

ИССЛЕДОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА



Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ СТАТИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ
И ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Дата выпуска: 23.01.2025

Креативные индустрии в России на подъеме

Институт статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ изучает структуру креативных индустрий и динамику их развития с 2019 г. на основе доступных данных статистики. Как показывают результаты анализа, креативный сектор заметно опережает по темпам роста экономику в целом и проявляет устойчивость к внешним шокам.

В последние годы креативный сектор в России получил особый импульс для роста, чему способствовало появление профильных институтов развития и целый ряд новых инструментов политики. В конце 2023 г. при Агентстве стратегических инициатив был создан Центр развития креативной экономики. В мае 2024 г. Указом Президента РФ № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» была поставлена задача по увеличению доли креативных индустрий в экономике. В августе 2024 г. принят Федеральный закон № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». По итогам 2023 г. доля креативных индустрий в ВВП России достигла 3.5%, тем самым опередив среднемировую оценку (3.1% мирового ВВП по данным ЮНЕСКО).

Справочно:

Креативные индустрии – виды экономической деятельности, в основе которых лежат индивидуальное творчество, навыки и таланты и которые имеют потенциал для создания добавленной стоимости и рабочих мест за счет использования интеллектуальной собственности. В настоящем обзоре рассматриваются 17 креативных индустрий¹: «Музыка»; «Исполнительские искусства»; «Кино и сериалы»; «Анимация»; «Видеоигры»; «Программное обеспечение»; «Медиа и СМИ»; «Книжное дело»; «Реклама и пиар»; «Арт-индустрия»; «Народные художественные промыслы и ремесла»; «Культурное наследие, отдых и развлечения»; «Дизайн»; «Архитектура и урбанистика»; «Мода»; «Ювелирное дело»; «Гастрономия».

Креативный сектор – совокупность видов экономической деятельности, относящихся к категории креативных индустрий, а также сопутствующих, т.е. способствующих их развитию за счет производства специализированных товаров и услуг либо использования интеллектуальной собственности, созданной в креативных индустриях. Сопутствующие виды деятельности принадлежат к четырем сегментам: производство оборудования и материалов (обеспечивает ресурсные потребности креативных индустрий); дизайн-интенсивные производства (широко используют в своей деятельности результаты интеллектуальной деятельности креативных индустрий и креативные продукты); специализированное образование; организация выставок и мероприятий.

Креативный авангард: цифра, мода и реклама

Главными лидерами по масштабам (табл. 1) являются «Программное обеспечение», «Мода», «Реклама и пиар». Эти три индустрии аккумулируют 60% выручки (8.7 трлн руб.) и 43% работников (893.9 тыс. чел.) всего креативного сектора. «Программное обеспечение» демонстрирует первенство почти по всем главным экономическим показателям (за исключением стоимости основных средств, что объективно обусловлено спецификой деятельности ИТ-компаний)²; безусловное лидерство индустрии определяется стремительным ростом спроса на цифровые товары и услуги, активным импортозамещением и развитием программ господдержки.

Табл. 1. Топ-5 креативных индустрий по основным экономическим показателям: 2023

Выручка	Численность занятых	Число организаций	Стоимость основных средств
«Программное обеспечение»	«Программное обеспечение»	«Программное обеспечение»	«Мода»
«Мода»	«Мода»	«Реклама и пиар»	«Программное обеспечение»
«Реклама и пиар»	«Исполнительские искусства»	«Мода»	«Гастрономия»
«Архитектура и урбанистика»	«Культурное наследие, отдых и развлечения»	«Исполнительские искусства»	«Архитектура и урбанистика»
«Гастрономия»	«Архитектура и урбанистика»	«Архитектура и урбанистика»	«Медиа и СМИ»

Источник: расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ на основе данных Росстата и «СПАРК-Интерфакс».

¹ Для расчета отдельных показателей некоторые содержательно близкие креативные индустрии объединялись.

² Показатели выручки – расчеты Росстата по данным бухгалтерской отчетности; стоимость основных средств и нематериальных активов – форма № П-3; занятость – формы № 1-Т, П-4, ПМ, МП (микро); доля работников до 35 лет и доля работников с высшим образованием – данные выборочного обследования рабочей силы (ОРС) (форма № 1-3).

«Мода» – вторая по показателям выручки и численности занятых и первая – по стоимости основных средств. «Реклама и пиар» занимает третье место по выручке, второе – по числу организаций и первое – по производительности труда (табл. 2); ее сильные позиции связаны с высокой востребованностью соответствующих услуг среди компаний различных отраслей, включая креативный сектор в целом. Значительные объемы выручки демонстрируют также «Архитектура и урбанистика» и «Гастрономия».

Самая высокая концентрация молодых работников (более 70%) и с высшим образованием (почти 90%) наблюдается в индустриях «Видеоигры» и «Анимация». Второе место по производительности труда занимают «Кино и сериалы» в паре с «Анимацией», а по стоимости нематериальных активов – «Медиа и СМИ».

Табл. 2. Топ-5 креативных индустрий по показателям эффективности и инновационного потенциала: 2023

Производительность труда	Стоимость нематериальных активов	Доля работников	
		до 35 лет	с высшим образованием
«Реклама и пиар»	«Программное обеспечение»	«Видеоигры»	«Видеоигры»
«Кино и сериалы» и «Анимация»*	«Медиа и СМИ»	«Анимация»	«Анимация»
«Ювелирное дело»	«Кино и сериалы»	«Программное обеспечение»	«Архитектура и урбанистика»
«Программное обеспечение» и «Видеоигры»*	«Анимация»	«Мода»	«Программное обеспечение»
«Музыка»	«Реклама и пиар»	«Реклама и пиар»	«Медиа и СМИ»

* Показатели по данным индустриям приводятся в сумме.

Источник: расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ на основе данных Росстата.

Скорость, с которой в 2023 г. росла ВДС креативного сектора в России, превысила средний показатель по экономике в 1.7 раза. Почти все анализируемые индустрии в 2019–2023 гг. увеличивали выручку, но разными темпами.

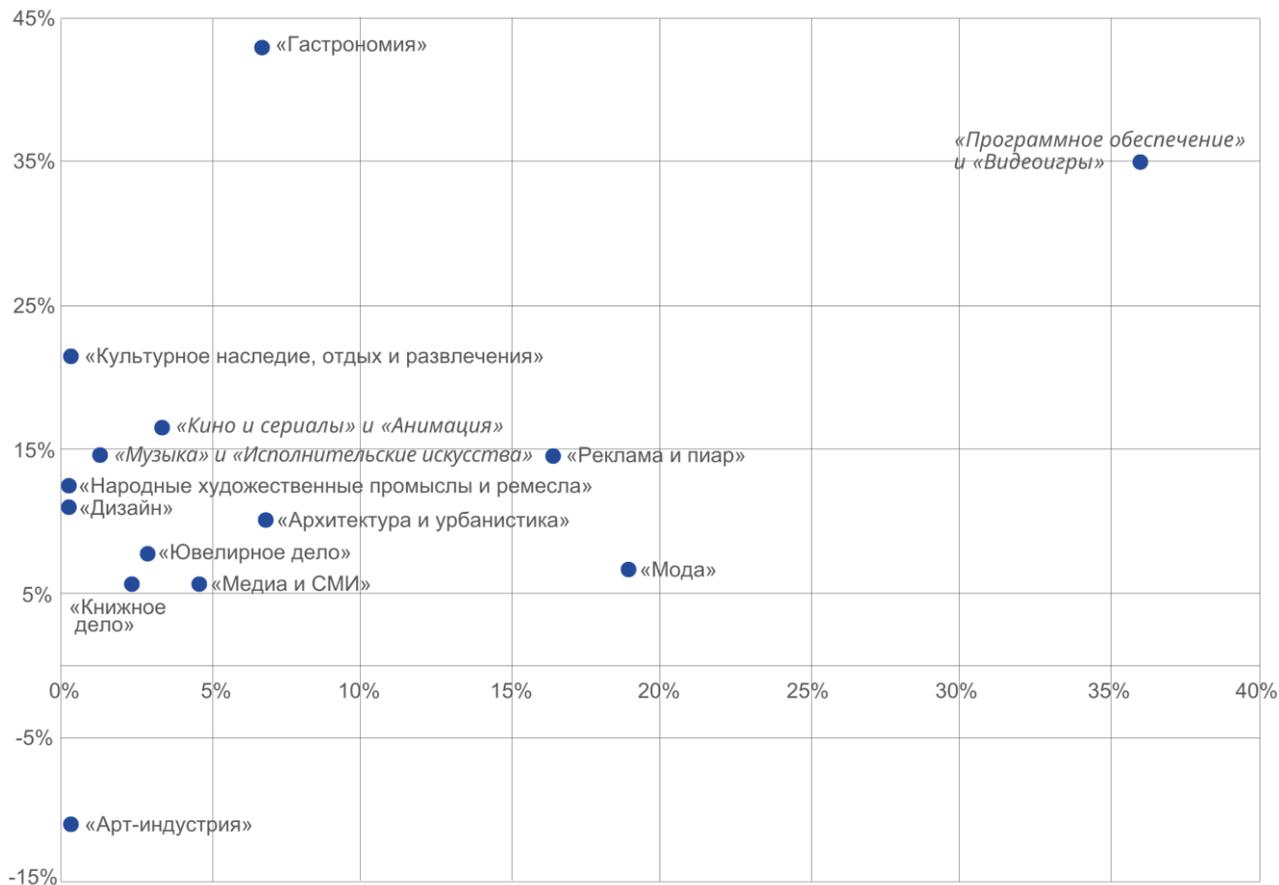
Умеренные среднегодовые темпы прироста (в пределах 10%) демонстрировали четыре индустрии, преимущественно с большим объемом выручки: «Медиа и СМИ» (+5.6%), «Книжное дело» (+5.7%), «Мода» (+6.8%) и «Ювелирное дело» (+7.8%). Однако у большинства креативных индустрий выручка росла более динамично, в год в среднем прибавляя 10–22%: «Архитектура и урбанистика» (10.2%); «Дизайн» (11.2%); «Народные художественные промыслы и ремесла» (12.4%); «Реклама и пиар» (14.5%); две рассматриваемые в сумме пары индустрий «Музыка» и «Исполнительские искусства» (14.7%), а также «Кино, сериалы» и «Анимация» (16.7%); «Культурное наследие, отдых и развлечения» (21.5%). Две индустрии – «Гастрономия» и «Программное обеспечение» – заметно превысили и этот порог: за пять лет их выручка выросла в 4.2 и 3.3 раза соответственно.

Такому активному росту большинства анализируемых креативных индустрий во многом способствовала цифровизация, происходящая во всех сферах жизни: от заказа еды до потребления культурного контента. Так, по [данным](#) Международной федерации производителей фонограмм, в 2023 г. мировая музыкальная индустрия получила 67% доходов от стриминговых сервисов. Согласно результатам [опроса](#), проведенного ИСИЭЗ НИУ ВШЭ весной 2024 г., в России цифровую подписку на фильмы, сериалы и анимацию уже оформил каждый десятый пользователь интернета.

Устойчивость к внешним шокам

Креативные индустрии демонстрировали не только высокие, но и достаточно стабильные темпы роста. «Гастрономия», «Программное обеспечение» и «Видеоигры» увеличивали выручку ежегодно, включая пандемийный 2020 г. (рис. 1). Не снизили в том же году объемы выручки еще три креативные индустрии: «Культурное наследие, отдых и развлечения», «Реклама и пиар», «Архитектура и урбанистика». Целый ряд индустрий, у которых в первый год пандемии выручка все-таки упала, уже в 2022 г. вернулись на докризисный уровень («Мода», «Медиа и СМИ», «Ювелирное дело», «Книжное дело», «Дизайн», «Народные художественные промыслы и ремесла» и две рассматриваемые в сумме пары индустрий «Музыка» и «Исполнительские искусства», «Кино и сериалы» и «Анимация»). Исключение составила только «Арт-индустрия». Нестабильная геополитическая ситуация последних лет привела к уменьшению выручки лишь в таких индустриях, как: «Реклама и пиар», «Медиа и СМИ» и «Ювелирное дело» – в 2022 г., а в «Архитектуре и урбанистике» и «Дизайне» данный индикатор показал тенденцию к снижению в 2023 г.

Рис. 1. Выручка в креативных индустриях: доля от суммарного значения в 2023 г. и среднегодовые темпы прироста в 2019–2023 гг. (%)



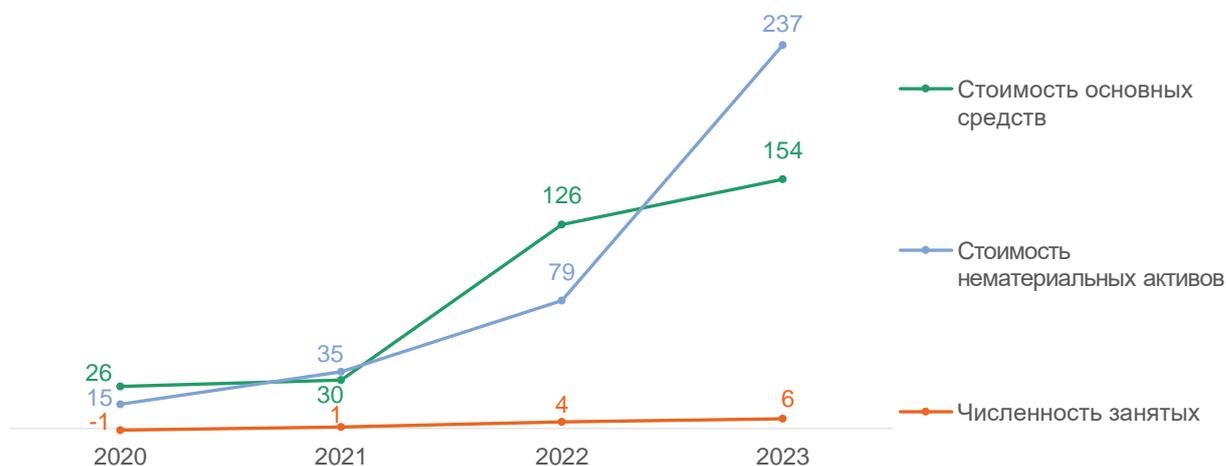
Примечание: показатели по отдельным индустриям (выделены курсивом) приводятся в сумме.

Источник: расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ на основе данных Росстата.

Рост на интеллектуальной почве

Впечатляющими темпами росла стоимость нематериальных активов креативного сектора: только с 2022 по 2023 г. увеличилась в 1.88 раза (рис. 2). За тот же период численность работников увеличилась лишь в «Дизайне» (в 2.24 раза) и в таких парах индустрий, как «Программное обеспечение» и «Видеоигры» (в 1.67 раза), «Музыка» и «Исполнительские искусства» (в 1.04 раза).

Рис. 2. Темпы прироста численности занятых, стоимости основных средств и нематериальных активов креативного сектора: к 2019 г., %



Источник: расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ на основе данных Росстата.

При этом индустрии, показавшие высокие темпы роста нематериальных активов, также интенсивно увеличивали и свои доходы (табл. 3).

Табл. 3. Ранжирование креативных индустрий по темпам прироста выручки, нематериальных активов и численности занятых: 2022–2023 гг.

Индустрия	Выручка		Нематериальные активы		Численность занятых	
	Темп прироста, %	Ранг	Темп прироста, %	Ранг	Темп прироста, %	Ранг
«Музыка» и «Исполнительские искусства»*	65.2	1	175.3	1	1.0	4
«Кино и сериалы» и «Анимация»*	47.9	2	84.2	3	-3.8	10
«Реклама и пиар»	45.0	3	57.3	4	-3.3	8
«Программное обеспечение» и «Видеоигры»*	43.7	4	175.9	1	9.4	2
«Гастрономия»	41.0	5	32.7	6	-	
«Народные художественные промыслы и ремесла»	29.1	6	-0.3	10	-	
«Медиа и СМИ»	22.4	7	11.1	8	-3.2	7
«Ювелирное дело»	20.0	8	97.5	2	8.6	3
«Мода»	13.4	9	11.3	7	-4.8	11
«Книжное дело»	13.1	10	9.2	9	-5.3	12
«Арт-индустрия»	12.9	11	-14.3	11	-1.2	5
«Культурное наследие, отдых и развлечения»	5.9	12	-28.3	12	-1.5	6
«Архитектура и урбанистика»	-7.3	13	39.4	5	-3.4	9
«Дизайн»	-13.1	14	-41.3	13	106.5	1

* Показатели по данным индустриям приводятся в сумме.

Источник: расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ на основе данных Росстата.

Важной движущей силой креативных индустрий становятся нематериальные активы. К примеру, лидирующие по темпам прироста выручки «Реклама и пиар», «Гастрономия» и две пары креативных индустрий «Музыка» и «Исполнительские искусства», «Кино и сериалы» и «Анимация» одновременно занимают уверенные позиции и по скорости накопления нематериальных активов. Примечательно, что в отношении прироста численности работников данная закономерность не прослеживается: в указанных индустриях она преимущественно снижалась либо росла скромными темпами. Умственный труд все больше замещается технологиями и интеллектуальным капиталом по аналогии с тем, как во времена Промышленной революции ручной труд стали вытеснять машины.



Источники: расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата и «СПАРК-Интерфакс»; результаты проекта «Подготовка актуальных статистических и информационно-аналитических материалов по субъектам Российской Федерации по ключевым показателям в сфере науки и инноваций, образования, социально-экономического развития на основе различных источников данных» тематического плана научно-исследовательских работ, предусмотренных государственным заданием НИУ ВШЭ.

■ Материал подготовили **А. С. Шарапова, В. О. Боос, Е. С. Куценко**

Данный материал НИУ ВШЭ может быть воспроизведен (скопирован) или распространен в полном объеме только при получении предварительного согласия со стороны НИУ ВШЭ (обращаться issek@hse.ru). Допускается использование частей (фрагментов) материала при указании источника и активной ссылки на интернет-сайт ИСИЭЗ НИУ ВШЭ (issek.hse.ru), а также на авторов материала. Использование материала за пределами допустимых способов и/или указанных условий приведет к нарушению авторских прав.