

УДК 332.15:316.334.2

Лукиянчина Е. В.
Lukiyanchina E. V.

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ КРАЙНЕГО СЕВЕРА ДЛЯ КРЕАТИВНОГО КЛАССА

ATTRACTION OF REGIONS OF THE FAR NORTH FOR CREATIVE CLASS

Северные регионы нуждаются в развитии креативного класса. Автор определяет привлекательность регионов для креативного класса, в том числе регионов Крайнего Севера. При написании работы были использованы метод экспертных оценок и статистический метод обработки информации. Результатами исследования являются рейтинг федеральных округов по привлекательности, группы регионов по отношению к привлекательности для креативного класса; выделены негативные факторы, влияющие на привлекательность регионов Крайнего Севера.

Northern regions are in need of development of a creative class. The author determines the attractiveness of regions for the creative class, including highlighting the attractiveness of the regions of the Far North. The expert evaluation method and the statistical method of information processing were used for this study. The results of the research are the rating of federal districts on the attractiveness of the creative class, groups of regions relative to the attractiveness for the creative class, including the regions of the Far North. Disadvantages affecting the attractiveness of the Far North regions are highlighted.

Ключевые слова: креативный класс, привлекательность регионов, рынок труда, востребованность креативного класса.

Keywords: creative class, regions attractiveness, labor market, demand for creative class.

Люди, производящие экономические ценности в процессе творческой деятельности, относятся к креативному классу [5, с. 59]. Потребность в креативных работниках постоянно растет на рынке труда, доля креативного класса в структуре трудоспособного населения России составляет 38 %, а в развитых странах эта доля – 40 % [3, 5].

В России все чаще говорят о развитии креативного класса для дальнейшего продвижения третичного и четвертичного сектора экономики, в том числе в регионах Крайнего Севера. Для определения привлекательности регионов для креативного класса необходимо рассмотреть и оценить ряд показателей, которые представлены далее. За основу выбора показателей для оценки привлекательности городов для креативного класса в России будем использовать индекс Р. Флориды «ЗТ» – «технологии – талант – толерантность».

Если сравнивать субъекты РФ по показателям, позволяющим характеризовать привлекательность того или иного региона для креативного класса с помощью индекса Р. Флориды «ЗТ», то первые два показателя будут включать уровень и экономическую эффективность разработки и использования передовых «Т»ехнологий в различных сферах, привлечение образованных, «Т»алантливых специалистов, способных работать в инновационном режиме. Индекс «Т»олерантности требует пояснений – толерантность означает определенные ценности, определенный этос этой группы, ее мораль [1, с. 60].

Он также отражает тот факт, что креативный класс в существенной мере составляют представители «маргинальных» групп («меньшинств») и для них принципиально важно, существует ли в данном месте достаточная терпимость в отношении их особенностей (расы

или сексуальной ориентации). С практической точки зрения это означает, что развитие технологий и среды для взращивания талантов есть необходимые, но не достаточные условия для привлечения креативного класса.

Компоненте номер три принадлежит особая роль: креативный класс предпочитает селиться в таких городах и странах, где преобладает атмосфера открытости и дружелюбия. В итоге именно толерантность оказывается решающим фактором для технологического и экономического развития.

Проанализируем привлекательность регионов РФ только с двух позиций: таланта и технологий. Так как проблема толерантности населения России требует более углубленного изучения, то в рамках данного исследования не может быть рассмотрена в полной мере.

По данным официальных статистических данных мы выделили 10 показателей, которые мы относим к показателям «Т»ехнологии и «Т»аланта. По данным показателям был составлен рейтинг федеральных округов РФ по привлекательности для креативного класса (табл. 1).

Анализ выявил региональную дифференциацию в уровне креативности экономики РФ. В результате данного исследования мы делим регионы России по привлекательности для креативного класса, выделяя следующие группы: зона с высоким, средним и низким уровнем привлекательности.

В 2015 г. по привлекательности регионов для креативного класса были выделены регионы-лидеры (г. Москва, г. Санкт-Петербург, Московская область). Самый высокий ее уровень зафиксирован в Москве и Санкт-Петербурге, где в основном сосредоточены кадры высшей квалификации. Нехватка креативных специалистов в различных регионах РФ наносит непоправимый вред экономическому развитию.

Северные регионы являются регионами со средним и низким уровнем привлекательности. В регионах Крайнего Севера мы наблюдаем снижение показателей, характеризующих «Т»ехнологии и «Т»алант по сравнению с прочими регионами. Колоссальный разрыв заметен с регионами, входящими в зону с высокой креативностью.

Так северные регионы уступают регионам с высоким уровнем привлекательности по всем группам показателей, кроме объема инновационных товаров и услуг, обусловленного существенными затратами на технологическую модернизацию в Дальневосточном федеральном округе и активным освоением территорий Крайнего Севера (табл. 3) [4, с. 270].

Негативно на привлекательность регионов Крайнего Севера для креативного класса влияют следующие факторы: высокие транспортные расходы на перевозки по территории вследствие значительной напряженности дорожного движения и низкого уровня развития дорожно-транспортной инфраструктуры; высокая зависимость экономики от мировых цен на нефть; недостаток у малых и средних предприятий собственных финансовых средств; нехватка служебных и производственных помещений для ведения бизнеса; недостаточное развитие наукоемкого малого бизнеса в ключевых отраслях окружной экономики [2, с. 45].

В частности, необходимо уделять внимание культурному развитию субъектов Российской Федерации как одному из аспектов для привлечения креативного класса и достичь понимания того, что политика культурного развития городов и регионов должна служить усилению регионального потенциала, развитию инфраструктуры культурного/креативного производства как системного качества жизни современных регионов.

От привлекательности региона для креативного класса зависит дальнейшее формирование регионального потенциала северных территорий.

Таблица 1

Рейтинг привлекательности федеральных округов РФ для креативного класса

Округ	Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками	Численность исследователей, имеющих научную степень	Внутренние затраты на научные исследования и разработки	Численность аспирантов	Численность докторантов	Затраты на технологические инновации малых предприятий	Инновационная активность организаций (%)	Объем инновационных товаров, работ, услуг	Подано патентных заявок	Выдано патентов	Место в рейтинге
Центральный федеральный округ	380 140	58 560	482 660,8	43 740	750	3 466	10,9	11 664 733,5	22 482	4 740	1
Северо-Западный федеральный округ	98 062	13 769	128 182,7	14 166	249	982,4	9,6	60 08215,7	3 850	3 181	4
Южный федеральный округ	27 166	4 821	24 732,8	7 531	191	957	7,8	2 4703 96,6	2 483	2 012	6
Северо-Кавказский федеральный округ	7 521	3 255	4 291,9	3 826	42	16,4	4,7	465 494,4	675	774	8
Приволжский федеральный округ	107 679	9 267	138 049,2	18 003	354	2 391,8	10,6	9 251 559,2	6 485	6 122	2
Уральский федеральный округ	46 496	5 115	55 432,7	6 197	101	1 295,6	7,9	7 969 608	2 150	1 901	3
Сибирский федеральный округ	55 145	11 862	64 279,4	13 066	266	2 647,1	8	5 592 168,6	3 431	3 131	5
Дальневосточный федеральный округ	–	–	–	2 987	48	283	7,2	2 024 716,9	913	833	7
Крымский федеральный округ	2 964	671	1 886,0	420	6	112,5	4,5	78 240,9	1	0	9

Примечание: из вышеуказанного рейтинга федеральных округов по привлекательности креативного класса мы выделили самые перспективные регионы РФ, в которых присутствует высокая концентрация креативного класса (табл. 2).

Таблица 2

Сводные показатели регионов, входящих в зону высокой креативности в 2015 г.

Название региона	Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками	Численность исследователей, имеющих ученую степень	Внутренние затраты на научные исследования и разработки	Численность аспирантов	Численность докторантов	Затраты на технологическое инновационное малых предприятий	Инновационная активность организаций (%)	Объем инновационных товаров, работ, услуг	Поступление патентных заявок и выдача охранных документов	
									Подано патентных заявок	Выдано патентов
г. Москва	129 194	31 847	322 785	31 344	520	358,9	19,7	851 583,4	16 036	9 116
г. Санкт-Петербург	42 956	8 108	109 711	11 575	221	631,5	17,2	210 359,3	3 014	2 518
Московская область	38 767	6 240	111 318,2	2 081	24	373,3	8	294 032,1	2 378	889
Нижегородская область	18 330	1 806	65 584,1	2 324	51	675,1	13,5	185 763,7	642	73
Новосибирская область	10 165	3 634	20 108,7	2 901	51	262,4	9,4	42 427,1	873	67
Свердловская область	9 731	2 304	26 259,1	2 566	58	677,4	8,5	102 656,6	980	866
Республика Татарстан	6 796	1 280	12 202	3 464	60	890,9	20,5	373 171,4	1 347	297
Ростовская область	6 761	1 100	13 682,2	3 082	89	318,9	9,9	108 526,9	1 012	67
Самарская область	6 425	413	17 353,3	2 137	35	79,1	5	232 953,1	1 032	973
Республика Башкортостан	3 877	911	83 279,7	2 249	26	37,5	9,1	139 331,3	886	943
Челябинская область	7 127	66	14 710,1	1 779	38	470,9	9,2	62 878,1	617	644

Примечание: авторское исследование на основе данных Росстата.

Таблица 3

Сводные показатели регионов, входящих в зону средней и низкой креативности в 2015 г.

Название региона	Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками	Численность исследователей, имеющих ученую степень	Внутренние затраты на научные исследования и разработки	Численность аспирантов	Численность докторантов	Затраты на технологические инновации малых предприятий	Инновационная активность организаций (%)	Объем инновационных товаров, работ, услуг	Поступление патентных заявок и выдача охранных документов	
									Подано патентных заявок	Выдано патентов
Мурманская область	2 342	511	2 513,4	309	8	28,3	9,4	257 257,8	55	52
Ненецкий автономный округ	62	2	65,2	0	0	—	5	182 596,3	—	—
Республика Коми	1 981	493	2 400,1	259	—	16,9	5,2	512 394,8	53	48
Ямало-Ненецкий автономный округ	109	19	136,3	—	—	0,1	7,4	1 187 260,6	50	29
Республика Саха	2 250	691	2 500,5	417	2	2,1	7,0	427 793,2	122	100
Магаданская область	636	212	729,5	49	—	—	14,3	83 686,9	16	12
Камчатский край	1 133	285	1 289,6	111	1	110,6	11,8	56 814,1	10	23
Сахалинская область	888	122	1 399	71	—	77,3	2,6	666 481,7	19	7
Республика Карелия	1 202	364	1 050,7	224	1	20,1	7,2	107 390,8	81	53
Красноярский край	7 543	912	17 095,1	1 912	32	228,1	8,8	1 487 292,6	499	508
Иркутская область	4 671	1 308	4 333,6	1 810	31	456,7	7,9	785 006,4	310	285
Республика Тыва	384	87	289,8	75	—	0	4,9	16 117,5	2	3
Хабаровский край	2 043	761	1 956,1	767	8	20,8	9,7	273 490,1	250	225
Чукотский АО	24	4	39,2	—	—	—	17,8	76 192,9	—	—

Примечание: авторское исследование на основе данных Росстата.

Литература

1. Байгушева Е. В. Привлекательность регионов России для креативного класса // Креатив. экономика. 2012. № 11. С. 59–64.
2. Богомолова Л. Л. Динамика результатов развития малого и среднего бизнеса в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре // Инновац. наука. 2015. № 6–1. С. 42–45.
3. Идрисов А. Стратегия: есть ли у нас выбор? // Ведомости : сетев. журн. 2015. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2015/07/28/602375-u-rossii-est-vibor> (дата обращения: 19.09.2017).
4. Павлова С. Н. Развитие инноваций на севере: проблемы и перспективы // Проблемы соврем. экономики. 2014. № 4. С. 268–270.
5. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М. : Классика-XXI, 2011. 430 с.