

Креативный сектор в России демонстрирует концентрированный рост

Институт статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ впервые изучил особенности распределения организаций креативных индустрий по отраслям и городам. Анализ показал, что креативный сектор растет быстрее, чем экономика в целом, однако этот рост неравномерен и обусловлен отраслевой и географической концентрацией занятых в креативных индустриях страны.

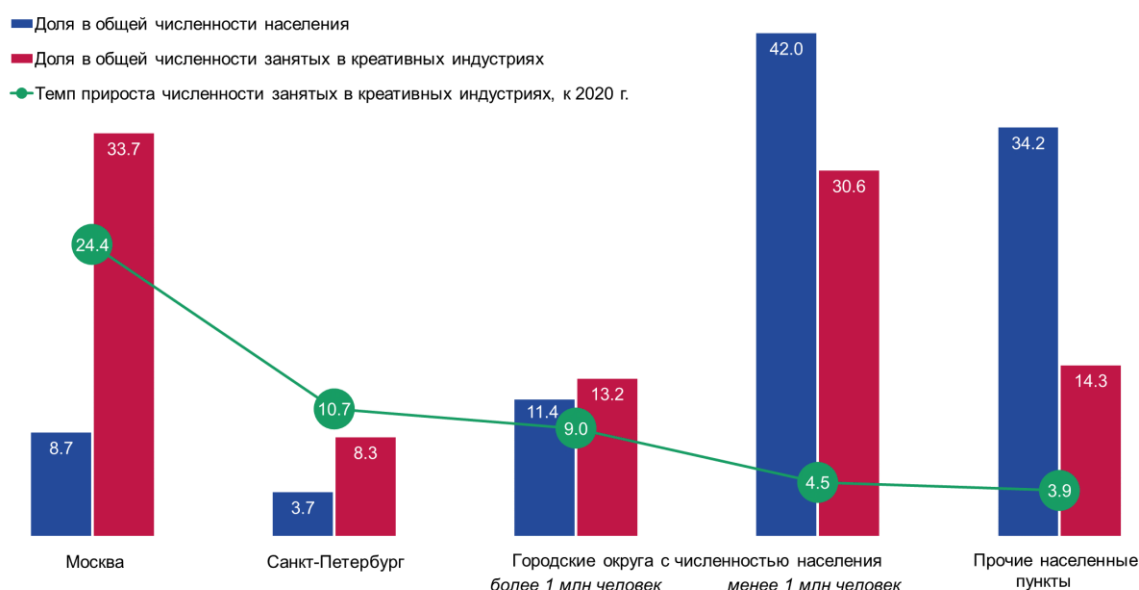
Справочно: Информационную базу исследования составили пообъектные данные обо всех организациях креативных индустрий России (микроданные), получаемые из базы «СПАРК-Интерфакс». Принадлежность работников к креативным индустриям определялась по информации, которую работодатели указывают в рамках обязательной отчетности организаций, предоставляемой в ФНС. Этот взгляд на занятость в креативных индустриях отличается от подхода, основанного на данных *опроса населения* в рамках выборочного обследования рабочей силы (ОРС) (форма № 1-3), ранее использованного ИСИЭЗ НИУ ВШЭ при оценке масштабов креативной экономики Москвы (см. доклад [«Креативная экономика Москвы: актуальное состояние и динамика развития за период 2019–2022 гг.»](#)). Подход, опирающийся на информацию от работодателя, учитывает занятых пропорционально отработанному ими времени (в ОРС учитывается занятость только в течение обследуемой недели) и более полно охватывает представителей самой быстро растущей индустрии – ИТ и видеоигр. Это проявляется в более высоком расчетном показателе темпа прироста численности занятых в креативных индустриях в целом в России и особенно в городах с высокой концентрацией занятых в ИТ (в частности, в Москве) по сравнению с результатами, полученными по данным опроса населения. Занятые в российских обособленных подразделениях учитываются в микроданных из «СПАРК-Интерфакс» по месту нахождения головного офиса, в отличие от данных Росстата (форма № П-4). Перечень креативных индустрий определен в соответствии с классификационной собирательной группировкой, разработанной ИСИЭЗ НИУ ВШЭ на базе ОКВЭД 2 (представлен в *дайджесте* [«Креативные специализации российских городов»](#), 2022).

Москва и Санкт-Петербург – креативные полюса страны

По последним имеющимся на настоящий момент данным за 2022 г., в России в креативных индустриях заняты 2.3 млн человек, причем с 2020 г. их численность выросла на 11% – опережающими темпами в сравнении с 5% по всем видам экономической деятельности в среднем. В Москве темп прироста численности занятых в креативных индустриях более чем вдвое превысил среднероссийский и составил +24.4%.

Москва и Санкт-Петербург аккумулируют почти столько же занятых в креативных индустриях (42%), сколько все остальные городские округа, вместе взятые (43.8%). При этом в 2022 г. в Москве и Северной столице проживали 12.4% россиян, а в других городских округах – 53.4% (рис. 1).

Рис. 1. Типы населенных пунктов России: вклад в численность населения и занятость в креативных индустриях: 2022 (%)



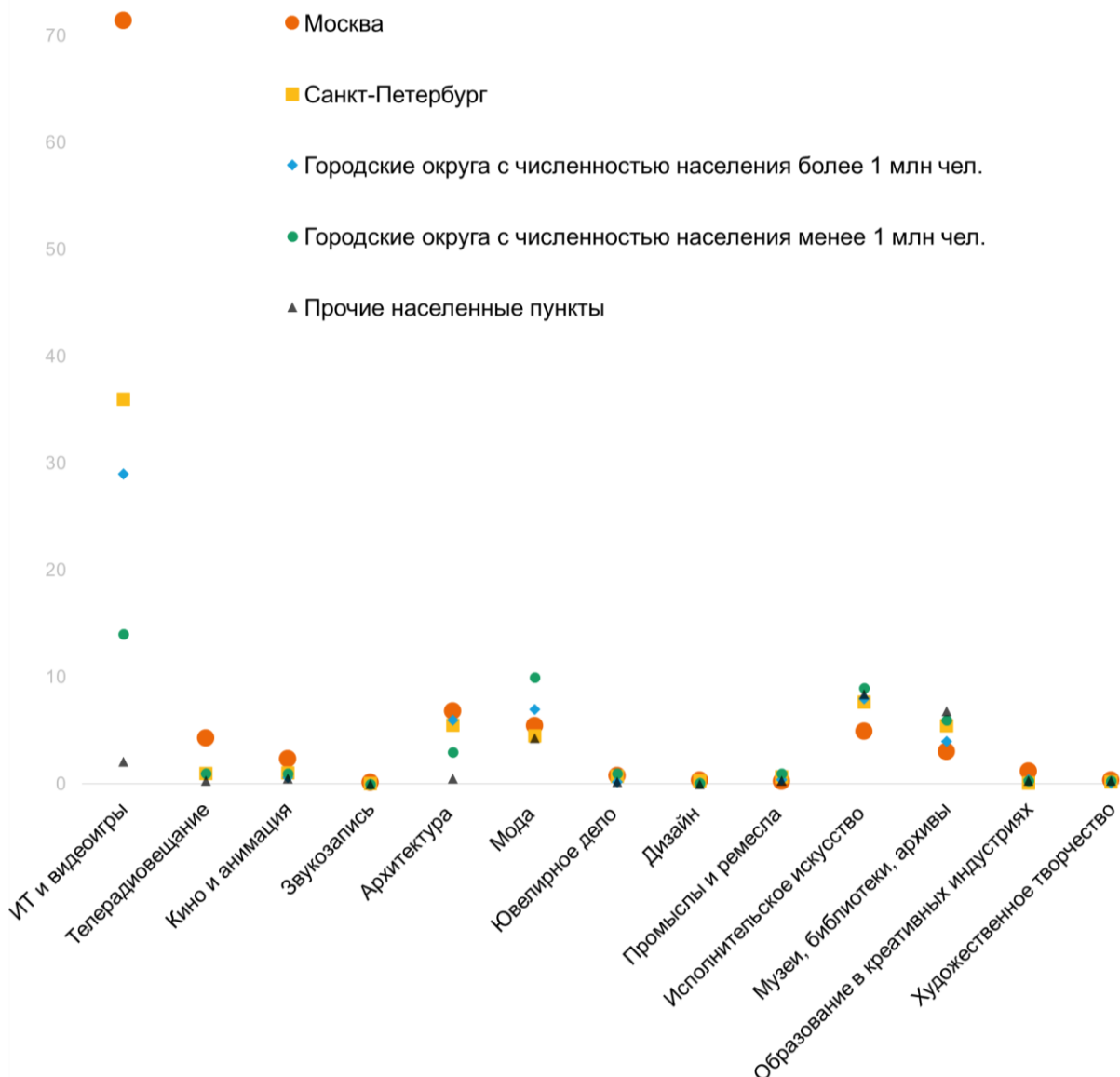
13.2% общей численности занятых в креативных индустриях сконцентрировано в городах-миллионниках (без учета Москвы и Санкт-Петербурга), что пропорционально их вкладу в население страны (11.4%). Почти в 2.5 раза большая доля занятых в креативных индустриях (30.6%) приходится на городские округа с населением менее 1 млн человек, в которых проживают 42% жителей России. В прочих населенных пунктах, где прописаны более трети россиян (34.2%), сосредоточено 14.3% занятых в креативных индустриях.

Превышают средний по России показатель темпа прироста занятости в креативных индустриях также Санкт-Петербург (+10.7%) и другие города-миллионники (+9%). За пределами высоко урбанизированных территорий рассматриваемый показатель растет вдвое медленнее: в городских округах с численностью населения менее 1 млн человек и прочих населенных пунктах – на 4.5% и 3.9% соответственно. А в населенных пунктах, где проживают от 100 тыс. до 250 тыс. и менее 50 тыс. человек, занятость в креативных индустриях за анализируемый период даже снизилась: на 1.4% и 0.2% соответственно.

Одна страна – пять «креативных континентов»

Мегаполисы и менее урбанизированные территории значительно различаются и по своим креативным профилям, как показывает анализ численности занятых в отдельных креативных индустриях в расчете на 1 000 работающих во всех отраслях экономики (рис. 2).

Рис. 2. Численность занятых в креативных индустриях в расчете на 1 000 занятых во всех отраслях экономики: 2022 г. (чел.)



В Москве заметна приоритетная ориентированность на цифровые и медиаиндустрии. Численность занятых в ИТ и видеоиграх в столице в расчете на одного работающего во всех отраслях экономики в 3.1 раза выше, чем в среднем по России, в телерадиовещании – в 3, в рекламе и пиар-индустрии – в 2.9 раза.

Приоритетная специализация в индустрии ИТ и видеоигр прослеживается и в Санкт-Петербурге, однако отрыв от среднероссийского показателя не так велик и составляет 1.5 раза. Северная столица обходит Москву по концентрации занятых в двух культурных индустриях – исполнительских искусствах, а также музеях, библиотеках и архивах.

Городские округа – миллионники демонстрируют многообразие креативных специализаций. В ряде индустрий – цифровых (ИТ и видеоигры), прикладных (мода, архитектура) и культурных (исполнительские искусства) – в них прослеживается более высокая, чем в среднем по России, численность занятых в расчете на одного работающего во всех отраслях экономики.

Для городских округов с населением менее 1 млн жителей характерен скорее прикладной профиль: по сравнению со среднероссийским уровнем там выделяются мода, архитектура и ювелирное дело; а для прочих населенных пунктов, не являющихся городскими округами, – культурно-сервисный. На таких территориях за счет функционирования сегмента массовой культуры (культурно-досуговые учреждения и центры и т.д.) численность занятых в музеях, библиотеках, архивах, исполнительских искусствах и художественном творчестве в расчете на одного работающего во всех отраслях выше среднего по России; а концентрация занятых в медиа- и прикладных индустриях – заметно ниже.

Отраслевые факторы сильнее, нежели пространственные, влияют на динамику креативного сектора. Примечательно, что в большинстве случаев креативные индустрии показывали схожую динамику (рост или падение) как в столицах и крупнейших городских округах, так и за их пределами на низко урбанизированных территориях. Исключение составляют архитектура (прирост на 3% в городах с численностью населения от 500 тыс. до 1 млн чел. при падении на 1% по России в целом); промыслы и ремесла (прирост на 8% и 5% в городах с численностью населения от 250 тыс. до 500 тыс. чел. и от 500 тыс. до 1 млн чел. соответственно при падении в среднем по России на 4%) и образование в креативных индустриях (рост в 1.6 раза в городах-миллионниках, падение на 3% в Москве и на 2% в Санкт-Петербурге). Возможно, это стоит расценивать как ранние сигналы появления в городах новых креативных специализаций.

Многие творцы идут в айти

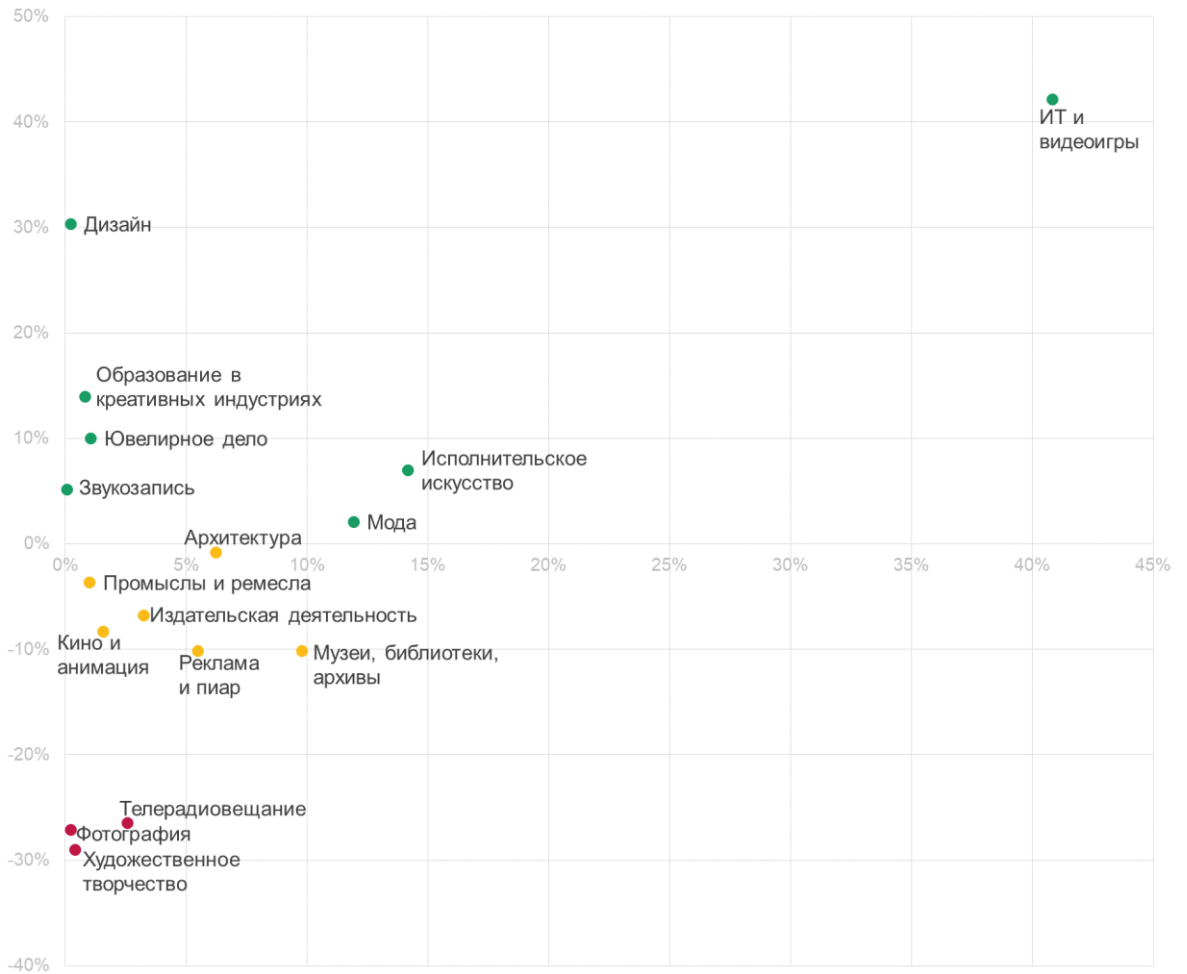
Занятость растет в цифровых индустриях и падает в связанных с более традиционными формами творчества и досуга. Среди всех креативных индустрий самые высокие темпы прироста в России показали ИТ и видеоигры (+42%). На втором месте – дизайн (+30%), на третьем – образование в креативных индустриях (+14%) (рис. 3). Лидеров роста отличает сквозной характер и наличие связей со множеством других креативных и некреативных индустрий.

Самое сильное падение (почти на треть) наблюдалось в индустриях, составляющих даже в сумме незначительную долю креативного сектора: в художественном творчестве (сокращение на 29%), фотографии (на 27%) и телерадиовещании (на 26%). Эти отрасли связаны с формами творчества и досуга, популярность которых в ближайшее время может продолжиться снижаться из-за использования технологий, теряющих актуальность (плоскостная живопись и фотография, потоковое вещание и т.д.).

Снижение в пределах 10% показали прикладные индустрии, зависящие от рыночной конъюнктуры (архитектура; реклама и пиар-индустрия), а также связанные с сохранением и передачей культурного контента (музеи, библиотеки и архивы; кино и анимация; издательская деятельность).

Такие изменения могут свидетельствовать не только о цифровизации экономики, но и о более фундаментальных изменениях рынка и потребительского поведения: новых технологиях распространения информации, тренде на универсальность и мультидисциплинарность.

Рис. 3. Численность занятых в креативных индустриях в России: вклад в общероссийское значение и темп прироста по сравнению с 2020 г., 2022 г. (%)



ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

Комментирует Виктория Боос, заведующий Лабораторией исследования креативных индустрий Центра «Российская кластерная обсерватория» ИСИЭЗ НИУ ВШЭ:

Большинство исследователей рассматривают креативность как преимущественно городской феномен и в этой оптике оценивают значительные различия в динамике и представленности креативных индустрий в крупнейших городах и на менее урбанизированных территориях как естественное явление. Однако в контексте становления экономики знаний важно вовлекать в культурную повестку и развитие креативных индустрий все большее число россиян, в том числе проживающих на удаленных территориях. Поддерживаемое во многом благодаря цифровизации сокращение «креативного неравенства» между мегаполисами, с одной стороны, и малыми и средними городами, с другой, в дальнейшем будет способствовать снижению диспропорций во всех отраслях национальной экономики.



Источники:

расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным «СПАРК-Интерфакс», ФНС.

■ Материал подготовили **В.О. Боос, А.С. Шарапова, П.П. Соломатин, 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.