



Экономический факультет
Московского Государственного Университета им. М.В.Ломоносова

Эффекты развития креативных индустрий на производительность регионов России

Артемий Комаров

*аспирант, инженер, преподаватель Экономического факультета МГУ,
специалист Института национальных проектов*

Виктор Брызгалин

*преподаватель Экономического факультета МГУ, ведущий специалист Института
национальных проектов*

Москва, 29 сентября 2025



Мотивация исследования

Положение России:

- ✓ **42 место** по уровню производительности труда
 - ✓ **Низкий уровень** факторной производительности по сравнению с Еврозоной, некоторыми странами Латинской Америки, США, Канадой и др.
 - ✓ **2 место** по уровню третичного образования
- ⇒ **Проблема:** низкие уровни производительности экономики в условиях высоких запасов человеческого капитала



Креативная экономика и креативные индустрии

Один из вариантов решения проблемы – **развитие креативной экономики**

Ядро креативной экономики – **креативные индустрии**

Креативные индустрии – секторы экономики, значимая часть добавленной стоимости которых формируется за счет творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность



Актуальность в экономической политике

Зарубежные документы



Великобритания: «Creative industries mapping» (1998 г.)

Ключевые документы из развитых стран:

Япония: «Cool Japan» (2012 г.)
Южная Корея: «Creative economy action plan» (2014 г.)
Канада: «Creative Canada Policy Framework» (2017 г.)
США: «National Endowment for the Arts» (2018 г.)
Швеция: «Economic Impact Study of Sweden's Creative Industries» (2025 г.)

Ключевые документы из развивающихся стран:

Армения: Creative Armenia (2017 г.)
Грузия: Культурная стратегия Грузии (2025 г.)

Отечественные документы



- ✓ Указ «Основы государственной культурной политики» (2014 г.)
- ✓ Национальный проект «Культура» (2019 г.)
- ✓ «Концепция развития креативных индустрий до 2030 года» (2021 г.)
- ✓ Поправки в Указ «Основы государственной культурной политики» (2023 г.)
- ✓ **Федеральный закон «О креативных индустриях» (2024 г.)**
- ✓ Стратегия государственной культурной политики до 2030 года (2024 г.)



Модели взаимосвязи между креативной экономикой и экономическим ростом

Найдены эмпирические свидетельства положительного влияния

Модель благосостояния

- ✓ Креативные индустрии влияют на благосостояние региона, но являются экономически неэффективными
- ✓ **«Болезнь Баумоля»:** в секторах, где трудно повысить производительность (например, в театральной деятельности, музыке или кино), затраты растут быстрее, чем в других отраслях

$$\frac{dY}{dCI} < 0, \quad \frac{dU}{dCI} > 0$$

Модель конкуренции

- ✓ Креативная сфера развивается в условиях рыночной конкуренции
- ✓ **Конкурентные механизмы** регулируют цены и качество, спрос и предложение на определяют объёмы производства товаров и услуг, а прибыльность зависит от эффективности, а не от мер поддержки

$$\frac{dY}{dCI} = 0, \quad \frac{dU}{dCI} = 0$$

Модель роста

- ✓ Креативные индустрии активно способствуют увеличению общего ВВП и благосостояния путём перетока технологий, то есть повышения производительности в смежных отраслях
- ✓ Создание новых товаров и услуг, внедрение креативных решений в традиционные отрасли

$$\frac{dY}{dCI} > 0, \quad \frac{dU}{dCI} \geq 0$$

Модель инноваций

- ✓ Эволюция экономической системы путём создания новых бизнес-моделей
- ✓ Создание новых культурных кодов и нарративов, институциональные изменения, новые формы организации труда, появление новых формальных институтов

$$\frac{dY}{dCI} \text{ не определено, } \frac{dU}{dCI} \text{ не ограничено}$$



Эффекты развития креативных индустрий на показатели производительности

Прямые показатели

Общая факторная производительность

- ✓Hong et al. (2014)
- ✓De-Miguel-Molina et al. (2012)

Производительность труда

- ✓Marrocu, Paci (2013)
- ✓Fahmi, Koster (2017)

Косвенные показатели

Инновационный потенциал

- ✓Boix-Domenech, Soler-Marco (2017)
- ✓Stam, De Jong, Marlet (2008)
- ✓Boschma, Fritsch (2009)

Заработная плата

- ✓Moller, Tubadji (2009)
- ✓Florida (2008)

Занятость

- ✓Gabe, Florida, Mellander (2013)
- ✓Piergiovanni (2012)

В урбанизированных регионах эффекты выражены в наибольшей степени

- ✓Marco-Serrano et al. (2014)
- ✓Mossig (2011)



Эффекты в разных типах индустрий

Сервисные



Нематериальная форма
производимых благ

- ✓ Генерация знаний, инноваций, косвенное влияние на другие сектора,
- ✓ Эффекты на производительность **положительны.**

Архитектура, дизайн, кино, организация отдыха, ИТ, реклама, гастрономия и т.д.

Производственные



Материальная форма
производимых благ

- ✓ Связь ограничена прямым вкладом в ВВП или ВРП
- ✓ Эффекты на производительность **слабы или отсутствуют**

Мода, ювелирное дело, изготовление игрушек, издательская деятельность и т.д.



Гипотезы

- 1) Доля занятых в креативных индустриях регионов РФ **положительно связана** с их производительностью *[Hong et al., 2014; Fahmi F., Koster S., 2017]*
- 2) В производственных креативных индустриях эффекты развития креативной экономики на производительность регионов России **нейтральны или слабо значимы**, а в сервисных – **положительны** *[De-Miguel-Molina, 2012; Boix et al., 2013; Boix-Domenech et al., 2021]*
- 3) В урбанизированных регионах эффекты развития креативной экономики на производительность регионов России **выражены в наибольшей степени** *[De-Miguel-Molina, 2012; Mossig, 2011; Stam, 2008]*



Данные

Переменная	Статус	Источник
Доля занятых в креативных индустриях	Переменная интереса	База СПАРК
Реальный ВРП на одного занятого	Зависимая переменная	Росстат+ЕМИСС
Доля городского населения	Контрольные переменные	ЕМИСС
Доля абонентов широкополосного фиксированного интернета		Росстат
Инвестиции в основной капитал		Росстат
Доля патентов		Росстат
Доля студентов, обучающихся на программах бакалавриата, магистратуры и специалитета		Росстат
Обеспеченность больничными койками		Росстат
Доля городского населения		Росстат

✓ Период анализа: **2014 – 2023** гг.



Альтернативные показатели развития креативных индустрий

Показатель	Источники	Особенности и возможные недостатки использования показателя
Добавленная стоимость креативных индустрий	UNCTAD (2010), DCMS (2016)	Показывает прямой вклад в экономику, недостаточная детализация данных по ВРП креативного сектора
Экспорт креативных товаров/услуг	UNESCO (2022), Florida (2002), Бредихин и др. (2021)	Отражает глобальную конкурентоспособность, слабо связан с внутренним потенциалом регионов
Количество патентов	WIPO (2020), Bakhshi (2012)	Показывает инновационность, существование иных способов закрепления интеллектуальной собственности
Затраты на исследования и разработки	OECD (2021),	Отражает инвестиции в инновации, отсутствие связи с человеческим капиталом
Производительность труда в креативных индустриях	UNCTAD (2022), Bakhshi (2012)	Данные по добавленной стоимости на работника по регионам крайне фрагментированы

Аргументы в пользу выбора доли занятых в креативных индустриях: публикация регулярных данных в источниках с открытым доступом, корреляция с человеческим капиталом, возможность сопоставления регионов.



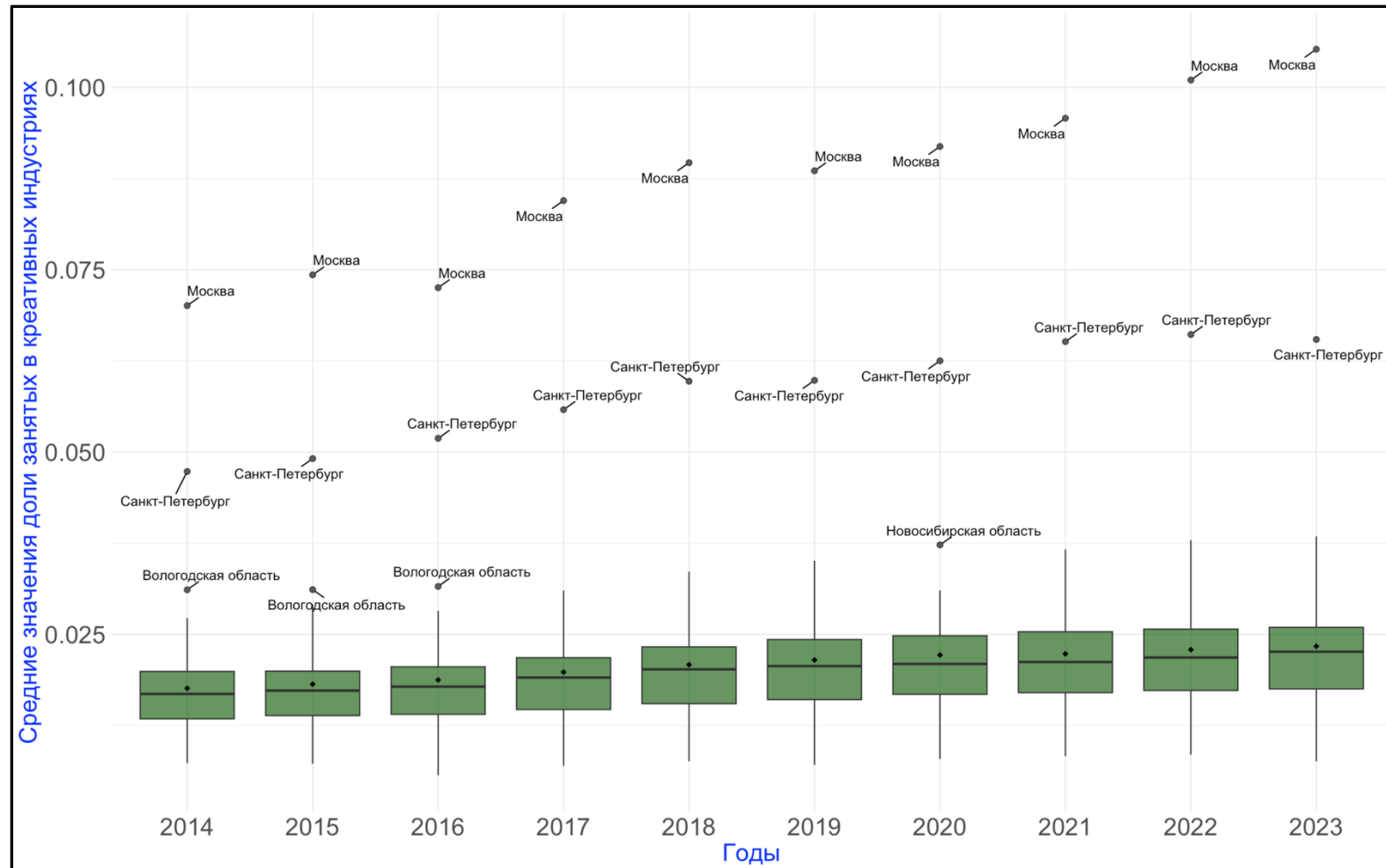
Переменная интереса: сбор данных

- 1) Сбор среднесписочной численности работников юридических лиц, чьи ОКВЭДы принадлежат к списку **«креативных»** [Министерство культуры Российской Федерации, 2023]
- 2) Фильтрация по основным ОКВЭДам
- 3) Отбор индивидуальных предпринимателей, чьи ОКВЭДы принадлежат к списку **«креативных»**,
- 4) Фильтрация по основным ОКВЭДам

Сбор осуществлялся с платформы «СПАРК-Интерфакс»



Средние значения доли занятых в креативных индустриях в регионах РФ



- ✓ Рост показателя в два раза за 10 лет
- ✓ Сильный отрыв двух столиц от среднего значения
- ✓ Увеличение дисперсии показателя



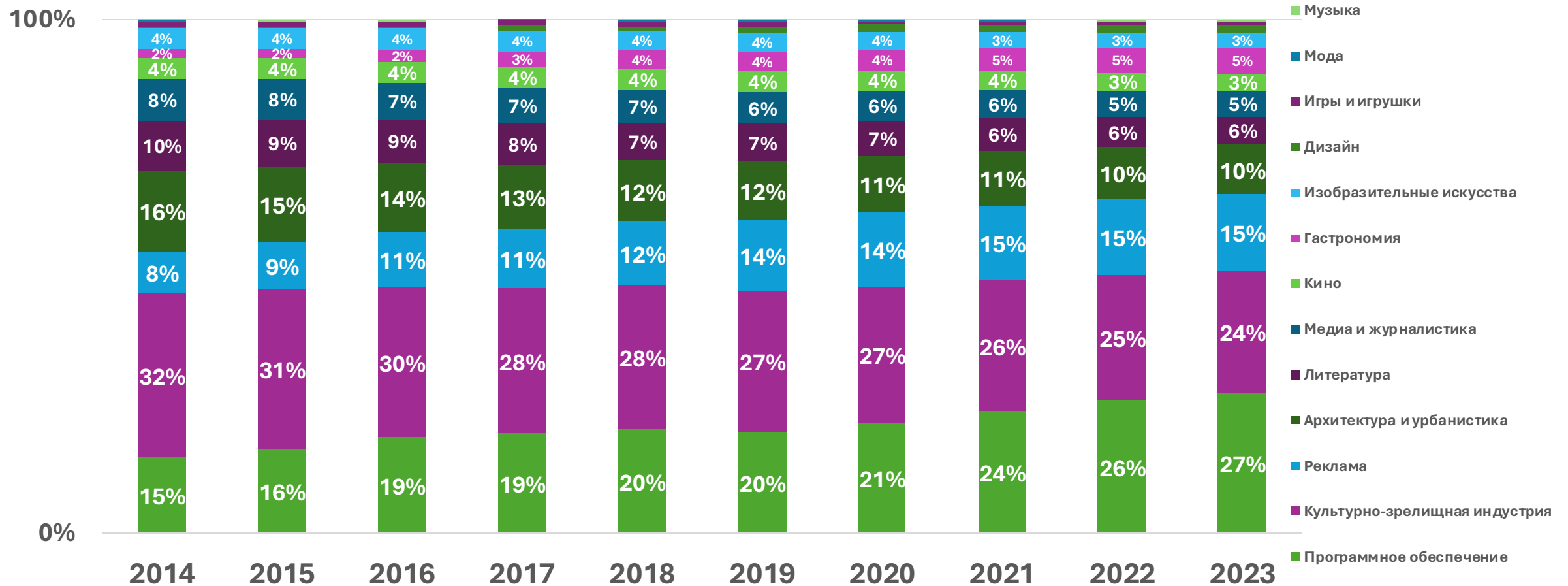
Доля занятых в креативных индустриях



Источник: построено автором на основе данных с платформы СПАРК и с Росстата

Примечание: Данные по регионам, вошедшим в состав РФ в 2022 г., не использовались

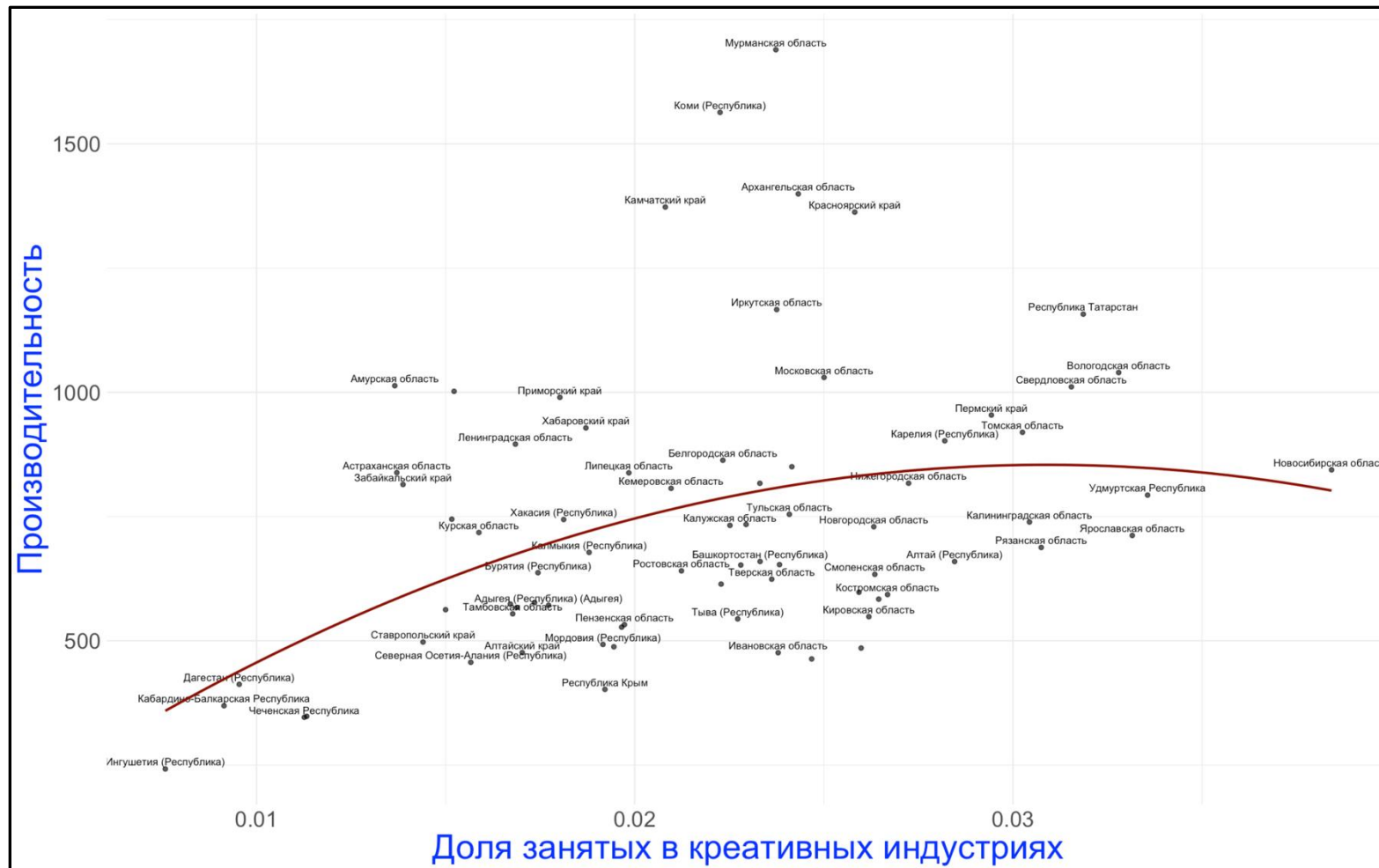
Распределение индустрий по их доле в общем количестве занятых в креативных индустриях



Источник: построено автором на основе данных с платформы СПАРК и с Росстата



Связь между долей занятых в креативных индустриях и производительностью в 2023 г.



- ✓ Свидетельства **параболической** СВЯЗИ
- ✓ Большинство регионов «располагаются» **на возрастающем участке** параболы

Результаты проверки гипотезы 1

Переменная/модель	(1)	(2)
Доля занятых в креативных индустриях	9,21***	28,91***
Доля занятых в креативных индустриях ²	–	-396,69**
Доля абонентов широкополосного фиксированного интернета	0.002*	0.002*
Доля студентов	-0.0004***	-0.0004***
Обеспеченность койками	-5,17	-4,99
log (Инвестиции в основной капитал)	0.10***	0.10***
Доля патентов	0.0001	0.0001
Доля городского населения	-0.02***	-0.02***
N	745	745
R ²	0.58	0.59
F-статистика	70,62***	67,99***

- ✓ Выявлен **«эфффе́кт насыщения»** креативными индустриями в регионах РФ, возможен выход на плато
- ✓ Гипотеза **подтверждена частично**



Результаты проверки гипотезы 2

Переменная/модель	Сервисные	Произв.
Доля занятых в креативных индустриях	8.52***	43.44***
Доля абонентов широкополосного фиксированного интернета	0.002	0.002*
Доля студентов	-0.0004***	-0.0003**
Обеспеченность койками	-4.65	-5.03
log (Инвестиции в основной капитал)	0.10***	0.10***
Доля патентов	0.0001	0.0001
Доля городского населения	-0.02***	-0.02***
N	745	745
R²	0.58	0.58
F-статистика	70.08***	69,36***

✓ Обнаружены положительные эффекты в обоих типах креативных индустрий

✓ Гипотеза 2 **не подтверждается**



Результаты проверки гипотезы 3

Переменная/модель	(1)
Доля занятых в креативных индустриях	12.00
Доля занятых в креативных индустриях ²	-691.29***
Доля абонентов широкополосного фиксированного интернета	0.002*
Доля студентов	-0.0002
Обеспеченность койками	-0.33***
log (Инвестиции в основной капитал)	0.11***
Доля патентов	0.0001
Доля городского населения	-0.02***
Доля занятых в креативных индустриях * Доля городского населения	0.37***
N	745
R ²	0.58
F-статистика	70,62***

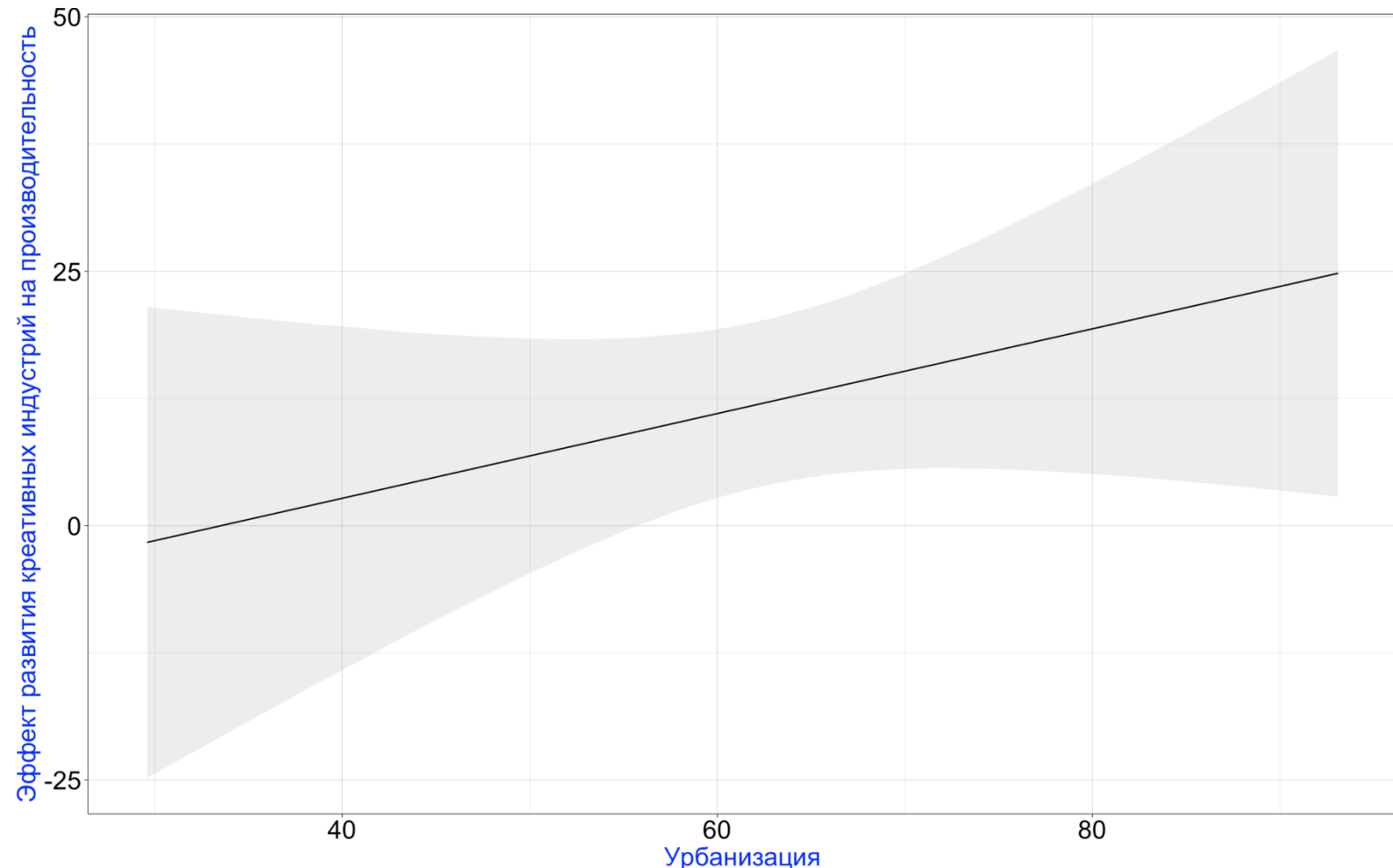
✓ Выявлены
**положительные
эффекты
урбанизации
на искомую
связь**

Источник: построено автором по итогам результатов моделирования



Предельный эффект урбанизации

- ✓ Положительный эффект урбанизации
- ✓ Риск ослабления эффектов в регионах с высокой долей городского населения
- ✓ Гипотеза 3 **подтверждена частично**



Источник: построено автором на основе моделей



Итог

- ✓ Обнаружен "**эффект насыщения**" креативными индустриями в российских регионах, потенциальный **выход на плато**
- ✓ Выявлены **положительные эффекты** на производительность как в сервисных, так и в производственных индустриях
- ✓ Существуют **положительные эффекты урбанизации** на искомую связь, а также риски её ослабления в регионах с высокой долей городского населения

Ограничения

- ✓ Использование только одного метода измерения креативной экономики
- ✓ Отсутствие эмпирических свидетельств причинно-следственной связи между развитием креативных индустрий и производительностью регионов
- ✓ Уровень анализа: регионы
- ✓ Появление существующей нормативной базы по классификации индустрий только в 2014 году

Приложения

Рекомендации

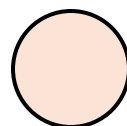
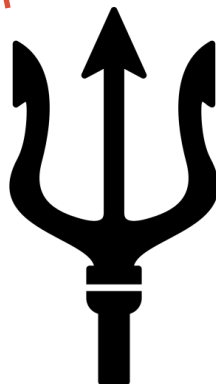
Результат	Рекомендации
1. Потенциальный «Эффект насыщения» креативными индустриями в некоторых регионах РФ	Привлечение креативных специалистов в регионы с потенциалом роста и институциональной базой [Olsberg SPI, 2025; EUNIC, 2017]
2. Эффекты развития сервисных индустрий положительны и значимы , а производственных – слабо значимы	Акцент на поддержку развития сервисных индустрий, к примеру: ✓ Создание инвестиционных фондов [DCMS, 2008; MSIP, 2014] ✓ Развитие цифровых платформ, стимулирующих дистрибуцию креативных услуг [DCMS, 2014; Cool Japan Strategy, 2013]
	Разработка специальных мер поддержки креативных производств, к примеру: ✓ Обучение цифровым навыкам [MSIP, 2014] ✓ Доступ к международным рынкам [Canadian Heritage, 2017; Cool Japan Strategy, 2013]
3. Положительный эффект урбанизации, отсутствие значимости при низких и высоких значениях доли городского населения	Акцент на развитие креативных индустрий в регионах со средней долей городского населения, к примеру: ✓ Создание креативных кластеров [DCMS, 2008; National Endowment for the Arts, 2011; Olsberg SPI, 2025]
✓ Защита интеллектуальной собственности [DCMS, 2016; Canadian Heritage, 2017] ✓ Учёт гетерогенности креативных индустрий [DCMS, 2014]	

Источник: построено автором на основе обзора статей и международных документов

Креативный «трезубец»: занятость по сегментам

		Индустрии	
		<u>креативные</u>	традиционные
Занятость	<u>креативная</u>	↓ Специалисты	↓ Интегрированные
	традиционная	Поддержка	

Источник: Higgs, Cunningham, 2008



– креативная экономика

Контрольные переменные: обоснование

Переменная	Эффект и каналы	Примеры исследований
Инвестиции в основной капитал	Внедрение инноваций, обновление инфраструктуры, рост факторной производительности	✓ Florida, 2014 ✓ Boix-Domenech, 2017
Доля студентов бакалавриата, магистратуры и специалитета	Накопление человеческого капитала; прокси-переменная для системы образования	✓ Boix-Domenech, Soler-Marco, 2017 ✓ Marco-Serrano, 2014
Численность врачей	Рост уровня здоровья, более высокая ожидаемая продолжительность жизни, рост производительности; прокси-переменная для системы здравоохранения	✓ Florida et al., 2008
Доля патентов	Рост инновационного потенциала, коммерциализация интеллектуальной собственности	✓ Boix-Domenech, 2021 ✓ Piergiovanni, 2012
Доля людей региона с доступом к фиксированному широкополосному интернету	Состояние инфраструктуры региона, доступ граждан к цифровым сервисам	✓ Boschma, Fritsch, 2009
Доля городского населения	В городах выше доля услуг и высокотехнологичных отраслей; прокси-переменная для уровня урбанизации	✓ Marco-Serrano, 2014 ✓ Boix et al., 2013

Источник: построено автором

Производительность регионов

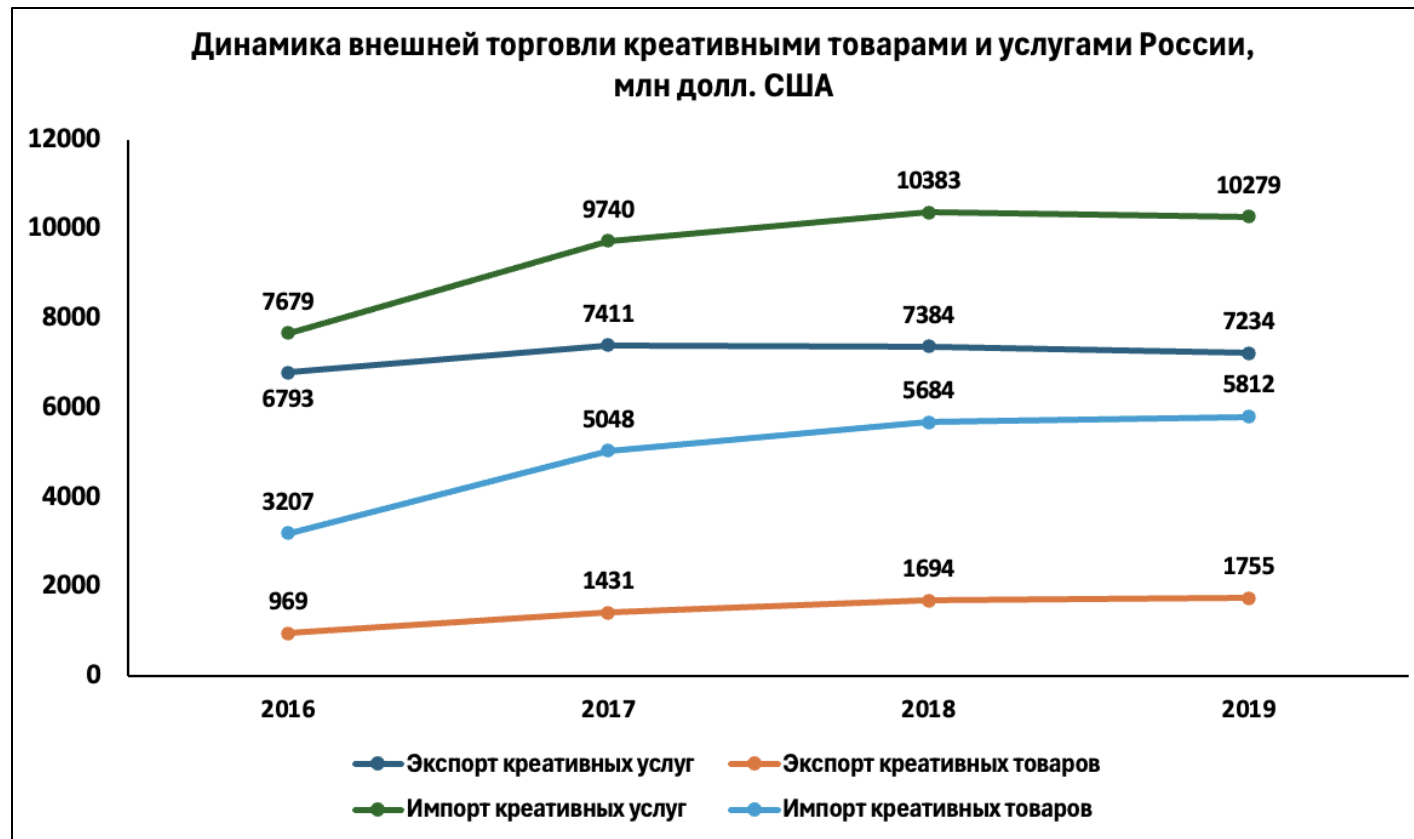
Мотивация использования показателя:

- ✓ Отражает реальную отдачу от труда и капитала в экономике
- ✓ Устраняет искажения, связанные с размерами экономики региона
- ✓ Показывает качество экономического роста
- ✓ Связан с уровнем жизни в регионах

Важность роста показателя для регионов:

- ✓ Регионы с высокой производительностью привлекают инвестиции и креативный класс
- ✓ Рост производительности позволяет увеличивать доходы населения без экстенсивного наращивания ресурсов
- ✓ Ключевой способ поддержания экономики в условиях экономических и геополитических вызовов

Динамика внешней торговли креативными товарами и услугами России, млн долл. США



Источник: Бредихин и др., 2021

Вариант решения проблемы

Один из вариантов решения проблемы – **развитие креативной экономики**

Креативная экономика – совокупность общественных отношений и практик хозяйственной деятельности, в основе которой лежат взаимосвязи между творчеством, культурой, экономикой и технологиями

Ядро креативной экономики – **креативные индустрии**

Креативные индустрии – секторы экономики, значимая часть добавленной стоимости которых формируется за счет творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность

Задачи исследования

1. Сбор и систематизация литературы по определению и измерению креативной экономики, а также по её взаимосвязи с экономическим ростом и социально-экономическими показателями
2. Синтез зарубежных и отечественных источников, в которых упоминаются меры в области экономической политики по развитию креативной экономики
3. Сбор и обработка базы данных, содержащей информацию о занятости в креативных индустриях в субъектах РФ
4. Проведение статистического анализа креативной экономики в регионах России
5. Эмпирическая проверка гипотез о взаимосвязи между креативной экономикой и производительностью регионов
6. Формулировка мер экономической политики по развитию креативной экономики в субъектах РФ на основе международного опыта и проведённого эмпирического анализа

Стейкхолдеры

Стейкхолдер	Интересы
Люди, работающие в креативных профессиях	• Возможность реализовать творческий потенциал и идеи • Защита авторских прав и интеллектуальной собственности • Профессиональное развитие, обучение и нетворкинг
Юридические лица из креативных индустрий	• Поддержка в продвижении и экспорте креативных продуктов и услуг • Развитие инфраструктуры и кластеров креативных индустрий • Содействие в привлечении частных инвестиций и спонсоров
Министерство экономического развития	• Повышение инновационности и конкурентоспособности экономики • Сбалансированное региональное развитие за счет креативных индустрий
Министерство науки и высшего образования	• Разработка образовательных программ для подготовки специалистов креативных профессий • Развитие сотрудничества университетов с бизнесом в креативном секторе
Министерство культуры	• Поддержка культурного разнообразия и самобытности • Развитие культурной инфраструктуры (музеи, театры, библиотеки и т.д.)

ОКВЭДы креативных индустрий

Индустрия архитектуры и урбанистики	
71.11	Деятельность в области архитектуры
Индустрия дизайна	
74.10	Деятельность, специализированная в области дизайна
Индустрия моды	
13.30.5	Нанесение рисунка на текстильные изделия и готовую одежду
13.92.2	Пошив готовых текстильных изделий по индивидуальному заказу населения, кроме одежды
13.99.4	Изготовление прочих текстильных изделий по индивидуальному заказу населения, не включенных в другие группировки
14.11.2	Пошив одежды из кожи по индивидуальному заказу населения
14.13.3	Пошив и вязание прочей верхней одежды по индивидуальному заказу населения
14.14.4	Пошив нательного белья по ин
14.19.5	Пошив и вязание прочей одежды и аксессуаров одежды, головных уборов по индивидуальному заказу населения
14.20.2	Пошив меховых изделий по индивидуальному заказу населения
14.31.2	Изготовление вязаных и трикотажных чулочно-носочных изделий по индивидуальному заказу населения
14.39.2	Изготовление прочих вязаных и трикотажных изделий, не включенных в другие группировки по индивидуальному заказу населения
15.20.5	Пошив обуви и различных дополнений к обуви по индивидуальному заказу населения
32.12.6	Изготовление ювелирных изделий и аналогичных изделий по индивидуальному заказу населения
32.13	Производство бижутерии и подобных товаров

Индустрия кино- и анимационной продукции	
59.11	Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ
59.12	Деятельность монтажно-компоновочная в области производства кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ
59.13	Деятельность по распространению кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ
59.14	Деятельность в области демонстрации кинофильмов
Индустрия музыки и саунд-дизайна	
32.20	Производство музыкальных инструментов
59.20	Деятельность в области звукозаписи и издания музыкальных произведений
90.03.1	Деятельность композиторов
Культурно-зрелищная индустрия	
79.90.22	Деятельность самостоятельных экскурсоводов и гидов по предоставлению экскурсионных туристических услуг
82.30	Деятельность по организации конференций и выставок
85.41.2	Образование в области культуры
90.04	Деятельность учреждений культуры и искусства
91.01	Деятельность библиотек и архивов
91.02	Деятельность музеев
91.03	Деятельность по охране исторических мест и зданий, памятников культуры
93.29	Деятельность по организации отдыха и развлечений прочая
Индустрия гастрономии	
56.10.1	Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания

Литературно-издательская индустрия	
18.13	Изготовление печатных форм и подготовительная деятельность
58.11	Издание книг
58.13	Издание газет
58.14	Издание журналов и периодических изданий
58.19	Виды издательской деятельности прочие
74.30	Деятельность по письменному и устному переводу
90.03.9	Деятельность в области художественного творчества прочая
Индустрия изобразительных и визуальных искусств	
32.99.8	Производство изделий народных художественных промыслов
47.78.5	Деятельность коммерческих художественных галерей, торговля розничная произведениями искусства в коммерческих художественных галереях
74.20	Деятельность в области фотографии
90.03.2	Деятельность художников
Индустрия программного обеспечения	
62.01	Разработка компьютерного программного обеспечения
63.12	Деятельность web-порталов
Индустрия игр и игрушек	
32.40	Производство игр и игрушек
58.21	Издание компьютерных игр
Индустрия медиа и журналистики	
60.10	Деятельность в области радиовещания
60.20	Деятельность в области телевизионного вещания
63.91	Деятельность информационных агентств
Индустрия рекламы и коммуникаций	
70.21	Деятельность в сфере связей с общественностью
73.11	Деятельность рекламных агентств

ОКВЭДы по типам индустрий

Производственные	Сервисные
✓ Нанесение рисунка на текстильные изделия и готовую одежду готовых текстильных изделий по индивидуальному заказу населения, кроме одежды ✓ Изготовление прочих текстильных изделий по индивидуальному заказу населения, не включенных в другие группировки ✓ Пошив одежды из кожи по индивидуальному заказу населения ✓ Пошив и вязание прочей верхней одежды по индивидуальному заказу населения ✓ Пошив нательного белья по индивидуальному заказу населения ✓ Пошив и вязание прочей одежды и аксессуаров одежды, головных уборов по индивидуальному заказу населения ✓ Пошив меховых изделий по индивидуальному заказу населения ✓ Изготовление вязаных и трикотажных чулочно-носочных изделий по индивидуальному заказу населения ✓ Изготовление прочих вязаных и трикотажных изделий, не включенных в другие группировки по индивидуальному заказу населения ✓ Пошив обуви и различных дополнений к обуви по индивидуальному заказу населения ✓ Изготовление ювелирных изделий и аналогичных изделий по индивидуальному заказу населения ✓ Производство бижутерии и подобных продуктов ✓ Производство музыкальных инструментов ✓ Изготовление печатных форм и подготовительная деятельность ✓ Издание книг ✓ Издание газет ✓ Издание журналов и периодических изданий ✓ Виды издательской деятельности прочие ✓ Производство изделий народных художественных промыслов ✓ Производство игр и игрушек	✓ Деятельность в области архитектуры ✓ Деятельность, специализированная в области дизайна ✓ Деятельность по распространению кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ ✓ Деятельность в области демонстрации кинофильмов ✓ Деятельность композиторов ✓ Деятельность самостоятельных экскурсоводов и гидов по предоставлению экскурсионных туристических услуг ✓ Деятельность по организации конференций и выставок ✓ Образование в области культуры ✓ Деятельность учреждений культуры и искусства ✓ Деятельность библиотек и архивов ✓ Деятельность музеев ✓ Деятельность по охране исторических мест и зданий, памятников культуры ✓ Деятельность по организации отдыха и развлечений прочая ✓ Деятельность по письменному и устному переводу ✓ Деятельность в области художественного творчества прочая ✓ Деятельность коммерческих художественных галерей, торговля розничная произведениями искусства в коммерческих художественных галереях ✓ Деятельность в области фотографии ✓ Деятельность художников ✓ Деятельность web-порталов ✓ Деятельность информационных агентств ✓ Деятельность в сфере связей с общественностью ✓ Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ ✓ Деятельность монтажно-компоновочная в области производства кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ ✓ Деятельность в области звукозаписи и издания музыкальных произведений ✓ Деятельность рекламных агентств ✓ Издание компьютерных игр ✓ Разработка компьютерного программного обеспечения ✓ Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания ✓ Деятельность в области радиовещания ✓ Деятельность в области телевизионного вещания

Переменная интереса: сбор данных

- 1) **Отбор юридических лиц, чьи ОКВЭДы принадлежат к списку «креативных»**
[Министерство культуры Российской Федерации, 2023], скачивание
среднесписочной численности работников
- 2) **Фильтрация по основным ОКВЭДам**
- 3) **Отбор индивидуальных предпринимателей, чьи ОКВЭДы принадлежат к**
списку «креативных»,
- 4) **Фильтрация по основным ОКВЭДам**

Сбор осуществлялся с платформы «СПАРК-Интерфакс»

Критерии определения «креативности» индустрий и видов занятости

Отрасль называется креативной, если:

1. Доля креативной занятости в отрасли превышает 30%
2. Занятость в отрасли превышает 10000 человек

Вид занятости называется креативным, если:

1. Преобладают новые способы достижения уже поставленной цели **[Новизна]**
2. Отсутствует механическая замена креативным профессиям **[Устойчивость к механизации]**
3. Рабочий процесс меняется из-за взаимодействия факторов, навыков, творческого порыва и обучения **[Неповторяемость и неоднородность]**
4. Результат профессиональной деятельности является новым или креативным, независимо от контекста, в котором он создается **[Творческий вклад в цепочку создания стоимости]**
5. Присутствует **«конечная креативная интерпретация»** Источник: Векслер Н. 2013.

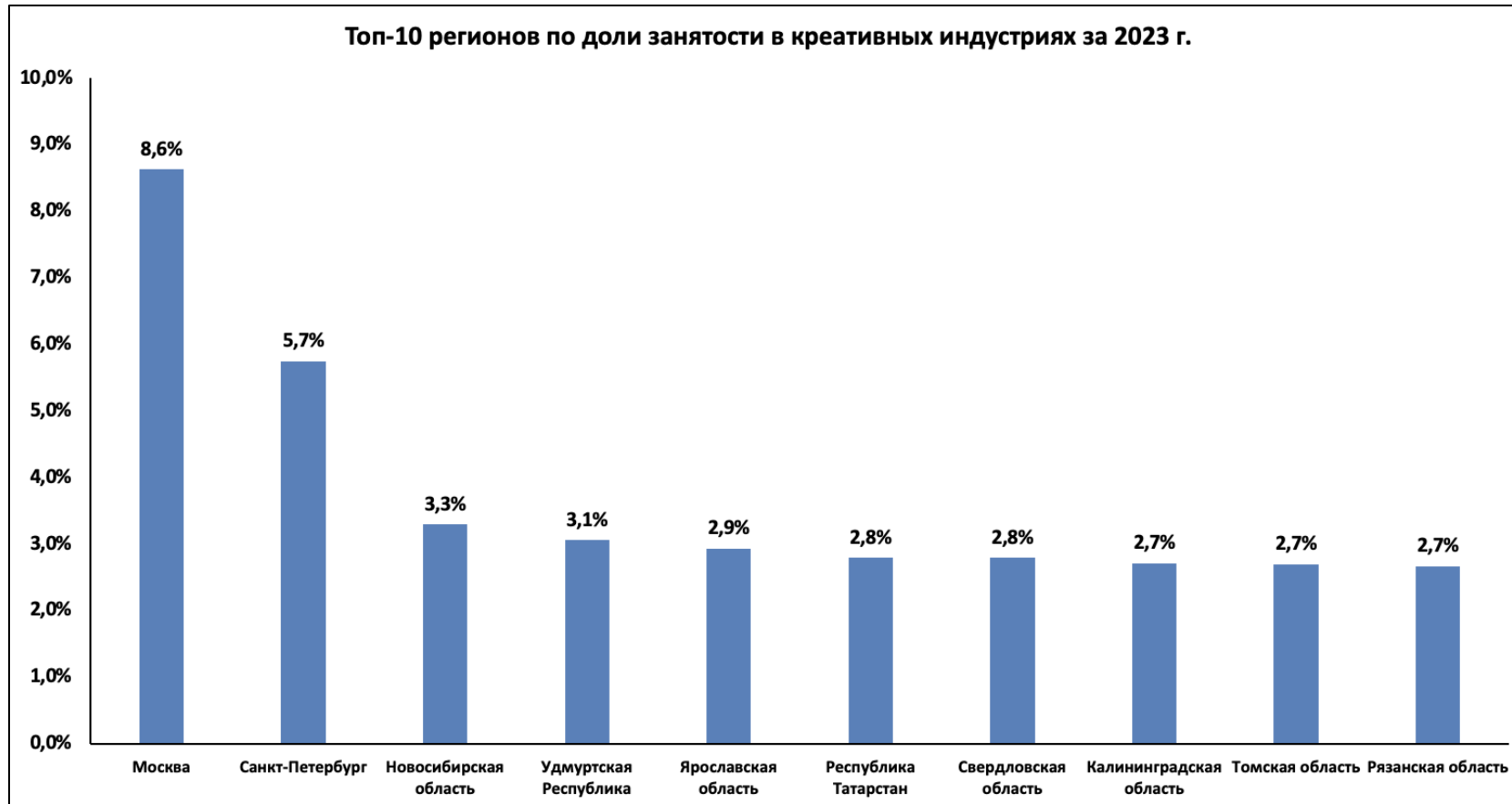
Ключевые ограничения исследования

- ✓ Определение креативной экономики
- ✓ Рассмотрена одна классификация креативных индустрий: производственные и сервисные
- ✓ Рассмотрен один показатель производительности региона
- ✓ Разложение эффектов креативной экономики на прямые и косвенные – главный вызов
- ✓ Ограничение периода: 2014—2023 гг., присутствуют «шоковые» годы, нормативные ограничения

Описательная статистика (без выбросов)

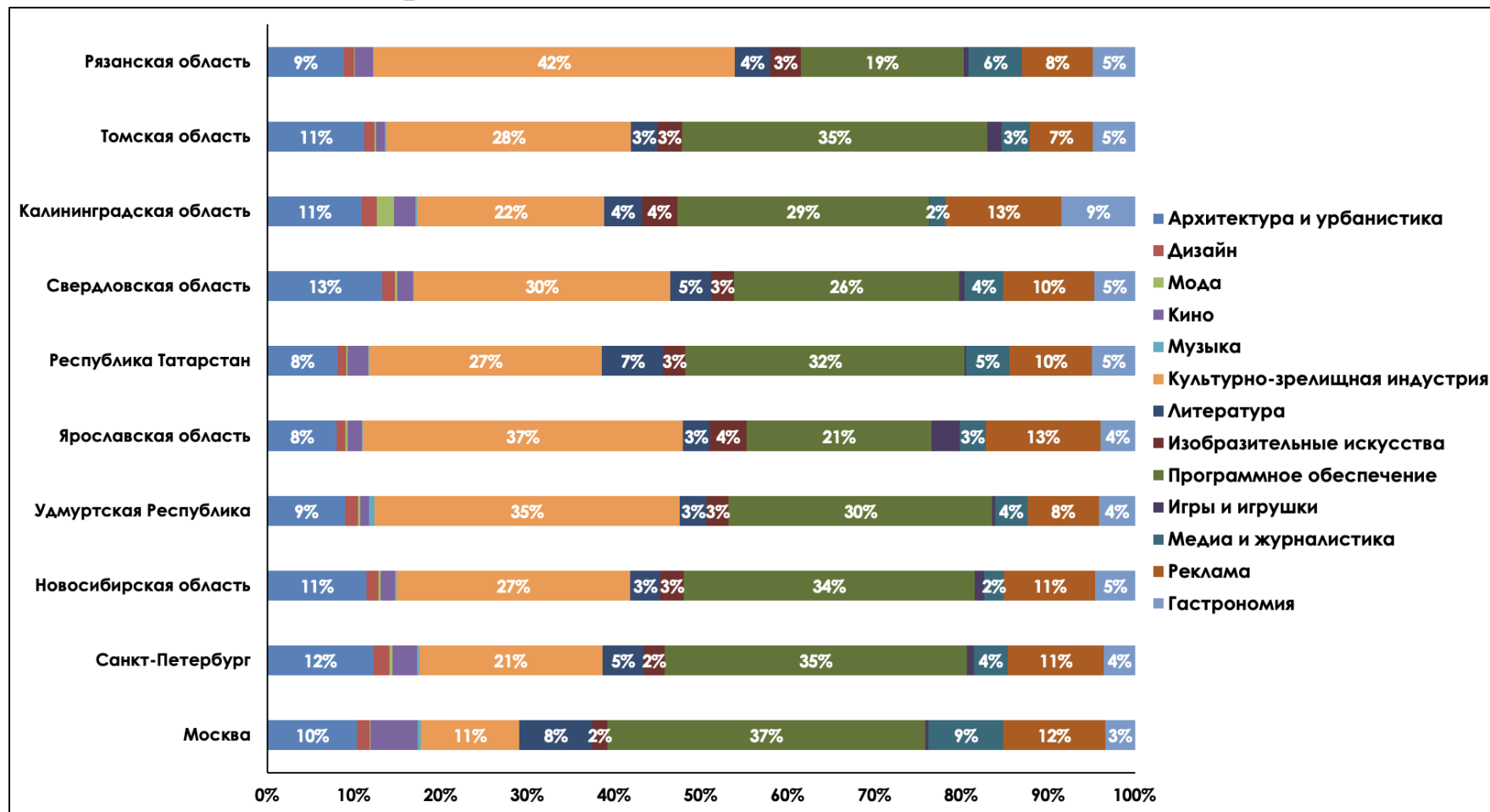
Переменная/ показатель	Минимум	1 квартиль	Медиана	Среднее значение	3 квартиль	Максимум
creative_share	0,005	0,014	0,017	0,017	0,021	0,033
GRP_def_emp	237,6	492,5	635,9	679,9	800,4	1932,0
Inv_OK_Pop	3385	53600	105726	170797	212289	1593545
Students	31,2	190,5	246,3	252,0	300,4	623,3
Patents	1,1	43,5	70,9	80,5	103,8	411,8
Internet	0,3	15,0	19,3	18,9	23,4	73,9
Urbanization	29,6	63,0	70,8	68,8	77,5	93,1
doctors	511	3922	5620	7451	11013	38668

10 регионов-лидеров по доле занятых в креативных индустриях в субъектах РФ в 2023 г.



Источник: построено автором на основе данных с платформы СПАРК и с Росстата

Распределение доли занятых в креативных индустриях по укрупнённым группам в 10 регионах лидерах



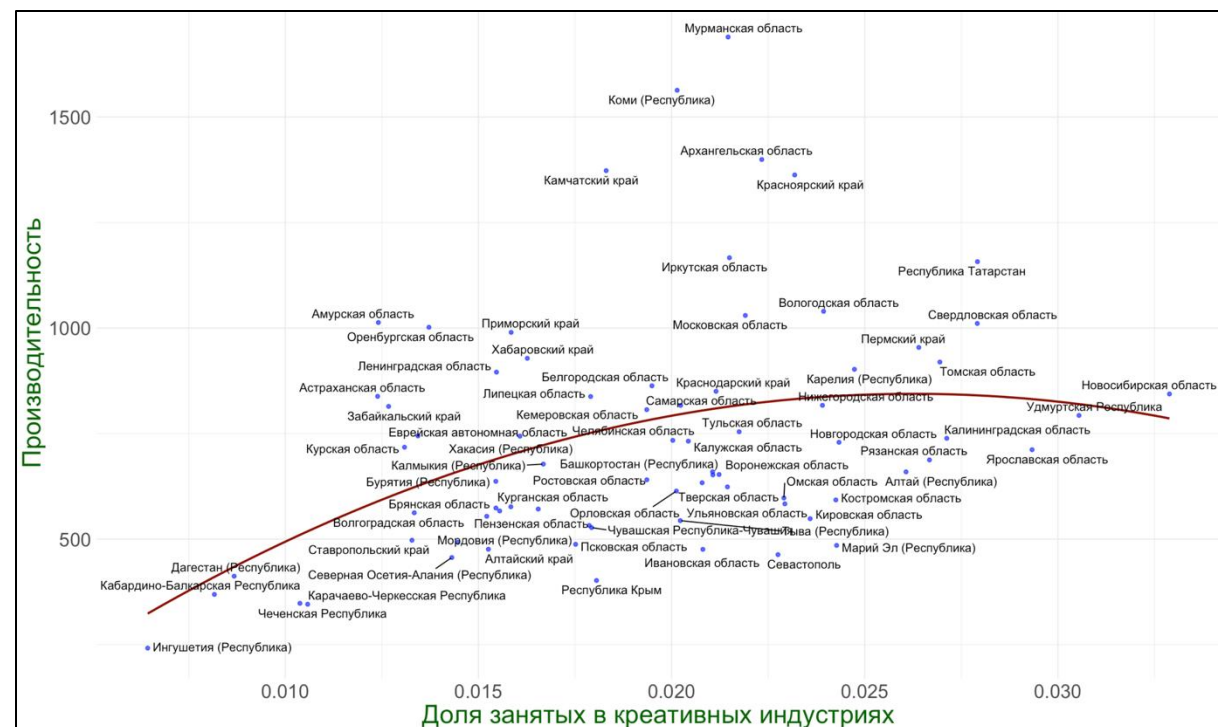
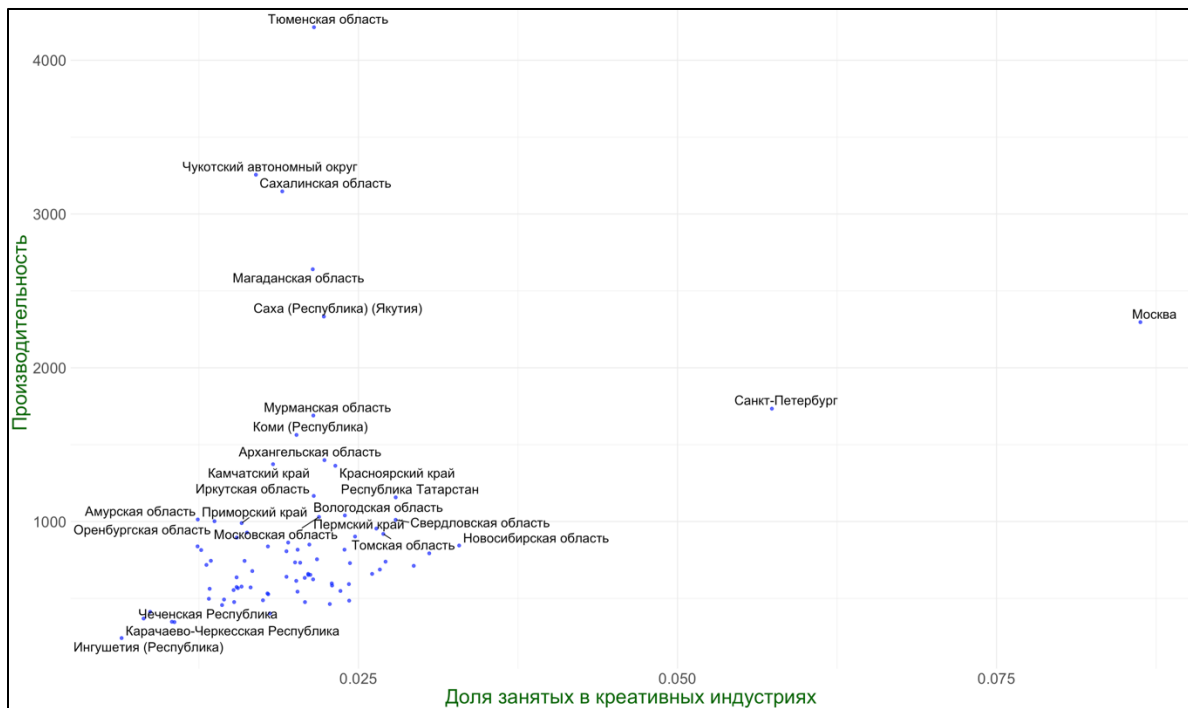
Источник: построено автором на основе данных с платформы СПАРК и с Росстата

Производительность регионов РФ в 2023 г.



Источник: построено автором на основе данных с Росстата

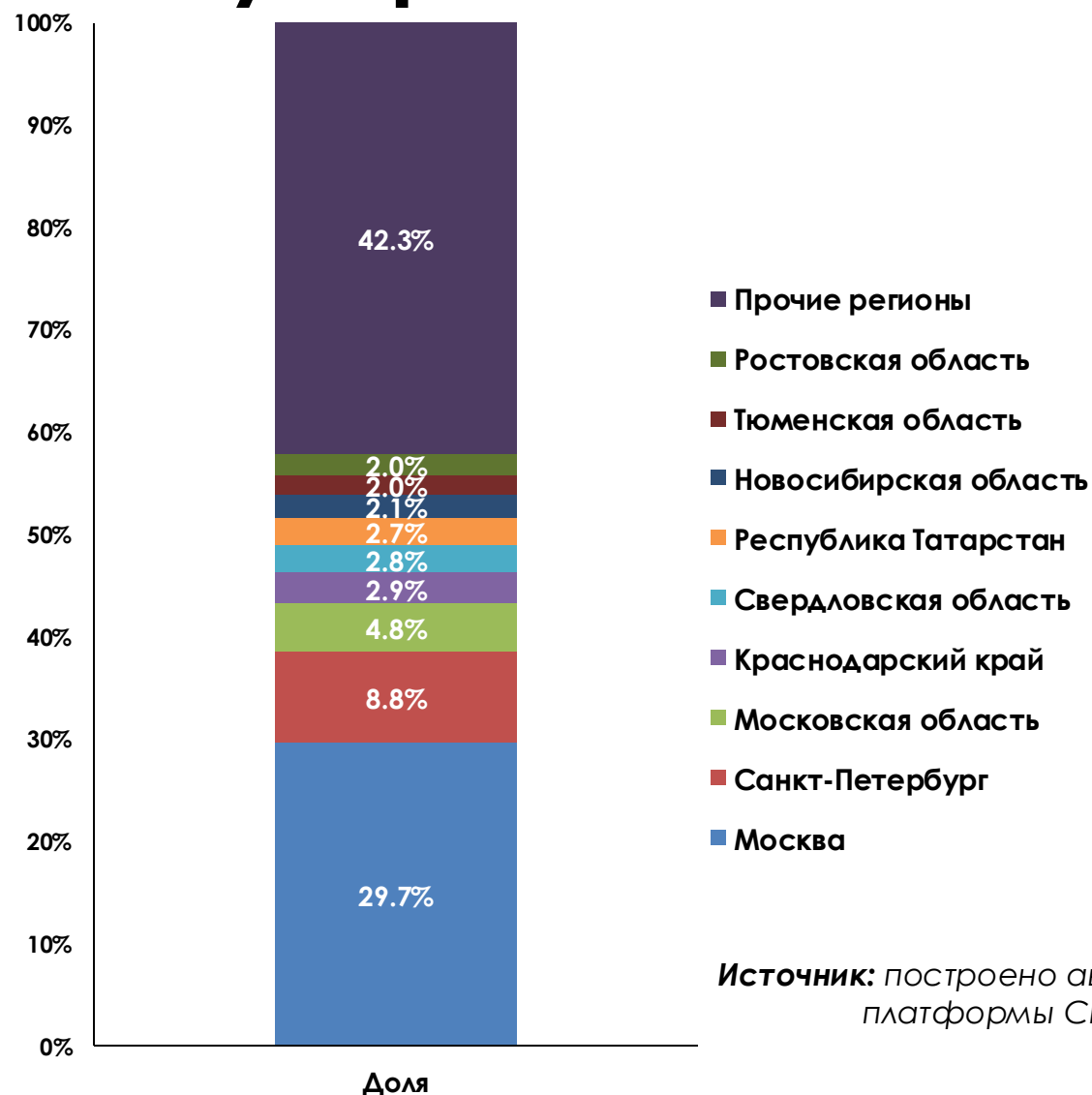
Распределение доли занятых в креативных индустриях в зависимости от производительности в 2023 г.



Экономическая модель креативных индустрий (КИ)

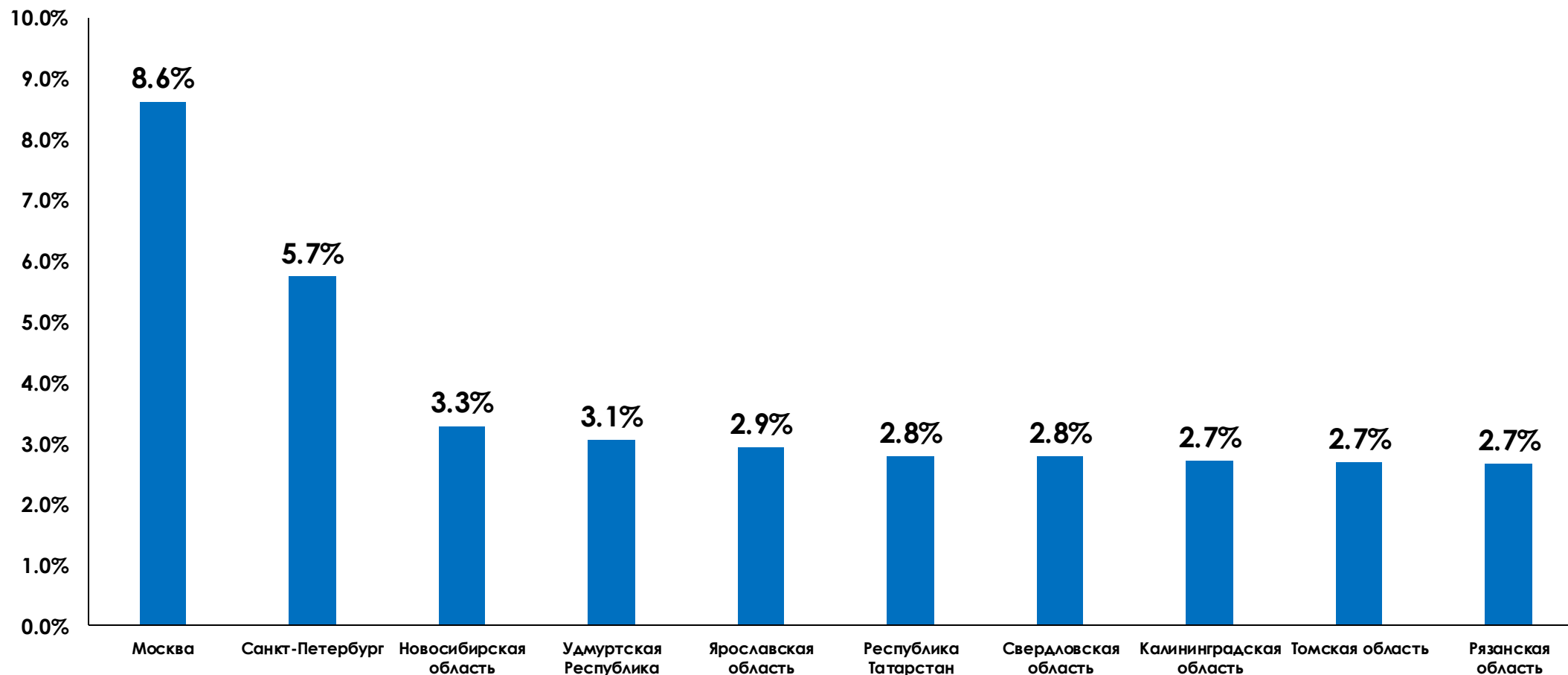
Характеристика отрасли	Особенности
Input	Креативный труд
Output	Акцент на содержании, дифференциация продукта, преобладание культурных или связанных с культурой продуктов, продажа на дискреционные рынки, использование как традиционных преимуществ интеллектуальной собственности, так и преимуществ новаторов
Production process	Контракты по управлению неопределенностью, более короткие и менее масштабные производственные циклы, <u>географическая кластеризация</u> и т.д.

Доля субъектов РФ в занятости в креативных индустриях в РФ в 2023 году



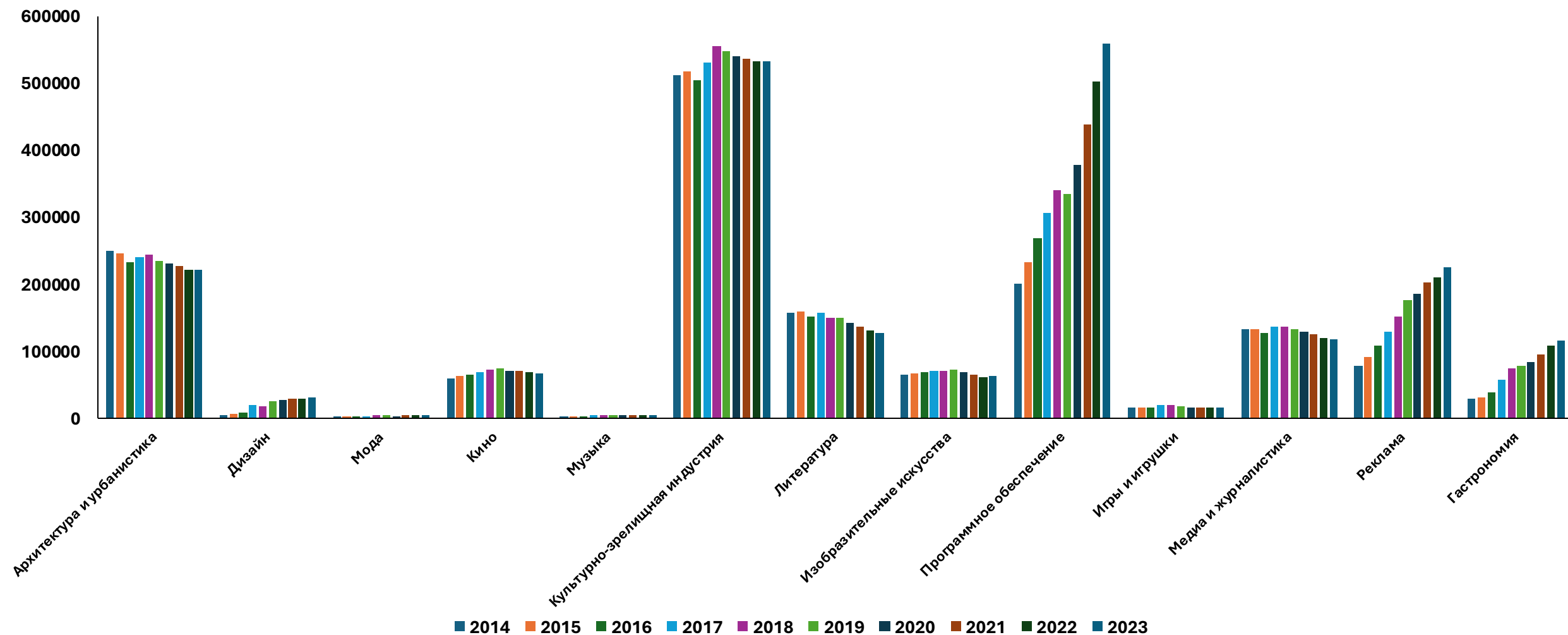
Источник: построено автором на основе данных с платформы СПАРК и с Росстата

Топ-10 регионов по доли занятости в креативных индустриях за 2023 г.



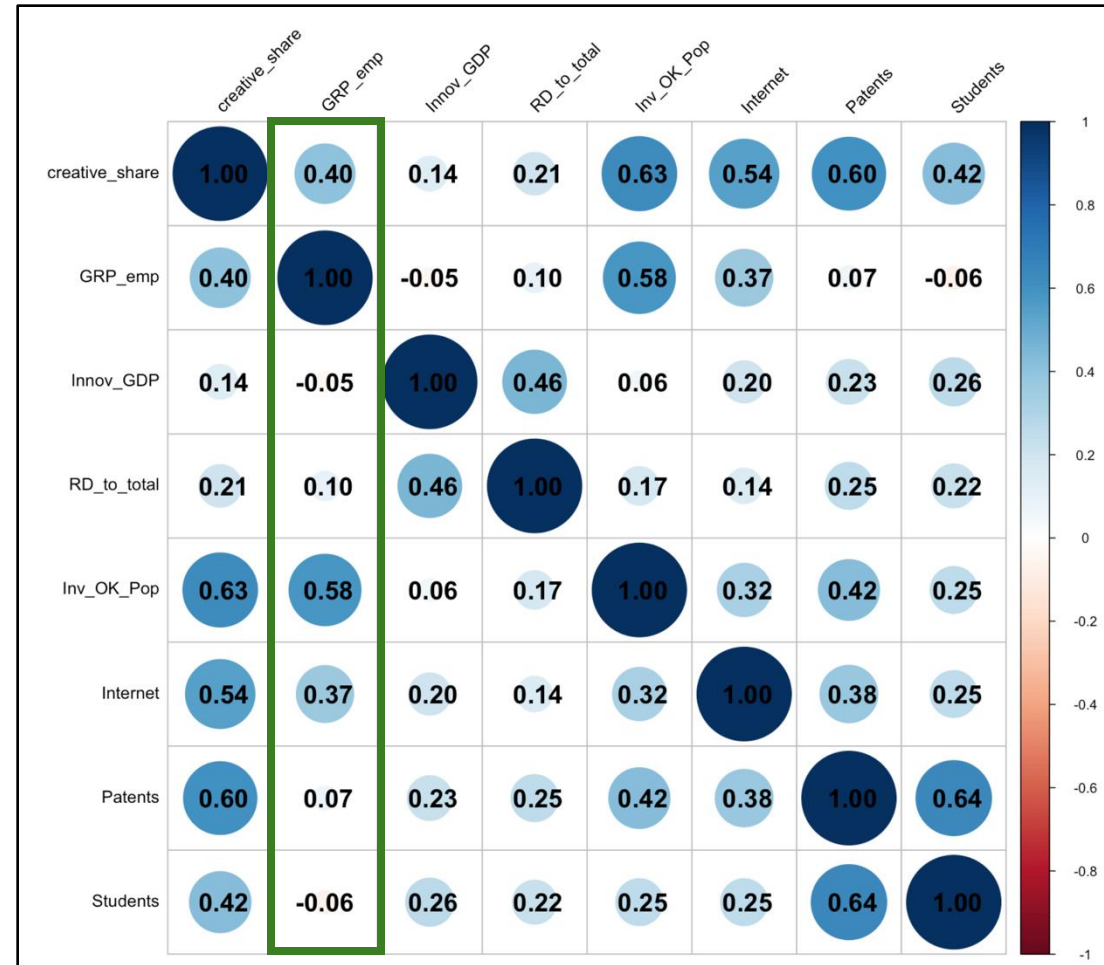
Источник: построено автором на основе данных с платформы СПАРК и с Росстата

Распределение занятых по креативным индустриям за 2014-2023 гг.



Источник: построено автором на основе данных с платформы СПАРК и с Росстата

Корреляционная матрица



Источник: построено автором на основе расчётов

Результаты проверки гипотезы 1

Переменные	Зависимая переменная: логарифм реального ВРП на одного занятого
	Модель FE
Доля занятости в креативных индустриях ²	-401.01**
Доля занятости в креативных индустриях	25.76***
Количество абонентов широкополосного интернета	0.002*
Доля патентов	0.0001
Доля студентов	-0.0003*
log (Обеспеченность врачами)	-0.35***
log (Инвестиции в ОК)	0.11***
Урбанизация	-0.02***
Бинарные переменные года	Есть
Количество наблюдений	745
R ² adjusted	0.61
F-статистика	74.18***

- ✓ Выявлен «эффект насыщения» креативной экономикой в регионах РФ, возможен выход на плато
- ✓ Гипотеза подтверждена частично

Источник: построено автором по итогам результатов моделирования

Результаты проверки гипотезы 2

Переменные	Зависимая переменная: логарифм реального ВРП на одного занятого
	Модель FE
Доля занятости в <u>сервисных</u> креативных индустриях ²	-258.82*
Доля занятости в <u>сервисных</u> креативных индустриях	19.56***
Количество абонентов широкополосного интернета	0.002*
Доля патентов	0.0001
Доля студентов	-0.0003*
log (Обеспеченность врачами)	-0.37***
log (Инвестиции в ОК)	0.11***
Урбанизация	-0.02***
Бинарные переменные года	Есть
Количество наблюдений	745
R ² adjusted	0.61
F-статистика	73.38***

- ✓ Выявлен «**эффект насыщения**» сервисными креативными индустриями в регионах РФ
- ✓ Гипотеза касательно эффектов сервисных индустрий **подтверждена частично**

Источник: построено автором по итогам результатов моделирования

Результаты проверки гипотезы 2

- ✓ Выявлена **слабая положительная связь**
- ✓ Гипотеза касательно эффектов производственных индустрий **подтверждена**

Переменные	Зависимая переменная: логарифм реального ВРП на одного занятого
	Модель FE
Доля занятости в <u>производственных</u> креативных индустриях	23.28*
Количество абонентов широкополосного интернета	0.002**
Доля патентов	0.0001
Доля студентов	−0.0002
log (Обеспеченность врачами)	−0.38***
log (Инвестиции в ОК)	0.11***
Урбанизация	−0.02***
Бинарные переменные года	Есть
Количество наблюдений	745
R ² adjusted	0.60
F-статистика	76.33***

Результаты проверки гипотезы 3

Переменные	Зависимая переменная: логарифм реального ВРП на одного занятого
	Модель FE
Доля занятости в креативных индустриях ²	-691.29***
Доля занятости в креативных индустриях	12.00**
Количество абонентов широкополосного интернета	0.002*
Доля патентов	0.0001
Доля студентов	-0.0002
log (Обеспеченность врачами)	-0.33***
log (Инвестиции в ОК)	0.11***
Урбанизация	-0.02***
Доля занятости в креативных индустриях * Урбанизация	0.37***
Бинарные переменные года	Есть
Количество наблюдений	745
R ² adjusted	0.62
F-статистика	71.28***

✓ Выявлены
положительные
эффекты
урбанизации на
искомую связь

Результаты проверки гипотезы 1 (system SMM)

Переменные	Зависимая переменная: логарифм реального ВРП на одного занятого
Лаг зависимой переменной	0,95***
Доля занятости в креативных индустриях	-0,11
Количество абонентов широкополосного интернета	-0.003*
Доля патентов	-0.0002**
Доля студентов	0.0001**
log (Обеспеченность врачами)	-0.03**
log (Инвестиции в ОК)	0.04***
Урбанизация	0.03***
Бинарные переменные года	Есть
Количество наблюдений	745
Тест Саргана	0,93
Тест Вальда	7***

Источник: построено автором по итогам результатов моделирования

Результаты проверки гипотезы 2 (system SMM)

Переменные	Зависимая переменная: логарифм реального ВРП на одного занятого
Лаг зависимой переменной	0,95***
Доля занятости в сервисных креативных индустриях	0,10
Количество абонентов широкополосного интернета	-0.003*
Доля патентов	-0.0002**
Доля студентов	0.0001**
log (Обеспеченность врачами)	-0.03**
log (Инвестиции в ОК)	0.04***
Урбанизация	0.03***
Бинарные переменные года	Есть
Количество наблюдений	745
Тест Саргана	0,93
Тест Вальда	***

Источник: построено автором по итогам результатов моделирования

Результаты проверки гипотезы 2 (system SMM)

Переменные	Зависимая переменная: логарифм реального ВРП на одного занятого
Лаг зависимой переменной	0,92***
Доля занятости в производственных креативных индустриях	6,53
Количество абонентов широкополосного интернета	-0.003**
Доля патентов	-0.0003**
Доля студентов	0.0002
log (Обеспеченность врачами)	-0.03**
log (Инвестиции в ОК)	0.03***
Урбанизация	0.03***
Бинарные переменные года	Есть
Количество наблюдений	745
Тест Саргана	0,70
Тест Вальда	***

Источник: построено автором по итогам результатов моделирования

Результаты проверки гипотезы 3 (system SMM)

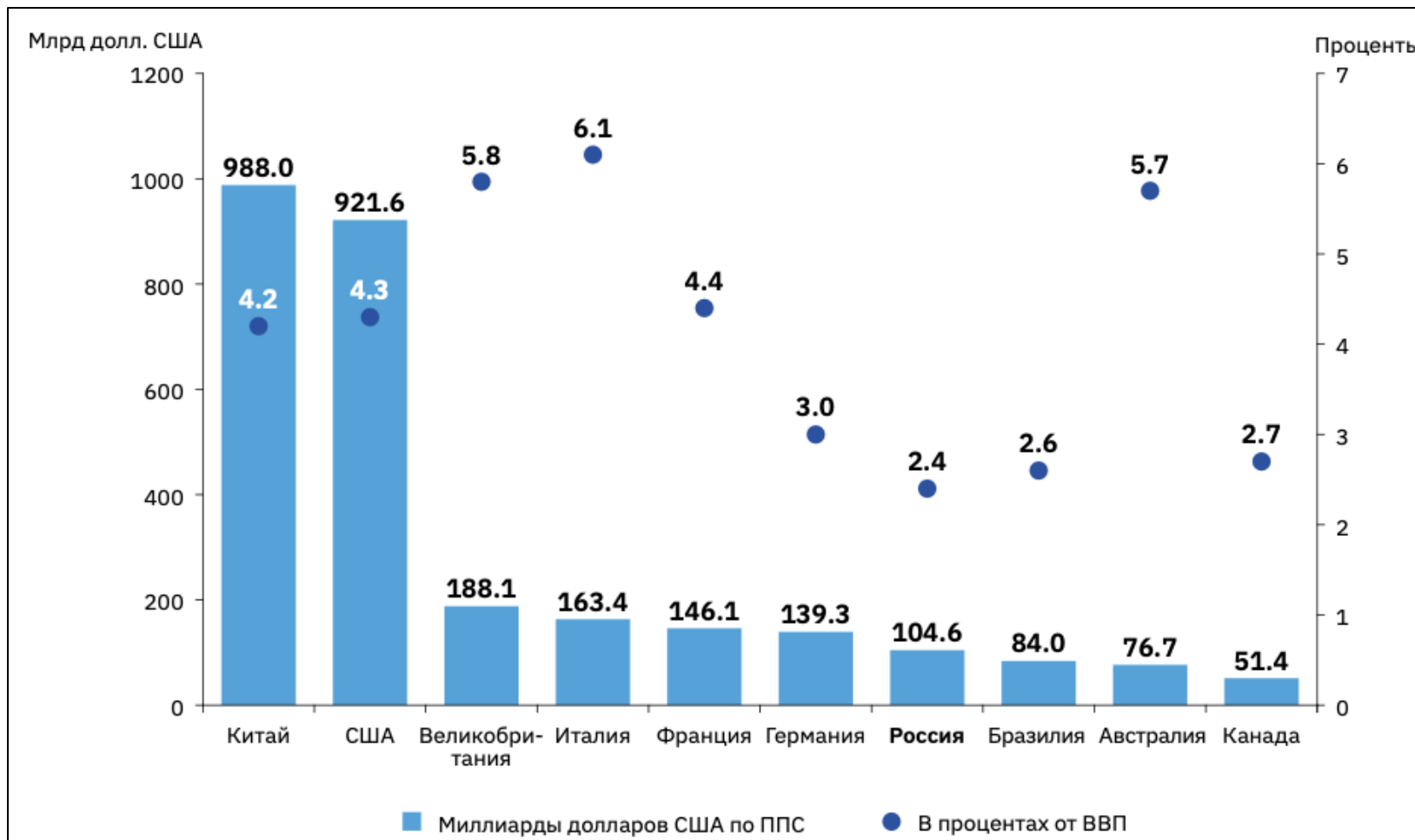
Переменные	Зависимая переменная: логарифм реального ВРП на одного занятого
Лаг зависимой переменной	0,78***
Доля занятости в производственных креативных индустриях	61,04***
Количество абонентов широкополосного интернета	0.01***
Доля патентов	-0.0002**
Доля студентов	0.0001
log (Обеспеченность врачами)	-0.07***
log (Инвестиции в ОК)	0.08***
Урбанизация	0.02***
Доля занятости в креативных индустриях * Урбанизация	-0,82***
Бинарные переменные года	Есть
Количество наблюдений	745
Тест Саргана	0,99
Тест Вальда	***

Источник: построено автором по итогам результатов моделирования

Выводы

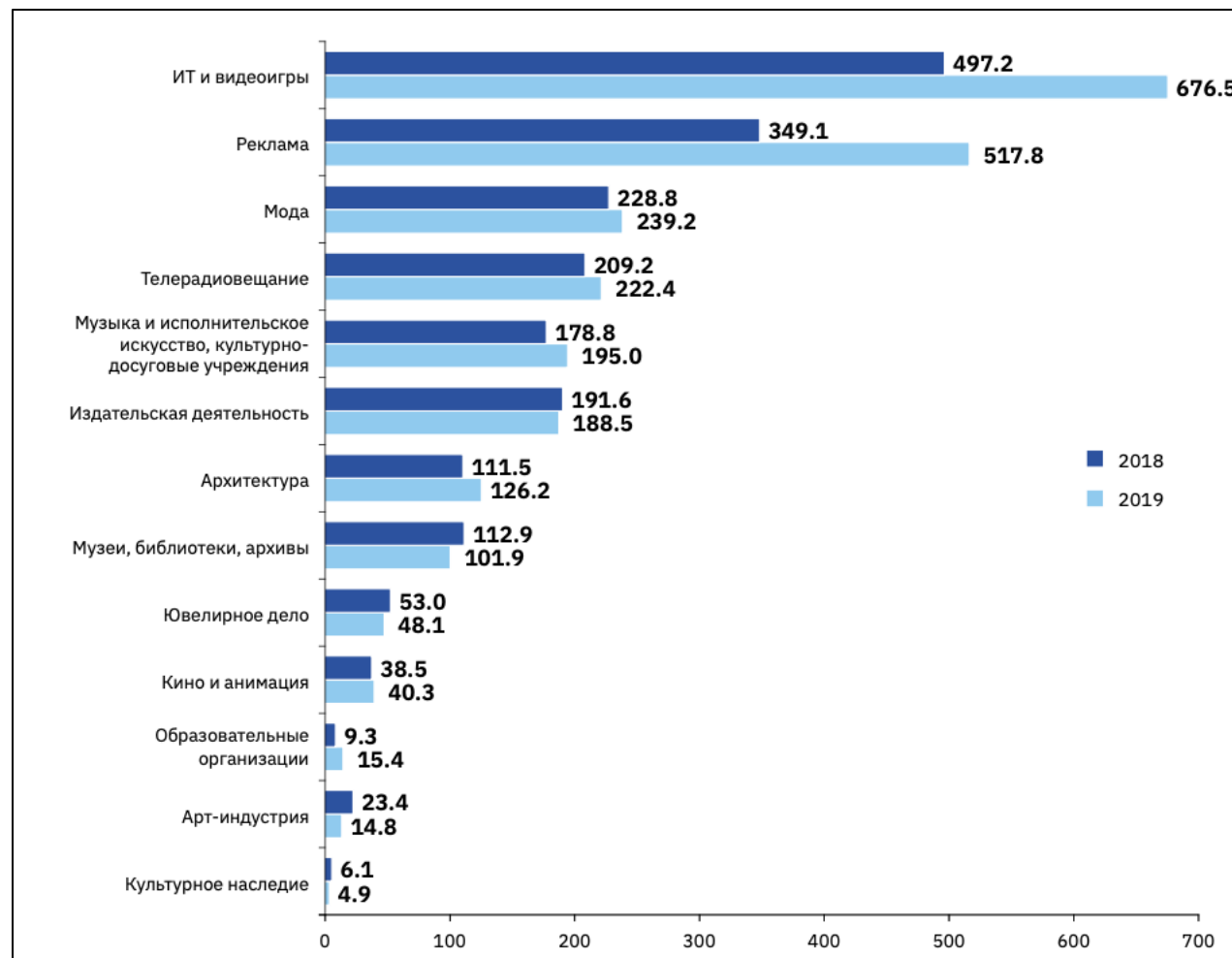
1. Выявлен **«эффект насыщения»** креативной экономикой в регионах РФ, возможен выход на плато
2. Выявлена **параболическая связь** между долей занятости в сервисных индустриях и производительностью
3. Доля занятости в производственных креативных индустриях **слабо связана** с производительностью региона
4. Высокая урбанизированность региона **повышает** эффекты развития креативной экономики на производительность для регионов со средней долей городского населения

ВДС креативных индустрий по странам в 2019 г.



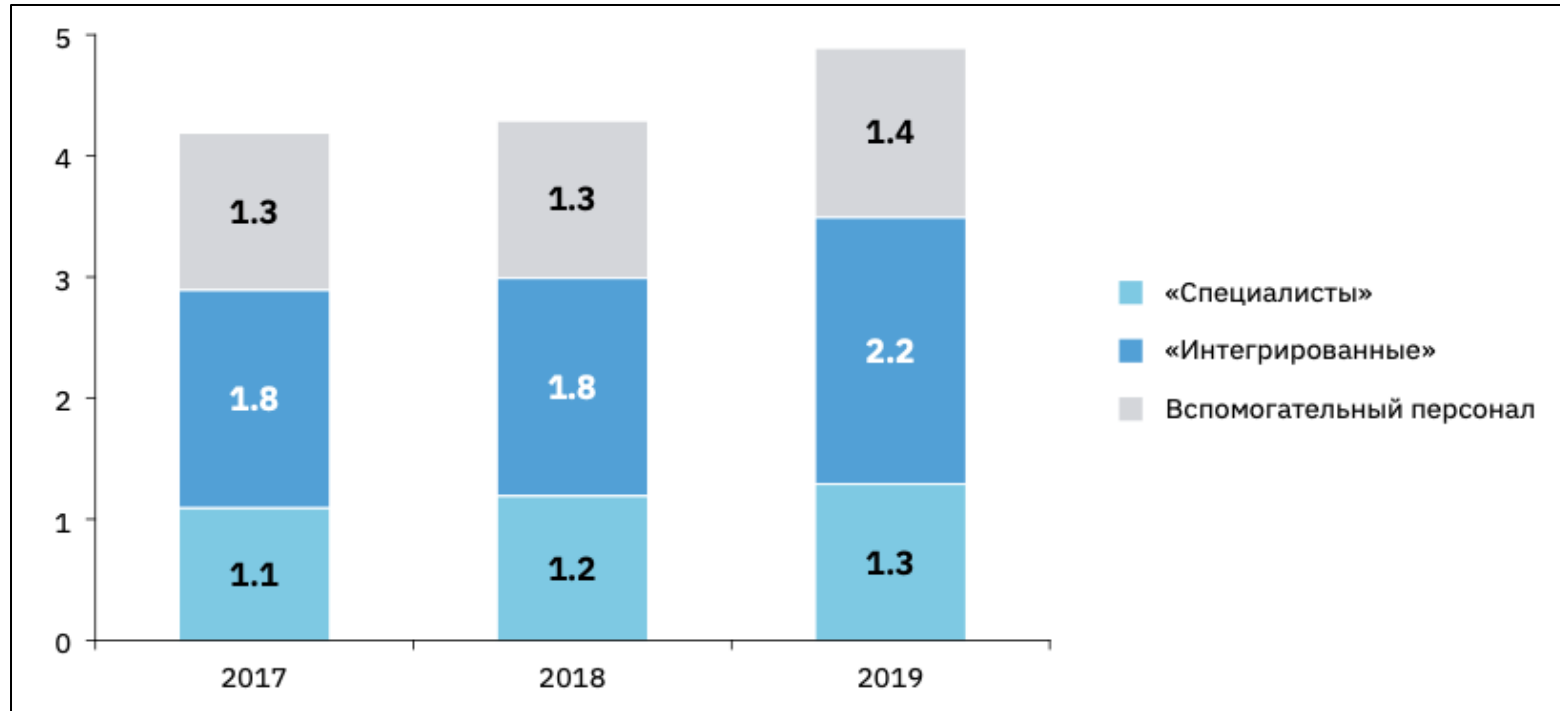
Источник: Бредихин и др., 2021

ВДС креативных индустрий, млрд руб.



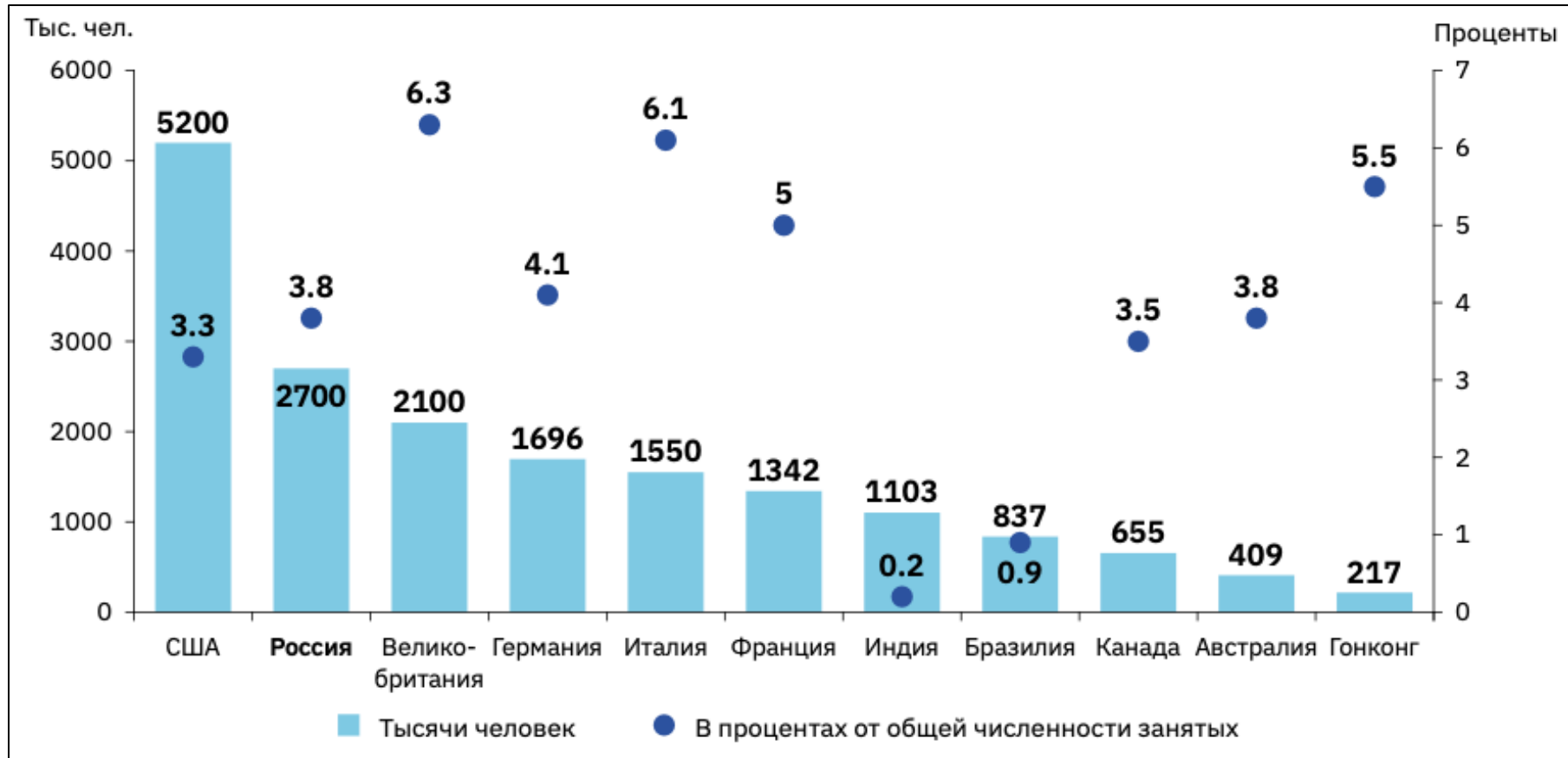
Источник: Бредихин и др., 2021

Структура занятых в креативной экономике России, млн чел.



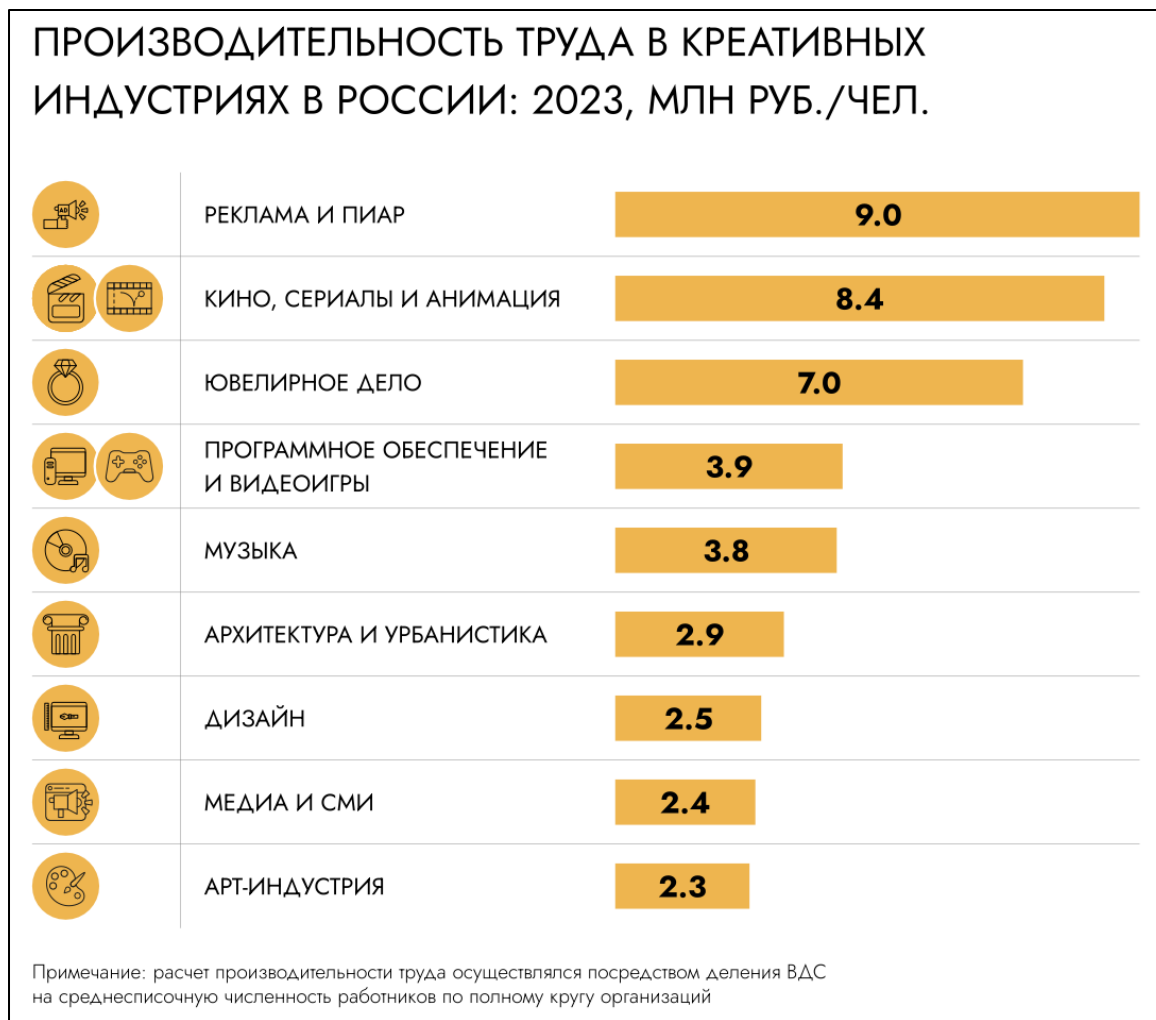
Источник: Бредихин и др., 2021

Занятость в креативных индустриях по странам, 2019 г.



Источник: Бредихин и др., 2021

Производительность труда в креативных индустриях в России в 2023 г., млн руб./чел.



Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, 2023 г.

Ключевые источники

1. Аузан, А. А., Бахтигараева, А. И., & Брызгалин, В. А. (2022). Развитие креативной экономики России в контексте современных вызовов. Журнал Новой экономической ассоциации, 2(54), 213-220
2. Министерство экономического развития Российской Федерации. (2022). Проект распоряжения Правительства Российской Федерации "Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативным индустриям"
3. Boix, R., De-Miguel-Molina, B., & Hervás-Oliver, J. L. (2013). Creative service business and regional performance: evidence for the European regions. Service business, 7, 381-39
4. Boix-Domenech, R., Peiró-Palomino, J., & Rausell-Köster, P. (2021). Creative industries and productivity in the European regions. Is there a Mediterranean effect? Regional Science Policy & Practice, 13(5), 1546–1564
5. Classifying and Measuring the Creative Industries. Consultation on Proposed Changes. 2013.
6. Creative Industries definitions
7. Fahmi, F. Z., & Koster, S. (2017). Creative Industries and Regional Productivity Growth in the Developing Economy: Evidence from Indonesia. Growth and Change, 48(4), 805-830
8. Hong Jin, Yu Wentao, Guo Xiumei, Zhao Dingtao, (2014). Creative industries agglomeration, regional innovation and productivity growth in China. Chinese Geographical Science, 24(2): 258–268
9. Nesta. 2013. A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries', H Bakhshi, A Freeman and P Higgs.
10. Piergiovanni, R., Carree, M. A., & Santarelli, E. (2012). Creative industries, new business formation, and regional economic growth. Small Business Economics, 39, 539-560
11. Stam, E., De Jong, J. P., & Marlet, G. (2008). Creative industries in the Netherlands: Structure, development, innovativeness and effects on urban growth. Geografiska Annaler: series B, human geography, 90(2), 119-132
12. UK Department for Culture, Media and Sport (DCMS) (1998) Creative Industries Mapping Document, 1998