



## Развитие креативной промышленности в Российской Федерации

Боровский С.С., аспирант

ФГБОУ ВО РЭУ им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия

**Аннотация.** В статье анализируется потенциал креативной экономики в контексте развития регионов. Целью исследования стало рассмотрение последних тенденций и текущего состояния креативной индустрии в России, существующих систем, подчеркнуть основные препятствия, замедляющие развитие данного сектора. Также рассматривается недавно вошедшая в состав РФ республика Крым и её перспективное развитие в секторе креативной экономике. Приводится и аргументируется, что развитие креативной экономики положительно влияет на развитие всего региона. Для достижения поставленных целей, автором сопоставляются показатели развития креативной экономики в ряд регионов Российской Федерации: Московской, Ленинградской, Тюменской, Новосибирской, Томской областях, республики Башкортостан, Татарстан и Удмуртии. При анализе развития креативного сектора в республике Крым, делается вывод, что государство за краткие сроки смогло создать сеть кластеров, способную объединять умы всей страны. Практическая значимость: результатами исследования могут воспользоваться представители преподавательской или научной деятельности.

**Ключевые слова:** креативные индустрии, экономическая система, творческая промышленность, культурные пространства, развитие региона, творческий провиант, новаторство, региональный центр, креативная отрасль, технологическое развитие

## **Development of the creative industry in the Russian Federation**

**Borovskiy S.S.**, Graduate student

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

**Annotation.** The article analyzes the potential of the creative economy in the context of regional development. The purpose of the study was to examine the latest trends and the current state of the creative industry in Russia, existing systems, to highlight the main obstacles slowing down the development of this sector. The Republic of Crimea, which recently became part of the Russian Federation, and its promising development in the creative economy sector are also considered. It is stated and argued that the development of the creative economy has a positive impact on the development of the entire region. To achieve these goals, the author compares the indicators of the development of the creative economy in a number of regions of the Russian Federation: Moscow, Leningrad, Tyumen, Novosibirsk, Tomsk regions, the Republic of Bashkortostan, Tatarstan and Udmurtia. When analyzing the development of the creative sector in the Republic of Crimea, it is concluded that the state in a short time was able to create a network of clusters capable of uniting the minds of the whole country. Practical significance: the results of the study can be used by representatives of teaching or scientific activities.

**Key words:** creative industries, economic system, creative industry, cultural spaces, regional development, creative provision, innovation, regional center, creative industry, technological development

**Введение.** Креативную экономику составляют креативные отрасли – это средства массовой информации, кинематография, музыка, развлекательные пространства, а также другие отрасли культуры, которые в настоящее время набирают популярность в Российской Федерации. На сегодняшний день, креативные индустрии только набирают значимость, становятся осязаемым разделом экономической системы регионов и являются одним из перспективных

факторов устойчивого экономического развития. В Российской Федерации современное развитие территорий имеет свои индивидуальности, в том числе это касается вовлечение креативных индустрий в качестве ресурсной базы. В основном своём, пристальное внимание уделяется технологичному и культурному развитию. [1] Тем не менее творческая промышленность развивается наиболее активными темпами согласно сопоставлению с классическими разделами экономики. Даже во время финансового регресса во время пандемии, размер творческого потенциала увеличился на 14%. Как фиксируют специалисты, это сопряжено со значительной частью добавленной стоимости и также неимением естественных барьеров с точки зрения как потребления, так и производства.

Вдобавок, справедливости ради можно выделить, что креативная экономика, базирующаяся на умственном труде, креативном творческом раскладе, встречается не только в социально ориентированных и социально значимых сферах деятельности.

Креативную экономику возможно расценивать как экономику, в которой работают финансовые агенты, формирующие культурные, художественные, и инновационные товары и услуги. Однако при этом, для создания своей продукции, предприниматели уже не нуждаются в производственных мощностях, так как имеют возможность её создавать в городских и культурных пространствах, где также возможно продемонстрировать собственные работы и поделиться перспективными идеями.

Новаторство креативной экономики выражается в активизации креативных возможностей человека, его возможности по-новому подойти к генерированию идей. [2] Кроме этого, креативность выражается возможностью индивидуума грамотно реагировать на различные нововведения и новшества.

Равным образом, креативную промышленность необходимо рассматривать как самостоятельный раздел креативной экономики, советуя определённому виду деятельности. Получается, что креативная экономика учитывает не только разделы творческой промышленности, но и все

разделы экономики без исключения, где может быть создан креативный продукт. [3]

На сегодняшний день установление конкретных разделов креативных индустрий остается нечётким, отсутствуют и конкретные стратегии социально-экономического развития. На формирование креативной экономики влияет воздействие увеличения роста доли услуг в общем объеме выпуска, а также изменение условий относящихся к сотрудникам со стороны нанимателей. [4] Данные условия должны содействовать возникновению творческого провианта, то есть продукта, на базе которого лежит уникальная идея. Так же, отсутствует общий показатель, выражающий уровень креативной экономики РФ в полной мере.

**Методы исследования.** Эмпирическую базу исследования составляют данные Агентством стратегических инициатив (АСИ), целью которого было дать приблизительную оценку вложения креативных индустрий в экономику Российской Федерации по отдельным регионам. Работа проведена на основании сбора и обобщения (метод синтеза), систематизации (системный метод) и сравнительного анализа (комплексный и сравнительно-аналитический методы) материалов, полученных из официальных информационных ресурсов.

**Результаты и обсуждения.** В Российской Федерации у креативной промышленности нет чёткой программы развития, нет уполномоченного регулятора и единого подхода к анализу вклада в экономику государства. [5] Страна имеет большой, но ещё не реализованный потенциал в развитии креативной экономики, например, народный ремесла или отечественный кинематограф. Экономический потенциал в национальных видах творчества видит и Федерация интеллектуальной собственности (ФИС). ФИС, по словам ее президента Сергея Матвеева, даже разработала специальную программу RF.ID. Ее задача – поиск и эффективное лицензирование культурных, этнических, фольклорных элементов, которые могли бы использовать российские и зарубежные производители товаров и медиаконтента и у которых есть экспортный потенциал. «Главная задача программы – раскрыть национальное

достояние, будь то фольклор, традиционные рецепты или предметы быта, и воплотить их в современных продуктах. [6]

Точной оценки уровня роста креативной индустрии государства нет (табл. 1)

Таблица 1

**Сопоставление регионов Российской Федерации по уровню роста и формирования креативной индустрии, 2020 г.**

№	Регион	Доля в РВП, %	Размер выручки в КИ, млрд руб. (%)	Число занятых в КИ, тыс.
1	Москва	18,5	6,2 трлн. (7,4)	612
2	Санкт-Петербург	12,6	1,1 трлн. (4)	186
3	Тюменская область	8,9	383 (15,4)	30,4
4	Новосибирская область	5,4	117 (2,8)	32,3
5	Томская область	5,2	32 (2,4)	12,4
6	Республика Башкортостан	4,5	131 (2,8)	34,7
7	Самарская область	4,3	101 (1,9)	32,2
8	Калининградская область	4,2	26,4 (1,7)	8,2
9	Республика Татарстан	4,1	142 (2,4)	38,3
10	Свердловская область	3,7	187 (2,3)	38,9
11	Нижегородская область	3,7	334 (5,8)	28,7
12	Пермский край	3,5	72,9 (2,5)	20,6
13	Краснодарский край	3,4	123,5 (1,8)	35,1
14	Ростовская область	3,2	70,8 (1,9)	24,3
15	Воронежская область	3,1	51,3 (2,3)	14,7
16	Омская область	3	26,4 (2,3)	12
17	Ульяновская область	3	20 (3)	7,7
18	Удмуртская республика	3	29,4 (1,9)	11,1
19	Челябинская область	2,8	56,7 (1,6)	20,6
20	Красноярский край	2,7	64 (1,4)	19
21	Приморский край	2,2	44,7 (1,8)	8,9
22	Волгоградская область	2,1	20,8 (1,2)	9,8
23	Ханты-мансийский АО	2,1	40,6 (0,6)	13,6
24	Новгородская область	1,6	4,5 (1,1)	2,2
25	Республика Саха (Якутия)	1,6	29,5 (2,9)	5,3

*Составлено автором по данным АСИ*

По мнению автора, вклад креативных организаций исследуемых регионов в экономику Российской Федерации составляет около 4%, из которых почти 10% всех организаций преобладают в креативных индустриях. На долю творческих разделов экономики приходится 4,2% от общего объема выручки всех отечественных учреждений. Средоточием формирования творческой промышленности Российской Федерации является Москва и Санкт-Петербург (их вложение в ВРП составляет 18,5% и 12,6% соответственно). Так же, по размеру выручки получаемой от генерации креативной продукции, можно отметить Тюменскую, Нижегородскую, Свердловскую области и Республику Татарстан.

Креативные индустрии могут стать новой точкой роста регионов. Например, мультфильм «Маша и Медведь», созданный в Москве, был переведен на 36 языков и демонстрируется более чем в 100 странах, число его просмотров на YouTube превышает 50 млрд. или Калининград, который благодаря налоговым возвратам становится привлекательным кластером для развития отечественного кино. [7]

Креативная экономика Российской Федерации может и должна развиваться. Однако надо понимать, что стоит делать ставку не столько на государство, как на усиленную связь между креативным обществом. Стоит обратить повышенное внимание на регионы, где заметны сильные отставания, на создание единого подхода для оценки состояния креативных индустрий.

Большое внимание стоит уделить Республике Крым, недавно вошедшей в состав Российской Федерации. Вступление республики Крым в состав РФ имеет комплексный набор сложностей в интеграции культурных, социальных и экономических аспектах. И в роли одного из факторов результативного формирования экономики в Крыму, рассматривается создание креативного кластера, объединяющего под собой разные отрасли характерные для данной местности. Так же, под городом Судак (Республика Крым) будет построен Университет креативных технологий «Меганомика». [8] Образовательный центр откроется в 2023 году и планируется, что в нём будут проходить обучение и

повышать квалификацию как начинающие, так и профессионалы своего дела со всей России. Таким образом, будут созданы все условия для обмена знаниями и опытом между разными профессиональными аудиториями, что в свою очередь позволит полученный опыт применять в своём регионе. Следует отметить, что после полного запуска университета, будет до 500 рабочих мест, а на его рабочей площадке постоянно творческие лаборатории. Таким образом будет создан современный негласный центр креативной экономики в РФ, который объединит исследователей всей страны.

**Заключение.** Креативная экономика является частью экономической системы страны, включающую в себе различные виды деятельности, которые строятся на создании интеллектуальной собственности, новых продуктах и услугах, а также творческих и культурных подходах.

Из представленных исследований, можно сделать вывод, что креативная индустрия начинает вносить весомый вклад в экономику государства, и с каждым годом оборот средств будет лишь увеличиваться. Будет и дальше расти интерес в создании и развитии продукции, сформированной за счёт интеллектуального капитала.

Не стоит забывать участие государства в развитии креативной экономики, благодаря которому число рабочих мест будет увеличиваться. Пример тому, Республика Крым, где с подачи правительства будет создан креативный кластер и университете креативных технологий. В строительстве которого будут учитывать опыт и наработки других стран.

Данное исследование лишь подтверждает тезис о том, что креативный сектор экономики обладает высоким потенциалом для развития, однако не до конца реализованным. Организациями креативного сектора нужны внятные финансовые инструменты, доступное кредитование и отрегулированные правила. Решение проблемы замедленного развития креативной промышленности лежит в запуске государством сонаправленного процесса для профессионального сообщества и бизнеса, тем самым показать им новые возможности, которые могут идти на стыке их интересов.

Источник финансирования: данная статья написана за счёт средств внутреннего гранта РЭУ им. Г.В. Плеханова на выполнение НИР молодежными коллективами под руководством ведущих учёных. Тема НИР «Современные подходы к управлению креативным производством товаров и услуг» утверждена приказом №865 от 28.06.2021

### **Библиографический список:**

1. Соловьев М.С., Латкин В.В. Креативные индустрии как сектор культуры //Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2017. – №. 5. <http://intjournal.ru/kreativnye-industrii-kak-sektor-kultury/>
2. Ангелова Ольга Юрьевна, Подольская Татьяна Олеговна, Чепьюк Ольга Ростиславовна Цифровая креативная индустрия: на пути к экономике «эмоций»// Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2019. – №2 (54). <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-kreativnaya-industriya-na-puti-k-ekonomike-emotsiy/viewer>
3. Кореньков А.О. Креативные индустрии как двигатель экономики XXI века // Экономические системы. – 2020. – Т. 13. – №. 1. – С. 57-61. <http://elib.fa.ru/art2020/bv318.pdf/picture?size=0>
4. Григорян К.Г. Креативные индустрии как новый сектор экономики в XXI веке //E-Scio. – 2020. – №. 6 (45). <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-kak-novyy-sektor-ekonomiki-v-xxi-veke/viewer>
5. Яковлев В.Ю. Основания культурных и креативных индустрий как явления современного общества //Международный журнал исследований культуры. – 2017. – №. 1 (26). <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovaniya-kulturnyh-i-kreativnyh-industriy-kak-yavleniya-sovremennogo-obschestva/viewer>
6. Официальный сайт газеты «Ведомости». URL:<https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/10/21/814145-kreativnii-lokomotiv>
7. Малышев А.В. Киноиндустрия как сектор «креативных индустрий»: задачи диверсифицированного подхода //Креативная экономика. – 2019. – Т. 13. – С. 1401-1410. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39215610>
8. Молчанова А.Д. Современное развитие креативных индустрий в России // Анализ проблем и поиск решений повышения результативности современных



научных исследований. – 2020. – С. 223-225. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42775079>

9. Сопина Н.В. Развитие креативных индустрий в регионах России: возможности и их реализация //Креативная экономика. – 2021. – Т. 15. – №. 2. – С. 277-294. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44853952>

10. Акопов Г.Л. и др. Развитие креативного кластера в Республике Крым: глобальные и локальные аспекты. – 2019. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41525742>

### **References:**

1. Soloviev M.S., Latkin V.V. Creative industries as a cultural sector //International Journal of Humanities and Natural Sciences. – 2017. – № 5. <http://intjournal.ru/kreativnye-industrii-kak-sektor-kultury/>

2. Angelova Olga Yuryevna, Podolskaya Tatiana Olegovna, Chepyuk Olga Rostislavovna Digital creative industry: on the way to the economy of «emotions»// Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N.I. Lobachevsky. Series: Social Sciences. – 2019. – №2 (54). <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-kreativnaya-industriya-na-puti-k-ekonomike-emotsiy/viewer>

3. Korenkov A.O. Creative industries as the engine of the economy of the XXI century //Economic systems. – 2020. – Vol. 13. – № 1. – pp. 57-61. <http://elib.fa.ru/art2020/bv318.pdf/picture?size=0>

4. Grigoryan K.G. Creative industries as a new sector of the economy in the xxi century //EScio. – 2020. – №. 6 (45). <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-kak-novyy-sektor-ekonomiki-v-xxi-veke/viewer>

5. Yakovlev V. Yu. The foundations of cultural and creative industries as a phenomenon of modern society //International Journal of Cultural Studies. – 2017. – №.1 (26). <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovaniya-kulturnyh-i-kreativnyh-industriy-kak-yavleniya-sovremennogo-obschestva/viewer>

6. The official website of the Vedomosti newspaper. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/10/21/814145-kreativnii-lokomotiv>

7. Malyshev A.V. Film industry as a sector of «creative industries»: tasks of a diversified approach //Creative economy. – 2019. – Vol. 13. – no. – pp. 1401-1410.  
<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39215610>

8. Molchanova A.D. Modern development of creative industries in Russia //Analysis of problems and search for solutions to improve the effectiveness of modern scientific research. – 2020. – pp. 223-225.  
<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42775079>

9. Sopina N.V. Development of creative industries in the regions of Russia: opportunities and their implementation //Creative economy. – 2021. – Vol. 15. – № 2. – pp. 277-294. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44853952>

10. Akopov G.L. et al. Development of a creative cluster in the Republic of Crimea: global and local aspects. – 2019.  
<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41525742>