

КРЕАТИВНЫЙ КЛАСТЕР НОВОСИБИРСКА – ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ

Ерохин Г.П., кандидат архитектуры, доцент

Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусства имени

А.Д. Крячкова

***Аннотация.** В настоящем исследовании проводится сравнительный анализ уровня развития креативных индустрий крупных городов и агломераций России, на основе которого делается вывод о степени обеспеченности Новосибирска «креативными» площадями. В статье приводится авторская методика расчета целевых показателей развития креативного кластера города. Расчет обеспеченности креативной экономики креативными площадями позволяет сформулировать целевые показатели для г. Новосибирска по трем вариантам развития к 2030 г.*

***Ключевые слова:** креативные индустрии, креативный кластер, градостроительное развитие, агломерация, градообразующие отрасли.*

Введение. Креативные индустрии относительно новый и при этом достаточно активно используемый сегодня термин. Он фигурирует в статистических и экономических отчетах, стратегических и градостроительных документах, программах развития государств и отдельных регионов. Доля креативных индустрий во внутреннем валовом продукте постоянно увеличивается, новая отрасль признается безусловным драйвером ведущих экономик мира.

В настоящем исследовании под термином «креативные индустрии» понимается сектор экономики, в основе которого лежит создание интеллектуальной собственности, продуктов или услуг, которые воспринимаются потребителем как новые. Основной перечень креативных индустрий, сформулирован на основе конференции ООН по торговле и развитию: ЮНКТАД, 2010 г. [1]. В России также существует официальный перечень видов экономической деятельности, которые относят к креативным индустриям, полный перечень с указанием кода ОКВЭД, а также перечни «креативных» профессий, товаров и услуг приведен в научном дайджесте «Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы» [2].

К отдельному сектору экономики креативные индустрии стали относить в конце 1990-х гг. Термин «creative industry» впервые был введен в оборот в 1998 г. в Великобритании [3]. В 2000-е гг. креативные индустрии постепенно закрепляются и оформляются как бурно развивающаяся и самостоятельная отрасль, а в начале

2010-х гг. они уже занимают вполне значимые позиции в развитых экономиках мира [4].

В ближайшие десятилетия ожидается экспоненциальный рост доли креативных индустрий в экономике и, соответственно, доли занятых в креативных индустриях. Таким образом, можно ожидать очередной трансформации структуры экономики и смещения трудового баланса в сторону креативных индустрий, в первую очередь в передовых в этом отношении государствах (регионах, городах), а затем и в глобальном масштабе. В крупных городах и агломерациях стремительно оформляется новая самостоятельная градообразующая отрасль.

В среднем в мире доля креативной экономики во внутреннем валовом продукте (далее — ВВП) государств выросла за 10 лет более чем в 2 раза и составила в 2020 г. 6,6%, причем в развитых странах от 8 до 12%. Доля в ВВП России оценивается как 4,4% [5]. По другим источникам доля креативных индустрий в экономике России составляет всего 2,21% [6]. Из приведенных данных видно, что Россия явно отстает в этой сфере не только от ведущих экономик, но и от среднемировых показателей. Это обстоятельство делает исследования перспектив развития креативных индустрий в России и отдельных ее регионов и городов актуальными уже не в теоретическом, а в практическом, прикладном смысле.

В России на федеральном законодательном уровне термин «творческие (креативные) индустрии» официально закреплен только в 2014 г.,

Таблица 1. Показатели уровня развития креативных индустрий крупных городов России (ранжирование по выручке креативного сектора экономики).

| Ранг | Город | Агломерация | Креативные индустрии, 2020 г.[9] | | | Площадь объектов креативного кластера кв.м [10] |
|------|-----------------|----------------------------|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------------|---|
| | | | Город | | Субъект | |
| | | Население, чел. 2017г. [8] | Занятых работников, тыс. чел. (%) | Вклад в валовый продукт, % | Выручка (доля) млрд руб.(%) | |
| 1 | Москва | 17337534 | 612 (18,5) | 18,5 | 6200 (7,4) | 974 221 |
| 2 | Санкт-Петербург | 6278546 | 183 (12,6) | 12,6 | 1100 (4) | 272 630 |
| 3 | Нижний Новгород | 2139881 | 28,7 (5<) | 5,9 | 334 (3,7) | 51 070 |
| 4 | Екатеринбург | 2297473 | 38,9 (5<) | 7,3 | 187 (2,3) | 9 550 |
| 5 | Казань | 1669212 | 38,3 (5<) | 7,5 | 142 (2,4) | 27 670 |
| 6 | Уфа | 1454053 | 34,7 (5<) | 8,7 | 131 (2,8) | 31 265 |
| 7 | Краснодар | 1557143 | 35,1 (5<) | 7,6 | 123,5 (1,8) | 27 210 |
| 8 | Новосибирск | 2250397 | 32,3 (4) | 7,4 | 117 (2,8) | 13 010 |
| 9 | Самара | 2738652 | 32,2 (5<) | 7 | 101 (1,9) | 6 000 |
| 10 | Ростов-на-Дону | 2092546 | 24,3 (5<) | 5,5 | 78 (1,9) | 42 920 |
| 11 | Пермь | 1356902 | 20,6 (5<) | 6,2 | 72,9 (2,5) | 8 950 |
| 12 | Красноярск | 1375261 | 19 (5<) | 5,6 | 64 (1,4) | 6 300 |
| 13 | Челябинск | 1602208 | 20,6 (4) | 3,8 | 56,7 (1,6) | 21 450 |
| 14 | Воронеж | 1535581 | 14,7 (5<) | 5,2 | 51,3 (2,3) | 5730 |
| 15 | Омск | 1473986 | 12 (5) | 4,1 | 26,4 (2,3) | 4 950 |
| 16 | Волгоград | 1499200 | 9,8 (5) | 3,4 | 20,8 (1,2) | 4 000 |

а в 2021 г. уже утверждена «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» [6], (далее — Концепция развития креативных индустрий). В данном документе говорится о системной государственной поддержке креативного сектора экономики российских агломераций, в частности приводятся целевые показатели: увеличение к 2030 г. доли креативных индустрий в экономике в 2.7 раза, доли занятости в 3.2 раза (до 15% всех занятых в экономике) [6].

Таким образом, перед регионами, крупными агломерациями встает вопрос в определении вектора развития креативного сектора региональной (агломерационной) экономики и, в частности, вопрос целевых показателей этого развития. Иными словами, перед специалистами, в том числе градостроителями и архитекторами, встает вопрос: сколько пространства (площадей) понадобится для размещения креативных индустрий в структуре города, агломерации, как рассчитать этот по-

казатель, например, для Новосибирска?

Методы и материалы. В настоящем исследовании использованы методы сравнительного анализа и экстраполяции данных о креативной отрасли крупных городов и агломераций России. В качестве источников информации о креативных отраслях по городам и агломерациям использованы отчеты и публикации исследовательских организаций, компаний креативного сектора [1–5, 7–10] и другие открытые источники. В частности, были привлечены данные о численности населения агломераций, доле занятых в креативных индустриях, валовом продукте города и агломерации, вклад креативных индустрий в валовый муниципальный продукт, выручка организаций креативного сектора и площадь помещений креативного кластера для 16 крупных и крупнейших городов России. Под креативным кластером здесь понимаются взаимосвязанные организации, размещенные на территории компактно расположенных объектов недвижимости. Креативные кластеры развиваются под единым брендом

Таблица 2. Обеспеченность креативной индустрии крупных агломераций России «креативными» площадями.

| Ранг | Города | Площадь креативного кластера, кв.м [10] | Валовый «креативный» продукт (агломерация), млрд. руб. [8] | Обеспеченность «креативными» площадями, кв.м на 1 млрд. руб. |
|------|-----------------|---|--|--|
| 1 | Санкт-Петербург | 272630 | 4313 | 63,2 |
| 2 | Ростов-на-Дону | 42920 | 716 | 59,9 |
| 3 | Нижний Новгород | 51070 | 933 | 54,7 |
| 4 | Челябинск | 21450 | 418 | 51,3 |
| 5 | Москва | 974221 | 20074 | 48,5 |
| 6 | Уфа | 31265 | 693 | 45,1 |
| 7 | Казань | 27670 | 725 | 38,2 |
| 8 | Краснодар | 27210 | 735 | 37,0 |
| 9 | Новосибирск | 13010 | 754 | 17,3 |
| 10 | Пермь | 8950 | 556 | 16,1 |
| 11 | Красноярск | 6300 | 531 | 11,8 |
| 12 | Воронеж | 5730 | 548,884 | 10,4 |
| 13 | Омск | 4950 | 475,989 | 10,4 |
| 14 | Волгоград | 4000 | 436,606 | 9,2 |
| 15 | Екатеринбург | 9550 | 1108,879 | 8,6 |
| 16 | Самара | 6000 | 1004,669 | 6,0 |

и объединяют резидентов из секторов креативных индустрий, имеют необходимую инфраструктуру для творческой и предпринимательской деятельности, являются центром для создателей и потребителей творческого продукта [6]. То есть, в данном случае это комплекс зданий и сооружений, приспособленных или специально построенных для размещения в нем субъектов креативного сектора экономики.

Основные результаты и их интерпретация. Данные по крупным и крупнейшим городам России и их агломерациям были систематизированы и сведены в табл. 1. Сравнение и ранжирование по отдельным показателям исследуемых городов и их агломераций с Новосибирском позволяет сделать ряд наблюдений:

— безусловными лидерами по развитию креативных индустрий (по вкладу в валовый продукт и доле занятых) выступают Москва и Санкт-Петербург;

— по вкладу креативных индустрий в экономику города Новосибирск занимает 6 место, а по доле выручки организаций креативного сектора от общей по региону — 4 место. При этом

доля населения, занятого в креативных индустриях в Новосибирске самая низкая (город делит с Челябинском последнее место в рейтинге);

— по площади объектов креативного кластера Новосибирск занимает 9 место, уступая в несколько раз по площади креативного кластера городам, в которых выручка и численность занятых в креативном секторе сопоставима или значительно ниже.

Таким образом, креативный сектор экономики Новосибирска вносит ощутимый вклад в экономику города, агломерации и региона. При этом в Новосибирске очевидно наблюдается низкий уровень развития креативной инфраструктуры.

Далее на основе использования и интерпретации данных табл. 1 приведены две предлагаемые методики расчета целевых показателей развития креативного кластера. Расчет выполнен для Новосибирска.

Методика № 1

Показатели «валовый креативный продукт» и «площадь объектов креативного кластера» позволяют провести расчет обеспеченности креативного сектора экономики «креативными»

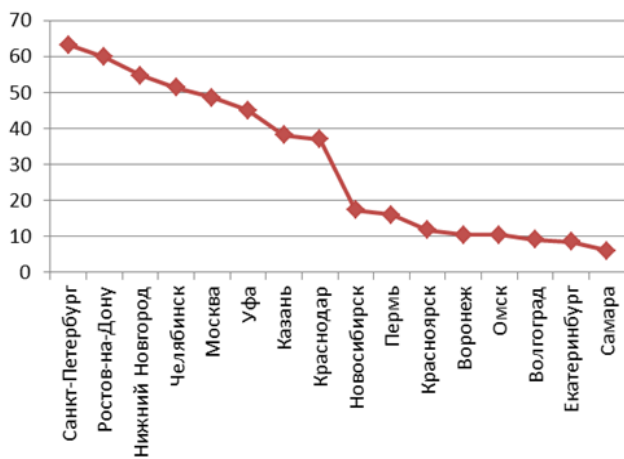


Рис. 1. Обеспеченность креативной индустрии «креативными» площадями.

площадями т.е. вычислить площадь объектов креативного кластера, приходящихся на 1 млрд рублей валового продукта, созданного в креативной индустрии города, агломерации (см. табл. 2).

Сравнение показателей по степени обеспеченности креативных инфраструктур Новосибирска «креативными» площадями позволяет сделать вывод о дефиците соответствующих объектов (см. рис. 1).

Медианная (средняя) обеспеченность креативного сектора экономики «креативными» площадями по городам, которые выше в рейтинге Новосибирска по данному показателю, составляет 50 кв. м./млрд руб. Для достижения подобной обеспеченности Новосибирску уже сегодня не хватает около 25 тыс. кв. м. площадей объектов креативного кластера. При этом, в Концепции развития креативных индустрий говорится об увеличении доли креативных индустрий в экономике России к 2030 г. в 2.7 раза. Соответственно, в Новосибирске к 2030 г. валовый продукт, созданный в креативных индустриях, должен составить 2036 млрд руб. в год. Следовательно, при медианной обеспеченности (50 кв. м./млрд руб.) к 2030 г. Новосибирск должен увеличить существующий объем креативных площадей на 89 тыс. кв. м. При сохранении существующего уровня обеспеченности (17.3 кв.м/млрд руб.), потребуется 35 тыс. кв. м. «креативных» площадей, а для того, чтобы войти в тройку лидеров к 2030 г. (обеспеченность не менее 55 кв.м/млрд руб., при условии сохранения темпов развития лидеров) Новосибирску необходимо 125 тыс. кв. м.

Методика № 2

Другой способ расчета целевых показателей развития креативного кластера основан на уровне обеспеченности занятых в креативных индустриях «креативными» площадями. Можно сделать расчет количества площадей объектов креативного кластера на одного занятого в креативном секторе экономики. Для этого вычислим среднее значение обеспеченности занятых креативными площадями в тех городах, в которых эта обеспеченность выше, чем в Новосибирске. К слову говоря, в Новосибирске всего 0,4 кв. м креативного кластера на одного занятого в креативных индустриях, и по этому показателю город на 12 месте (см. табл. 3).

Средняя (медианная) обеспеченность занятых в креативном секторе «креативными» площадями в городах, стоящих выше Новосибирска по этому показателю, составляет 1029 кв. м на 1 тыс. занятых. Примем это значение как целевое для выхода Новосибирска на средние показатели, для достижения которых уже в настоящее время в городе не хватает 20 тыс. кв. м. «креативных» площадей.

В соответствии с Концепцией развития креативных индустрий доля занятости в креативном секторе должна увеличиться в 3,2 раза. Для Новосибирска это означает 103 тыс. человек. При сохранении современной обеспеченности в 402 кв.м на на 1 тыс. занятых, городу к 2030 г. необходимо 42 тыс. кв.м новых площадей креативного кластера. При увеличении обеспеченности до медианного значения (1029 кв.м/тыс. занятых), необходимо 93 тыс. кв.м. А для того, чтобы войти в тройку лидеров по обеспеченности креативными площадями (1600 кв.м/тыс. занятых), потребуется 152 тыс. кв.м.

Сегодня основными отраслями креативных индустрий в Новосибирске являются технологии и медиа, развивается сфера исполнительского искусства. В Новосибирске существуют планы по развитию креативной экономики города — департамент молодежной политики и спорта при содействии Агентства стратегических инициатив инициировал несколько проектов по приспособлению, не используемых площадей и объектов под «креативные» функции, в частности: здание бывшего автовокзала, заброшенную станцию «Орбита» в Бугринской роще, цех завода ОАО «НПО НИИП и Дом офицеров на Красном проспекте [12].

Таблица 3. Обеспеченность занятых в креативной индустрии «креативными» площадями

| Ранг | Города | Занятых работников, тыс. чел. (%) | Площадь объектов креативного кластера кв.м [10] | Площадь объектов креативного кластера кв.м на 1 тыс. занятых |
|------|-----------------|-----------------------------------|---|--|
| 1 | Нижний Новгород | 28,7 (5<) | 51 070 | 1779 |
| 2 | Ростов-на-Дону | 24,3 (5<) | 42 920 | 1766 |
| 3 | Москва | 612 (18,5) | 974 221 | 1591 |
| 4 | Санкт-Петербург | 183 (12,6) | 272 630 | 1489 |
| 5 | Челябинск | 20,6 (4) | 21 450 | 1041 |
| 6 | Уфа | 34,7 (5<) | 31 265 | 901 |
| 7 | Краснодар | 35,1 (5<) | 27 210 | 775 |
| 8 | Казань | 38,3 (5<) | 27 670 | 722 |
| 9 | Пермь | 20,6 (5<) | 8 950 | 434 |
| 10 | Омск | 12 (5) | 4 950 | 412 |
| 11 | Волгоград | 9,8 (5) | 4 000 | 408 |
| 12 | Новосибирск | 32,3 (4) | 13 010 | 402 |
| 13 | Воронеж | 14,7 (5<) | 5730 | 389 |
| 14 | Красноярск | 19 (5<) | 6 300 | 331 |
| 15 | Екатеринбург | 38,9 (5<) | 9 550 | 245 |
| 16 | Самара | 32,2 (5<) | 6 000 | 186 |

Даже при условии, что креативные индустрии займут 100% площадей перечисленных объектов суммарно это даст не более 15 тыс. кв. м., реально же около 3–5 тыс. кв. м., с учетом реализации планов развития креативного кластера, сохранится существующий уже сегодня дефицит «креативных» площадей. Таким образом, становится очевидным, что для преодоления дефицита креативной инфраструктуры и, в целом, отставания в сфере креативных индустрий Новосибирску, агломерации и региону необходимо активизировать усилия по развитию креативных кластеров.

Заключение. В данном исследовании проведен сравнительный анализ количественных показателей уровня развития креативных индустрий в крупных городах и агломерациях России, предложена методика расчета целевых показателей градостроительной составляющей развития креативных индустрий, проведена апробация методики расчета на примере Новосибирска. Расчет целевых показателей для Новосибирска выполнен двумя способами, разница результатов составляет около 10%, полученные значения приведены ниже в виде интервала «от–до».

Расчетные целевые показатели плановой обеспеченности экономики Новосибирска креативной инфраструктурой к 2030 г. при разных вариантах развития можно представить следующим образом:

- амбициозный сценарий: «Войти в тройку лидеров» — увеличить площадь объектов креативного кластера на 125–152 тыс. кв. м.;
- оптимистичный сценарий: «Преодолеть отставание» — увеличить площадь объектов креативного кластера на 89–93 тыс. кв. м.;
- умеренно-оптимистичный сценарий: «Сохранить позиции» — увеличить площадь объектов креативного кластера на 35–42 тыс. кв. м.

Приведенные выше результаты расчетов могут быть использованы для формирования планов и дорожных карт развития креативного кластера города, агломерации, региона, служить основой для определения целевых показателей развития Новосибирской агломерации, определения приоритетных направлений развития градообразующей базы Новосибирской градостроительной системы.

Библиографический список

1. UNCTAD (2010). Creative Economy Report 2010: A Feasible Development Option. Paris: United Nations. URL: http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf (дата обращения: 17.10.2022);
2. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. URL: https://www.hse.ru/data/2022/02/21/1749373436/Human_Capital_NCMU_Digest_1_Creative_Industries_2021.pdf (дата обращения: 17.10.2022);
3. Казакова, М. В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий / М. В. Казакова // Креативная экономика. – 2020. – Т. 14. – № 11. – С. 2875-2898. – DOI 10.18334/ce.14.11.111156. – EDN UBQMSQ;
4. Cultural times: The first global map of cultural and creative industries // UNESCO. 2015. URL: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf;
5. Креативные индустрии: современные тренды развития регионов // Аналитический вестник Совета Федерации Федерального Собрания РФ. - 2020. - №13(756);
6. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года // Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 г. №2613-р URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения: 17.10.2022);
7. Экономика городов-миллионников: право на развитие // КБ Стрелка. -2019. URL: <https://media.strelka-kb.com/gdpcities> (дата обращения: 31.10.2022);
8. Экономика российских городов и городских агломераций // Выпуск 5: крупнейшие агломерации России в глобальной экономике. Фонд «Институт экономики города». - М. – 2020;
9. Креативные индустрии России. – 2020. URL: <https://100gorodov.ru/> (дата обращения: 27.03.2021);
10. Площади креативных объектов // Компания FLACON-X. - 2019. URL: <http://flaconx.ru/fund2019> (дата обращения: 27.03.2021);
11. Концепция развития креативных индустрий в Новосибирской области // Постановление Правительства Новосибирской области от 08.06.2021 N 212-п URL: <https://docs.cntd.ru/document/465744909> (дата обращения: 17.10.2022);
12. Креативные кластеры и арт-пространства будут запущены в Новосибирске до конца 2021 года URL: <https://infopro54.ru/news/kreativnye-klastery-i-art-prostranstva-budut-zapushheny-v-novosibirske-do-konca-2021-goda/>.

CREATIVE CLUSTER OF NOVOSIBIRSK – DEVELOPMENT TARGETS

Erokhin G.P., Candidate of Architecture, Associate Professor
Kryachkov Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts

***Abstract.** In this study, a comparative analysis of the level of development of creative industries in large cities and agglomerations of Russia is carried out, on the basis of which a conclusion is made about the degree of provision of Novosibirsk with "creative" areas. The article presents the author's methodology for calculating the target indicators for the development of the city's creative cluster. The calculation of the provision of the creative economy with creative areas allows us to formulate targets for the city of Novosibirsk for three development options by 2030.*

***Keywords:** creative industries, creative cluster, urban development, agglomeration, city-forming industries.*