразующими жизненную среду креативных городов и пространств коммуникации внутри них на основе перспективного творчества представляют собой особые формы самоорганизации и управленческой стратегии [23]. Во всех выделенных процессах прослеживаются

[11] *Княгинин В.* Культурная индустрия в пространстве города. URL: http://www.intelros.ru/pdf/60_paralel/33/08.pdf

[12] *Зеленцова Е.В., Мельвиль Е.Х.* Развитие творческих индустрий в России: проблемы и перспективы. URL: http://www.cr-journal.ru/rus/journals/92.html&j_id=8/

[13] *Зеленцова Е.В., Холлахер М.* В России нет места для экспериментов. АНК. Российско-Германская Внешнеторговая палата. URL: http://goo.gl/hprTCc

последовательные ступени развития творческого процесса, ведущего к креативной ориентации региона.

Концентрация позитивных условий для жизни и творчества в урбанизированных центрах и их креативно трансформированных частях позволяет выделить значимые характеристики «ценности территории» (табл. 2). В результате возникают:

- место дислокации нововведений;
- пересечение линий действия креативных сообществ;
- трансформация существующего наследия;
- приложение сил футуристических устремлений отдельных творческих групп.

При этом возникает новая урбанистическая конфигурация – «креативный город» – и благоприятное качество жизни при конкретном сочетании технологических, культурных инноваций и духовных практик. Подобное пространство по своему устройству и возможностям коммуникации предполагает движение творческой идеи по линиям взаимозависимого обогащения. Это позволяет построить дескриптивную модель распространения творческой идеи в креативно ориентированном регионе без субъективных барьеров.

Креативное развитие регионов демонстрирует необходимость первоначального обучающего импульса, порождающего творческую идею инновационного преобразования территории на технико-технологических и культурных сдвигах при существующем потенциале креативного класса. Творческий процесс «запускается» при объединении плановых мероприятий и самоорганизации. Инвестиции инициируют развитие последовательности «творческие программы – креативное сообщество – уникальный творческий продукт». Творческий продукт реализуется в бизнес-проектах, повышая ценность и конкурентоспособность территории. Разрушение массовых потребительских и ценностных стереотипов способствует культурному разнообразию и зарождению новых творческих идей и проектов. В итоге, по нашему мнению, прослеживается следующий «горизонтальный» алгоритм движения идеи, преобразующей территорию в креативную:

- обучающий импульс;
- преобразование аккумулированных знаний в творческий процесс;
- реализация творческих идей в бизнес-проектах;
- культурный импульс в виде духовного и прикладного творчества.

Мультипликативный эффект подобного распространения творческих идей лучше всего заметен в насыщенной городской среде (Москва, Санкт-Петербург, города-миллионники) с необходимой локализацией креативных элементов, достаточной концентрацией творческих профессий, комфортной средой для межличностного общения, развития творческих коллективов, реализации пионерных идей и проектов.

Вертикальное движение творческой идеи в результате иерархичного взаимодействия субъектов в рамках территории креативного пространства связывает их продуктивные действия с пошаговыми процессами ее движения от первичного зарождения до трансформации в новую идею. Многоступенчатая и многосубъектная передача первоначальной идеи способствует ее обогащению деталями в поле интенсивной коммуникативности и непреднамеренных творческих трансфертов. Таким образом, на основе творчества оказывается возможным самоподдерживающийся процесс создания инноваций (рис. 1).

Фактически объединение процессов горизонтального и вертикального распространения творческой идеи разворачивает ее волновое движение с концентрическим охватом территории восприятия. Трудности распространения субъективного и временного порядков искажают суть и делают неопределенными результаты. Таковы культурные проекты, направленные на собственное коммерческое поддержание.

Объективно для творчества губительны как проблемы системного характера, так и деформация условий существования [9, 18] – мотивационно-

результативное противоречие между культурой и коммерцией, неразвитость сетевых структур, отсутствие организованного сообщества, развитие корпоративной этики, разработанных внутрицеховых правил и стандартов деятельности, отсутствие творческого эксперимента. Это приводит к слабости и неконкурентоспособности человеческого ресурса. Поэтому необходимо привлечение отсутствующих элементов для воспроизводства творческого процесса:

- значительных (по объему) и пролонгированных (по времени) инвестиций;
- креативной инфраструктуры;
- квалифицированных кадров и креативного класса.

В долговременном плане коллективно выработанная творческая идея креативных пространств с научным прогнозом должна создать абрис будущего для региона с глобальной конкурентоспособностью. Для этого необходимы (по Б. Твиссу):

- новые концепции, источником которых служит воображение;
- объединение идей отдаленных областей знаний;
- взаимное стимулирование специалистов разной интеллектуальной подготовки;
- творческие решения, основанные на новой формулировке идеи;
- «освобождение» ума от ограничений логического мышления и расширение фантазии [24].

В работе «Структура научных революций» Т. Кун утверждает, что «результатом успешной творческой работы является прогресс» [25].

Пути развития творческих идей в креативно ориентированном регионе имеют цель его преобразования из индустриального в инновационный на менее затратной и более прогрессивной творческой основе.

В качестве предмета исследования креативно ориентированный регион выделяется последовательными признаками:

- восприятием креативности как редкого ресурса, возникающего в регионе на стыке между культурой, политикой и промышленностью и эффективно реализующегося как общественное благо [5];
- выделением стратегии повышения территориальной конкурентоспособности через создание структур и институтов творческой экономики;
- созданием благоприятных условий для экономического роста на основе интенсивного трансферта творческих идей, аккумулированных знаний, передовых технологий, координированного обучения, создания новых товаров, рынков, рабочих мест [9];
- активным содействием процессам самоорганизации и творческой реализации креативного сообщества со стороны региональных управляющих структур как ответственного блока государственной политики [26].

В итоге реализация творческих потенций происходит при наличии элементной триады:

- преобразуемой территории;
- носителей креативности – работников высокого качества и их профессиональных групп;
- творческой атмосферы как совокупности поддерживающих условий.

Обязательным моментом циркулирования творческих идей выступают целевой интерес преобразований, многосубъектная иерархичная среда креативных пространств с возможностью горизонтального и вертикального распространения и трансформации творческого импульса.

Перспективное рассмотрение темы региональной креативности возможно в направлении:

- воздействия на глобальную конкурентоспособность в условиях ускоренного постиндустриального развития [27];
- смены вектора потоков квалифицированных кадров [28];
- благоприятного изменения качества жизни в мегаполисах [29];
- создания и развития креативных кластеров [30].

Указанные аспекты дают возможность повысить притягательность территории, изменить ее специализацию на более выгодную и творчески ориентированную.

Таблица 1

Территориальная иерархия креативного пространства

Table 1

Territorial hierarchy of creative space

Уровень	Локализация	Цели и факторы развития
Базовая инновационность	Региональные рынки. Промышленные объекты. Научные и культурные центры	Зарождение продуктивных идей. Непреднамеренные инновации, использующие предыдущие ресурсы
Коллективная самоорганизация	Креативные города. Отраслевые кластеры. Малые инновационные предприятия	Создание условий для творческих потенций, сотрудничества, групповой инициативности при планомерном размещении. Концентрация и диверсификация творческих ресурсов
Творческое самовоспроизводство	Университетские кампусы. Арт- и сетевые объекты. Места функционирования творческих групп	Поддержание творческой атмосферы. Воспитание уникального работника. Создание культурных ценностей на качественном образовании, профессионально-творческом разнообразии, культурном наследии, обширной коммуникации

Источник: авторская разработка
Source: Authoring

Таблица 2

Структура ценности территории для частных и деловых потребителей

Table 2

Structure of the property value for private and business consumers

Элементы	Характеристика
Геохарактеристика	Климатические условия. Природные ресурсы и ландшафт
Безопасность жизни и ведения бизнеса	Соблюдение законности. Влияние криминогенной среды. Уровень коррупции
Комфортность проживания и ведения деловых операций	Развитие и доступность инфраструктуры. Развитость гражданского общества и делового сообщества
Институциональные характеристики	Уровень развития институтов. Степень доверия в бизнес-сообществе. Распространение культурных ценностей. Развитость деловой этики. Доступность и открытость информации
Экономическая стабильность	Динамика развития экономических процессов. Уровень безработицы. Уровень доходов населения. Экономический потенциал рынков сбыта
Экологические характеристики	Экологические стандарты и их соблюдение. Развитость экотехнологий и затраты на них. Наличие зон рекреации
Символическая ценность	Престижность территории (привлекательность бренда места). Ценность исторического и культурного наследия. Архитектурные ценности
Стоимость жизни и ведения бизнеса	Уровень расходов населения. Уровень налогов. Степень государственной поддержки. Стоимость ресурсов. Налоговое бремя. Стоимость преодоления институциональных барьеров

Источник: авторская разработка
Source: Authoring

Рисунок 1

Циркуляция творческой идеи на креативной территории

Figure 1

Circulation of creative ideas on creative territory

Источник: авторская разработка
Source: Authoring

Список литературы

1. *Лэндри Ч.* Креативный город. М.: Классика XXI, 2011. 399 с.
2. *Хокинс Дж.* Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. М.: Классика-XXI, 2011. 256 с.
3. *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика XXI, 2011. 432 с.
4. *Dolfsma W., Gerben Van der Velde.* Industry innovativeness, firm size and entrepreneurship: Schumpeter Mark III? // Journal of Evolutionary Economics. 2014. № 24. P. 713–736. doi: 10.1007/s00191-014-0352-x
5. *Taylor C.* Between Culture, Policy and Industry: Modalities of Intermediation in the Creative Economy // Regional Studies. 2015. № 49. P. 362–373. doi: 10.1080/00343404.2012.748981
6. *Heinze R.G., Hoose F.* The Creative Economy: Vision or Illusion in the Structural Change? // European Planning Studies. 2013. № 2. P. 516–535, doi: 10.1080/09654313.2012.722936
7. *Райнерт Э.С.* Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными. М.: ВШЭ, 2011. 384 с.
8. *Камерон Р.* Краткая экономическая история мира. От палеолита до наших дней. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2001. 544 с.
9. *Tae Kyung Sung.* The Creative Economy in Global Competition // Technological Forecasting and Social Change. 2015. № 96. P. 89–91. doi: 10.1016/j.techfore.2015.04.003
10. *Caterina Branzanti.* Creative Clusters and District Economies: Towards a Taxonomy to Interpret the Phenomenon // International Journal of Cultural Policy. 2015. № 23. P. 1401–1418. doi: 10.1080/09654313.2014.935930
11. *Batabyal A.A., Beladi H.* Aspects of the Accumulation of Creative Capital in a Regional Economy // Technological Forecasting and Social Change. 2015. № 98. P. 88–92. doi: 10.1016/j.techfore.2015.06.007

12. *Clare K.* The Essential Role of Place within the Creative Industries: Boundaries networks and play // Cities. 2013. № 34. P. 52–57. doi: 10.1016/j.cities.2012.05.009

13. *Lee N., Rodriguez-Pose A.* Innovation in Creative Cities: Evidence from British Small Firms // Industry and Innovation. 2014. № 21. P. 494–512. doi: 10.1080/13662716.2014.983748

14. *Comunian R., Taylor C., Smith D.N.* The Role of Universities in the Regional Creative Economies of the UK: Hidden Protagonists and the Challenge of Knowledge Transfer // European Planning Studies. 2014. № 22. P. 2456–2476. doi: 10.1080/09654313.2013.790589

15. *Sepe M.* Urban History and Cultural Resources in Urban Regeneration: A case of creative waterfront renewal // Planning Perspectives. 2013. № 28. P. 595–613. doi: 10.1080/02665433.2013.774539

16. *Tsvetkova A., Thill J.-C., Strumsky D.* Metropolitan Innovation, Firm Size and Business Survival in a High-Tech Industry // Small Business Economics. 2014. № 43. P. 661–676. doi: 10.1007/s11187-014-9550-z

17. *Hanzawa S.* An Examination of the Agglomeration Economies Reinforcing Creativity in Cultural Industry // Japanese Journal of Human Geography. 2010. № 62. P. 20–39.

18. *Белокрылова О.С., Дубская Е.С.* Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России // TERRA ECONOMICUS. 2013. Т. 11-2. № 4. С. 5–11.

19. *Пилясов А.Н., Колесникова О.* Оценка творческого потенциала российских региональных сообществ // Вопросы экономики. 2008. № 9. С. 50–69.

20. *Клоудова Й.* Влияние развития креативной экономики на экономически отсталые регионы // Журнал новой экономической ассоциации. 2010. № 5. С. 110–125.

21. *Савельева М.В.* Институциональная среда, способствующая росту креативности в регионе // Креативная экономика. 2009. № 1. С. 45–51.

22. *Стародубровская И., Лободанова Д.* Креативный класс и креативный город: российское преломление // Экономическая политика. 2013. № 5. С. 127–149.

23. *Pratt A.C., Hutton T.A.* Reconceptualising the Relationship between the Creative Economy and the City: Learning from the financial crisis // Cities. 2013. № 33. P. 86–95. doi: 10.1016/j.cities.2012.05.008

24. *Твисс Б.* Управление научно-техническими нововведениями. М.: Экономика, 1989. 271 с.

25. *Кун Т.* Структура научных революций. М.: АСТ, 2003. 605 с.

26. *Vinodrai T.* Constructing the Creative Economy: Design, Intermediaries and Institutions in Toronto and Copenhagen // Regional Studies. 2015. № 49. P. 418–432. doi: 10.1080/00343404.2014.933204

27. *Шафранская И.Н.* Конкурентоспособность российских регионов через призму креативности, или еще об одном рейтинге регионов // Конкурентоспособный регион: концепции и факторы. Пермь: Кунгурская типография, 2012. С. 56–72.

28. *Байгушева Е.В.* Привлекательность регионов России для креативного класса // Креативная экономика. 2012. № 11. С. 59–64.

29. *Галкин Д.В.* Стратегия культурного развития городов: современные подходы // Журнал социологии и социальной антропологии. 2005. Т. 8. № 4. С. 41–57.

30. *Ашхотов А.М.* Креативная экономика: усиление воздействия промышленного и регионального развития // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2013. № 4. С. 83–88.

ISSN 2311-8733 (Online)
ISSN 2073-1477 (Print)

Regional Strategic Planning

WAYS OF DEVELOPMENT OF CREATIVITY IN THE CREATIVE-FOCUSED REGION: DOMESTIC EXPERIENCE

Evgenii M. KRASAVIN[a,•], Raisa A. KRASAVINA[b]

[a] National Research University Higher School of Economics, Nizhny Novgorod, Russian Federation
ekrasavin@hse.ru

[b] National Research University Higher School of Economics, Nizhny Novgorod, Russian Federation
rkrasavina@hse.ru

[•] Corresponding author

Article history:
Received 17 December 2015
Received in revised form
30 December 2015
Accepted 11 January 2016

JEL classification: R11, R28, R58

Keywords: creative economy, creative class, creative-oriented region, trajectory, creativity, creative idea

Abstract

Subject The article discusses the ways to develop creativity in the creative-oriented region with a hierarchically arranged creative space and value characteristics of the home territory.

Objectives The paper aims to identify the trajectories of development of creative ideas when converting the industrial region to an innovation one on the less expensive and more progressive creative basis.

Methods To consider the problem, we used system analysis methods, vertical and horizontal analyses, methods of systematization, classification, hierarchy.

Results We developed and present a descriptive model of propagation and transformation of creative ideas in the multi-actor creative space. We show the subjective and objective factors affecting the productive dissemination of creative ideas and ways to overcome them.

Conclusions We conclude that now, there is a need for region-wide perception of creativity as an uncommon resource and effective public good, allowing to build forward-looking strategies for territorial competitiveness and economic growth on the basis of the transfer of accumulated knowledge in creative ideas of transformation.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2015

References

1. Landry Ch. *Kreativnyi gorod* [The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators]. Moscow, Klassika XXI Publ., 2011, 399 p.

2. Howkins J. *Kreativnaya ekonomika. Kak prevratit' idei v den'gi* [The Creative Economy: How People Make Money From Ideas]. Moscow, Klassika XXI Publ., 2011, 256 p.

3. Florida R. *Kreativnyi klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee* [The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life]. Moscow, Klassika XXI Publ., 2011, 432 p.

4. Dolfsma W., Gerben Van der Velde. Industry Innovativeness, Firm Size and Entrepreneurship: Schumpeter Mark III? *Journal of Evolutionary Economics*, 2014, no. 24, pp. 713–736. doi: 10.1007/s00191-014-0352-x

5. Taylor C. Between Culture, Policy and Industry: Modalities of Intermediation in the Creative Economy. *Regional Studies*, 2015, no. 49, pp. 362–373. doi: 10.1080/00343404.2012.748981

6. Heinze R.G., Hoose F. The Creative Economy: Vision or Illusion in the Structural Change? *European Planning Studies*, 2013, no. 2, pp. 516–535. doi: 10.1080/09654313.2012.722936

7. Reinert E.S. *Kak bogatye strany stali bogatymi, i pochemu bednye strany ostayutsya bednymi* [How Rich Countries Got Rich… and Why Poor Countries Stay Poor]. Moscow, HSE Publ., 2011, 384 p.

8. Cameron R., Neal L. *Kratkaya ekonomicheskaya istoriya mira. Ot paleolita do nashikh dnei* [A Concise Economic History of the World: From Paleolithic Times to the Present]. Moscow, Rossiiskaya politicheskaya entsiklopediya (ROSSPEN) Publ., 2001, 544 p.

9. Tae Kyung Sung. The Creative Economy in Global Competition. *Technological Forecasting and Social Change*, 2015, no. 96, pp. 89–91. doi: 10.1016/j.techfore.2015.04.003

10. Branzanti C. Creative Clusters and District Economies: Towards a Taxonomy to Interpret the Phenomenon. *International Journal of Cultural Policy*, 2015, no. 23, pp. 1401–1418. doi: 10.1080/09654313.2014.935930

11. Batabyal A.A., Beladi H. Aspects of the Accumulation of Creative Capital in a Regional Economy. *Technological Forecasting and Social Change*, 2015, no. 98, pp. 88–92. doi: 10.1016/j.techfore.2015.06.007

12. Clare K. The Essential Role of Place within the Creative Industries: Boundaries Networks and Play. *Cities*, 2013, no. 34, pp. 52–57. doi: 10.1016/j.cities.2012.05.009

13. Lee N., Rodriguez-Pose A. Innovation in Creative Cities: Evidence from British Small Firms. *Industry and Innovation*, 2014, no. 21, pp. 494–512. doi: 10.1080/13662716.2014.983748

14. Comunian R., Taylor C., Smith D.N. The Role of Universities in the Regional Creative Economies of the UK: Hidden Protagonists and the Challenge of Knowledge Transfer. *European Planning Studies*, 2014, no. 22, pp. 2456–2476. doi: 10.1080/09654313.2013.790589

15. Sepe M. Urban History and Cultural Resources in Urban Regeneration: A Case of Creative Waterfront Renewal. *Planning Perspectives*, 2013, no. 28, pp. 595–613. doi: 10.1080/02665433.2013.774539

16. Tsvetkova A., Thill J.-C., Strumsky D. Metropolitan Innovation, Firm Size and Business Survival in a High-Tech Industry. *Small Business Economics*, 2014, no. 43, pp. 661–676. doi: 10.1007/s11187-014-9550-z

17. Hanzawa S. An Examination of the Agglomeration Economies Reinforcing Creativity in Cultural Industry. *Japanese Journal of Human Geography*, 2010, no. 62, pp. 20–39.

18. Belokrylova O.S., Dubskaya E.S. [The world experience of formation of the creative economy and the possibility of its use in Russia]. *TERRA ECONOMICUS*, 2013, vol. 11-2, no. 4, pp. 5–11. (In Russ.)

19. Pilyasov A.N., Kolesnikova O. [Score the creative potential of Russian regional communities]. *Voprosy Ekonomiki*, 2008, no. 9, pp. 50–69. (In Russ.)

20. Kloudova J. [Expanse creative economy and its impact on the less developed regions]. *Zhurnal novoi ekonomicheskoi assotsiatsii = Journal of the New Economic Association*, 2010, no. 5, pp. 110–125. (In Russ.)

21. Savel'eva M.V. [Institutional environment conducive to creativity in the region]. *Kreativnaya ekonomika = Journal of Creative Economy*, 2009, no. 1, pp. 45–51. (In Russ.)

22. Starodubrovskaya I., Lobodanova D. [Creative Class and Creative City: the Russian reformers]. *Ekonomicheskaya politika = Economic Policy*, 2013, no. 5, pp. 127–149. (In Russ.)

23. Pratt A.C., Hutton T.A. Reconceptualising the Relationship between the Creative Economy and the City: Learning from the financial crisis. *Cities*, 2013, no. 33, pp. 86–95. doi: 10.1016/j.cities.2012.05.008

24. Twiss B. *Upravlenie nauchno-tekhnicheskimi novovvedeniyami* [Managment of Scientific and Technological Innovations]. Moscow, Ekonomika Publ., 1989, 271 p.

25. Kuhn Th.S. *Struktura nauchnykh revolyutsii* [The Structure of Scientific Revolutions]. Moscow, AST Publ., 2003, 605 p.

26. Vinodrai T. Constructing the Creative Economy: Design, Intermediaries and Institutions in Toronto and Copenhagen. *Regional Studies*, 2015, no. 49(3), (Special Issue: Intermediaries and the Creative Economy), pp. 418–432. doi: 10.1080/00343404.2014.933204

27. Shafranskaya I.N. *Konkurentosposobnost' rossiiskikh regionov cherez prizmu kreativnosti ili eshche ob odnom reitinge regionov. V kn.: Konkurentosposobnyi region: kontseptsii i faktory* [The competitiveness of Russian regions through the prism of creativity or another ranking of regions. In: A competitive region: concepts and factors]. Perm, Kungurskaya tipografiya Publ., 2012, pp. 56–72.

28. Baigusheva E.V. [The attractiveness of regions of Russia for the creative class]. *Kreativnaya ekonomika = Journal of Creative Economy*, 2012, no. 11, pp. 59–64. (In Russ.)

29. Galkin D.V. [The strategy of cultural development of cities: modern approaches]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii = Journal of Sociology and Social Anthropology*, 2005, vol. 8, no. 4, pp. 41–57. (In Russ.)

30. Ashkhotov A.M. [Creative economy: enhancing the impact of industrial and regional development]. *Biznes v zakone. Ekonomiko-yuridicheskii zhurnal = Business in Law*, 2013, no. 4, pp. 83–88. (In Russ.)