

## 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика

УДК 330.342.44

DOI 10.37493/2307-907X.2023.2.21

Соболева Юлия Павловна, Семенова Елена Евгеньевна,  
Ефименко Ирина Сергеевна

## КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КУЛЬТУРНОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

*Креативная индустрия – молодая, но активно развивающаяся отрасль культурного, творческого и экономического сектора. Это вложение творческого потенциала населения в экономику страны и создание культурных товаров и услуг. Креативные индустрии развиваются и реализуются в каждой стране и регионе по-разному, поэтому нет четкого понимания данной индустрии в мире. Целью исследования является анализ развития концепций креативных индустрий и оценки значимости этих индустрий для современной экономики. Практическая значимость заключается в том, что авторами предложен подход по определению уровня креативности регионов с использованием групп расчетных показателей, которые отражают экономическую составляющую и качество человеческого капитала в регионе.*

**Ключевые слова:** креативная индустрия, креативный потенциал, регион, оценка, государственная политика.

**Yulia Soboleva, Elena Semenova, Irina Efimenko**

### CREATIVE INDUSTRIES OF CULTURAL AND ECONOMIC SPACE

*The creative industry is a young but actively developing branch of the cultural, creative and economic sector. This is an investment of the creative potential of the population in the country's economy and the creation of cultural goods and services. Creative industries develop and function differently in each country and region, so there is no clear understanding of this industry in the world. The purpose of the study is to analyze the development of the concepts of creative industries and assess the significance of these industries for the modern economy. The practical significance lies in the fact that the authors proposed an approach to determine the level of creativity of the regions using groups of calculated indicators that reflect the economic component and the quality of human capital in the region.*

**Key words:** creative industry, creative potential, region, assessment, public policy.

**Введение / Introduction.** В последние годы творческий потенциал региона рассматривается как наиболее ценный актив, с помощью которого можно решать как социальные, так и экономические проблемы. Творческий потенциал исследуется, формируется и развивается не только некоммерческими, но и коммерческими организациями с целью достижения ими желаемого уровня конкурентоспособности. Креативность является одним из четырех ключевых навыков XXI века наряду с критическим мышлением, сотрудничеством и общением.

Следует отметить, что все больше исследователи акцентируют внимание на стремительно растущих долях креативных индустрий в экономике России. И термины «креативная индустрия», «креативная экономика», «креативный кластер» на сегодняшний день являются одними из основных и наиболее популярных при обсуждении перспектив развития творческих индустрий в России.

Креативные индустрии помимо того, что представляют собой так называемый «творческий бизнес», обладают гуманитарной миссией и рассматриваются в контексте «гуманитарной экономики». Однако чисто по экономическим характеристикам виды деятельности, составляющие креативную экономику, зачастую оказываются неконкурентоспособными (если их сравнивать с чисто коммерческими сферами деятельности: торговлей, производством, сферой услуг). По этой причине за рубежом они поддерживаются государством на системной основе [10].

В подавляющем количестве научных статей креативность рассматривается как городской феномен. Существует большое число исследований, посвященных тому, как креативные индустрии концентрируются в городах. Если рассматривать процесс развития креативных индустрий в России, то на уровне публичной дискуссии города и городские агломерации также рассматриваются как центр развития креативных индустрий.

В настоящее время утверждена «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года». Но при этом законная связь на законодательном уровне закреплена между креативными индустриями и крупными (или даже крупнейшими) городами страны с численностью более 500 тыс. человек.

Согласно исследованиям, проведенным Центром «Российская кластерная обсерватория», вклад больших городов в развитие креативной индустрии страны составляет более 55 %. Такие города концентрируют в себе 85 % общего количества креативных организаций, 81 % индивидуальных предпринимателей в сфере креативных индустрий и почти 81 % занятых в сфере креативных индустрий.

Крупные города – Москва и Санкт-Петербург – аккумулируют почти 40 % занятых в креативных индустриях. К видам условно «городских» креативных индустрий исследователи отнесли информационные технологии, архитектуру, звукозапись, рекламу и PR, телевидение и радиовещание. Перечисленные виды деятельности в исследованиях указанного Центра получили наиболее высокий вклад по численности занятых. Крупные города-миллионники специализируются на перечисленных видах деятельности. Для Санкт-Петербурга и Волгограда выявлены отличия – к наиболее развитым в них сферам исследователи отнесли библиотечное, музейное и архивное дело.

По состоянию на май 2022 года в России насчитывалось около 180 000 креативных организаций. Значимая их часть приходилась на IT-технологии, видеоигры, рекламу и PR, и архитектура (рис. 1).

В целом предпринимательская активность в области креативных индустрий соответствует общероссийским изменениям, которые характеризуются сокращением числа новых креативных организаций. Данное снижение имеет под собой фундаментальные причины. Одна из них – это отсутствие роста благосостояния у населения страны, а также слабая доступность финансов, недостающий инновационный потенциал и отсутствие реальных примеров бизнес-успеха [1].

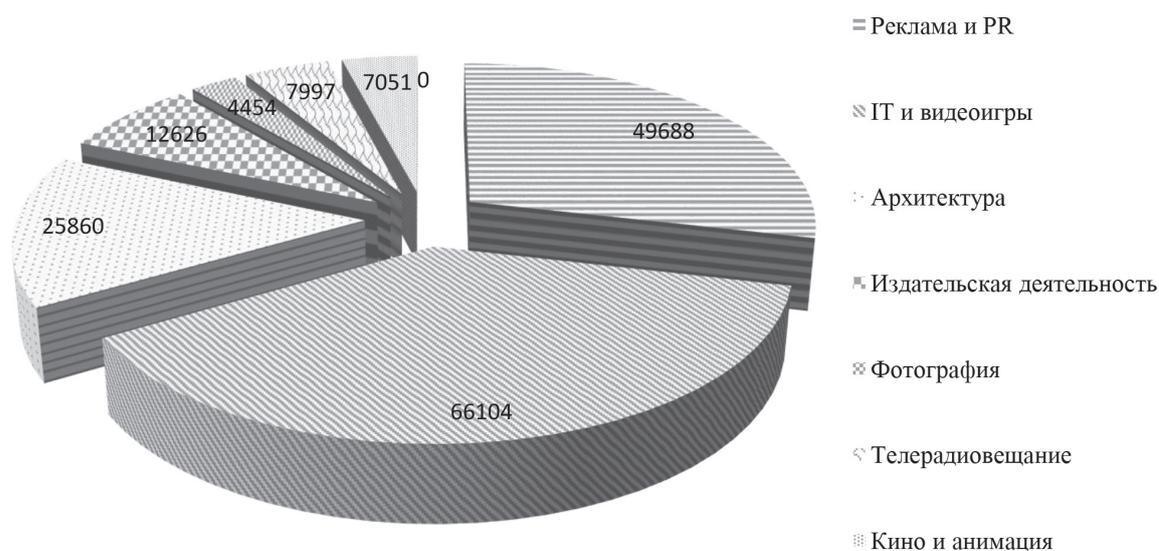


Рис. 1. Распределение организаций по креативным индустриям

Снижение организаций креативных индустрий затронуло разные секторы (рис. 2). Прежде всего это фотография, реклама и PR, ювелирное дело. Единственный вид деятельности, который показал увеличение численности организаций, это образование в креативных индустриях.

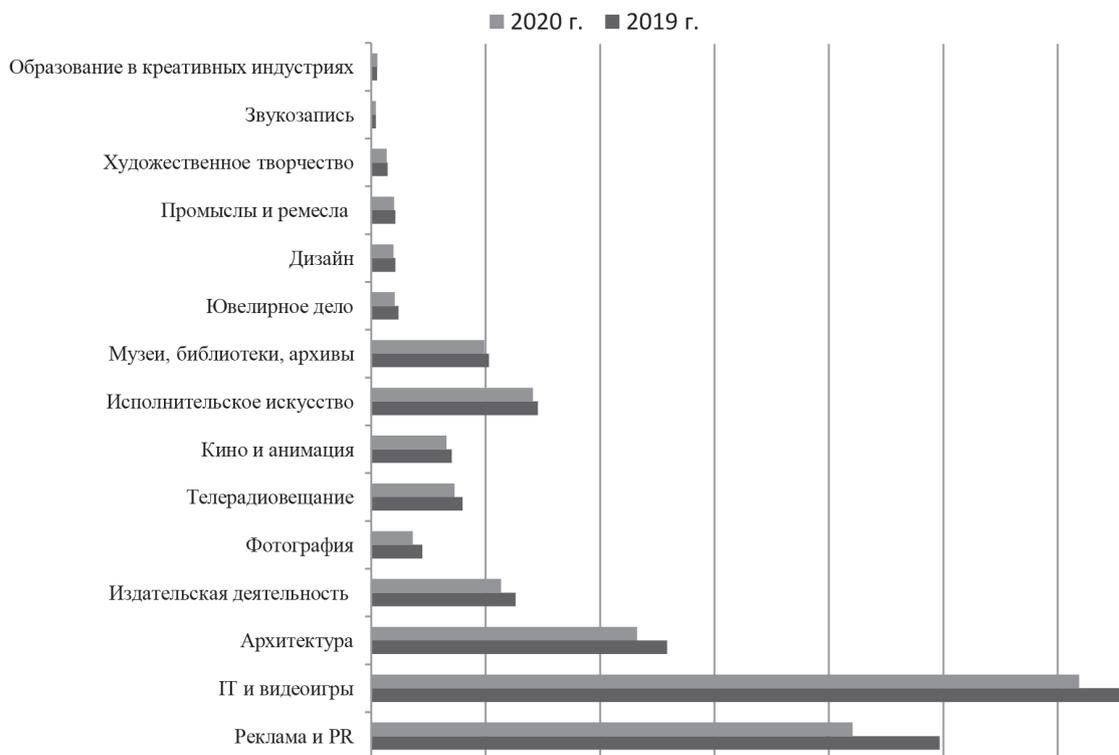


Рис. 2 Предпринимательская активность в креативных индустриях 2019–2020 гг.

На фоне снижения числа креативных организаций и сокращения общей занятости населения в экономике в секторе креативной индустрии за 2017–2021 гг. наблюдается последовательное расширение занятости по трем группам, а именно:

- вспомогательный персонал (от 1,29 до 1,43 млн чел.);
- интегрированные (от 1,55 до 2,12 млн чел.);
- специалисты (от 1,01 до 1,24 млн чел.).

В креативном секторе складывается уникальная ситуация. С одной стороны, наблюдается сокращение организаций креативного сектора, а с другой стороны, имеет место рост творческой деятельности населения страны. Парадокс заключается в том, что творческие профессии стали более востребованы на рынке и пользуются популярностью у работодателей, а также они используются не только в креативных индустриях, но и в традиционных отраслях [9].

**Материалы и методы / Materials and methods.** С целью поддержки развития креативных индустрий в Москве создано АНО «Агентство креативных индустрий». Агентство осуществляет финансовую и нефинансовую поддержку, международное продвижение, информационно-аналитическую работу, формирование инфраструктуры. Среди финансовых мер поддержки налогоплательщиков города Москвы следует отметить гранты на поддержку кинопрокатчиков и анимационных компаний.

Федеральная политика в сфере креативной индустрии в России только формируется. Движение в данной отрасли ведется по всем регионам страны, но выделяется пока только Москва. В столице практически полностью сосредоточены кино-, теле- и радиовещательные компании,

рекламные агентства, печатные издания и т. д. Столичные организации создают около 1,13 трлн руб., или 55 % добавленной стоимости креативных индустрий России. В Москве в творческом и креативном секторе трудится каждый пятый человек. Творческий сектор на примере Москвы включает в себя 16 отраслей. Самые крупные из креативных секторов – это IT-технологии и видеоигры, архитектура, реклама, телерадиовещание и издательская деятельность. В сумме они составляют около 90 % объема выручки креативного сектора. В Москве достаточно широко развиваются IT-технологии, также в столице находятся российские разработчики крупных программных компаний: Яндекс и Mail.ru [5].

Согласно исследованиям Высшей школы экономики, профессий, относящихся к креативной индустрии, насчитывается 38. Здесь профессии от вышивальщиц, кузнецов и гончаров до писателей и музыкантов, архивистов и руководителей маркетинговых служб. Еще один крупный креативный сегмент Москвы – это реклама и PR. Его доля составляет 70 % всей рекламной деятельности в России [2].

При рассмотрении вклада различных городов мира в креативный сектор выявлено, что лидирующие места занимают Пекин – 14 %. Лондон – 12 %, Москва – 6,3 %, Гонконг – 4,4 %. Отставание Москвы от Пекина и Лондона – одних из глобальных лидеров креативной индустрии – демонстрирует потенциал дальнейшего роста креативного сектора нашей столицы и возможность выполнения ею роли мирового центра креативности. Для этого необходимо создание среды, которая будет стимулировать творчество, а именно: новые условия труда, образа жизни, форм общения и окружения, т. е. создание креативных кластеров.

**Результаты и обсуждение / Results and discussion.** На сегодняшний день существует несколько подходов, объясняющих сущность понятия «креативный кластер». Среди них концепция развития творческих креативных индустрий, закон Ханты-Мансийского автономного округа, Манифест ООО «Союз Креативных кластеров», а также практическое руководство по созданию креативного кластера от агентства стратегических инициатив.

Согласно терминологии Союза Креативных кластеров в России, креативный кластер – это территориальная концентрация творческих индустрий, тесно связанных с ними предпринимательской, общественной, образовательной видов деятельности, расположенных на площадке единого крупного земельно-имущественного комплекса, на территории которого определена и публично заявлена базовая специализация и созданы условия для междисциплинарного взаимодействия, создание творческих продуктов и капитализация развития человеческих ресурсов [6].

Аналогом креативного кластера, который в нашем понимании является физическим пространством в развивающейся креативной индустрии, в Европе является «Creative hack», т. е. это место физического или виртуального взаимодействия, которое объединяет творческих людей. Hack является организатором, предоставляющим пространство и поддержку для Нетворкинга, развития бизнеса и взаимодействия сообщества в творческом, культурном и техническом секторах [4].

Креативные кластеры – это сообщества, использующие свою площадь, инфраструктуру и ресурсы для развития и поддержки частных лиц, организаций, предприятий и проектов в сфере креативных индустрий.

Индекс креативного потенциала территорий отражает уровень развитости рассматриваемых сфер деятельности в странах и регионах. До 2020 года соответствующая аналитика представлена в сети Интернет. Так, по данным компании PwC и фонда Calvert22, уровень креативного капитала Москвы находился до пандемийного периода на уровне 51,86 ед., Лондона – 75,94 ед., Сеула – 57,84, Нью-Йорка – 75,54. Расчет данного индекса основывается на проведении социологических исследований – опросах представителей креативных индустрий. В настоящее время отечественными исследователями ведется работа по адаптации к российской действительности существующей западной методики оценки потенциала креативности. К сожалению, не все показатели, используемые западной методикой, являются общедоступными в России, особенно это касается небольших городов [8].

Единая методика оценки креативности территорий (регионов) в нашей стране отсутствует, несмотря на то, что в вышеназванной Концепции она выступает одним из критериев эффективности ее реализации. В основе существующих подходов лежит классическая методика Р. Флориды. Она включает в себя расчет целой системы индексов, объединенных в сводный индекс. Все индексы в данной методике условно можно разделить на оценку технологий, толерантности и таланта [7]. Система индексов креативности Р. Флориды включает индексы высоких технологий, инноваций, богемы, таланта, плавильного котла, интегральный индекс разнообразия, включающий индекс плавильного котла и богемы. Источниками для расчета индекса креативности являются документы демографической и экономической статистической отчетности. Итог исследований Р. Флориды – концепция «3Т» креативного капитала территории, основными индикаторами оценки которого стали технологии, толерантность, талант. Применительно к российской действительности оценить первую составляющую возможно на основе статистических данных, а для оценки второй и третьей составляющих требуется проведение маркетинговых исследований. Вместе с тем мы считаем, что степень толерантности жителей регионов, если они территориально близко расположены друг к другу и входят в одну страну, может иметь незначительные различия в значениях полученных показателей [3].

Еще одна зарубежная методика оценки креативности Ч. Ландри и Дж. Хайамса содержит расчет десяти индикаторов. Она позволяет оценить территорию с позиции развитости на ней предпринимательства, стратегического лидерства в регионе, политической составляющей и др. Многие из этих показателей объективно оценить достаточно трудно, поэтому в настоящее время указанная методика не может считаться эффективной для нашей страны.

В рамках реализации проекта фонда Calvert 22 PwC в России получил широкое распространение и практическую апробацию индекс креативности. Он позволил оценить готовность наиболее крупных городов России к развитию креативной индустрии в разрезе пяти групп показателей: «люди», «город», «бизнес», «власть», «бренды». Вместе с тем, по оценкам экспертов, данная методика применительно к российской действительности имеет недостатки: многие из показателей, используемых ею, недоступны для использования.

Ввиду того, что развитие творчества, креативной составляющей территорий позволит повысить конкурентоспособность регионов, считаем актуальным предложить подход, согласно которому определение уровня креативности регионов выступает одной из составляющих его инвестиционной привлекательности.

В этой связи оценку креативного потенциала регионов мы предлагаем осуществлять с использованием группы расчетных показателей, отражающих экономическую составляющую и качество человеческого капитала в регионе (рис. 3). Основой для разработки данного подхода стала методика А. Пильясова и О. Колесниковой.

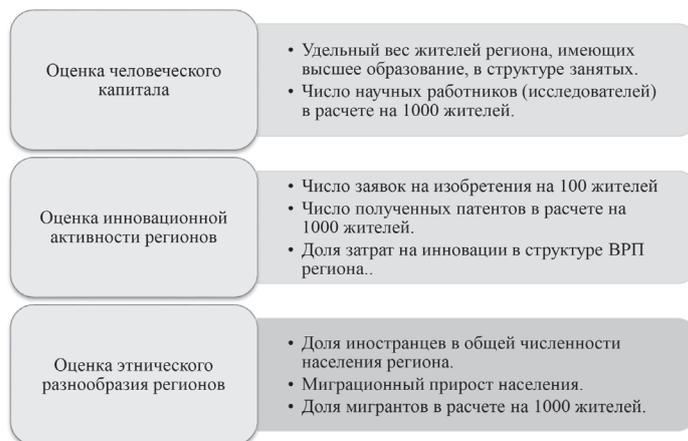


Рис. 3. Основные компоненты оценки уровня креативности в регионе (\*составлено авторами)

Для расчета итогового индекса креативности исследователи рекомендуют оценивать произведение трех его составляющих: «индекс таланта», «индекс технологий», «индекс толерантности». Для вычисления каждого из перечисленных индексов мы предлагаем использовать представленные в таблице показатели, каждый из которых и будет отражать каждую из составляющих индекса креативности. При этом, как указывают авторы рассматриваемых публикаций, для достижения сопоставимости показателей необходимо рассчитывать их индексы как отношение разницы между фактическим значением показателя и минимальной величиной его среди рассматриваемых регионов к разнице между максимальным и минимальным региональными значениями.

**Заключение / Conclusion.** В рамках выполнения данного исследования мы провели оценку индекса креативности регионов Центрального федерального округа. В таблице мы представили результаты расчета индексов, в основе которых находятся официальные статистические данные Росстата.

Таблица

**Оценка индекса креативного потенциала регионов Центрального федерального округа России**

Регион ЦФО	Индекс			
	этнического разнообразия	человеческого капитала	инновационной активности	сводный
Московская область	1,005	0,440	0,638	0,694
г. Москва	0,231	0,989	0,645	0,622
Воронежская область	0,301	0,326	0,700	0,442
Калужская область	0,619	0,258	0,362	0,413
Белгородская область	0,246	0,173	0,737	0,385
Тульская область	0,153	0,179	0,639	0,324
Липецкая область	0,064	0,063	0,793	0,307
Орловская область	0,005	0,211	0,510	0,242
Ярославская область	0,079	0,237	0,353	0,223
Ивановская область	0,187	0,116	0,345	0,216
Курская область	0,122	0,230	0,293	0,215
Владимирская область	0,064	0,164	0,414	0,214
Тверская область	0,117	0,138	0,385	0,213
Рязанская область	0,158	0,184	0,243	0,195
Тамбовская область	0,143	0,149	0,257	0,183
Брянская область	0,186	0,077	0,274	0,179
Смоленская область	0,060	0,127	0,118	0,102
Костромская область	0,233	0,037	0,000	0,090

Проведенное исследование позволило нам выявить регионы с высокой степенью инвестиционной привлекательности с позиции уровня креативности (рис. 4).



Рис. 4. Распределение регионов ЦФО по величине креативного потенциала

Предлагаемая в рамках настоящего исследования методика может быть усовершенствована путем добавления новых показателей, расширяющих все три группы индексов, в том числе на основе включения в систему оценки качественных показателей, результаты которых можно получить методом проведения экспертных опросов.

#### ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

1. Бредихин, С. В. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы / С. В. Бредихин, В. В. Власова, Н. В. Гаврилова, М. А. Гершман, Л. М. Гохберг, А. В. Демьянова, И. А. Иванова, Я. А. Попова // Научный дайджест: НИУ Высшая школа экономики. Территориальные кластеры. – 2021. – № 10 – С. 9–11. – Текст : непосредственный.
2. Каюм, Джалал Мир Абдул. Государственная поддержка развития креативного сектора региональной экономики / Джалал Мир Абдул Каюм, Д. Д. Буркальцева, А. Р. Жарова // Региональная экономика. Юг России. – 2021. – Т. 9. – № 1 – ISSN 2310-1083. – Текст : непосредственный.
3. Казакова, М. В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий / М. В. Казаков // Креативная экономика : электронный научный журнал. – 2022. – URL: <https://creativeconomy.ru/lib/114829> (дата обращения: 20.08.2022). – Загл. с титул. экрана. – Текст : электронный.
4. Стратегическое планирование в регионах и городах России : материалы XV Общероссийского форума. – URL: <http://www.2016.forumstrategov.ru/> (дата обращения: 01.09.2022). – Загл. с титул. экрана. – Текст : электронный.
5. Креативные специализации городов и регионов : сессия 3 // Креативная экономика: на пути к посткризисному восстановлению и устойчивому развитию : материалы Международной научной конференции / НИУ ВШЭ. – URL: <https://creativeevents.hse.ru/2021/forum> (дата обращения: 01.09.2022). – Загл. с титул. экрана. – Текст : электронный.
6. Морданов, М. А. Оценка уровня креативности регионов России: применение индекса Флориды в современных реалиях / М. А. Морданов // Креативная экономика : электронный научный журнал. – 2022. – URL: <https://creativeconomy.ru/lib/114829> (дата обращения: 20.08.2022). – Загл. с титул. экрана. – Текст : электронный.

7. Пилясов А. Оценка творческого потенциала российских региональных сообществ / А. Пилясов, О. Колесникова // Вопросы экономики. – 2008. – № 9. – С. 50–69. – URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2008/0349/analit01.php> (дата обращения: 01.09.2022). – Загл. с титул. экрана. – Текст : электронный.
8. Темербулатова, Ж. С. Статистика в области креативных индустрий: обзор методологических основ / Ж. С. Темербулатова, А. С. Жупарова, А. А. Нусупаева // Экономика: стратегия и практика. – 2020. – № 4(15). – С. 153–161. – Текст : непосредственный.
9. Тюрчев, К., Эффекты коронакризиса для креативной экономики / К. Тюрчев, М. Гершман, А. Демьянова, Е. Куценко ; Высшая школа экономики. – URL: <https://issek.hse.ru/news/522653516.html> (дата обращения: 22.08.2022). – Загл. с титул. экрана. – Текст : электронный.
10. Шафранская, И. Н. Конкурентоспособность российских регионов через призму креативности, или Еще об одном рейтинге регионов / И. Н. Шафранская // Конкурентоспособный регион: облака и факторы : сб. статей. – 2012. – С. 56–74. – Текст : непосредственный.

#### REFERENCES AND INTERNET RESOURCES

1. Razvitiye kreativnykh industriy v Rossii: klyuchevye indikatory (Development of creative industries in Russia: key indicators) / S. V. Bredihin, V. V. Vlasova, N. V. Gavrilova, M. A. Gershman, L. M. Gohberg, A. V. Dem'yanova, I. A. Ivanova, Ya. A. Popova // Nauchnyj dajdzhest / NIU Vysshaya shkola ekonomiki. Territorial'nye klasteri. – 2021. – No 10 – P. 9–11.
2. Kayum, Dzhahal Mir Abdul. Gosudarstvennaya podderzhka razvitiya kreativnogo sektora regional'noj ekonomiki (State support for the development of the creative sector of the regional economy) / Dzhahal Mir Abdul Kayum, D. D. Burkal'tseva, A. R. Zharova // Regional'naya ekonomika. Yug Rossii. – 2021. – V. 9. – № 1 – ISSN 2310-1083.
3. Kazakova, M. V. Kul'turnye i kreativnye industrii: granicy ponyatij / M. V. Kazakova (Cultural and creative industries: the boundaries of concepts) // Kreativnaya ekonomika : elektronnyi nauchnyy zhurnal. – 2022. – URL: <https://creativeconomy.ru/lib/114829> (accessed: 20.08.2022).
4. Strategicheskoe planirovanie v regionah i gorodah Rossii (Strategic planning in the regions and cities of Russia) : materialy XV Obshcherossijskogo foruma. – URL: <http://www.2016.forumstrategov.ru/> (accessed: 01.09.2022).
5. Kreativnye specializacii gorodov i regionov (Creative specializations of cities and regions) : Sessiya 3 // Kreativnaya ekonomika: na puti k postkrizisnomu vosstanovleniyu i ustoichivomu razvitiyu : materialy Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii / NIU VShE. – URL: <https://creativeevents.hse.ru/2021/forum> (accessed: 01.09.2022).
6. Mordanov, M. A. Ocenka urovnya kreativnosti regionov Rossii : primeneniye indeksa Floridy v sovremennykh realiyah (Assessment of the level of creativity of Russian regions: application of the Florida Index in modern realities) / M. A. Mordanov // Kreativnaya ekonomika : elektronnyy nauchnyy zhurnal. – 2022. – URL: <https://creativeconomy.ru/lib/114829> (accessed: 20.08.2022).
7. Pilyasov A. Ocenka tvorcheskogo potenciala rossijskih regional'nykh soobshchestv (Assessment of the creative potential of Russian regional communities) / A. Pilyasov, O. Kolesnikova // Voprosy ekonomiki. – 2008. – No 9. – P. 50–69. – URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2008/0349/analit01.php> (accessed: 01.09.2022).
8. Teмербулатова, Ж. С. Statistika v oblasti kreativnykh industriy: obzor metodologicheskikh osnov (Statistics in the field of creative industries: an overview of the methodological foundations) / Zh. S. Teмербулатова, A. S. Zhuparova, A. A. Nusyupaeva // Ekonomika: strategiya i praktika. – 2020. – No 4 (15). – P. 153–161.
9. Tyurchev, K. Effekty koronakrizisa dlya kreativnoj ekonomiki (Effects of the corona crisis for the creative economy) / K. Tyurchev, M. Gershman, A. Dem'yanova, E. Kucenko ; Vysshaya shkola ekonomiki. – URL: <https://issek.hse.ru/news/522653516.html> (accessed: 22.08.2022).
10. Shafranskaya, I. N. Konkurentosposobnost' rossijskih regionov cherez prizmu kreativnosti, ili Eshche ob odnom rejtinge regionov (Competitiveness of Russian regions through the prism of creativity, or about another rating of regions) / I. N. Shafranskaya // Konkurentosposobnyy region: oblaka i factory : sb. statej. – 2012. – P. 56–74.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**

**Соболева Юлия Павловна**, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики и управления ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры». E-mail: soboleva@ogik.ru.

**Семенова Елена Евгеньевна**, кандидат технических наук, доцент кафедры экономики и управления ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры». E-mail: e.semyonova@ogik.ru.

**Ефименко Ирина Сергеевна**, кандидат экономических наук, доцент, проректор по экономической и хозяйственной деятельности ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры». E-mail: prorector.fin@ogik.ru.

**INFORMATION ABOUT THE AUTHORS**

**Yuliya Soboleva**, Candidate of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Economics and Management, Oryol State Institute of Culture. E-mail: soboleva@ogik.ru.

**Elena Semenova**, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Economics and Management Department, Oryol State Institute of Culture. E-mail: e.semyonova@ogik.ru.

**Irina Efimenko**, Candidate of Economics, Associate Professor, Vice-Rector for Economic and Economic Activities, Oryol State Institute of Culture. E-mail: prorector.fin@ogik.ru