



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Центр междисциплинарных
исследований человеческого
потенциала

Рейтинг креативных регионов России

Научный дайджест.

Спецвыпуск № 3 • 2023



Научный центр мирового уровня «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала» создан в ноябре 2020 г. в рамках Национального проекта «Наука» как консорциум четырех организаций – лидеров в данной области научного знания: НИУ ВШЭ, РАНХиГС, МГИМО МИД России и Института этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН.

Создание Центра стало самой масштабной в России инициативой в области социальных и гуманитарных наук за последние десятилетия. Среди его основных задач – не только проведение исследований мирового уровня в области развития человеческого потенциала, но и налаживание кооперации с зарубежными организациями – лидерами, запуск образовательных программ, создание передовой научной инфраструктуры, обеспечение трансфера полученных результатов в практику государственного управления и образование.

Центр реализует 80 научных проектов. Программа исследований охватывает ключевые аспекты человеческого потенциала, актуальные сегодня в глобальной повестке:



социальное и гуманитарное измерение человеческого потенциала



нейрокогнитивные механизмы социального поведения



демографические и социальные факторы активного долголетия



природно-климатические детерминанты устойчивого развития



занятость, социальная активность и формирование ключевых навыков и компетенций



человеческий потенциал и безопасность в глобальном мире



человек в эпоху технологических трансформаций

Научный дайджест подготовлен в рамках проекта «Доказательная политика в области развития человеческого потенциала креативных индустрий: оценка эффективности и проектирование мер поддержки».

Авторы: В. О. Боос, М. А. Гершман, Л. М. Гохберг, Е. С. Куценко, Т. В. Остащенко

Научный консультант: Т. В. Абанкина

Редактор: М. Ю. Соколова

Руководитель проекта «Научный дайджест НЦМУ ЦМИЧП»: О. В. Ворон

Введение

Одним из современных глобальных трендов социально-экономического развития стало формирование креативных индустрий – видов деятельности, основанных на индивидуальном творчестве, навыках и талантах, имеющих потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест за счет использования интеллектуальной собственности [НИУ ВШЭ, 2021b]. По самым скромным оценкам, вклад креативного сектора в глобальный ВВП – не менее 3%, примерно столько же составляет его доля в мировой торговле [UNCTAD, 2022], а доля в занятости достигает 6.2% [UNESCO, 2022].

Поддержка креативных индустрий сегодня выходит за рамки отраслевой политики и может рассматриваться как новая парадигма территориального развития. Креативный сектор способен обеспечить многочисленные социально-экономические эффекты не только в мегаполисах, но и за их пределами. Это преобразование городской среды и повышение ее привлекательности для талантов; создание новых рабочих мест и развитие предпринимательства; диверсификация и рост устойчивости локальных экономик.

В 2021 г. в России была принята Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (далее – Концепция), нацеленная на активное содействие развитию креативных индустрий в регионах. Документ предусматривает принцип «локализации», т.е. сохранение регионального размещения креативных индустрий при глобализации и расширении рынка, в том числе при выходе на международные платформы.

В Концепции указано, что для оценки эффективности государственного управления в креативном секторе требуется разработка индексов креативного потенциала и доступности механизмов государственной поддержки в регионах России. Для решения этих задач необходима надежная эмпирическая база, которая позволяла бы сопоставлять субъекты Российской Федерации по уровню развития креативных индустрий, выявлять проблемы и точки роста для каждого региона. Это и определило цель настоящего исследования, состоящую в формировании рейтинга развития креативных индустрий в регионах России (далее – рейтинг). Ключевые задачи исследования:

- объективная оценка развития креативных индустрий в регионах России;
- выявление формирующихся региональных моделей развития креативных индустрий;
- определение ключевых особенностей и факторов успеха регионов-лидеров;
- идентификация наиболее дефицитных региональных специализаций в креативной сфере.

Результаты исследования могут представлять интерес для руководителей региональных, муниципальных и федеральных органов власти при разработке и реализации политики в сфере креативных индустрий, а также для представителей бизнеса, экспертов и исследователей в сфере креативной экономики.

Методология

Основой для рейтингования субъектов Российской Федерации¹ стала сформированная ИСИЭЗ НИУ ВШЭ уникальная база данных, характеризующая уровень и условия развития креативного сектора в российских регионах. Она включает сведения о 16 креативных индустриях, отобранных в соответствии с классификационной собирательной группировкой, разработанной ИСИЭЗ НИУ ВШЭ на базе ОКВЭД2² (см. Приложение 1): архитектура; дизайн; звукозапись; издательская деятельность; исполнительские искусства; ИТ и видеоигры; кино и анимация; мода; музеи, библиотеки, архивы; образование в креативных индустриях; промыслы и ремесла; реклама и пиар; телерадиовещание; фотография; художественное творчество; ювелирное дело³.

Источниками информации послужили данные Росстата, Минкультуры России, Роспатента, Банка России, Федеральной налоговой службы, Минцифры России, интернет-ресурсы органов государственной власти субъектов Российской Федерации и центров кластерного развития, специализированные базы региональных нормативных правовых актов.

Система показателей рейтинга состоит из 48 индикаторов (см. Приложение 2), сгруппированных в 12 рубрик и распределенных по четырем тематическим разделам (рис. 1):

- «Социально-экономические условия» (рубрики «Благосостояние и экономика», «Образование», «Интеллектуальная собственность» и «Цифровизация»);
- «Культурная среда»;
- «Экономика креативных индустрий» (рубрики «Активы креативных индустрий», «Кадры креативных индустрий», «Производство креативных индустрий»);
- «Поддержка креативных индустрий» (рубрики «Нормативная правовая база», «Организационное обеспечение», «Региональные налоговые льготы», «Участие в федеральных программах»).

В целях сопоставительного анализа и ранжирования субъектов Российской Федерации разработан Российский региональный индекс креативных индустрий (далее – РРИКИ), который формируется на основе значений всех показателей рейтинга (см. п. 1 Приложения 3). Дополнительно определен субиндекс «Потенциал развития креативного сектора», рассчитанный как среднее арифметическое значений показателей, относящихся к тематическим разделам «Социально-экономические условия», «Культурная среда» и «Поддержка креативных индустрий». О достигнутом уровне развития можно судить по значениям субиндекса «Экономика креативных индустрий».

¹ Сбор информации осуществлен без учета Донецкой Народной Республики (ДНР), Луганской Народной Республики (ЛНР), Запорожской и Херсонской областей.

² Общероссийский классификатор видов экономической деятельности ОК 029-2014 (КДЕС РЕД. 2) (утвержден Приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст).

³ Данная классификация была апробирована ранее при выполнении исследования «Креативные специализации российских городов» в рамках исследовательской программы научного центра мирового уровня «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала» [НИУ ВШЭ, 2022b].

Рисунок 1 Структура рейтинга



Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

По итогам распределения субъектов в соответствии с вышеуказанными субиндексами выделены четыре региональные модели развития креативного сектора – «лидеры», «эволюционные», «эффективные», «догоняющие», – отличающиеся друг от друга эффективностью использования имеющегося потенциала, мерами поддержки и креативными специализациями (специализациями в сфере креативных индустрий). Последние определены на основе коэффициентов локализации креативных индустрий, рассчитанных исходя из численности занятых в этих отраслях (см. п. 2 Приложения 3). Анализ специализаций позволил создать экономические портреты региональных креативных индустрий, которые в перспективе могут служить обоснованием для выбора приоритетных направлений их государственной поддержки.

Ключевые результаты

Рейтинг развития креативных индустрий в регионах России представляет собой результат ранжирования субъектов Российской Федерации по значению РРИКИ. Позиции по его отдельным рубрикам позволяют провести более детальный анализ сильных сторон и потенциальных точек роста регионов (табл. 1).

Таблица 1
Рейтинг субъектов Российской Федерации по значению РРИКИ и региональные профили по рубрикам рейтинга: 2023

Ранг по РРИКИ	Регион	1.1. Благополучие и экономика	1.2. Образование	1.3. Интеллектуальная собственность	1.4. Цифровизация	2. Культурная среда	3.1. Активы креативных индустрий	3.2. Кадры креативных индустрий	3.3. Продукция креативных индустрий	4.1. Нормативная правовая база	4.2. Организационное обеспечение	4.3. Региональные налоговые льготы	4.4. Участие в федеральных программах
1	Москва												
2	Санкт-Петербург												
3	Новосибирская область												
4	Томская область												
5	Республика Татарстан												
6	Ивановская область												
7	Белгородская область												
8	Нижегородская область												
9	Костромская область												
10	Свердловская область												
11	Ульяновская область												
12	Тюменская область												
13	Орловская область												

(продолжение)

Ранг по РРИКИ	Регион	1.1. Благополучие и экономика	1.2. Образование	1.3. Интеллектуальная собственность	1.4. Цифровизация	2. Культурная среда	3.1. Активы креативных индустрий	3.2. Кадры креативных индустрий	3.3. Производство креативных индустрий	4.1. Нормативная правовая база	4.2. Организационное обеспечение	4.3. Региональные налоговые льготы	4.4. Участие в федеральных программах
14	Калининградская область												
15	Республика Саха (Якутия)												
16	Красноярский край												
17	Астраханская область												
18	Новгородская область												
19	Вологодская область												
20	Челябинская область												
21	Архангельская область												
22	Республика Мордовия												
23	Республика Северная Осетия – Алания												
24	Пензенская область												
25	Рязанская область												
26	Республика Карелия												
27	Севастополь												
28	Липецкая область												
29	Ярославская область												
30	Республика Крым												
31	Омская область												
32	Воронежская область												

(продолжение)

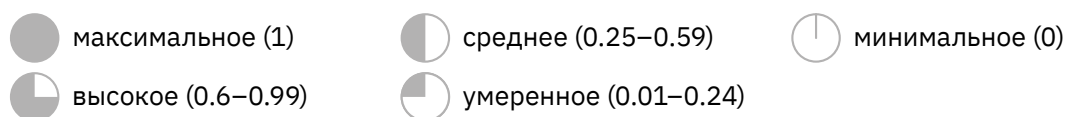
Ранг по РРИКИ	Регион	1.1. Благополучие и экономика	1.2. Образование	1.3. Интеллектуальная собственность	1.4. Цифровизация	2. Культурная среда	3.1. Активы креативных индустрий	3.2. Кадры креативных индустрий	3.3. Производство креативных индустрий	4.1. Нормативная правовая база	4.2. Организационное обеспечение	4.3. Региональные налоговые льготы	4.4. Участие в федеральных программах
33	Калужская область												
34	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра												
35	Смоленская область												
36	Кировская область												
37	Самарская область												
38	Саратовская область												
39	Волгоградская область												
40	Тульская область												
41	Карачаево-Черкесская Республика												
42	Чувашская Республика												
43	Республика Марий Эл												
44	Приморский край												
45	Иркутская область												
46	Пермский край												
47	Курская область												
48	Камчатский край												
49	Владимирская область												
50	Хабаровский край												
51	Московская область												

(продолжение)

Ранг по РРИКИ	Регион	1.1. Благополучие и экономика	1.2. Образование	1.3. Интеллектуальная собственность	1.4. Цифровизация	2. Культурная среда	3.1. Активы креативных индустрий	3.2. Кадры креативных индустрий	3.3. Производство креативных индустрий	4.1. Нормативная правовая база	4.2. Организационное обеспечение	4.3. Региональные налоговые льготы	4.4. Участие в федеральных программах
52	Краснодарский край												
53	Удмуртская Республика												
54	Забайкальский край												
55	Ростовская область												
56	Республика Калмыкия												
57	Магаданская область												
58	Республика Коми												
59	Республика Башкортостан												
60	Республика Адыгея												
61	Брянская область												
62	Мурманская область												
63	Республика Бурятия												
64	Ямало-Ненецкий автономный округ												
65	Сахалинская область												
66	Псковская область												
67	Тамбовская область												
68	Тверская область												
69	Кемеровская область												
70	Республика Хакасия												

Ранг по РРИКИ	Регион	1.1. Благополучие и экономика	1.2. Образование	1.3. Интеллектуальная собственность	1.4. Цифровизация	2. Культурная среда	3.1. Активы креативных индустрий	3.2. Кадры креативных индустрий	3.3. Производство креативных индустрий	4.1. Нормативная правовая база	4.2. Организационное обеспечение	4.3. Региональные налоговые льготы	4.4. Участие в федеральных программах
71	Республика Алтай												
72	Ненецкий автономный округ												
73	Алтайский край												
74	Ставропольский край												
75	Чукотский автономный округ												
76	Республика Тыва												
77	Оренбургская область												
78	Чеченская Республика												
79	Еврейская автономная область												
80	Республика Дагестан												
81	Курганская область												
82	Кабардино-Балкарская Республика												
83	Ленинградская область												
84	Республика Ингушетия												
85	Амурская область												

Значение показателя по рубрике:

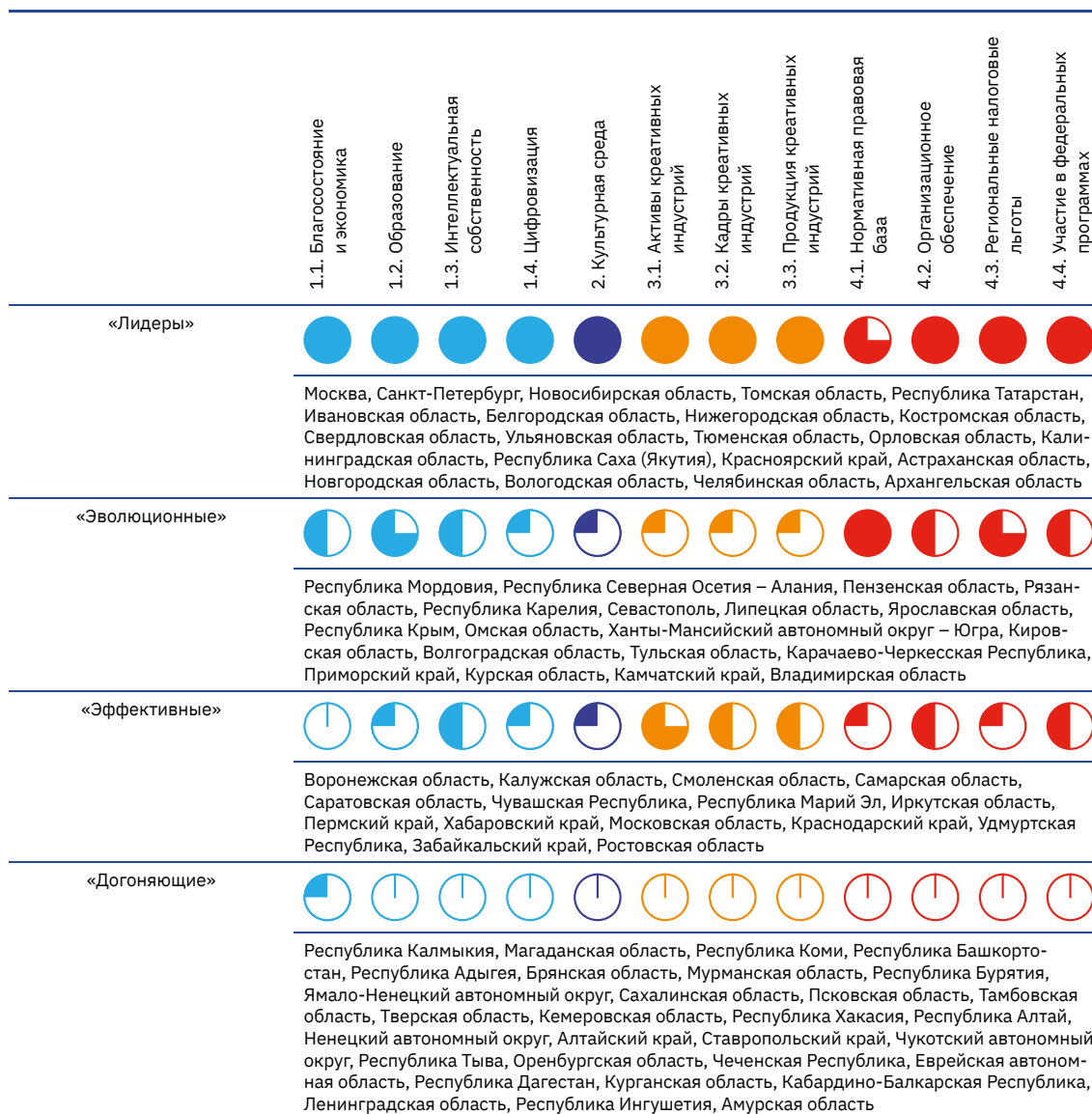


Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

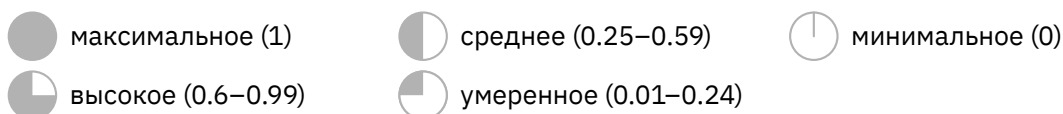
Определены четыре группы регионов с различными паттернами развития креативных индустрий и условиями достижения лидерства

По итогам ранжирования регионов по значению РРИКИ выделены четыре их группы (табл. 2).

Таблица 2
Профили групп регионов по рубрикам рейтинга: 2023



Значение показателя по рубрике:



Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

Первая группа – **«лидеры»**. В нее входят регион, занявший первое место в рейтинге, и еще 20 субъектов, у которых интегральный индекс отличается от результата победителя не более чем на 60%. Свыше трети представителей этой группы (8 из 21) имеют в своем составе город-миллионер. «Лидеры» характеризуются высоким уровнем урбанизации (77%, для сравнения: в среднем по России – 75%), вовлеченности населения в культурную жизнь (посещаемость музеев и театров превышает средние значения по стране на 39 и 30% соответственно) и цифровизации (затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам в расчете на одного работника выше среднероссийского значения в 3.6 раза, а на сквозные цифровые технологии – в 1.3 раза). С некоторой степенью условности можно сказать, что эти субъекты исторически играли роль экономических и культурных центров в своих макрорегионах, что способствовало возникновению множества предпосылок для развития креативных индустрий.

«Лидеры» превосходят другие регионы по большинству аспектов, анализируемых в рейтинге, однако наиболее явно выделяются развитой экономикой креативных индустрий. По данному направлению они опережают остальные субъекты Российской Федерации в среднем в 2.4 раза. Так, доля креативных индустрий в общем объеме отгруженной продукции в первой группе составляет 3.5%, что почти в 2.5 раза выше среднего показателя по стране (1.4%). Размер заработной платы работников креативных индустрий в регионах-«лидерах» в 1.3 раза превосходит средний размер оплаты труда в этих субъектах, в то время как в остальных регионах эти показатели практически равны.

Еще одна отличительная черта «лидеров» – более развитая инфраструктурная поддержка креативного сектора. В рассматриваемой группе сосредоточены 14 из 19 (74%) региональных институтов развития креативных индустрий. На один регион здесь приходится примерно два креативных кластера, тогда как в среднем по всем субъектам – менее одного.

Во вторую группу попали 34 региона, у которых значение РРИКИ отличается от результата «чемпиона» рейтинга более чем на 60%, но менее чем на 69%. По уровню социально-экономического развития и урбанизации они несколько уступают «лидерам». Соответственно, и городов-миллионеров во второй группе значительно меньше – они присутствуют всего в семи субъектах. Эти регионы близки друг к другу по степени цифровизации и культурной среде, но различаются с точки зрения соотношения между достигнутыми результатами развития креативных индустрий (тематический раздел «Экономика креативных индустрий») и их потенциалом (тематические разделы «Социально-экономические условия», «Культурная среда», «Поддержка креативных индустрий»). Во второй группе можно выделить две подгруппы:

- **«эволюционные»** (19 регионов) – при высоком потенциале результаты развития креативных индустрий пока ниже средних по России;
- **«эффективные»** (15 регионов) – напротив, при умеренном потенциале результаты развития креативных индустрий превышают средние по стране.

Большинство «эволюционных» регионов (15 из 19) расположены в европейской части России, особенно велико их число в Центральном федеральном округе (6). Их характерная черта – развитие креативных индустрий, опирающихся преимущественно на культурные традиции и ориентированных на удовлетворение местного спроса на культурные блага (деятельность в сфере искусства, библиотеки, архивы, музеи и прочие объекты культуры,

телерадиовещание). На рассматриваемые субъекты приходится в 1.7 раза больше организаций народных художественных промыслов, получающих поддержку из средств федерального бюджета, в расчете на 10 тыс. человек населения, чем в среднем по России, и в 1.2 раза больше, чем в регионах-«лидерах». При этом удельный вес организаций креативных индустрий в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ и услуг и экспорт креативных услуг у «эволюционных» ниже, чем в среднем по России, на 42 и 43% соответственно.

Что касается инструментов поддержки креативных индустрий, «эволюционные» регионы более склонны к применению предусмотренных в региональном законодательстве налоговых льгот (например, по налогу на совокупный доход) и к стратегическому планированию креативного вектора. В то же время институты развития в них представлены в 4 раза реже, чем у «лидеров».

Таким образом, креативные индустрии в рассматриваемой группе органично сосуществуют со сферой культуры, однако обеспечивают менее заметные экономические результаты по сравнению с «лидерами».

Группа «эффективных» регионов, география которых несколько смещена в сторону Приволжского федерального округа, отличается достаточно скромными значениями показателей социально-экономического развития. По объему ВРП на душу населения они на 14% уступают «эволюционным», при этом выигрывают по относительной величине отгруженных организациями креативных индустрий товаров, работ, услуг (на 21%), а также по экспорту телекоммуникационных, компьютерных и информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха (на 88%). Подобные результаты могут быть обусловлены более высокой долей ИТ-специалистов в структуре креативной занятости «эффективных» регионов и большим числом субъектов, специализирующихся на моде и архитектуре – индустриях, тесно связанных с промышленными отраслями.

Другая важная предпосылка развития креативных индустрий в «эффективных» регионах – более активное использование механизмов защиты интеллектуальной собственности: по числу патентных заявок на изобретения в расчете на 10 тыс. занятых в экономике они опережают группу «эволюционных» в среднем на 32%, а на промышленные образцы – на 59%.

Культурная среда «эффективных» субъектов имеет несколько особенностей. Так, по популярности культурно-массовых мероприятий, организуемых культурно-досуговыми учреждениями, эта группа опережает среднероссийский показатель на 10%, а «лидеров» – на 8%. Однако музеи, концерты и театры здесь посещают соответственно на 89, 80 и 23% реже, чем в регионах первой группы. Что касается мер государственной поддержки, то «эффективные» вводят налоговые льготы почти вдвое реже, чем «эволюционные», но чаще привлекают федеральное финансирование: на создание школ креативных индустрий, проекты формирования комфортной городской среды – в 1.1 раза; на субсидии некоммерческим организациям на поддержку независимых театральных и музыкальных коллективов – в 1.3 раза.

Следовательно, «эффективные» регионы при умеренных по сравнению с «лидерами» и «эволюционными» исходных ресурсах для развития креативного сектора достигают заметных результатов за счет специализации на индустриях, ориентированных

на экономику, опыта работы с интеллектуальной собственностью и активного участия в федеральной политике.

Наконец, в группу **«догоняющих»** – самую многочисленную – вошли 30 субъектов, отстающих по значению РРИКИ от лидера более чем на 69%. Эти регионы менее урбанизированы: доля городского населения в них составляет в среднем 65%, а город-миллионер есть только в Республике Башкортостан. На «догоняющих» приходится более половины всех республик и автономных округов страны; среди них широко представлены регионы Северо-Кавказского федерального округа (5 из 7) и Дальнего Востока (6 из 11). Наибольшее отставание наблюдается по экспорту телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха (в 11 раз ниже, чем в среднем по России); удельному весу организаций креативных индустрий в общей стоимости нематериальных и внеоборотных активов (в 5 и 4 раза соответственно); доле отгруженной продукции, приходящейся на креативные индустрии (в 2.5 раза); а также по инфраструктуре поддержки: в субъектах рассматриваемой группы отсутствуют институты развития креативных индустрий, а креативных кластеров на один регион приходится почти в пять раз меньше, чем в среднем по стране. Для «догоняющих» характерна низкая доля медиа- и функциональных индустрий: удельный вес таких современных и бизнес-ориентированных видов деятельности, как ИТ, реклама и связи с общественностью, в общей численности занятых в креативных индустриях заметно ниже, чем в других группах, например в «эволюционной» (5% против 12%).

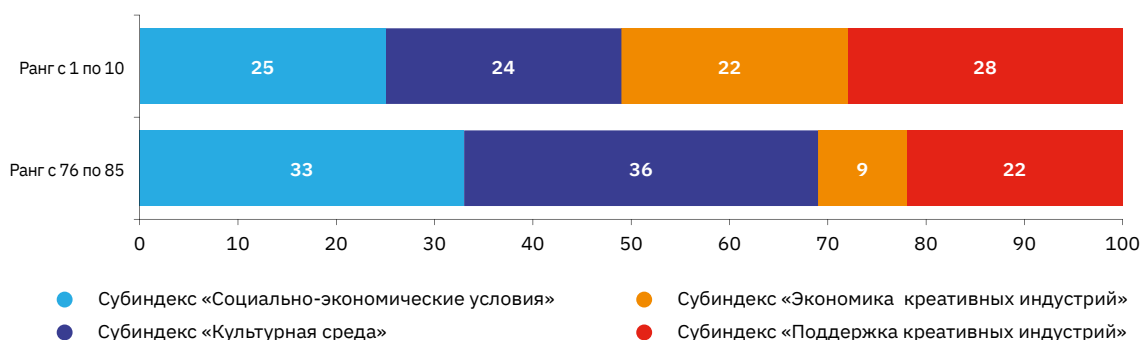
Лидерство начинается с креативной экономики

Дифференциация регионов по уровню развития креативной экономики гораздо существеннее, чем в сфере культуры. Так, топ-10 субъектов превзошли десятку, замыкающую рейтинг, по среднему значению субиндекса «Экономика креативных индустрий» в 6.7 раза, а субиндекса «Культурная среда» – в 1.7 раза. Особенно это видно по вкладу, который вносит каждый тематический раздел в общее значение РРИКИ (рис. 2).

Каждая из четырех выделенных групп регионов характеризуется специфическим отраслевым профилем (табл. 3). В частности, «лидеры» специализируются на медиаиндустриях – издании программного обеспечения (5 регионов), разработке программного обеспечения и консультационных услугах в данной области (к «лидерам» относятся 8 из 11 регионов с этим профилем деятельности).

Рисунок 2

Вклад субиндексов в РРИКИ отдельных групп регионов: 2023, %



Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

Представители другой группы, расположенной в верхней половине рейтинга, – «эффективные» – преуспевают в таких функционально-ориентированных креативных индустриях, как мода и архитектура. Рассматриваемые специализации встречаются у них на 30% чаще, чем в среднем по России. Соседствующие с «эффективными» в рейтинге «эволюционные» более успешны в медиаиндустриях (издательской деятельности, телерадиовещании), предназначенных для трансляции культурного контента.

Спектр креативных специализаций регионов

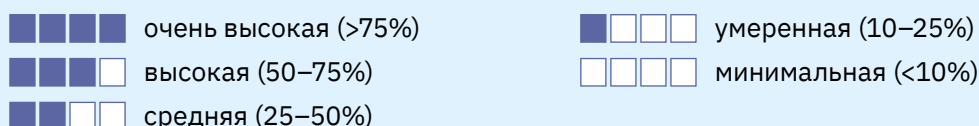
Наиболее распространенные отрасли специализации российских регионов – локальные индустрии, тесно связанные с культурой: музейное, библиотечное и архивное дело (такие специализации имеют 72 региона), исполнительское искусство (65), издание книг и периодики (42 региона). Самыми редкими оказались креативные индустрии, ориентированные на цифровые технологии: на ИТ и видеоиграх специализируются лишь 12 регионов, на рекламной деятельности – только 8.

Таблица 3

Креативные специализации групп регионов по значению РРИКИ

Тип креативной индустрии	Креативная индустрия	«Лидеры»	«Эволюционные»	«Эффективные»	«Догоняющие»
Функциональные	Мода	■ ■ ■ □	■ ■ □ □	■ ■ ■ □	■ ■ □ □
	Архитектура	■ ■ ■ □	■ ■ □ □	■ ■ ■ □	■ ■ □ □
	Реклама и пиар	■ ■ □ □	□ □ □ □	■ □ □ □	□ □ □ □
	Дизайн	■ □ □ □	■ □ □ □	■ □ □ □	■ □ □ □
Медиа	Издательская деятельность	■ ■ □ □	■ ■ ■ □	■ ■ □ □	■ ■ □ □
	ИТ и видеоигры	■ ■ □ □	■ □ □ □	■ □ □ □	■ □ □ □
	Кино и анимация	■ ■ □ □	■ ■ □ □	■ ■ ■ □	■ ■ □ □
	Звукозапись	■ □ □ □	□ □ □ □	□ □ □ □	■ □ □ □
	Телерадиовещание	■ □ □ □	■ ■ □ □	■ □ □ □	■ ■ ■ □
Культурные	Исполнительские искусства и художественное творчество	■ ■ ■ □	■ ■ ■ ■	■ ■ ■ □	■ ■ ■ ■
	Библиотеки, музеи, архивы	■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■	■ ■ ■ □	■ ■ ■ ■

Доля регионов – участников группы, имеющих соответствующие отраслевые специализации:



Примечание. По каждой группе суммировалось число регионов, имеющих соответствующую отраслевую специализацию, после чего определялась доля регионов с определенной специализацией в общем числе участников группы.

Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата.

«Догоняющие» регионы выделяются прежде всего традиционными креативными специализациями, такими как исполнительские искусства и художественное творчество, а также библиотеки, музеи и архивы (по 93% от общего числа участников группы).

Неоднородность – креативная и географическая

Полученные значения РРИКИ свидетельствуют о неравномерном развитии креативных индустрий в регионах: три четверти субъектов отстают от столицы по значению индекса более чем на 60%.

Среди предпосылок развития креативных индустрий сильнее всего регионы поляризуют индикаторы изобретательской активности. Так, по числу патентных заявок на изобретения в расчете на 10 тыс. человек населения субъекты из топ-10 по этому показателю опережают десятку отстающих в 25 раз. Разрыв по аналогичному показателю для полезных моделей еще больше – 41 раз.

Неоднородность наблюдается не только по уровню развития креативных индустрий, но и по территориальному расположению регионов разных групп. Почти половина представителей первой группы (10 из 21) расположены в Центральном и Северо-Западном федеральных округах. Около двух третей регионов Центрального федерального округа – «лидеры» (5) или «эволюционные» (6), и только три – «догоняющие».

Среди регионов Южного и Северо-Кавказского федеральных округов примерно половина (7 из 15) относятся к «догоняющим» и только один (Астраханская область) – к «лидерам». Схожая ситуация наблюдается и в Дальневосточном федеральном округе: 6 из 11 регионов оказались в последней группе, среди «лидеров» – только Республика Саха (Якутия). В Приволжском федеральном округе 6 из 14 субъектов сосредоточены в группе «эффективных» и только два имеют статус «догоняющих».

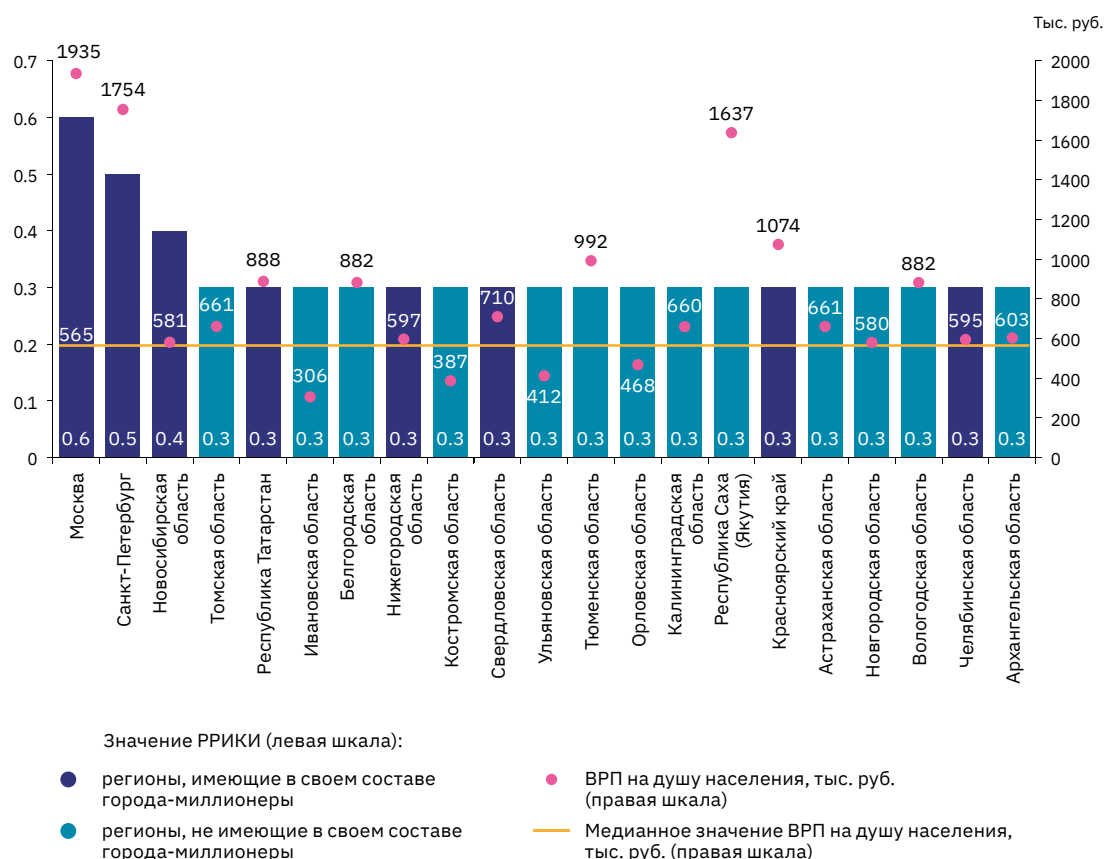
Наиболее равномерно по уровню развития креативных индустрий распределены регионы Уральского федерального округа. Три из них (Свердловская, Челябинская и Тюменская области) вошли в группу «лидеров», два – «догоняющих» и один – «эволюционных».

Социально-экономические условия

Богатый креативный мир не самых состоятельных регионов

Уровень развития креативных индустрий не всегда связан с благосостоянием регионов. Примерно в каждом пятом субъекте-«лидере» (4 из 21) величина ВРП на душу населения ниже медианного значения по стране (рис. 3). В то же время по некоторым «креативным» показателям регионы с более низким уровнем экономического развития кратно превосходят остальных. Например, Ульяновская область, отстающая по величине ВРП на душу населения от медианного значения по России на 27%, занимает первое место в стране по числу патентных заявок на полезные модели в расчете на 10 тыс. человек занятых. Костромская область, где показатель подушевого ВРП на 32% ниже медианного в стране, – первая по охвату населения концертными организациями и библиотеками, вторая по числу патентных заявок на промышленные образцы в расчете на 10 тыс. человек занятых и удельному весу организаций креативных индустрий в общем объеме создаваемых в регионе товаров, работ и услуг. Ивановская область, в которой уровень подушевого

Рисунок 3
ВРП на душу населения регионов первой группы по значению РРИКИ



Примечание. ВРП на душу населения – по данным за 2021 г.

Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата.

благосостояния ниже медианного на 46%, – номер один по удельному весу организаций креативных индустрий в общей стоимости внеоборотных активов, а также по доле креативного бизнеса в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ и услуг.

Креативная сила регионов, имеющих в своем составе города-миллионеры

Половина регионов, в состав которых входят города-миллионеры (8 из 16), относятся к «лидерам», еще семь – к «эволюционным» или «эффективным», и только один – к «догоняющим». Самая высокая концентрация субъектов, имеющих в своем составе «миллионник», наблюдается в верхней десятке рейтинга (шесть субъектов: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирская область, Республика Татарстан, Нижегородская и Свердловская области).

Регионы, на территории которых находятся города-миллионеры, превосходят остальные субъекты по всем рассматриваемым параметрам креативных индустрий – отличаются развитой креативной экономикой, благоприятными социально-экономическими условиями и активной государственной поддержкой. Наиболее серьезного преимущества эти регионы достигли в сфере экономики креативных индустрий, опередив остальные субъекты по значению соответствующего субиндекса почти вдвое (в том числе за счет развитого экспорта креативных услуг, средний уровень которого в расчете на 1 тыс. руб. ВРП пятикратно превышает показатель других регионов); по субиндексам «Социально-экономические условия» и «Поддержка креативных индустрий» – в 1.4 раза. Преимущество по данным тематическим разделам сохраняется, даже если не брать в расчет явных лидеров – Москву и Санкт-Петербург.

Москва и Санкт-Петербург – авторы креативного хет-трика

Москва и Санкт-Петербург занимают особое место. Они вошли в тройку лучших сразу по трем разделам рейтинга – «Социально-экономические условия» (1-е и 2-е места соответственно), «Экономика креативных индустрий» (1-е и 3-е) и «Поддержка креативных индустрий» (1-е и 2-е).

Лидерство столиц обеспечивается широким набором факторов, многие из которых присущи двум ведущим городам одновременно. Они доминируют по следующим направлениям развития креативного сектора:

- образовательной среде – за счет самого большого числа вузов, вошедших в топ-500 по версии Московского международного рейтинга «Три миссии университета» (Москва – 1-е место, Санкт-Петербург – 2-е), существенной концентрации студентов (1-е и 4-е соответственно) и высокообразованного населения (1-е и 5-е);
- активности патентования изобретений (1-е и 3-е места), полезных моделей (4-е и 3-е), промышленных образцов (1-е и 5-е) и регистрации товарных знаков (1-е и 2-е);
- цифровизации, в том числе обеспечиваемой самой большой долей организаций с доступом к высокоскоростному интернету (1-е и 2-е места), высокими затратами на обучение сотрудников цифровым навыкам (2-е и 5-е);

- занятости в креативных индустриях (2-е и 3-е места), заработной плате в них (2-е и 1-е) и кадровому потенциалу в креативном секторе, формируемому студентами творческих специальностей (1-е и 2-е);
- вкладу организаций креативного сектора в общий объем отгруженных товаров, выполненных работ и услуг (3-е и 4-е места), экспорту креативных услуг (2-е и 1-е);
- поддержке креативного сектора через формирование креативных кластеров (1-е и 2-е места).

Таким образом, Москва и Санкт-Петербург повторили паттерн, свойственный регионам с крупнейшими городами, но в то же время достигли серьезного преимущества по сравнению с остальными субъектами по каждому из тематических направлений – более чем двукратного по социально-экономическим условиям и поддержке креативного сектора, четырехкратного по креативной экономике.

Административный статус не стал уникальным фактором развития креативных индустрий

Среди национально-территориальных образований России в число «лидеров» вошли лишь Республика Татарстан (5-е место) и Республика Саха (Якутия) (15-е). Девять регионов оказались во второй группе, еще 16 – в третьей.

Сильнее всего республики и автономные округа уступают другим субъектам по уровню развития креативной экономики (в 1.8 раза). Однако в нормотворчестве и стратегическом планировании креативного сектора они превзошли остальные регионы: среди 11 российских субъектов, утвердивших стратегию, концепцию или дорожную карту развития креативных индустрий, более половины имеют статус республики или автономного округа (республики Саха (Якутия), Северная Осетия – Алания, Крым, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Чувашская Республика, Республика Коми). В то же время остальные формы поддержки креативных индустрий в территориальных образованиях, сформированных по национально-этническим признакам, развиваются менее активно. Например, специализированные институты поддержки и креативные кластеры в них создаются соответственно в 4 и 2.8 раза реже, чем в среднем в краях и областях.

Студенческие регионы наиболее изобретательны

Урбанизированные регионы с высокой концентрацией студентов демонстрируют рекордную активность в регистрации интеллектуальной собственности. Среди таких субъектов – Москва, Санкт-Петербург, Томская и Новосибирская области, Республика Татарстан. Они опережают другие регионы по числу патентных заявок на изобретения в расчете на 10 тыс. человек населения в 3.6 раза; на полезные модели и промышленные образцы – в 2.8 раза.

Максимальная концентрация студентов ожидаемо наблюдается в регионах, на территории которых расположены ведущие университеты: здесь на 10 тыс. жителей приходится 484 студента, что в 2.2 раза выше среднего показателя других регионов. Университеты, входящие в топ-500 Московского международного рейтинга вузов «Три

миссии университета», присутствуют всего в шести субъектах страны: Москве (10 вузов), Санкт-Петербурге (3), Томской области (2), Новосибирской, Свердловской областях и Республике Татарстан (по 1). Все эти регионы входят в топ-10 по значению РРИКИ. Наличие ведущего университета положительно коррелирует не только с изобретательской активностью, но и с экономикой креативных индустрий. Так, на 10 тыс. человек населения этих регионов в среднем приходится 132 студента креативных специальностей, что превосходит среднероссийский показатель в 2.1 раза. Кроме того, четыре из шести названных регионов лидируют по экспорту креативных услуг: Санкт-Петербург – 1-е место, Москва – 2-е, Новосибирская область – 4-е, Томская область – 6-е.

Культурная среда

Элитарная культура «миллионеров»

Самый высокий интерес населения к театральному искусству отмечается в 16 регионах, на территории которых имеются города-миллионеры. Численность посетителей театров в расчете на 10 тыс. человек населения в них в среднем в полтора раза больше, чем в остальных субъектах.

Регионы с высокой посещаемостью театров одновременно являются точками концентрации студентов креативных специальностей. В пяти регионах, где театральные постановки пользуются максимальным спросом (Санкт-Петербург, Республика Марий Эл, Москва, Чувашская Республика, Красноярский край), концентрация студентов, обучающихся креативным специальностям, в 2–4 раза выше, чем в других регионах. Четыре из пяти перечисленных субъектов одновременно входят в топ-5 по концентрации ценителей театрального искусства и обучающихся творческим специальностям (исключение составляет Республика Марий Эл, занявшая 16-е место по второму показателю).

Эксклюзивная культура vs массовая культура

Если наибольшее число посетителей театров и музеев зафиксировано в регионах, в состав которых входят города-миллионеры, то массовая культура, напротив, более распространена в субъектах с высокой долей сельского населения (более 30%) (рис. 4). Такие регионы превосходят субъекты с городами-миллионерами и долей городского населения выше 70% по числу посещений библиотек в пересчете на численность населения региона в 1.2 раза, культурно-массовых мероприятий – в 1.4 раза, одновременно уступая им по числу посещений музеев вдвое, по численности зрителей театров – в 1.7 раза.

Рисунок 4

Средние показатели потребления культурных благ в регионах в расчете на десять человек населения: 2022



Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Минкультуры России.

Экономика креативных индустрий

В регионах с высоким уровнем развития креативных индустрий представители творческих профессий зарабатывают больше

Чем выше значение РРИКИ региона, тем больше заработная плата в креативном секторе. Так, среди субъектов из топ-10 рейтинга она выше среднерегиональной в 1.6 раза, среди представителей второй десятки – в 1.1 раза, в остальных – примерно соответствует средней в регионе. Преимущество регионов, лидирующих по этому показателю, объясняется концентрацией в них занятых в сфере ИТ – самой высокооплачиваемой креативной индустрии. В среднем доля работающих в ИТ в общей численности занятых в креативном секторе в первых десяти регионах по значению РРИКИ составляет 22%, что превосходит показатель второй десятки в 1.7 раза, а результат десяти регионов, замыкающих рейтинг, – в 4.4 раза.

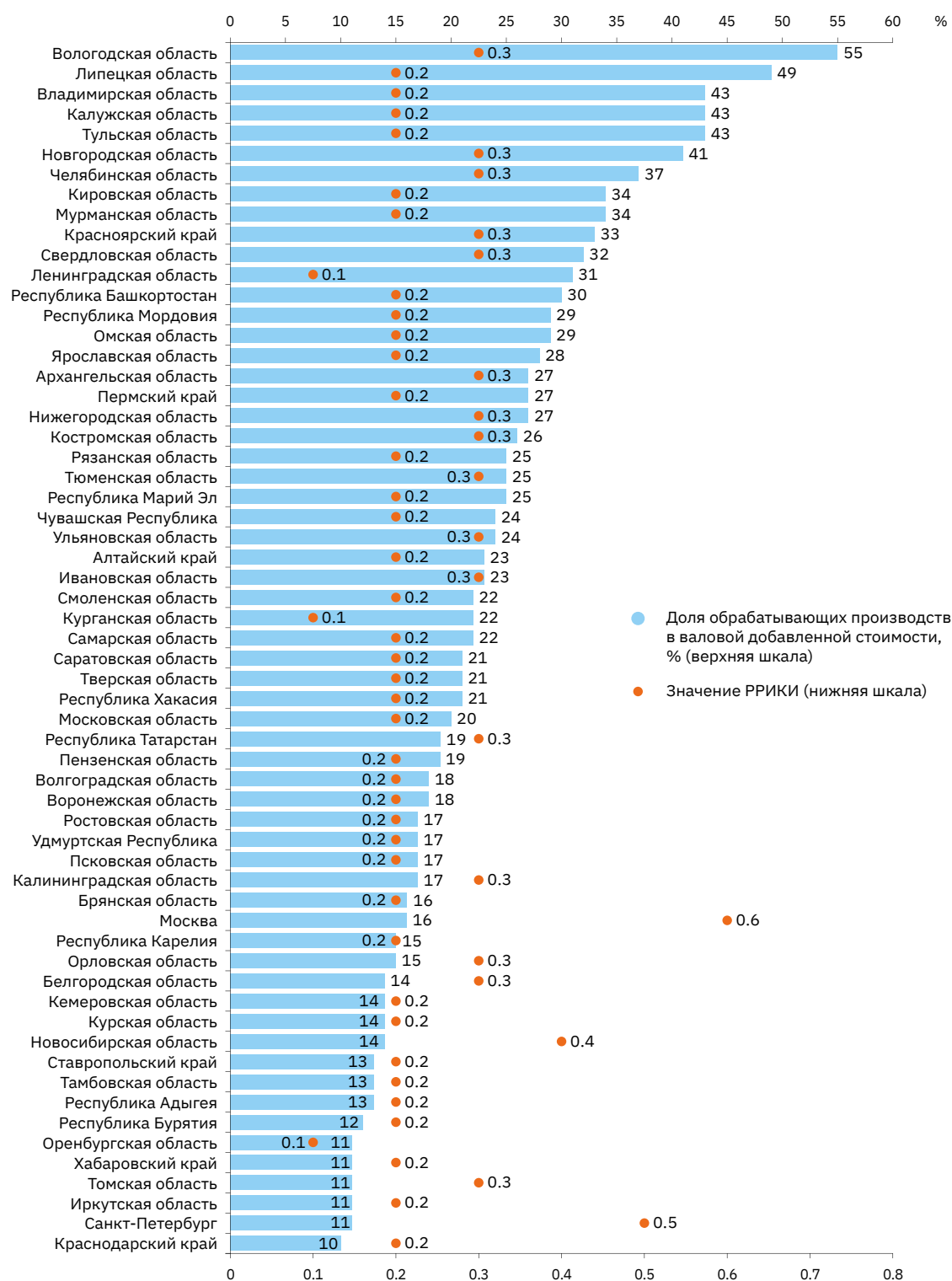
Промышленность и креативный сектор развиваются независимо друг от друга

В группу «лидеров» по значению РРИКИ вошли как индустриальные регионы, так и те, в которых промышленность не является доминантой экономической системы. Так, в 5 из 21 региона этой группы (Вологодская, Новгородская, Свердловская, Челябинская области, Красноярский край) доля обрабатывающих производств составляет более 30% ВРП, а в десяти других (т.е. почти в половине) – не превышает и 20% (рис. 5). Субъектов со значительной долей добывающей промышленности (более 30%) в группе «лидеров» всего три: это Республика Саха (Якутия) (5-е место), Астраханская (7-е) и Белгородская (12-е) области. На группы «эволюционных» и «эффективных» приходится по два добывающих региона, а самая высокая их концентрация – среди «догоняющих» (8 регионов).

Таким образом, традиционные промышленные отрасли пока не стали драйвером креативной экономики; их развитие по большей части происходит независимо друг от друга, сочетание двух этих направлений наблюдается в редких случаях.

Рисунок 5

Топ-60 регионов по доле обрабатывающих производств в валовой добавленной стоимости



Примечание. Доля обрабатывающих производств в валовой добавленной стоимости – по данным за 2021 г.
 Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Поддержка креативных индустрий

Москва задает высокие стандарты поддержки креативных индустрий для всех регионов России

В 2019 г. Правительство Москвы приступило к системной поддержке креативной экономики. Для этого был определен ответственный орган власти – Департамент предпринимательства и инновационного развития города Москвы, запущено пилотное обследование креативного сектора, проведена адаптация действующих мер поддержки, реализуемых в интересах малого предпринимательства и технологического бизнеса, к потребностям креативного бизнеса. Москва стала первым регионом России, утвердившим статус креативного технопарка; у представителей креативных индустрий появилась возможность стать участниками Московского инновационного кластера, используя эту платформу для поиска поставщиков (особенно важно для индустрии моды), пилотирования инноваций, привлечения финансирования в технологических конкурсах (например, конкурс «Медиаиндустрия»), формирования собственных межотраслевых объединений (кластер «Развитие искусственного интеллекта»). В 2023 г. представителей креативных индустрий подключили к московской программе по кредитованию под залог интеллектуальной собственности. Дополнительно власти столицы разрабатывают и тестируют набор оригинальных мер поддержки исходя из потребностей конкретных креативных индустрий. С 2020 г. в городе работает Агентство креативных индустрий, созданное для поддержания активного диалога с креативными предпринимателями.

Рассмотрим особенности подхода к развитию креативной экономики в столице.

Концентрация ресурсов на спецпроектах. За последние два года в Москве запущены шесть специальных проектов: «Дизайн-цех», «Москва Фест», «Фабрика музыки», «Арт фабрика», «Центр материалов», «Фабрика дизайна». Они отличаются сочетанием целого комплекса стимулирующих отраслевых мер в области образования, продвижения и нетворкинга. Сегодня ведется работа над новым спецпроектом – созданием кино-кластера международного уровня на базе Киностудии имени Горького и на территории ВНИИМЕТМАШ.

Межрегиональное и международное сотрудничество. Столица активно привлекает креативных профессионалов из других регионов. Так, заявки на участие в маркетах Московской недели моды в 2023 г. подали бренды из 96 городов России. В конце года планируется проведение международного саммита модной индустрии с участием представителей стран БРИКС.

Стимулирование спроса на креативную продукцию в традиционных секторах. Среди мер поддержки, реализуемых Москвой, особое место занимают проекты по улучшению взаимодействия создателей креативного продукта и его потребителей из других отраслей (например, между дизайнерами и производителями в рамках «Фабрики дизайна»).

Поддержка на разных этапах развития креативного предпринимательства. Меры поддержки для каждой индустрии выбираются на основе жизненного цикла креативного

бизнеса. Так, начинающий модельер может повысить квалификацию на проекте «Фабрика легпрома», обратиться за аналитикой на этапе создания первой коллекции в «Центр материалов», презентовать эту коллекцию в маркетплейсах Московской недели моды.

Наличие профильных институтов поддержки и кластеров – важное условие развития креативных индустрий в регионах

Институты поддержки креативных индустрий имеются всего в 19 российских регионах, 14 из которых относятся к группе «лидеров» (Москва, Санкт-Петербург, Красноярский край, Республика Саха (Якутия), Свердловская, Томская, Белгородская, Нижегородская, Ульяновская, Калининградская, Новосибирская, Новгородская, Тюменская и Архангельская области). Более распространенной формой поддержки творческих индустрий оказались креативные кластеры: они созданы в 44 регионах, в том числе во всех субъектах лидирующей группы, на которые в совокупности приходится свыше половины действующих кластеров (54%).

Российская Арктика наращивает креативный потенциал через кросскультурные проекты и локальные сообщества

Сразу три арктических региона стали самыми активными грантополучателями в стране – «чемпионами» по числу проектов – победителей конкурсов Президентского фонда культурных инициатив в расчете на 10 тыс. человек населения: Ненецкий автономный округ (1-е место), Архангельская область (2-е), Республика Карелия (3-е). При этом если Ненецкий автономный округ оказался в лидерах за счет своей малонаселенности, то Архангельская область и Республика Карелия заняли высокие позиции и по абсолютному числу победителей конкурса (6-е и 21-е места соответственно).

Главными тематическими направлениями проектов этих регионов стали укрепление локальной идентичности, сохранение культурного кода малых народов Севера, поддержка этнокультурного многообразия страны. В Ненецком автономном округе одним из самых крупных проектов по объему предоставленного финансирования оказался гастрономический фестиваль «Тундра», нацеленный на освещение культуры, обычаев и образа жизни кочевых народов России; в Архангельской области – «КиноПорт», социокультурный проект VII Международного кинофестиваля «ARCTIC OPEN», направленный на укрепление межрегионального и международного обмена через создание в регионе кинокластера; в Республике Карелия – фестиваль живой музыки «Воздух Карелии», посвященный сотворчеству, развитию и популяризации культуры северных народов.

Другим направлением поддержки креативных индустрий стало формирование в арктических регионах современной культурной среды и локальных сообществ. Так, восемь регионов из верхней двадцатки по числу модельных библиотек и точек концентрации талантов «Гений места» в расчете на 10 тыс. человек населения – северные территории (Чукотский автономный округ – 4-е место, Мурманская область – 6-е, Республика Коми – 8-е, Ненецкий автономный округ – 9-е, Архангельская область – 11-е, Республика Саха (Якутия) – 12-е, Ямало-Ненецкий автономный округ – 16-е, Республика Карелия – 20-е).

Комфортная городская среда на периферии

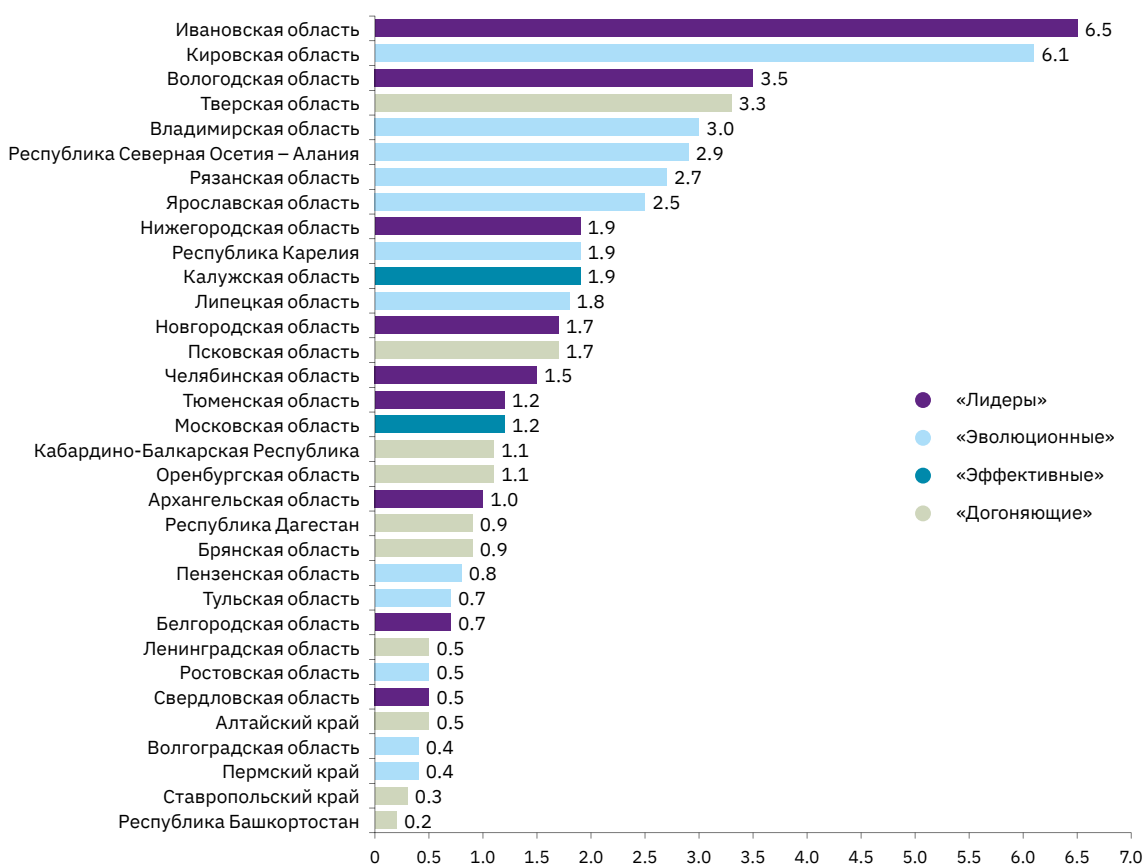
Самое большое число проектов по созданию комфортной городской среды в расчете на 10 тыс. человек населения зафиксировано в субъектах, расположенных в крайних географических точках страны. В топ-5 регионов по этому показателю вошли четыре относительно отдаленных субъекта: Чукотский автономный округ (1-е место), Мурманская (2-е), Магаданская (4-е) и Калининградская (5-е) области. При этом Калининградская и Мурманская области оказались в первой десятке и по абсолютному числу проектов-победителей, в то время как высокие позиции Чукотского автономного округа и Магаданской области объясняются, скорее, невысокой численностью населения.

Поддержка народных художественных промыслов в регионах с сильными традициями и культурным бэкграундом

Организации народных художественных промыслов (НХП), получающие федеральную поддержку, представлены в 33 регионах, что составляет почти 40% от их общего числа (рис. 6). Треть этих субъектов расположены в Центральном федеральном округе,

Рисунок 6

Число организаций НХП, получающих поддержку из средств федерального бюджета, в расчете на 1 млн человек населения: 2022



Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Минпромторга России.

по 18% – в Северо-Западном и Приволжском. По распространенности регионов, в которых базируются организации НХП, наряду с Центральным (61% регионов округа) выделяется Северо-Кавказский федеральный округ (57%).

В топ-10 регионов по числу организаций НХП, получающих поддержку из средств федерального бюджета, в расчете на 1 млн человек населения больше всего представителей «эволюционной» группы (6 из 10): Кировская (2-е место), Владимирская (5-е) области, Республика Северная Осетия – Алания (6-е), Рязанская (7-е) и Ярославская (8-е) области, Республика Карелия (10-е). Каждый из этих регионов отличается уникальным народным творчеством и вековыми традициями. Кировская область знаменита вятским промыслом и дымковской глиняной игрушкой, история изготовления которой насчитывает около 400 лет. Владимирская область – родина гусевского хрусталя. Республика Северная Осетия – Алания специализируется на изготовлении национальных костюмов, нанесении традиционных орнаментов и вышивке. Визитная карточка Рязанской области – скопинский гончарный промысел. Среди НХП, поддерживаемых в Ярославской области, – художественная керамика и производство вышитых тканей, а в Республике Карелия – народная вышивка Заонежья.

Выводы

Комплексный анализ развития креативных индустрий в российских регионах, базирующийся на уникальной эмпирической базе данных, позволил сформировать Российский региональный индекс креативных индустрий (РРИКИ). На его основе были выделены четыре стратегические группы регионов с различными паттернами развития креативного сектора.

Регионы из группы «лидеров» имеют широкий набор предпосылок, благоприятствующих развитию креативных индустрий, – от высокого уровня цифровизации до развитой элитарной культуры. Эти субъекты отличают высокие результаты креативных индустрий, существенная доля ИТ и видеоигр в структуре занятости, наличие профильных институтов поддержки.

Вместе с тем существуют и альтернативные пути развития креативного сектора в регионах, которые демонстрируют более скромные экономические результаты. Первый – «эволюционный» – заключается в органичном развитии креативных индустрий на фоне значительного культурного потенциала. Второй, реализуемый группой «эффективных» регионов, – скорее, практико-ориентированный и отличается более выраженной коммерческой направленностью креативных индустрий. Особой стратегией, нацеленной на межрегиональное сотрудничество и консолидацию креативного капитала, придерживается российская Арктика.

Среди факторов, способствующих развитию креативных индустрий в регионах, можно также выделить наличие крупнейших городов и высокую концентрацию студентов. Административный статус территории и промышленная составляющая экономики не входят в число значимых драйверов развития креативного сектора.

В исследовании проведена пилотная экспериментальная оценка уровня развития креативных индустрий в регионах России с учетом максимального числа определяющих его факторов. Собранный при разработке рейтинга значительный массив актуальных данных, ранее не попадавших одновременно в фокус прикладных исследований, послужит базой для дальнейших научных и аналитических работ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

Список литературы

НИУ ВШЭ (2021а) Атлас экономической специализации регионов России / В. Л. Абашкин, Л. М. Гохберг, Я. Ю. Еферин [и др.]; под ред. Л. М. Гохберга, Е. С. Куценко. М.: НИУ ВШЭ.

НИУ ВШЭ (2021b) Креативная экономика Москвы в цифрах / В.В. Власова, М.А. Гершман, Л.М. Гохберг и др.; под ред. Л.М. Гохберга. М.: НИУ ВШЭ.

НИУ ВШЭ (2022а) Креативный класс России: портрет в цифрах. Научный дайджест НЦМУ. <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/807171541.pdf> (дата обращения: 06.10.2023).

НИУ ВШЭ (2022b) Креативные специализации российских городов. Научный дайджест НЦМУ. https://www.hse.ru/data/2022/02/17/1747882405/Human_Capital_NCMU_Digest_Special_Issue_Creative_Cities_02-2022.pdf (дата обращения: 06.10.2023).

НИУ ВШЭ (2023) Креативная экономика Москвы: актуальное состояние и динамика развития за период 2019–2022. <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/864025672.pdf> (дата обращения: 27.10.2023).

Higgs P., Cunningham S., Bakhsh H. (2008) Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom. NESTA. https://media.nesta.org.uk/documents/beyond_the_creative_industries_report.pdf (дата обращения: 06.10.2023).

UNCTAD (2022) Creative Industry 4.0: Towards a New Globalized Creative Economy. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3_en.pdf (дата обращения: 06.10.2023).

UNESCO (2022) Reshaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good. Paris: UNESCO.

Приложения

Приложение 1. Классификационная собирательная группировка креативных индустрий

В исследовании использовалась классификационная собирательная группировка креативных индустрий, разработанная ИСИЭЗ НИУ ВШЭ на базе ОКВЭД2. К креативным индустриям отнесены виды экономической деятельности, в которых доля занятых представителей творческих профессий в общей численности занятых в России превышала 30% (табл. П.1). Аналогичный подход используется некоммерческой организацией NESTA и Департаментом культуры, медиа и спорта Великобритании (DCMS) [Higgs et al., 2008].

Таблица П.1
Классификационная собирательная группировка креативных индустрий
на основе ОКВЭД 2

Код ОКВЭД2	Вид экономической деятельности	Креативная индустрия
13	Производство текстильных изделий	Мода
14	Производство одежды	Мода
15	Производство кожи и изделий из кожи	Мода
18.1	Деятельность полиграфическая и предоставление услуг в этой области	Издательская деятельность
32.1	Производство ювелирных изделий, бижутерии и подобных товаров	Мода
32.12	Производство ювелирных изделий и аналогичных изделий	Мода
32.13	Производство бижутерии и подобных товаров	Мода
32.2	Производство музыкальных инструментов	Исполнительские искусства
32.99.8	Производство изделий народных художественных промыслов	Промыслы и ремесла
41.1	Разработка строительных проектов	Архитектура
58.1	Издание книг, периодических публикаций и другие виды издательской деятельности	Издательская деятельность
58.2	Издание программного обеспечения	ИТ и видеоигры
59.1	Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ	Кино и анимация
59.2	Деятельность в области звукозаписи и издания музыкальных произведений	Кино и анимация
60.1	Деятельность в области радиовещания	Телерадиовещание
60.2	Деятельность в области телевизионного вещания	Телерадиовещание
62	Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги	ИТ и видеоигры
63.11	Деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность	ИТ и видеоигры
63.12	Деятельность web-порталов	ИТ и видеоигры
63.91	Деятельность информационных агентств	Издательская деятельность

(продолжение)

Код ОКВЭД2	Вид экономической деятельности	Креативная индустрия
70.21	Деятельность в сфере связей с общественностью	Реклама и пиар-индустрия
71	Деятельность в области архитектуры и инженерно-технического проектирования; технических испытаний, исследований и анализа	Архитектура
71.11	Деятельность в области архитектуры	Архитектура
73.1	Деятельность рекламная	Реклама и пиар-индустрия
73.11	Деятельность рекламных агентств	Реклама и пиар-индустрия
74.1	Деятельность специализированная в области дизайна	Дизайн
74.2	Деятельность в области фотографии	Художественное творчество
74.3	Деятельность по письменному и устному переводу	Издательское дело
90	Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений	Художественное творчество
90.01	Деятельность в области исполнительских искусств	Исполнительские искусства
90.03	Деятельность в области художественного творчества	Художественное творчество
90.04	Деятельность учреждений культуры и искусства	Художественное творчество
91	Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры	Музеи, библиотеки, архивы
91.01	Деятельность библиотек и архивов	Музеи, библиотеки, архивы
91.02	Деятельность музеев	Музеи, библиотеки, архивы

Приложение 2. Система показателей рейтинга

Таблица П.2

Перечень показателей рейтинга по тематическим разделам и рубрикам

№	Краткое наименование показателя	Источники данных
1. Социально-экономические условия		
1.1. Благополучие и экономика		
1.1.1	ВРП на душу населения	Росстат, ЕМИСС
1.1.2	Городское население	
1.1.3	Доходы населения	
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	
1.2. Образование		
1.2.1	Ведущие университеты	Официальный сайт Московского международного рейтинга вузов «Три миссии университета», Минобрнауки России, Росстат
1.2.2	Численность студентов	
1.2.3	Взрослое населения с высшим образованием	

(продолжение)

№	Краткое наименование показателя	Источники данных
1.3. Интеллектуальная собственность		
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	Роспатент, Открытый реестр географических указаний и наименований мест происхождения товаров
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	
1.4. Цифровизация		
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	Росстат
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	
2. Культурная среда		
2.1	Охват населения музеями	Минкультуры России
2.2	Охват населения театрами	
2.3	Охват населения концертными организациями	
2.4	Охват населения библиотеками	
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	
2.6	Число объектов культурного наследия	
2.7	Учащиеся школ искусств	
3. Экономика креативных индустрий		
3.1. Активы креативных индустрий		
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости внеоборотных активов	Росстат
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активах	
3.2. Кадры креативных индустрий		
3.2.1	Доля занятых в креативных индустриях	Росстат
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	
3.3. Продукция креативных индустрий		
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ и услуг собственными силами	Росстат, Банк России
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	
4. Поддержка креативных индустрий		
4.1. Нормативная правовая база		
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	Открытые источники: интернет-ресурсы органов государственной власти субъектов Российской Федерации, специализированные базы региональных правовых актов
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	

(окончание)

№	Краткое наименование показателя	Источники данных
4.2. Организационное обеспечение		
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	Минэкономразвития России, открытые источники: интернет-ресурсы органов государственной власти субъектов Российской Федерации, специализированные базы региональных правовых актов, база данных ЕГРЮЛ, официальные сайты центров кластерного развития, региональных органов исполнительной власти
4.2.2	Особые экономические зоны	
4.2.3	Креативные кластеры	
4.3. Региональные налоговые льготы		
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	ФНС России
4.3.3	Льготная ставка налога на прибыль	
4.4. Участие в федеральных программах		
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	Минцифры России, Президентский фонд культурных инициатив, Минпромторг России, сайт Всероссийского конкурса лучших проектов создания комфортной городской среды Минкультуры России
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	
4.4.3	Организации НХП, получающие федеральную поддержку	
4.4.4	Кинопроизводители, прошедшие отбор на получение государственных субсидий	
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	
4.4.8	Школы креативных индустрий	
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	

Приложение 3. Методика расчета РРИКИ и индекса креативных специализаций регионов

1. Алгоритм расчета РРИКИ включает следующие шаги.

А. Оценка значений показателей, входящих в РРИКИ (перечень показателей приведен в таблице П.2 Приложения 2).

Б. Нормирование значений показателей РРИКИ по формуле:

$$\tilde{x}_{i, \text{норм}}^r = \frac{\tilde{x}_i^r - \tilde{x}_i^{\min}}{\tilde{x}_i^{\max} - \tilde{x}_i^{\min}}, \quad (1)$$

где $\tilde{x}_{i,\text{норм}}^r$ – нормированное значение i -го показателя в регионе r ;
 \tilde{x}_i^r – значение i -го показателя в регионе r ;
 \tilde{x}_i^{min} – минимальное значение i -го показателя;
 \tilde{x}_i^{max} – максимальное значение i -го показателя;
 i – номер показателя;
 r – номер региона.

В. Расчет показателей для каждой из рубрик как среднего арифметического нормированных значений показателей, отнесенных к соответствующей рубрике:

$$I^r = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \tilde{x}_{i,\text{норм}}^r, \quad (2)$$

где I^r – показатель региона r по рубрике;
 n – число показателей в рубрике.

Г. Расчет РРИКИ по формуле:

$$\text{РРИКИ}^r = \frac{1}{12} \sum_{i=1}^{12} I_j^r, \quad (3)$$

где РРИКИ^r – значение РРИКИ для региона r ;
 I_j^r – показатель региона r по рубрике j ;
 j – номер рубрики.

2. Креативные специализации регионов определены на основе коэффициентов локализации креативных индустрий (LQ) по данным о численности занятых в креативных индустриях за 2022 г. по формуле:

$$LQ_{ij} = \frac{AE_{ij}}{TE_j} / \frac{AE_i}{TE}, \quad (4)$$

где AE_{ij} – численность занятых в i -й индустрии в j -м регионе;
 AE_i – численность занятых в i -й индустрии;
 TE_j – численность занятых в j -м регионе;
 TE – численность занятых в России;
 i – номер индустрии;
 j – номер региона.

В качестве порогового значения использовался коэффициент $LQ \geq 1$.