

DOI: 10.15838/ptd.2024.4.132.6

УДК 338.49 | ББК 65.049(2)

© Крюков И.А.

ОЦЕНКА ВКЛАДА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ СЗФО

**ИВАН АЛЕКСЕЕВИЧ КРЮКОВ**

Вологодский научный центр Российской академии наук

Вологда, Российская Федерация

e-mail: ivan.kryukov.1974@mail.ru

Креативные индустрии рассматриваются в качестве одного из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики. Однако их влияние на социально-экономическое развитие российских регионов остается недостаточно изученным. Представленное исследование нацелено на определение вклада креативных индустрий в экономическое развитие субъектов Северо-Западного федерального округа России. В работе использован базирующийся на учете существующих подходов метод оценки величины креативного продукта, производимого в региональных экономических системах, на основании которого определена доля креативных индустрий в структуре ВРП исследуемых субъектов. Кроме того, нами выделен перечень факторов, оказывающих влияние на развитие региональных креативных индустрий. Среди них территориальное расположение региона, его природно-климатические условия, наличие туристического и историко-культурного потенциала, а также заинтересованность органов власти. На основании полученных результатов осуществлена группировка исследуемых субъектов по уровню развития креативных индустрий. К регионам-лидерам отнесены Санкт-Петербург, Калининградская и Вологодская области, регионами со средним уровнем развития креативных индустрий являются Мурманская, Псковская и Архангельская области, в перечне регионов-аутсайдеров выделяются Ленинградская и Новгородская области, а также республики Карелия и Коми. В отношении каждой из выделенных групп разработаны предложения для органов власти, направленные на развитие креативных индустрий. Полученные выводы могут быть полезны научным сотрудникам и аспирантам, изучающим рассмотренную в тексте проблематику, органам власти

Для цитирования: Крюков И.А. (2024). Оценка вклада креативных индустрий в социально-экономическое развитие регионов СЗФО // Проблемы развития территории. Т. 28. № 4. С. 83–101. DOI: 10.15838/ptd.2024.4.132.6

For citation: Kryukov I.A. (2024). Assessing the contribution of creative industries to the socio-economic development of the Northwestern Federal District regions. *Problems of Territory's Development*, 28 (4), 83–101. DOI: 10.15838/ptd.2024.4.132.6

различного уровня, а также послужат основой для будущих исследований. Элементами научной новизны обладает развитие методического подхода к оценке вклада креативных индустрий в экономику региона на основе определения величины креативного продукта и выявления факторов, оказывающих влияние на это значение. Среди перспектив исследования рассматриваются вопросы определения структуры креативного продукта в различных регионах СЗФО и разработка в рамках политики органов власти более детальных предложений, направленных на развитие креативных индустрий.

Креативные индустрии, социально-экономическое развитие, Северо-Западный федеральный округ, регион.

БЛАГОДАРНОСТЬ

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-01841 (<https://rscf.ru/project/23-28-01841>).

Введение

Обострение геополитической ситуации ставит перед Россией ряд амбициозных целей, наиболее стремительное достижение которых возможно при устойчивом социально-экономическом развитии страны и ее регионов. Как и на национальном уровне, на региональное экономическое развитие оказывает влияние значительное количество факторов (Ускова и др., 2013). В качестве одного из них эксперты-практики и ученые рассматривают креативные индустрии.

Так, согласно данным Фонда «Росконгресс»¹, общая капитализация данного сектора на глобальном уровне превышает 2 трлн долларов США, а его средний рост составляет около 8% ежегодно. В том числе и по этой причине он входит в число приоритетных задач развития для 25 стран мира². Кроме того, в креативных индустриях генерируется значительное количество рабочих мест. На глобальном уровне доля занятых в креативном секторе составляет около 6%³. В разрезе экономически развитых государств наблюдаются еще более высокие значения,

например в Японии доля занятых творческой деятельностью составляет от 10 до 14%, в Великобритании – 10%, в Австралии – 8%. В России этот показатель достигает 4,7%⁴.

В 2021 году в России была принята «Концепция развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки». В документе выделяются тенденции и проблемы развития креативных индустрий, а также определяется роль государства в их развитии. Наибольшее значение в рамках представленного исследования имеют положения, обуславливающие необходимость активного содействия развитию креативных индустрий в регионах на основе принципа локализации, то есть сохранения регионального размещения креативных индустрий⁵.

Несмотря на рост сектора креативных индустрий на глобальном уровне, а также привлечение внимания органов власти к исследуемой проблеме, слабоизученными остаются вопросы определения вклада креативных индустрий в региональное развитие и вопросы характеристики особенностей

¹ Международный бизнес и глобальные ценности: риски и возможности на новом этапе развития творческих индустрий // Росконгресс. URL: <https://roscongress.org/sessions/spief-2021-mezhdunarodnyybiznes-i-globalnyetsennosti-riski-i-vozmozhnosti-na-novom-etape-razvitiyatvorcheski/discussion> (дата обращения 11.05.2024).

² В АСИ презентовали первый в России Атлас креативных индустрий // АСИ. URL: <https://asi.ru/news/180985/> (дата обращения 10.04.2024).

³ Re/Shaping Policies for Creativity. UNESCO. URL: <https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en> (accessed 16.05.2024).

⁴ Развитие креативной экономики // Высшая школа экономики. URL: https://www.hse.ru/data/2023/03/31/2022289906/Trendletter_5_2023_Creative%20economy.pdf (дата обращения 17.05.2024).

⁵ Концепция развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года // Правительство РФ. URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxB CjIAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения 18.04.2024).

развития рассматриваемых видов экономической деятельности на различных территориях.

Целью представленного исследования является определение вклада креативных индустрий в экономическое развитие регионов. Исследование проведено на материалах Северо-Западного федерального округа, включающего субъекты РФ, различающиеся структурой экономических систем, отраслей специализации, природно-географическим положением и рядом других характеристик, что отражает общероссийские тенденции экономического развития территорий.

Для достижения поставленной цели необходимо:

- 1) определить величину креативного продукта, производящегося в регионах СЗФО, и его долю в ВРП;
- 2) выделить ключевые факторы, оказывающие влияние на развитие креативных индустрий в регионах СЗФО;
- 3) предложить меры, направленные на поддержку развития креативных индустрий в исследуемых регионах.

Теоретические аспекты исследования

Вопросы, связанные с определением потенциала развития креативных индустрий, впервые были подняты в 90-х гг. XX века. В 1994 году Министерством коммуникации и искусств Австралии опубликован доклад «Creative Nation: Commonwealth cultural policy»⁶, в котором содержатся концептуальные основы культурной политики и ключевое место отведено креативным индустриям.

В 1998 году Министерство культуры, медиа и спорта Великобритании опубликовало доклад «Creative Industries Mapping Documents»⁷, где креативные индустрии рассматриваются в качестве центрального элемента постиндустриальной экономики. В докладе обоснована связь развития креативных индустрий и экономического роста, а также назван перечень креативных индустрий. Указанные документы повлияли на

рост внимания к креативным индустриям в ряде зарубежных стран.

Проблемы развития креативных индустрий широко распространены в научной литературе. В исследованиях внимание сосредоточено на систематизации подходов к определению понятия и состава креативных индустрий (Крюков, 2023), рассматриваются вопросы сопоставления понятий «креативные индустрии», «культурные индустрии» и «креативные практики», характеризуется роль креативных индустрий в социокультурной сфере (Морозов, 2016; Вейнмейстер, Иванова, 2017; Устинова, 2023). Помимо этого, креативные индустрии исследуются в качестве фактора экономического роста (Морданов, 2021), анализируется влияние пандемии COVID-19 на них (Глушкова, Васина, 2021), изучается опыт функционирования креативных кластеров (Василенко и др., 2024).

Следует отметить труды, в которых рассматриваются вопросы развития креативных индустрий в различных территориальных образованиях как на национальном (Жупарова, Нусюпаев, 2020; Namyślak, Spallek, 2021; Aziz et al., 2023), так и на местном уровне, в частности на территориях с низкой плотностью населения (сельских территориях) (Arauzo-Carod et al., 2023; Silva et al., 2023). Кроме того, изучаются вопросы развития креативных индустрий в крупных городах, которые характеризуются высокой концентрацией креативных видов деятельности (Зверева, Тихоцкая, 2023), и в отдельных регионах (Mcintyre et al., 2023).

Однако в существующих исследованиях не сформирован единый подход к пониманию рассматриваемого понятия, что обуславливает разнонаправленность имеющихся трактовок и характеристик сектора креативных индустрий. Среди этих характеристик выделяются формирование добавленной стоимости за счет креативной деятельности и прав на интеллектуальную собственность, накопление знаний и повышение престижа территорий (Myerscough, 1988),

⁶ Creative Nation: Commonwealth cultural policy, October 1994. APO. URL: <https://apo.org.au/node/29704> (accessed 17.04.2024).

⁷ Creative Industries Mapping Documents 1998. Government UK. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> (accessed 17.04.2024).

рост экономической активности территориальных образований⁸, повышение уровня занятости (Piergiovanni et al., 2012) и производительности труда (Coll-Martínez, Arauzo-Carod, 2017).

В исследовании (Sanchez-Serra, 2014) автор предлагает придерживаться трактовки, согласно которой под креативными индустриями понимается совокупность видов экономической деятельности, связанных с культурной, творческой и высокотехнологичной деятельностью и часто характеризующихся высокими темпами роста и наличием положительных внешних эффектов. Указанная трактовка, по нашему мнению, обладает достаточной степенью полноты и комплексности описания характеристик исследуемого сектора экономики.

Кроме того, не определен состав креативных индустрий. В частности, в России отсутствует их нормативно закреплённый перечень. В существующих исследованиях (Coll-Martínez, Arauzo-Carod, 2017; Lyons, 2023) также нет единого подхода к определению видов экономической деятельности, которые учитываются в рамках креативных индустрий, однако выделяется несколько критериев, позволяющих провести такую классификацию. Среди них наличие интеллектуальной собственности в виде нематериальных активов и величина доли творческих работников в общей структуре занятых⁹.

Последний из обозначенных критериев принимается во внимание, когда определяются виды экономической деятельности, рассматриваемые в рамках креативных индустрий. Подчеркнем, что их перечень может быть представлен с большей или меньшей степенью агрегирования. В рамках работы будет использован наиболее полный и универсальный подход, имеющий апробацию в исследовании ВШЭ¹⁰, согласно которому к креативным относятся те виды деятельности, в которых более 30% заня-

тых являются представителями творческих профессий (Higgs et al., 2008). На основании ОКВЭД выделяется 35 видов экономической деятельности, относящихся к креативным индустриям, среди них деятельность в индустрии моды, издательская деятельность, промыслы и ремесла, архитектура, кино и анимация, телерадиовещание, ИТ и видеоигры, реклама и пиар-индустрия, дизайн, художественное творчество, деятельность музеев, библиотек и архивов.

Таким образом, учитывая вклад креативных индустрий в экономическое развитие на глобальном уровне и недостаточную изученность проблематики на уровне отдельных территориальных образований, особую значимость приобретают вопросы определения роли креативных индустрий в экономическом развитии регионов России.

Методы

Поиск подходов и методов для оценки вклада креативных индустрий в социально-экономическое развитие территорий является актуальной проблемой для российских и зарубежных исследователей.

Первые научные труды, посвященные указанной проблематике, связаны с R. Florida, который в середине 2000-х гг. предпринял попытку количественно оценить вклад креативных индустрий в экономическое развитие (Florida, 2002; Florida, 2005). Зарубежными авторами такие оценки проводятся на основе модели «затраты – выпуск», анализируются проблемы трансформации креативных индустрий за счет онлайн-сферы (Lyons, 2023) и исследуются вопросы финансирования креативных индустрий (Loots et al., 2022).

В трудах российских авторов выделяются проблемы оценки влияния креативных индустрий на региональное развитие. Так, в 2021 году был подготовлен доклад, посвященный статистическому измерению

⁸ Gutierrez-Posada D., Kitsos T., Nathan M., Nuccio M. (2021). Do creative industries generate multiplier effects? Evidence from UK cities. URL: <https://ukdataservice.ac.uk/app/uploads/bduckitsos2021-09-21.pdf> (accessed 27.05.2024).

⁹ Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития // ВШЭ. URL: https://www.hse.ru/data/2021/07/11/1434062388/CI_1.pdf (дата обращения 05.06.2024).

¹⁰ Рейтинг креативных регионов России // ВШЭ. URL: https://www.hse.ru/data/2023/11/14/2106798958/Human_Capital_NCMU_Digest_Special_Issue_3_Creative_Regions_11-2023.pdf (дата обращения 01.05.2024).

креативной экономики Москвы. Приведены данные, характеризующие занятость в креативных профессиях, определена характеристика торговли товарами, произведенными в результате креативной деятельности, а также выделены инфографические профили ряда креативных индустрий Москвы (Власова и др., 2021).

И.В. Климова и Л.Н. Семеркова рассматривают взаимосвязь креативных индустрий и инновационного развития региона. Ими проведен анализ ряда показателей и составлен рейтинг регионов по уровню развития креативных индустрий (Климова, Семеркова, 2022).

Схожие темы изучаются исследовательскими центрами. Специалисты ВШЭ разработали «Рейтинг креативных индустрий регионов России». Выявлены и оценены формирующиеся модели развития креативных индустрий в российских регионах, наиболее значимые особенности развития и факторы успеха регионов-лидеров, а также определены «дефицитные региональные специализации» в креативной сфере. Кроме того, разработана модель, включающая 48 индикаторов, формирующих следующие разделы: социально-экономические условия, культурная среда, экономика креативных индустрий, поддержка креативных индустрий. В результате исследования все российские регионы разделены на четыре группы в зависимости от эффективности использования имеющегося потенциала и мер поддержки, а также креативных специализаций¹¹.

Помимо этого, в 2021 году специалисты Агентства стратегических инициатив (АСИ) выпустили «Атлас креативных индустрий Российской Федерации». В работе оценена величина вклада креативных видов экономической деятельности в социально-экономическое развитие российских территорий, рассмотрены различные подходы к определению понятия и состава креативных индустрий, изучен международный и отечественный опыт их поддержки, проведен

обзор рынков отраслей, относящихся к креативным индустриям. Авторы также выделяют перечень креативных индустрий на основании ОКВЭД, а величина вклада креативных индустрий определяется как национальный продукт, взвешенный на долю занятых в отрасли от общей численности занятых, умноженный на отношение среднего уровня заработной платы в отраслях и в национальной экономике. В результате исследования получены данные о вкладе креативных индустрий в социально-экономическое развитие на федеральном, региональном и муниципальном уровнях¹².

Обобщая рассмотренные выше положения, мы можем сказать, что помимо отсутствия единого подхода к определению основных характеристик и состава сектора креативных индустрий существует методическая неопределенность в части обоснования системы индикаторов, характеризующих развитие креативных индустрий, кроме того, возникает вопрос полноты представленных расчетов. Так, в исследовании АСИ выделяется недостаточно полный перечень видов экономической деятельности, отнесенных к креативным индустриям, например, не рассматривается ряд направлений деятельности в области моды и дизайна, а в исследовании ВШЭ не представлена необходимая полнота расчетов. Кроме того, в рассмотренных исследованиях отсутствует классификация факторов, обуславливающих уровень развития креативных индустрий в регионах.

Нами предпринята попытка развития методического инструментария на основе существующих методик и устранения выявленных неопределенностей. Исходя из описанных выше ограничений, наиболее целесообразным представляется подход к определению величины креативного продукта, использованный в исследовании АСИ, а при определении перечня креативных индустрий учтен подход исследователей ВШЭ (табл. 1).

¹¹ Рейтинг креативных регионов России // ВШЭ. URL: https://www.hse.ru/data/2023/11/14/2106798958/Human_Capital_NCMU_Digest_Special_Issue_3_Creative_Regions_11-2023.pdf (дата обращения 01.05.2024).

¹² Атлас креативных индустрий Российской Федерации // Агентство стратегических инициатив. 100 городов. URL: <https://100gorodov.ru/creativeindustries> (дата обращения 19.05.2024).

Таблица 1. Алгоритм оценки вклада креативного продукта в региональное развитие

Наименование этапа	Содержание этапа
Определение величины креативного продукта	<p>Расчет величины креативного продукта, производимого в исследуемых регионах, и выявление доли креативных индустрий в региональной экономике (отношение креативного продукта к ВРП). Для расчета использована следующая формула:</p> $КП = \frac{ВРП}{СЧР} \times СЧРк \times \frac{СЗПк}{СЗП},$ <p>где: КП – величина креативного продукта; ВРП – валовой региональный продукт; СЧР – среднесписочная численность работников в регионе; СЧРк – среднесписочная численность работников предприятий; относящихся к креативным индустриям; СЗПк – среднемесячная заработная плата работников предприятий, относящихся к креативным индустриям; СЗП – среднемесячная заработная плата в регионе</p>
Определение факторов, оказывающих влияние на социально-экономическое развитие регионов	<p>Выявление факторов, оказывающих влияние на развитие креативных индустрий в регионах (в том числе производительность труда в расчете на одного работника, доля занятых в креативных индустриях в общей структуре занятости региона, уровень оплаты труда в абсолютном и относительном выражении и т. д.)</p>
Группировка регионов по уровню развития в них креативных индустрий	<p>Для проведения группировки регионов рассмотренные показатели разделены на две группы: – характеризующие величину креативного продукта, производимого в исследуемых регионах, и его долю в ВРП; – характеризующие рынок труда и занятость в креативных индустриях исследуемых регионов (производительность труда, уровень оплаты труда в абсолютном значении и в отношении к среднерегionalному уровню, доля занятых в креативных индустриях в общей численности занятости). Далее регионы проранжированы по величине значения каждого рассмотренного показателя в 2022 году и по темпам прироста этих показателей на протяжении исследуемого периода. В зависимости от положения субъекта относительно других ему присвоена оценка, где значение «1» характеризует наиболее высокое значение показателя, а значение «0,1» – наиболее низкое Для каждой из групп показателей на основании среднего арифметического исследуемых значений произведена оценка развития креативных индустрий. Итоговая оценка, характеризующая развитие креативных индустрий в регионах СЗО, дана на основе среднего арифметического совокупных показателей, отражающих развитие креативных индустрий в 2022 году и темпы прироста показателей в исследуемом периоде. На основе полученных значений произведена группировка регионов по следующей шкале: 0,26–0,45 – регионы-аутсайдеры; 0,46–0,65 – регионы со средним уровнем развития креативных индустрий; 0,66–0,85 – регионы – лидеры по уровню развития креативных индустрий (градация обусловлена верхней и нижней границами полученных значений)</p>
Источник: составлено автором на основе анализа литературы.	

Описанный методический подход включает в себя совокупность методов, приемов и инструментов, позволяющих провести комплексный анализ развития креативных индустрий в исследуемых регионах. Так, с одной стороны, выявляется вклад креативных индустрий в региональное развитие (в ходе исследования нами определена величина производимого в регионах креативного продукта и его доля в ВРП), с другой стороны – основные тенденции развития указанного сектора (названы факторы, оказывающие влияние на развитие креативных индустрий, проведена группировка субъектов и предложены дифференцированные меры поддержки развития креативных индустрий в исследуемых территориальных образованиях). Таким образом, использова-

ние этого подхода позволит оценить вклад креативных индустрий в региональное развитие и охарактеризовать уровень их развития на региональном уровне.

Результаты и дискуссия

На основании описанного выше подхода нами был проведен первый этап мониторинга на примере регионов Северо-Западного федерального округа, для которых характерна высокая степень дифференциации особенностей и условий социально-экономического развития, за 2017–2022 гг. Период исследования обусловлен изменением в 2017 году Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД), с использованием которого были выделены креативные индустрии.

Согласно методическому инструментарию, на первом этапе определена величина креативного продукта в регионах СЗФО (табл. 2).

В период с 2017 по 2022 год величина креативного продукта на уровне федерального округа увеличилась более чем на 95%. В разрезе регионов наибольший прирост наблюдается в Санкт-Петербурге, Вологодской и Мурманской областях, где значение показателя увеличилось более чем вдвое. В то время как наименьший прирост на уровне 10–15% зафиксирован в Новгородской и Архангельской областях, а также Республике Коми.

В 2022 году наиболее высокое значение также характерно для Санкт-Петербурга, в

котором производится около 85% от общей величины креативного продукта СЗФО. Кроме того, среди лидеров Ленинградская и Вологодская области, где стоимость производимого креативного продукта составляет от 73 до 78 млрд руб. Среди регионов-аутсайдеров Новгородская и Псковская области, а также Республика Коми. Для указанных субъектов характерно значение показателя на уровне 21–28 млрд руб.

В относительном выражении вклад креативных индустрий в региональное развитие может быть определен как отношение креативного продукта к величине валового регионального продукта (табл. 3).

Таблица 2. Креативный продукт в регионах СЗФО в ценах 2022 года, млрд руб.

Территория	Год						2022 год к 2017 году, %
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
СЗФО	1110,0	1342,5	1289,2	1601,2	2031,1	2171,6	95,6
г. Санкт-Петербург	758,6	728,9	933,3	1160,0	1652,4	1842,2	142,9
Ленинградская область	69,8	64,0	75,2	80,9	89,1	77,5	11,0
Вологодская область	31,0	39,0	46,8	52,6	86,5	73,5	136,9
Мурманская область	30,4	31,3	44,6	49,9	63,2	64,0	110,9
Архангельская область	45,0	50,9	53,3	48,9	59,7	63,7	41,4
Калининградская область	39,7	38,9	50,1	60,2	53,6	61,1	54,2
Республика Коми	44,4	46,1	49,4	39,5	47,9	49,2	10,8
Новгородская область	24,3	23,0	25,7	24,3	25,8	28,0	15,0
Республика Карелия	19,6	21,6	21,8	24,8	28,4	25,4	29,8
Псковская область	15,6	15,5	16,2	17,2	17,0	21,3	36,5

Ранжирование регионов по убыванию значения показателя в 2022 году.
Рассчитано по: данные Росстата.

Таблица 3. Вклад креативных индустрий в ВРП регионов СЗФО, %

Территория	Год						2022 год к 2017 году, п. п.
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
СЗФО	9,2	10,4	9,6	12,3	10,9	11,5	2,3
г. Санкт-Петербург	13,0	11,6	14,1	17,9	15,7	16,5	3,6
Калининградская область	6,5	6,0	7,6	9,0	7,0	8,3	1,8
Псковская область	6,9	6,5	6,5	7,0	6,7	8,3	1,4
Новгородская область	7,0	6,8	7,4	7,2	6,7	7,4	0,4
Вологодская область	4,2	4,8	5,8	6,9	7,5	7,2	3,0
Республика Карелия	5,3	5,5	5,4	6,3	5,7	6,5	1,2
Мурманская область	4,6	4,6	5,7	5,2	5,1	5,6	0,9
Архангельская область	4,3	4,5	4,7	5,2	4,9	5,4	1,0
Республика Коми	5,3	5,0	5,4	5,3	4,9	5,0	-0,3
Ленинградская область	5,1	4,3	4,8	5,4	5,4	4,7	-0,4

Ранжирование регионов по убыванию значения показателя в 2022 году.
Рассчитано по: данные Росстата.

В период с 2017 по 2022 год доля креативного продукта в ВРП увеличилась во всех регионах СЗФО, за исключением Ленинградской области и Республики Коми. На уровне федерального округа рост составил около 2,3%, в Санкт-Петербурге и Вологодской области – 3–3,5%. Кроме того, рост на уровне до 2% наблюдался в Республике Карелии, Архангельской, Калининградской, Мурманской и Псковской областях.

В 2022 году лидером по вкладу креативных индустрий в ВРП среди субъектов СЗФО являлся Санкт-Петербург, в котором значение показателя составило 16,5%. Это единственный субъект, доля креативного продукта в ВРП которого превышает значение федерального округа в целом. В Псковской и Калининградской областях вклад креативных индустрий в ВРП составил около 8%. Среди отстающих регионов – Ленинградская область со значением показателя 4,7%, ряд северных субъектов (Архангельская и Мурманская области, а также Республика Коми), для которых в 2022 году характерно значение показателя на уровне 5–5,6%.

В рамках второго этапа исследования нами выделены причины, обуславливающие такое положение регионов по уровню развития креативных индустрий. Административный центр СЗФО г. Санкт-Петербург является лидером по всем рассмотренным показателям как в абсолютном, так и в относительном выражении. Этому способствует ряд факторов, среди которых общеэкономическое развитие (высокая численность населения, развитая инфраструктура и др.), высокий историко-культурный потенциал города, высокий интерес со стороны органов власти. Последнее обусловлено разработкой и реализацией концепции «Санкт-Петербург – город креативных индустрий», в которой предлагается план развития креативных индустрий и подчеркивается необходимость разработки комплексных мер поддержки всех заинтересованных сторон в этой отрасли¹⁵.

Еще одним значимым фактором успешного развития креативных индустрий в

Санкт-Петербурге выступает близость к Ленинградской области. С одной стороны, это обуславливает высокий отток творческого населения, с другой стороны, достаточно распространена практика, при которой предприятия зарегистрированы в Санкт-Петербурге при фактической локализации деятельности в Ленинградской области, что способствует повышению привлекательности этих компаний. Таким образом, положительные эффекты для Санкт-Петербурга являются отрицательными для Ленинградской области.

Северные регионы, за исключением Мурманской области, демонстрируют сравнительно низкие значения по большинству рассмотренных показателей. Это в значительной степени связано с природно-географическим положением субъектов (высокой транспортной удаленностью и суровыми климатическими условиями). Кроме того, эти регионы специализируются на добыче полезных ископаемых, машиностроении и обрабатывающих производствах, то есть видах экономической деятельности, не оказывающих существенного влияния на развитие креативных индустрий (Земцов, 2022).

Среди проблем развития креативных индустрий в северных регионах исследователи выделяют сложности в развитии малого предпринимательства (дополнительные издержки ведения деятельности, удаленность от крупных городов снижают возможности для закупки сырья и реализации продукции). Помимо этого, существенной причиной отставания указанных регионов является отсутствие стратегического планирования в сфере развития креативных индустрий. Так, Стратегия развития Арктической зоны РФ не содержит положений, связанных с развитием креативных индустрий (Земцов, 2022). При этом, по мнению Н.Ю. Замятиной и Р.В. Гончарова, в зарубежных арктических зонах именно креативные индустрии являются основой экономического развития (Замятина, Гончарова, 2020).

Кроме того, нам необходимо определить причины достаточно высокого положения

¹⁵ Концепция «Санкт-Петербург – город креативных индустрий». URL: https://3sdevelopment.com/wp-content/uploads/2017/03/Kontseptsiya-SPB-kreativnye-industrii-_publ.pdf (дата обращения 12.05.2024).

самого западного региона СЗФО. Во-первых, Калининградская область, так же как и Санкт-Петербург, характеризуется наличием высокого историко-культурного потенциала, во-вторых, высокой заинтересованностью в развитии креативных индустрий со стороны органов власти. Так, в области осуществляет деятельность фонд креативных индустрий «Креспектива», направленный на развитие креативных проектов. Кроме того, проводится ежегодный «Фестиваль креативных индустрий», посвященный наиболее значимым и актуальным вопросам развития креативных индустрий в регионе¹⁴. Помимо этого, в регионе сформирован локальный перечень лидеров креативных индустрий, который консолидирует творческие индустрии региона и способствует выявлению сильных сфер, формированию общественного представления об этой отрасли¹⁵.

Схожая ситуация характерна для Мурманской области, которая, несмотря на сложные природно-географические условия, демонстрирует лидирующие позиции по ряду рассмотренных показателей. Это обусловлено заинтересованностью органов власти и эффективной реализацией программы «О государственной поддержке творческих (креативных) индустрий в Мурманской области», где выделяются ключевые направления развития креативных индустрий в регионе¹⁶.

Наряду с рассмотренными факторами, процесс развития креативных индустрий обусловлен ситуацией на рынке труда и в сфере занятости (табл. 4, 5).

В исследуемом периоде на уровне федерального округа значение показателя, характеризующего производительность труда, увеличилось на 35%. Лидерами по приросту значений являются Мурманская (106%) и Вологодская (58%) области. Среди отстающих субъектов – Ленинградская область в связи с незначительным снижением пока-

зателя на 1,7%. Мурманская область также имеет одно из наиболее высоких значений рассматриваемого показателя в 2022 году – 3,33 млн руб. на человека, кроме того, лидером является Санкт-Петербург, где производительность труда в расчете на одного сотрудника составляет 3,18 млн руб. Отстающими регионами стали Республика Карелия и Псковская область, для которых характерна производительность труда на уровне 1,4–1,6 млн руб. на человека.

Среди причин, обуславливающих рост производительности труда, как на уровне федерального округа, так в большинстве исследуемых регионов находится общее развитие современных технологий, которое облегчает выполнение задач, а также процессы взаимодействия с заказчиком и накопление профессионального опыта по мере развития креативных индустрий.

Производительность труда сказывается и на уровне его оплаты. В 2022 году наиболее высокий уровень оплаты труда среди исследуемых регионов был характерен для Мурманской области и Санкт-Петербурга, составляя около 65 тыс. руб., среди отстающих субъектов – Вологодская и Псковская области, где значение показателя не превышает 40 тыс. руб.

На уровне федерального округа в 2022 году средний размер оплаты труда в креативных индустриях составил 57 тыс. руб. При этом на протяжении рассматриваемого периода значение показателя не претерпело существенных изменений. В ряде субъектов наблюдается снижение уровня оплаты труда на 5–8%, среди них Ленинградская область, Санкт-Петербург и Республика Коми. Кроме того, выделяются субъекты, для которых характерно существенное увеличение показателя: Мурманская область, где оплата труда увеличилась на 37%, а также Вологодская и Псковская области, где исследуемый показатель возрос примерно на 29%.

¹⁴ Фестиваль «Креспектива». URL: <https://krespektiva.ru/fest2024#festival> (дата обращения 12.05.2024).

¹⁵ У Калининградской области появился локальный список лидеров креативных индустрий // ТАСС. URL: <https://tass.ru/novosti-partnerov/13066103> (дата обращения 11.05.2024).

¹⁶ О государственной поддержке креативных (творческих) индустрий в Мурманской области // Официальное опубликование правовых актов. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/5100202405240012?ysclid=lwz4hzxuauf804806229> (дата обращения 03.06.2024).

Таблица 4. Производительность труда работников креативных индустрий в регионах СЗФО в ценах 2022 года, млн руб. на чел.

Регион	Год						2022 год к 2017 году, %
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
СЗФО	2,4	2,7	2,4	2,9	3,5	3,2	35,2
г. Санкт-Петербург	2,6	2,4	2,7	3,2	4,2	3,8	45,1
Мурманская область	1,6	1,7	2,5	2,7	3,3	3,3	106,0
Ленинградская область	2,5	2,3	2,5	2,7	3,1	2,5	-1,7
Архангельская область	1,8	2,1	2,1	1,9	2,4	2,4	33,9
Республика Коми	2,0	2,1	2,2	1,9	2,3	2,4	20,3
Калининградская область	1,7	1,7	2,0	2,4	2,3	2,4	43,5
Вологодская область	1,4	1,5	1,7	1,8	2,9	2,2	58,2
Новгородская область	1,6	1,6	1,8	1,8	2,0	2,1	30,8
Республика Карелия	1,5	1,5	1,5	1,7	1,9	1,6	11,0
Псковская область	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2	1,4	41,1

Ранжирование регионов по убыванию значения показателя в 2022 году.
Рассчитано по: данные Росстата.

Таблица 5. Среднемесячная заработная плата в креативных индустриях в ценах 2022 года, тыс. руб.

Регион	Год						2022 год к 2017 году, %
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
СЗФО	57,7	65,9	57,4	66,7	63,9	57,4	-0,5
Мурманская область	47,6	50,3	66,3	56,3	59,1	65,2	37,1
г. Санкт-Петербург	68,5	61,7	68,6	78,5	75,8	64,9	-5,1
Архангельская область	40,4	43,5	46,3	47,2	48,3	49,3	22,1
Ленинградская область	50,8	44,5	50,3	52,7	59,2	46,7	-8,2
Республика Коми	48,3	45,9	49,8	47,9	45,5	46,0	-4,8
Калининградская область	36,4	35,1	42,0	43,7	41,5	42,7	17,4
Новгородская область	37,0	38,7	41,0	37,5	40,0	42,1	14,1
Республика Карелия	36,8	36,7	37,9	41,6	38,5	41,2	12,0
Вологодская область	30,0	32,5	36,7	40,0	44,1	38,7	29,0
Псковская область	28,7	32,0	32,2	31,7	31,8	37,0	29,2

Ранжирование регионов по убыванию значения показателя в 2022 году.
Источник: Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работающих в экономике с 2017 года // ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/57824> (дата обращения 12.04.2024).

Помимо этого, оплата труда в креативных индустриях может быть рассмотрена по отношению к средней заработной плате по региону (табл. 6).

Общей чертой для всех рассмотренных территориальных образований является оплата труда в креативных индустриях на уровне ниже среднерегионального значения. При этом на протяжении исследуемого периода на уровне федерального округа и в ряде регионов наблюдается снижение рассматриваемого отношения. Так, в пери-

од с 2017 по 2022 год наибольший прирост характерен для Мурманской, Псковской и Калининградской областей, в то время как наибольшее снижение – для Ленинградской области, Санкт-Петербурга и Республики Коми. В 2022 году лидерами являлись Псковская, Калининградская и Новгородская области со значением показателя на уровне 90–95%. Среди аутсайдеров – Республика Коми, Вологодская и Архангельская области, где величина указанного показателя не превышает 74%.

Таблица 6. Отношение номинально начисленной среднемесячной заработной платы работников креативных индустрий к среднемесячной заработной плате работников организаций с января по декабрь в регионах СЗФО, %

Территория	Год						2017 год к 2022 году, п. п.
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
СЗФО	94,4	101,6	85,6	105,4	90,7	80,6	-13,8
Псковская область	90,0	90,7	86,4	89,4	81,7	95,5	5,6
Калининградская область	85,0	81,9	96,1	109,9	89,0	90,2	5,2
Новгородская область	92,5	94,3	101,4	100,6	89,9	89,8	-2,8
Ленинградская область	95,9	79,5	86,4	94,1	100,7	79,5	-16,4
г. Санкт-Петербург	92,1	78,3	85,4	103,5	89,1	76,9	-15,2
Мурманская область	67,6	66,6	82,5	73,6	69,8	74,9	7,3
Республика Карелия	77,3	71,7	69,5	80,1	69,6	74,2	-3,1
Архангельская область	68,6	69,0	69,9	75,8	71,6	73,2	4,7
Вологодская область	69,4	69,6	73,8	84,3	86,6	72,6	3,3
Республика Коми	77,7	69,8	73,6	74,8	68,1	67,7	-10,0

Ранжирование регионов по убыванию значения показателя в 2022 году.

Источник: Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работающих в экономике с 2017 года // ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/57824> (дата обращения 12.04.2024).

Здесь необходимо отметить, что сравнительно высокий уровень оплаты труда в креативных индустриях характерен для субъектов, в которых общий уровень доходов населения превышает среднероссийский уровень – это Санкт-Петербург, Мурманская и Архангельская области. Обратная ситуация складывается в Псковской и Вологодской областях, то есть в регионах с низкими доходами населения. Кроме того, как уже было указано выше, уровень оплаты труда в креативных индустриях в большинстве субъектов ниже среднего, что обусловливается слабым уровнем конкуренции предприятий креативных индустрий и низким уровнем развития креативной инфраструктуры. Однако в связи с этим выделяется ряд положительных тенденций. Эксперты НАФИ отмечают, что жители федерального округа высказывают наиболее высокую, по сравнению с другими макрорегионами, заинтересованность в трудоустройстве в сфере креативных индустрий¹⁷.

Общий уровень развития креативных индустрий, а также величина оплаты труда, оказывают значительное влияние на трудо-

устройство в исследуемом секторе экономической системы (табл. 7).

Несмотря на достаточно низкий уровень оплаты труда, в исследуемом периоде во всех рассмотренных территориальных образованиях наблюдается незначительное увеличение доли среднесписочной численности занятых в креативных индустриях. При этом наибольший прирост зафиксирован в Санкт-Петербурге (7,4%) и Вологодской области (3,85%). Для остальных регионов характерно увеличение показателя на уровне 0,5–1,5%.

Регионом-лидером по показателю отношения занятых в креативных индустриях к общему числу занятых в регионе в 2022 году стал г. Санкт-Петербург, где значение показателя превышает 21%, кроме того, значения выше 9% наблюдаются в Вологодской и Калининградской областях. Среди регионов-аутсайдеров Республика Коми, Архангельская и Мурманская области, в которых значение показателя колеблется на уровне около 7,5%, а также Ленинградская область, где величина показателя не превышает 6%.

¹⁷ Интерес молодежи к работе в креативных индустриях: геймдев вне конкуренции // НАФИ. URL: <https://nafi.ru/analytics/interes-molodezhi-k-rabote-v-kreativnykh-industriyakh-geymdev-vne-konkurentsii> (дата обращения 01.06.2024).

Таблица 7. Отношение среднесписочной численности занятых в креативных индустриях к среднесписочной численности работников организаций в регионах СЗФО, %

Территория	Год						2022 год к 2017 году, п. п.
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
СЗФО	9,8	10,2	11,2	11,7	12,0	14,2	4,5
г. Санкт-Петербург	14,1	14,8	16,6	17,3	17,6	21,5	7,4
Вологодская область	6,0	6,9	7,9	8,2	8,7	9,9	3,9
Калининградская область	7,6	7,3	7,9	8,2	7,9	9,2	1,5
Республика Карелия	6,8	7,7	7,7	7,9	8,2	8,7	1,9
Псковская область	7,6	7,2	7,5	7,9	8,2	8,6	1,0
Новгородская область	7,5	7,2	7,3	7,1	7,4	8,2	0,7
Республика Коми	6,9	7,2	7,3	7,1	7,2	7,5	0,6
Мурманская область	6,8	6,9	6,9	7,0	7,3	7,4	0,6
Архангельская область	6,3	6,5	6,7	6,8	6,9	7,3	1,0
Ленинградская область	5,3	5,4	5,6	5,7	5,4	5,9	0,6

Ранжирование регионов по убыванию значения показателя в 2022 году.
Источник: Среднесписочная численность работников по полному кругу организаций с 2017 года // ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/58699> (дата обращения 12.04.2024).

Повышение вовлеченности в креативные индустрии объясняется высокой заинтересованностью исследуемыми видами деятельности со стороны молодежи¹⁸, а также общим развитием креативных индустрий, обуславливающим необходимость привлечения новых кадров.

Таким образом, может быть выделен перечень факторов, оказывающих позитивное или отрицательное влияние на развитие креативных индустрий в регионе: территориальное расположение региона, его природно-климатические условия, наличие туристического и историко-культурного потенциала, а также заинтересованность органов власти.

В рамках третьего этапа исследования проведена группировка субъектов СЗФО (табл. 8).

К регионам-лидерам мы можем отнести Санкт-Петербург, Калининградскую и Вологодскую области. Однако даже эти территории подвержены действию отрицательных факторов. Так, для Санкт-Петербурга характерна средняя динамика прироста основных показателей, отражающих развитие рынка труда, а для Вологодской области – средняя величина вклада креативных индустрий в ВРП.

Среди регионов, характеризующихся средним уровнем развития креативных ин-

Таблица 8. Ранжирование регионов СЗФО по уровню развития креативных индустрий

Территория	Значение индикатора
Регионы-лидеры	
г. Санкт-Петербург	0,85
Вологодская область	0,75
Калининградская область	0,72
Регионы со средним уровнем развития	
Мурманская область	0,63
Псковская область	0,58
Архангельская область	0,54
Регионы-аутсайдеры	
Новгородская область	0,44
Республика Карелия	0,42
Ленинградская область	0,33
Республика Коми	0,26

Источник: составлено автором.

дустрий, однако имеющих потенциал для развития, выделяется Мурманская область. Регион отличается низким вкладом креативных индустрий в ВРП, но имеет высокие темпы прироста величины креативного продукта, развития показателей рынка труда и производительности труда. Более низким, но также существенным потенциалом обладает Архангельская область за счет прироста показателей, связанных с рынком труда. Помимо этого, к регионам со средним уров-

¹⁸ Интерес молодежи к работе в креативных индустриях: геймдев вне конкуренции // НАФИ. URL: <https://nafi.ru/analytics/interes-molodezhi-k-rabote-v-kreativnykh-industriyakh-geymdev-vne-konkurentsii> (дата обращения 01.06.2024).

нем развития креативных индустрий нами отнесена Псковская область, что обусловливается наиболее высокой долей креативных индустрий в ВРП среди всех рассмотренных субъектов, а также сравнительно высокими значениями показателей рынка труда.

Остальные субъекты отнесены в группу регионов-аутсайдеров. Так, например, Ленинградская область, с одной стороны, имеет достаточно высокую величину креативного продукта, которая во многом обусловлена высоким уровнем производительности труда, с другой, доля этого продукта в структуре ВРП наименьшая среди рассмотренных регионов. Кроме того, эти регионы демонстрируют средний или ниже среднего уровень темпов прироста основных показателей. Республики Карелия и Коми, а также Новгородская область характеризуются наличием наиболее низких значений большинства показателей как в 2022 году, так и по темпам прироста.

Далее необходимо сопоставить достигнутые в ходе нашего исследования результаты с положениями других работ. Для оценки вклада креативных индустрий в ВРП нами была использована методика, примененная ранее специалистами Агентства стратегических инициатив. Однако в рамках представленного исследования период был увеличен (в работе АСИ рассмотрен только 2020 год; табл. 9).

Таблица 9. Вклад креативных индустрий в социально-экономическое развитие регионов СЗФО

Регион	Вклад креативных индустрий в ВРП региона, %
г. Санкт-Петербург	12,6
Калининградская область	4,2
Вологодская область	3,3
Республика Карелия	2,2
Ленинградская область	1,9
Республика Коми	1,8
Мурманская область	1,8
Новгородская область	1,6
Псковская область	1,5
Архангельская область	1,3

Источник: Атлас креативных индустрий Российской Федерации // Агентство стратегических инициатив. 100 городов. URL: <https://100gorodov.ru/creativeindustries> (дата обращения 19.05.2024).

Согласно результатам АСИ, в 2020 году наибольшую долю креативные индустрии в структуре ВРП занимали в Санкт-Петербурге, Калининградской и Вологодской областях, наименьшую – в Новгородской, Псковской и Архангельской областях.

В целом мы получили достаточно сопоставимые между собой результаты, в первую очередь в части выделения регионов-лидеров. Кроме того, в рамках нашего исследования доля креативных индустрий в экономической системе региона оценивается значительно выше (от 4 до 6% для каждого субъекта). Эти различия в первую очередь обуславливаются использованием иного подхода к выделению креативных индустрий, который в значительной степени расширяет перечень видов креативной экономической деятельности.

Кроме того, был рассмотрен «Рейтинг креативных регионов России», разработанный специалистами ВШЭ. В ходе работы авторами осуществлено ранжирование субъектов РФ на четыре группы:

- в группу «лидеры» (высокий потенциал для развития креативных индустрий, но показатели их развития ниже среднероссийского уровня) попали Санкт-Петербург, Калининградская, Архангельская, Новгородская и Вологодская области;

- в группе «эволюционные» (высокий потенциал для развития креативных индустрий, но показатели их развития ниже среднероссийского уровня) только один субъект СЗФО – Республика Карелия;

- в группе «эффективные» (умеренный потенциал развития креативных индустрий, но показатели их развития выше среднероссийского уровня) нет регионов СЗФО;

- в группе «догоняющих» регионов Республика Коми, Ненецкий автономный округ, Псковская, Мурманская и Ленинградская области¹⁹.

Результаты рассматриваемого исследования частично подтверждают полученные

¹⁹ Рейтинг креативных регионов России // Высшая школа экономики. URL: https://www.hse.ru/data/2023/11/14/2106798958/Human_Capital_NCMU_Digest_Special_Issue_3_Creative_Regions_11-2023.pdf (дата обращения 10.04.2024).

Таблица 10. Меры поддержки креативных индустрий, выделенные на основе результатов апробации методического подхода

Тип региона	Меры поддержки
Регионы-лидеры (Санкт-Петербург, Калининградская и Вологодская области)	Наиболее важными являются поддерживающие меры, среди которых нами выделяется создание центров поддержки, направленных на осуществление консультативной работы с представителями исследуемого сектора, предоставление финансовых льгот и грантов, нацеленных на развитие наиболее успешных практик
Регионы со средним уровнем развития креативных индустрий (Мурманская, Архангельская и Псковская области)	Необходимо проведение мероприятий, направленных на реализацию имеющегося потенциала развития креативных индустрий. Актуальной мерой является поддержка креативного предпринимательства, которая включает меры, направленные на содействие продвижению товаров на рынки, в т. ч. путем увеличения спроса со стороны «традиционных» секторов экономики. Кроме того, «толчком» для развития сектора креативных индустрий послужит создание региональных креативных кластеров – объединение представителей творческих видов деятельности
Регионы с низким уровнем развития креативных индустрий (Ленинградская и Новгородская области, республики Карелия и Коми)	Указанные выше меры, связанные с поддержкой и стимулированием потенциала креативных индустрий являются актуальными и для регионов-аутсайдеров. Кроме того, существует необходимость использования дополнительных инструментов: – изучение наиболее успешных отечественных и зарубежных практик развития креативных индустрий; – стимулирование рынка труда за счет подготовки кадров в системе высшего, среднего и дополнительного образования по дефицитным направлениям, связанным с креативными индустриями; – поддержка и развитие народной культуры и традиционных художественных промыслов для увеличения туристического и историко-культурного потенциала региона и др.
Источник: составлено автором.	

нами выводы, в первую очередь в отношении регионов – лидеров развития креативных индустрий. При этом есть исключения, среди которых, в частности, Мурманская и Псковская области, что также может быть объяснено различием методик оценки.

Поскольку деятельность органов власти является одним из ключевых факторов, оказывающих влияние на креативные индустрии регионов, нами сформулирован ряд предложений, направленных на развитие исследуемого сектора экономических отношений.

В первую очередь речь идет о разработке и принятии стратегии развития креативных индустрий на уровне федерального округа. Особое место в стратегии должно быть отведено межрегиональному сотрудничеству. Схожий документ реализуется в Сибирском федеральном округе²⁰. Кроме того, важно разрабатывать и принимать стратегические документы развития креативных индустрий на уровне отдельных субъектов. Среди всех исследуемых регионов схожие документы реализуются только в Санкт-Петербурге и Мурманской области.

Имеющиеся различия в развитии креативных индустрий обуславливают необходимость дифференцированных предложений в части мер поддержки со стороны органов власти для разных групп регионов (табл. 10).

Заключение

Таким образом, использование методического подхода, нацеленного на комплексное изучение развития креативных индустрий в региональных территориальных системах, позволило получить следующие результаты.

1. На основе предложенного методического подхода оценен вклад креативных индустрий в социально-экономическое развитие регионов Северо-Западного федерального округа России. В период с 2017 по 2022 год на уровне СЗФО увеличивалось значение следующих показателей: величина креативного продукта, его вклад в ВРП, производительность труда, отношение среднесписочной численности занятых в креативных индустриях к среднесписочной численности работников организаций, отношение номинально начисленной среднемесячной зара-

²⁰ Стратегия развития креативных индустрий СФО // ЦСР. http://digital.krskstate.ru/dat/bin/art_attach/18238_strategy_razvitiy_kreativnih_industriy_sfo.pdf (дата обращения 22.04.2024).

ботной платы работников креативных индустрий к среднемесячной заработной плате работников организаций.

2. Установлено, что позитивное или отрицательное влияние на развитие креативных индустрий в регионе оказывает значительное количество факторов, определяющая роль среди которых принадлежит заинтересованности со стороны органов власти. Отдельно следует отметить, что для регионов – лидеров по уровню развития креативных индустрий характерна диверсифицированная структура региональной экономической системы, при которой не выделяется доминирующих видов экономической деятельности, занимающих значительную долю в структуре ВРП.

3. Выделены группы регионов по уровню развития креативных индустрий, для каждой группы субъектов предложены меры поддержки со стороны органов власти. К регионам-лидерам отнесены Санкт-Петербург, Калининградская и Вологодская области, для которых наиболее актуальны поддерживающие меры развития со стороны органов власти. Среди регионов со средним уровнем развития выделяются Мурманская, Псковская и Архангельская области. Для указанных регионов наибольшее значение имеют меры поддержки креативного предпринимательства. В то время как для регионов-аутсайдеров, к которым относятся остальные субъекты СЗФО, предложены меры, связанные с изучением наиболее успешных практик развития креативных индустрий, развитием рынка тру-

да и народных художественных промыслов. Кроме того, общая мера поддержки для всех рассмотренных субъектов – принятие и реализация стратегических документов развития креативных индустрий.

Научная новизна работы состоит в развитии методического подхода к оценке вклада креативных индустрий в экономику региона на основе определения величины креативного продукта и выявления факторов, оказывающих влияние на это значение. Кроме того, в ходе исследования осуществлена группировка исследуемых субъектов по уровню развития креативных индустрий.

Представленные результаты имеют значимость для научных сотрудников и аспирантов, исследующих рассмотренные в ходе работы вопросы, а также для представителей органов региональной власти в целях определения проблем и перспектив развития креативных индустрий в регионе, кроме того, они послужат основой для будущих исследований.

В качестве перспектив исследования нами выделяются позиции, связанные с углубленным изучением структуры креативного продукта с целью выделения видов деятельности, которые вносят наиболее существенный вклад в развитие креативных индустрий. Кроме того, значимым направлением будущих исследований является разработка более детальных положений, а также методов и инструментов в рамках политики органов местной и региональной власти, направленных на развитие креативных индустрий.

ЛИТЕРАТУРА

- Василенко Л.А., Богданова Л.В., Каримова И.Ю. (2024). Креативная экономика и креативные кластеры в развитии территории: анализ российских практик // Проблемы развития территории. Т. 28. № 1. С. 61–77. DOI: 10.15838/ptd.2024.1.129.5
- Вейнмейстер А.В., Иванова Ю.В. (2017). «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий // Международный журнал исследований культуры. № 1 (26). С. 38–48.
- Власова В.В., Гершман М.А., Гохберг Л.М. [и др.] (2021). Креативная экономика Москвы в цифрах. Москва: НИУ ВШЭ. 108 с. DOI: 10.17323/978-5-7598-2358-2
- Глушкова Ю.О., Васина А.В. (2021). Влияние COVID-19 на креативные индустрии // Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер.: Экономика. Управление. Право. Т. 21. № 1. С. 48–54. DOI: 10.18500/1994-2540-2021-21-1-48-54

- Жупарова А.С., Нусюпаев А.А. (2020). Сравнительный анализ развития креативных индустрий в Китае и Великобритании // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. № 3 (35). С. 46–53. DOI: 10.21685/2227-8486-2020-3-4
- Замятина Н.Ю., Гончаров Р.В. (2020). Арктическая урбанизация: феномен и сравнительный анализ // Вестник Московского университета. Сер. 5. География. № 4. С. 69–82.
- Зверева А.А., Тихоцкая И.С. (2023). Креативные индустрии в крупнейших городах Японии // Вестник Московского университета. Сер. 5. География. Т. 78. № 4. С. 75–86. DOI: 10.55959/10.55959/msu0579-9414.5.78.4.7
- Земцов С.П. (2022). Креативные индустрии в арктических регионах России // Арктика 2035: актуальные вопросы, проблемы, решения. № 4 (12). С. 4–15. DOI: 10.51823/74670_2022_3_4
- Климова И.В., Семеркова Л.Н. (2022). Влияние креативных индустрий на инновационное развитие территории // Организатор производства. Т. 30. № 4. С. 83–96. DOI: 10.36622/VSTU.2022.30.4.008
- Крюков И.А. (2023). Развитие креативных индустрий в регионах Северо-Западного федерального округа // Креативная экономика. Т. 17. № 12. С. 4709–4728. DOI: 10.18334/ce.17.12.119800
- Морданов М.А. (2021). Креативные индустрии как драйвер экономического роста // Креативная экономика. Т. 15. № 10. С. 3725–3740. DOI: 10.18334/ce.15.10.113714
- Морозов С.А. (2016). Культурные индустрии vs креативные индустрии // Культурная жизнь Юга России. № 4 (63). С. 145–148.
- Ускова Т.В., Лукин Е.В., Воронцова Т.В., Смирнова Т.Г. (2013). Проблемы экономического роста территории. Вологда: ИСЭРТ РАН. 170 с.
- Устинова К.А. (2023). Вклад интеллектуального и творческого потенциала в распространенность креативных практик населения // Вопросы территориального развития. Т. 11. № 1. С. 1–15. DOI: 10.15838/tdi.2023.1.63.1
- Arauzo-Carod J., Coll Martínez E., Turcu C. (2023). Location attributes explaining the entry of firms in creative industries: evidence from France. *The Annals of Regional Science*, 72, 1–32. DOI: 10.1007/s00168-022-01196-w
- Aziz F., Roziqin A., Jafar L. [et al.] (2023). Research trends of creative industries in Indonesia: A bibliometric analysis. *Journal of the Knowledge Economy*, 1–18. DOI: 10.1007/s13132-023-01299-5
- Coll-Martínez E., Arauzo-Carod J.M. (2017). Creative milieu and firm location: An empirical appraisal. *Environment and Planning A*, 49 (7), 1613–1641. DOI: 10.1177/0308518X17702646
- Florida R. (2002). *The Rise of the Creative Class, and How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books. DOI: 10.2307/3552294
- Florida R. (2005). *Cities and the Creative Class*. London: Routledge. DOI: 10.4324/9780203997673
- Higgs P., Cunningham S., Bakhshi H. (2008). *Beyond the Creative Industries: Mapping the Creative Economy in the United Kingdom*. Brisbane: Queensland University of Technology.
- Loots E., Betzler D., Bille T., Borowiecki K., Lee B. (2022). New forms of finance and funding in the cultural and creative industries. Introduction to the special issue. *Journal of Cultural Economics*, 46, 1–26. DOI: 10.1007/s10824-022-09450-x
- Lyons M. (2023). The economic impact of COVID-19 on the creative industries: A sub-regional input–output approach. *Letters in Spatial and Resource Sciences*, 16 (1), 1–12. DOI: 10.1007/s12076-023-00329-9
- Mcintyre P., Kerrigan S., Fulton J., King E., Williams C. (2023). Creative industries: Global and local perspectives. *Creativity and Creative Industries in Regional Australia*, 12, 59–93. DOI: 10.1007/978-3-031-45972-6_3
- Myerscough J. (1988). *The Economic Importance of the Arts in Glasgow*. London: Policy Studies Institute.
- Namyślak B., Spallek W. (2021). Spatial concentration of creative industries and location of creative clusters in Poland. *GeoJournal*, 87, 1–13. DOI: 10.1007/s10708-021-10533-z
- Piergiovanni R., Carree M., Santarelli E. (2012). Creative industries, new business formation, and regional economic growth. *Small Business Economics*, 39 (3), 539–560.

Sanchez-Serra D. (2014). Talent and creative economy in French local labour systems. *Environment and Planning C Government and Policy*, 32 (3), 405–425. DOI: 10.1068/c11152r

Silva S., Marques C., Galvão A. (2023). Where is the rural creative class? A systematic literature review about creative industries in low-density areas. *Journal of the Knowledge Economy*, 5, 1–31. DOI: 10.1007/s13132-023-01341-6

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Иван Алексеевич Крюков – младший научный сотрудник, Вологодский научный центр Российской академии наук (Российская Федерация, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: ivan.kryukov.1974@mail.ru)

Kryukov I.A.

ASSESSING THE CONTRIBUTION OF CREATIVE INDUSTRIES TO THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE NORTHWESTERN FEDERAL DISTRICT REGIONS

Creative industries are considered to be one of the most dynamically developing sectors of the world economy. However, their impact on the socio-economic development of Russian regions remains insufficiently studied. Our research is aimed at determining the contribution of creative industries in the economic development of the subjects of the Northwestern Federal District of Russia. The study uses the method of estimating the value of creative product made in regional economic systems, based on the existing approaches, on the basis of which the share of creative industries in the GRP structure of the subjects under study was determined. In addition, we have identified a list of factors that influence the development of regional creative industries. Among them are the territorial location of the region, its natural and climatic conditions, the presence of tourist and historical and cultural potential, as well as the interest of the authorities. The research subjects were grouped according to the level of creative industries development based on the results obtained. The leading regions are Saint Petersburg, the Kaliningrad and Vologda regions, the regions with an average level of creative industries development are the Murmansk, Pskov and Arkhangelsk regions, the list of regions-outsiders includes the Leningrad and Novgorod regions, as well as the Republics of Karelia and Komi. We have developed proposals for the authorities aimed at the development of creative industries in relation to each of the identified groups. The findings can be useful for researchers and graduate students analyzing the issues discussed in the text, authorities at various levels, as well as serve as a basis for future research. The elements of the scientific novelty have the development of a methodological approach to assessing the contribution of creative industries to the region's economy on the basis of determining the value of the creative product and identifying factors that influence this value. Among the prospects of the research are the issues of determining the creative product structure in different regions of the Northwestern Federal District and the development of more detailed proposals aimed at the development of creative industries within the framework of the authorities' policy.

Creative industries, socio-economic development, Northwestern Federal District, region.

REFERENCES

- Arauzo-Carod J., Coll Martínez E., Turcu C. (2023). Location attributes explaining the entry of firms in creative industries: Evidence from France. *The Annals of Regional Science*, 72, 1–32. DOI: 10.1007/s00168-022-01196-w
- Aziz F., Roziqin A., Jafar L. et al. (2023). Research trends of creative industries in Indonesia: A bibliometric analysis. *Journal of the Knowledge Economy*, 1–18. DOI: 10.1007/s13132-023-01299-5
- Coll-Martínez E., Arauzo-Carod J.M. (2017). Creative milieu and firm location: An empirical appraisal. *Environment and Planning A*, 49(7), 1613–1641. DOI: 10.1177/0308518X17702646
- Florida R. (2002). *The Rise of the Creative Class, and How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books. DOI: 10.2307/3552294
- Florida R. (2005). *Cities and the Creative Class*. London: Routledge. DOI: 10.4324/9780203997673
- Glushkova Yu.O., Vasina A.V. (2021). Influence of COVID-19 on creative industries. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Ser.: Ekonomika. Upravlenie. Pravo=Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Economics. Management. Law*, 21(1), 48–54. DOI: 10.18500/1994-2540-2021-21-1-48-54 (in Russian).
- Higgs P., Cunningham S., Bakhshi H. (2008). *Beyond the Creative Industries: Mapping the Creative Economy in the United Kingdom*. Brisbane: Queensland University of Technology.
- Klimova I.V., Semerkova L.N. (2022). Impact of creative industries on territory innovation development. *Organizator proizvodstva=Production Organizer*, 30(4), 83–96. DOI: 10.36622/VSTU.2022.30.4.008 (in Russian).
- Kryukov I.A. (2023). Development of creative industries in the regions of the North-Western Federal District. *Kreativnaya ekonomika*, 17(12), 4709–4728. DOI: 10.18334/ce.17.12.119800 (in Russian).
- Loots E., Betzler D., Bille T., Borowiecki K., Lee B. (2022). New forms of finance and funding in the cultural and creative industries. Introduction to the special issue. *Journal of Cultural Economics*, 46, 1–26. DOI: 10.1007/s10824-022-09450-x
- Lyons M. (2023). The economic impact of COVID-19 on the creative industries: A sub-regional input–output approach. *Letters in Spatial and Resource Sciences*, 16(1), 1–12. DOI: 10.1007/s12076-023-00329-9
- Mcintyre P., Kerrigan S., Fulton J., King E., Williams C. (2023). Creative industries: Global and local perspectives. *Creativity and Creative Industries in Regional Australia*, 12, 59–93. DOI: 10.1007/978-3-031-45972-6_3
- Mordanov M.A. (2021). Creative industries as a driver of economic growth. *Kreativnaya ekonomika*, 15(10), 3725–3740. DOI: 10.18334/ce.15.10.113714 (in Russian).
- Morozov S.A. (2016). Cultural industry vs creative industry. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii*, 4(63), 145–148 (in Russian).
- Myerscough J. (1988). *The Economic Importance of the Arts in Glasgow*. London: Policy Studies Institute.
- Namyślak B., Spallek W. (2021). Spatial concentration of creative industries and location of creative clusters in Poland. *GeoJournal*, 87, 1–13. DOI: 10.1007/s10708-021-10533-z
- Piergiovanni R., Carree M., Santarelli E. (2012). Creative industries, new business formation, and regional economic growth. *Small Business Economics*, 39(3), 539–560.
- Vasilenko L.A., Bogdanova L.V., Karimova I.Yu. (2024). Creative economy and creative clusters in territorial development: Analysis of Russian practices. *Problemy razvitiya territorii=Problems of Territory's Development*, 28(1), 61–77. DOI: 10.15838/ptd.2024.1.129.5 (in Russian).
- Sanchez-Serra D. (2014). Talent and creative economy in French local labour systems. *Environment and Planning C Government and Policy*, 32(3), 405–425. DOI: 10.1068/c11152r
- Silva S., Marques C., Galvão A. (2023). Where is the rural creative class? A systematic literature review about creative industries in low-density areas. *Journal of the Knowledge Economy*, 5, 1–31. DOI: 10.1007/s13132-023-01341-6

- Uskova T.V., Lukin E.V., Vorontsova T.V., Smirnova T.G. (2013). *Problemy ekonomicheskogo rosta territorii* [Problems of Economic Growth of the Territory]. Vologda: ISERT RAN.
- Ustinova K.A. (2023). Contribution of intellectual and creative potential to the prevalence of creative practices of the population. *Voprosy territorial'nogo razvitiya=Territorial Development Issues*, 11(1), 1–15. DOI: 10.15838/tdi.2023.1.63.1 (in Russian).
- Veinmeister A.V., Ivanova Iu.V. (2017). “Cultural industries” and “Creative industries”: The concepts’ boundary. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kul'tury=International Journal of Cultural Research*, 1(26), 38–48 (in Russian).
- Vlasova V.V., Gershman M.A., Gokhberg L.M. et al. (2021). *Kreativnaya ekonomika Moskvy v tsifrakh* [Moscow’s Creative Economy in Figures]. Moscow: NIU VShE. DOI: 10.17323/978-5-7598-2358-2
- Zamyatina N.Yu., Goncharov R.V. (2020). Arctic urbanization: A phenomenon and a comparative analysis. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 5. Geografiya=Lomonosov Geography Journal*, 4, 69–82 (in Russian).
- Zemtsov S.P. (2022). Creative industries in the Arctic regions of Russia. *Arktika 2035: aktual'nye voprosy, problemy, resheniya=Arctic 2035: Current Issues, Problems, Solutions*, 4(12), 4–15. DOI: 10.51823/74670_2022_3_4 (in Russian).
- Zhuparova A.S., Nusyupaev A.A. (2020). Comparative analysis of creative industries development in China and United Kingdom. *Modeli, sistemy, seti v ekonomike, tekhnike, prirode i obshchestve*, 3(35), 46–53. DOI: 10.21685/2227-8486-2020-3-4 (in Russian).
- Zvereva A.A., Tikhotskaya I.S. (2023). Креативные индустрии в крупнейших городах Японии *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 5. Geografiya=Lomonosov Geography Journal*, 78(4), 75–86. DOI: 10.55959/10.55959/msu0579-9414.5.78.4.7 (in Russian).

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ivan A. Kryukov – Junior Researcher, Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences, (56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: ivan.kryukov.1974@mail.ru)