

<https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2024-4-5>

УДК (338.23)

JEL (C54)

В. О. Боос<sup>а)</sup>  , В. И. Шубина<sup>б)</sup> , Е. С. Куценко<sup>в)</sup> <sup>а), б), в)</sup> Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Москва, Российская Федерация

## Между культурой и экономикой: факторы, мотивирующие регионы поддерживать креативные индустрии<sup>1</sup>

**Аннотация.** В связи с отсутствием единого подхода к поддержке креативных индустрий и объективной дифференциацией исходных социально-экономических условий в регионах России складываются различные модели участия властей в развитии креативных индустрий. Понимание соотношения факторов, влияющих на креативные индустрии, является одним из ключей к более эффективному целеполаганию и поддержке креативного сектора в российских регионах. Целью настоящего исследования является выявление с использованием метода полиномиальной логистической регрессии объективных факторов, влияющих на качество политики в сфере креативных индустрий в регионах России и определение с помощью кластеризации методом *k*-средних групп регионов, схожих по профилю реализуемых креативных политик. Определены три группы политик: организованная, самостоятельная и непроявленная. Выявлено, что восемь «организованных» регионов опережают остальные группы по уровню организационного обеспечения (в 5 и 7 раз), по привлекаемым мерам федеральной поддержки (в 1,5 и 1,8 раза), нормативному правовому и стратегическому обеспечению (на 4 % и 8 %) и находятся примерно на одном уровне с двадцатью «самостоятельными» регионами по масштабу региональных мер поддержки. «Организованные» регионы по численности студентов опережают «самостоятельные» в 1,4 раза, а «непроявленные» – в 1,9 раза; по числу патентных заявок – в 2,2 раза и 2,5 раза соответственно; по посещаемости культурных учреждений – на 22 % и 18 %. Моделирование показало, что активности органов власти в поддержке креативных индустрий на региональном уровне способствует сочетание факторов инновационного и культурного развития.

**Ключевые слова:** креативные индустрии, региональная политика, креативные кластеры, культурный сектор, креативный сектор, инновационный потенциал, культурный потенциал

**Для цитирования:** Боос, В.О., Шубина, В.И., Куценко, Е.С. (2024). Между культурой и экономикой: факторы, мотивирующие регионы поддерживать креативные индустрии. *Экономика региона*, 20(4), 1041-1057. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2024-4-5>

<sup>1</sup> © Боос В. О., Шубина В. И., Куценко Е. С. Текст. 2024.

## RESEARCH ARTICLE

## Culture and Economy: Factors Motivating Regions to Support Creative Industries

Victoria O. Boos<sup>a)</sup>  , Victoria I. Shubina<sup>b)</sup> , Evgeniy S. Kutsenko<sup>c)</sup> 

<sup>a, d, c)</sup> National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russian Federation

**Abstract.** Due to the lack of a unified approach to supporting creative industries and to the differentiation of initial socioeconomic conditions in Russian regions, different government participation models in the development of creative industries are emerging. Understanding the balance of factors influencing the creative industries is key to more effective goal-setting and support for the creative sector in Russian regions. Using the polynomial logistic regression method, this study defines objective factors that influence the quality of policies in the field of creative industries in the regions of Russia and, using *k*-means clustering, determines groups of regions with similar profiles of implemented creative policies. As a result, three groups of policies were identified: “organized”, “independent” and “unmanifested”. It was revealed that eight “organized” regions were ahead of other groups in terms of the level of organizational support (by 5 and 7 times), by federal support measures attracted (by 1.5 and 1.8 times), regulatory legal and strategic support (by 4 % and 8 %) and were approximately on the same level as twenty “independent” regions in terms of the scale of regional support measures. “Organized” regions were 1.4 times ahead of “independent” regions in terms of the number of students, and 1.9 times ahead of “unmanifested” regions. In terms of the number of patent applications “organized” regions were 2.2 and 2.5 times ahead, respectively, and in terms of attendance at cultural institutions 22 % and 18 %. Modelling showed that government authorities’ support for creative industries at the regional level is facilitated by a combination of innovative and cultural development factors.

**Keywords:** Creative industries, creative industries, cultural industries, human potential, strategic planning, regional policy, creative spaces, creative clusters

**For citation:** Boos, V.O., Shubina, V.I., & Kutsenko, E.S. (2024). Culture and Economy: Factors Motivating Regions to Support Creative Industries *Ekonomika regiona / Economy of regions*, 20(4), 1041-1057. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2024-4-5>

### Введение

Креативные индустрии (КИ) являются перспективным сегментом российской экономики, что уже нашло свое отражение на институциональном уровне: в 2021 г. принята Концепция развития креативных индустрий до 2030 г.<sup>1</sup>, а в 2022 г. — план мероприятий по ее реализации<sup>2</sup>; в субъектах РФ утверждаются планы и концепции развития КИ, а также создаются профильные фонды и агентства.

При этом в связи с отсутствием единого подхода к поддержке КИ и объективной диф-

ференциацией исходных социально-экономических условий в регионах уже сегодня складываются различные модели участия властей в развитии КИ. Одни регионы готовы тратить собственные финансовые и административные ресурсы на реализацию проектов в креативном секторе, другие не рассматривают КИ в качестве перспективного направления для инвестирования бюджетных средств.

В связи с этим становится актуальным поиск объективных причин, влияющих на формирование того или иного управленческого стиля (паттерна) в отношении развития КИ в регионах России. Это и определило цель исследования — выявление факторов, определяющих политики поддержки креативных индустрий в регионах России.

Задачами исследования являются:

— обзор исследований, посвященных факторам, влияющим на политику в сфере креативных индустрий;

— разработка методики оценки качества политик в сфере креативных индустрий в регионах;

<sup>1</sup> О Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 года № 2613-р <https://docs.cntd.ru/document/608746222> (дата обращения: 10.07.2023)

<sup>2</sup> О Плана мероприятий по реализации в 2022–2024 гг. Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Распоряжение Правительства РФ от 17 августа 2022 г. № 2290-р. Ред. от 14.03.2023. <http://static.government.ru/media/files/w4Xp3IAGZi9GI2CDWHFR3iJOAK5xb93A.pdf> (дата обращения: 10.07.2023)

— выявление групп регионов со схожими политиками в сфере креативных индустрий;

— оценка влияния различных факторов на политику регионов в сфере креативных индустрий при помощи методов кластерного анализа и корреляционно-регрессионного моделирования;

— формирование рекомендаций для регионов в сфере управления креативными индустриями на основе полученных в результате моделирования выводов.

В исследовании проверяются на достоверность две гипотезы. Первая заключается в определяющем влиянии культурного потенциала на качество политик креативных индустрий, другая — в определяющем влиянии экономических факторов.

Научная новизна исследования заключается в выявлении различных паттернов развития креативных индустрий в субъектах Российской Федерации и предпосылок их формирования.

### Теория

Креативные индустрии — сферы деятельности, где значимая часть добавленной стоимости создается благодаря результатам творческой деятельности и управлению правами на интеллектуальную собственность (Власова и др., 2021<sup>1</sup>).

Активный рост, начиная с 1980-х гг., креативного сектора экономики ряд исследователей (Мъез, Кирия, 2019; Николаева, Иванова, Ван-Чу-Лин, 2022; Шумский, 2022; Lucas, 1988) связывают с запросом власти и бизнеса на коммодизацию культуры. Так, развитие КИ в этот период стало рассматриваться как один из способов повышения доступности культурных благ (Garnham, 1990, Garnham, 2005), реиндустриализации городов (Тургель, Антонова, 2023), создания новых рабочих мест (Хестанов, 2018), особенно на депрессивных территориях, и в целом — формирования большей добавленной стоимости в сравнении с традиционным культурным сектором за счет низких расходов на тиражирование продукции КИ (Cultural Climate Barometer, 2015<sup>2</sup>; UNIDO, 2020<sup>3</sup>).

<sup>1</sup> Власова В.В., Гершман М.А., Гохберг Л.М. и др. Креативная экономика Москвы в цифрах; под ред. Л.М. Гохберга; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». Москва: НИУ ВШЭ, 2021. 108 с.

<sup>2</sup> Cultural Climate Barometer, Substantial Report (2015). substantialreport15.pdf (budobs.org) (date of access: 01.03.2024)

<sup>3</sup> Development of Clusters in Cultural and Creative Industries in the Southern Mediterranean: Project context. UNIDO.

Один из самых известных скачков развития КИ произошел в Великобритании в 90-е годы XX века и запомнился в массовой культуре слоганом «Cool Britannia» (Metro-Dynamics, 2020<sup>4</sup>). Несмотря на то, что прошло уже почти 30 лет, до сих пор в развитии КИ большую роль продолжают играть сложившиеся тогда принципы: активная роль государства и реализация скрытого потенциала регионального и городского развития. Сегодня признается важность креативных индустрий не только для развития экономики, но и для решения глобальных, в том числе экологических проблем<sup>5</sup>.

В отличие от культурных политик, качество и эффективность которых рассмотрены в множестве работ (например, UNESCO<sup>6</sup> и Metro-Dynamics<sup>7</sup>), креативные политики как в России, так и в международном пространстве освещены менее широким кругом исследований. Во всех из них государственные меры поддержки КИ рассматриваются не самостоятельно, а в составе культурных политик. К таким работам относятся, в частности, проблемно ориентированный доклад Восточно-Европейской обсерватории в сфере культуры The Cultural Policy Barometer (2015)<sup>8</sup>; доклад ЮНЕСКО «Reshaping policies for creativity» (2022)<sup>9</sup>, где анализируется вклад культурных и креативных политик в достижение целей устойчивого развития, панель индикаторов Совета Европы «Indicator framework on culture and democracy»

(2020). <https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/supporting-small-and-medium-industry-clusters/cultural-and-creative-industries> (date of access: 01.03.2024)

<sup>4</sup> The Impact of Arts & Culture on the wider Creative Economy (2020) Metro-Dynamics, 28. [Electronic source] URL: <https://www.metrodynamics.co.uk/research> (date of access: 01.03.2024)

<sup>5</sup> Culture & Creative Sectors & Industries driving Green Transition and facing the Energy Crisis. Brainstorming Report. (2023) Текст: электронный. [https://voicesofculture.eu/wp-content/uploads/2023/10/VoC-Report\\_Greening-CCSI.pdf](https://voicesofculture.eu/wp-content/uploads/2023/10/VoC-Report_Greening-CCSI.pdf) (date of access: 01.03.2024)

<sup>6</sup> Cultural industries: a challenge for the future of culture (1982) Paris: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000049972.pdf> (date of access: 01.03.2024)

<sup>7</sup> The Impact of Arts & Culture on the wider Creative Economy (2020) Metro-Dynamics, 28. <https://www.metrodynamics.co.uk/research> (date of access: 01.03.2024)

<sup>8</sup> Cultural Climate Barometer, Substantial Report (2015). URL: substantialreport15.pdf (budobs.org) (date of access: 01.03.2024)

<sup>9</sup> Reshaping policies for creativity: addressing culture as a global public good (2022). <https://cultureactioneurope.org/files/2022/02/380475eng.pdf> (date of access: 01.03.2024)

(2022)<sup>1</sup>, выявляющая лучшие точки для приложения культурных и креативных политик; доклад Европейского культурного фонда «Why We Need European Cultural Policies» (Obuljen, 2004)<sup>2</sup>, где рассматриваются государственные политики стран Европы в сфере культуры и КИ в контексте евроинтеграции.

Вопрос влияния культурного сектора на контур управления КИ пока исследован только фрагментарно. В частности, в работе (Indicator Framework on Culture and Democracy, 2022) представлено мнение, согласно которому уровень и вектор развития культуры в регионе должны оказывать существенное влияние на выбор инструментов анализа культурных политик. Европейский культурный фонд обращает внимание на то, что наличие в странах Старого Света сильных исторических традиций по государственной поддержке культурного сектора может вызывать трудности в рамках Евросоюза при обновлении и синхронизации культурных политик (Obuljen, 2004).

Экономические факторы также способны оказывать влияние на креативные политики. Еще в 1882 г. американский философ Октавиус Фротингем отмечал, что начиная с Древнего мира, развитие искусства становилось возможным только в экономически благополучные периоды (Frothingham, 1882)<sup>3</sup>, поскольку для создания культурной продукции необходимо, чтобы элиты обладали достаточным богатством для поддержки творцов. Вопрос влияния экономических факторов на развитие культурных и творческих индустрий также рассматривается в работе (Zhou et al., 2020).

Низкий уровень социально-экономического развития в целом склонен тормозить внедрение новых мер поддержки, включая мероприятия в сфере КИ (Fahmi, 2014). Но такое отставание может также и мотивировать страны специализировать свои креативные политики на поддержке тиражирования креативной продукции (Evans, 2009). Кроме того, мероприятия по поддержке креативных и культурных индустрий могут возникать в периоды, когда государству необходимо продлить угасающий эко-

номической рост<sup>4</sup> и сформировать новые специализации взамен исчезающих (Красавин, 2016). Конкуренция с другими территориями также играет свою роль: наличие региона с похожей структурой экономики и более продвинутыми мерами поддержки креативного сектора способно побудить потенциальных последователей к трансферу креативных политик (Dolowitz & Marsh, 1996). Инновационные и креативные политики могут быть направлены на близкие целевые группы — новые организации и кластеры (Sternberg, 2016; Замятина, 2015).

В российских исследованиях признается важность приоритизации креативных политик<sup>5</sup> и также рассматриваются факторы, способные оказывать влияние на политики в сфере КИ. Так, по мнению Е.М. Красавина (Красавин, 2022), импульсом для запуска инновационных и культурных сдвигов на территории может служить успех других регионов в этой сфере. В исследованиях (Замятина, 2013; Шентякова, 2011) описан один из возможных факторов, тормозящих развитие в России гуманитарных инноваций: преобладание среди российских политических и административных элит специалистов с техническим, а не гуманитарным образованием. В отечественных исследованиях отмечается значимость стратегического управления КИ на региональном уровне (Акимова, 2022; Иванова, 2022; Кореньков, 2022); проводится систематизация предпринимаемых инициатив, мер поддержки (Абанкина, 2022; Лазько, Ошарова, 2022<sup>6</sup>; Морданов, 2022), научных исследований по этой теме (Statista, 2022)<sup>7</sup>, сценариев развития креативного сектора на региональном уровне (Николаева и др., 2022), а также проблем их реализации (Васильева и др.,

<sup>4</sup> Fukuyama, F. (2009). What are the sources of economic success? *The American Interest*. Vol. 04. № 1.

<sup>5</sup> Перспективные направления развития креативной экономики России в среднесрочном периоде. Исследование Федерации креативных индустрий и Института национальных проектов о тенденциях в экономике и перспективных направлениях креативного сектора на ближайшие годы (2023). <https://www.creative-russia.ru/trends> (дата обращения: 10.12.2023)

<sup>6</sup> Лазько, Е. В., Ошарова, О. В. (2022). Креативные индустрии. Исследование аудиторско-консалтинговой фирмы Kept. 2022. [https://assets.kept.ru/upload/pdf/2022/11/ru-creative-industries-kept-survey.pdf?utm\\_source=google.com&utm\\_medium=organic&utm\\_campaign=google.com&utm\\_referrer=google.com](https://assets.kept.ru/upload/pdf/2022/11/ru-creative-industries-kept-survey.pdf?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com) (дата обращения: 10.07.2023)

<sup>7</sup> Recreation and culture weekly UK household expenditure by age (2022) STATISTA. <https://www.statista.com/statistics/285675/recreation-and-culture-weekly-uk-household-expenditure-by-age/> (дата обращения: 01.03.2024)

<sup>1</sup> Indicator Framework on Culture and Democracy (2022). <https://rm.coe.int/16806af0cb> (date of access: 01.03.2024)

<sup>2</sup> Obuljen, N. (2004) Why we need European cultural policies: the impact of EU enlargement on cultural policies in transition countries. <https://culturalfoundation.eu/stories/cpra-2004-why-we-need-european-cultural-policies/> (date of access: 01.03.2024)

<sup>3</sup> Frothingham, O. (1882). Art and Wealth. <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1882/12/art-and-wealth/632310> (date of access: 01.03.2024)

2022; Хестанов, 2018). При этом российские авторы различаются во взглядах. Так, если Е.В. Васильева, А.В. Коршунов, Е.В. Останина (Васильева и др., 2022) указывают на недостаточный уровень регламентации креативных политик, то Р.З. Хестанов (2018) ставит вопрос о целесообразности креативных и культурных политик, ориентированных на достижение лидерства на глобальном рынке, в условиях высокой конкуренции и доминирования в КИ корпоративного сектора.

Таким образом, отсутствуют комплексные исследования, позволяющие надежно оценить влияние широкого набора объективных параметров развития регионов России на складывающиеся политики в сфере КИ.

### Данные и методы

Для выявления факторов, влияющих на креативные политики в регионах, был использован специально сконструированный индекс качества креативных политик (ICQ), характеризующий уровень развития нормативного правового, стратегического и организационного обеспечения КИ в регионах, а также наличие региональных и федеральных мер поддержки. Итоговая оценка рассчитывалась как среднее арифметическое значение четырех разделов, каждое из которых, в свою очередь, было получено путем усреднения нормированных показателей. Методика расчета и значения ICQ для каждого из регионов представлены в публикации (Боос и др., 2023).

Кластеризация методом  $k$ -средних позволила определить группы, схожие по профилю реализуемых креативных политик. В качестве переменных кластеризации выступили разделы ICQ.

На следующем этапе с учетом имеющихся российских и иностранных исследований были определены четыре группы факторов, способных влиять на реализуемые в регионе креативные политики и, следовательно, на его принадлежность к той или иной группе (рис. 1).

Средняя арифметическая нормированных показателей посещаемости учреждений культуры в регионе  $\overline{cult}$  определяется по следующей формуле:

$$\overline{cult} = \frac{\overline{mus} + \overline{theatre} + \overline{conc}}{6} + \frac{\overline{lib} + \overline{mass} + \overline{school}}{6}, \quad (1)$$

где  $\overline{mus}$  — число посещений музеев в расчете на 10 тыс. чел. населения в регионе по данным Минкультуры России, ед.;  $\overline{theatre}$  — число посещений театров в расчете на 10 тыс. чел. населения в регионе по данным Минкультуры России, ед.;  $\overline{conc}$  — число посещений концертов в расчете на 10 тыс. чел. населения в регионе по данным Минкультуры России, ед.;  $\overline{lib}$  — число посещений библиотек в расчете на 10 тыс. чел. населения в регионе по данным Минкультуры России, ед.;  $\overline{mass}$  — число посещений культурно-массовых мероприятий в расчете на 10 тыс. чел. населения в регионе по данным Минкультуры России, ед.;  $\overline{school}$  — удельный вес учащихся школ искусств в общей численности населения в возрасте от 7 до 15 лет в регионе по данным ЕМИСС, %;

$\overline{invention}$  — число патентных заявок на изобретения, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в регионе по данным Роспатента, ед.;  $\overline{invention}$  — число патентных заявок на изобретения, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в России по данным Роспатента, ед.;  $\overline{utilmodel}$  — число патентных заявок на полезные модели, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в регионе по данным Роспатента, ед.;  $\overline{utilmodel}$  — число патентных заявок на полезные модели, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в России по данным Роспатента, ед.;  $\overline{design}$  — число патентных заявок на промышленные образцы и товарные знаки в регионе по следующей формуле:

$$\overline{ip} = \frac{\overline{invention} + \overline{utilmodel} + \overline{design} + \overline{tm}}{6}, \quad (2)$$

где  $\overline{invention}$  — число патентных заявок на изобретения, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в регионе по данным Роспатента, ед.;  $\overline{invention}$  — число патентных заявок на изобретения, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в России по данным Роспатента, ед.;  $\overline{utilmodel}$  — число патентных заявок на полезные модели, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в регионе по данным Роспатента, ед.;  $\overline{utilmodel}$  — число патентных заявок на полезные модели, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в России по данным Роспатента, ед.;  $\overline{design}$  — число патентных заявок на промышленные образцы и товарные знаки в регионе по следующей формуле:

**Социально-экономические условия**

- **GRP** (ВРП на душу населения, тыс. руб.)
- **URBAN** (Удельный вес городского населения в общей численности населения, %)
- **LIFE** (Ожидаемая продолжительность жизни при рождении (прогноз) в 2035 году, лет)

**Культурная среда**

- **CULTURE** (Среднее арифметическое значение нормированных показателей):
- Число посещений музея в расчете на 10 тыс. чел. населения, ед.
- Численность зрителей театров в расчете на 10 тыс. чел. населения, чел.
- Численность зрителей концертов и иных мероприятий, включая виртуальные, проведенных концертными организациями в пределах своего региона в расчете на 10 тыс. чел. населения, чел.
- Число посещений библиотеки в расчете на 10 тыс. чел. населения, ед.
- Число посещений культурно-массовых мероприятий в расчете на 10 тыс. чел. населения, ед.
- Удельный вес учащихся школ искусств в общей численности населения в возрасте от 7 до 15 лет, %

**Инновационный потенциал**

- **STUDENTS** (Численность студентов государственных, муниципальных и негосударственных образовательных учреждений, реализующих программы высшего образования, в расчете на 10 тыс. чел. населения, чел.)
- **INNOV** (Средняя арифметическая нормированных показателей)
- Число патентных заявок на изобретения, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15-72 лет, ед.
- Число патентных заявок на полезные модели, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15-72 лет, ед.
- Число патентных заявок на промышленные образцы, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15-72 лет, ед.
- Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15-72 лет, ед.
- **COMANDSCI** (Доля валовой добавленной стоимости, создаваемой деятельностью в области информации и связи и профессиональной, научной и технической деятельностью (Раздел J «Деятельность в области информации и связи» и Раздел M «Деятельность профессиональная, научная и техническая»

**Структура экономики**

- **MANUFACT** (Доля валовой добавленной стоимости, создаваемой в обрабатывающих отраслях (Раздел С «Обрабатывающие производства») в ВРП)
- **SHARE** (Удельный вес организаций креативных индустрий в общей численности занятых, %)

**Рис. 1.** *Анализируемые факторы, потенциально влияющие на паттерны креативных политик в регионах России (источник: составлено авторами)*

**Fig. 1.** *Analyzed factors potentially influencing patterns of creative policies in Russian regions*

ные модели, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в России по данным Роспатента, ед.; *design* — число патентных заявок на промышленные образцы, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в регионе по данным Роспатента, ед.; *design* — число патентных заявок на промышленные образцы, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в России по данным Роспатента, ед.; *tm* — число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в регионе по данным Роспатента, ед.; *tm* — число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет в России по данным Роспатента, ед.

Удельный вес организаций КИ в общей численности занятых определялся как отношение суммарной численности занятых в креативных индустриях в соответствии с классификатором креативных индустрий, представленном в докладе «Креативные специализации российских городов»<sup>1</sup> по данным ЕМИСС о среднесписочной численности работников по полному кругу организаций<sup>2</sup>.

Социально-экономические условия региона включены в число факторов, так как они определяют наличие финансовых ресурсов для реализации политик, а также развитого платеже-

<sup>1</sup> Креативные специализации российских городов. Научный дайджест. Спецвыпуск (2022). [https://www.hse.ru/data/2022/02/16/1747107914/Human\\_Capital\\_NCMU\\_Digest\\_Special\\_Issue\\_Creative\\_Cities\\_02-2022.pdf](https://www.hse.ru/data/2022/02/16/1747107914/Human_Capital_NCMU_Digest_Special_Issue_Creative_Cities_02-2022.pdf) (дата обращения: 01.03.2024)

<sup>2</sup> Среднесписочная численность работников по полному кругу организаций с 2017 г. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). <https://www.fedstat.ru/indicator/58699> (дата обращения: 01.03.2024)

способного спроса на продукцию КИ. Эта позиция изложена в ряде исследований (Fahmi, 2004; Frothingham, 1882<sup>1</sup>).

Культурная среда включена в число факторов, так как, с одной стороны, она может конкурировать с КИ за государственную поддержку, а с другой — способствовать более эффективным вложениям в КИ, создавая базу для их развития (Indicator Framework on Culture and Democracy, 2022<sup>2</sup>).

Высокий уровень инновационного развития в регионе может мотивировать органы исполнительной власти на соответствующем уровне поддерживать креативные индустрии, поскольку субъекты инновационной и креативной деятельности могут пересекаться. Пример такого пересечения — индустрия информационных технологий. Также особая связь между креативными индустриями и инновациями подчеркнута в новом видении креативных индустрий Великобритании<sup>3</sup>. В качестве факторов инновационного развития в исследовании используются как показатели уже проявленной инновационной активности (число патентов и доля деятельности в области информации и связи, профессиональной, научной и технической деятельности в ВДС), так и ее предикторы, например, численность студентов в регионе.

В качестве дополнительных факторов применяются показатели структуры региональной экономики. Доля обрабатывающих производств и КИ в общей численности занятых выбрана в связи с тем, что развитый обрабатывающий сектор, с одной стороны, может стимулировать органы власти разрабатывать стратегии диверсификации и стимулировать местные власти к привлечению в регион креативных профессионалов, с другой стороны, такая структура экономики способствует приоритизации других постиндустриальных отраслей. Высокий удельный вес занятых в КИ одновременно снижает риски неэффективности региональных мер поддержки, но также может внушить уверенность в том, что креативная экономика успешно развивается и без государственного участия.

<sup>1</sup> Frothingham, O. (1882). Art and Wealth. <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1882/12/art-and-wealth/632310> (date of access: 01.03.2024)

<sup>2</sup> Indicator Framework on Culture and Democracy (2022). <https://rm.coe.int/16806af0cb> (date of access: 01.03.2024)

<sup>3</sup> Creative industries sector vision & A joint plan to drive growth, build talent and develop skills. (2023) [Electronic source] URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/media/64898de2b32b9e00ca96712/Creative\\_Industries\\_Sector\\_Vision\\_accessible\\_version\\_.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/64898de2b32b9e00ca96712/Creative_Industries_Sector_Vision_accessible_version_.pdf) (date of access: 01.03.2024)

Для оценки влияния описанных выше факторов на складывающиеся в регионах паттерны креативных политик была применена полиномиальная логистическая модель.

### Модели

Кластеризация методом *k*-средних позволила сформировать следующие группы регионов, различающиеся параметрами качества политик в сфере КИ (рис. 2).

В группу «организованные» входят регионы — лидеры по уровню организационного обеспечения и привлекаемым мерам федеральной поддержки (рис. 3), несколько опережающие остальные по нормативному правовому и стратегическому обеспечению, находящиеся на одном уровне с «самостоятельными» по масштабу региональных мер поддержки, но значительно превосходящие по этому разделу другие регионы. Такая комбинация факторов позволяет занимать «организованным» высокие значения в целом по ICQ — 6 регионов этой группы входят в топ-15 по этому показателю, а оставшиеся два — Калининградская и Пензенская области — занимают высокие 21-ю и 22-ю позиции. С определенной долей условности можно сказать, что в эту группу вошли регионы, исторически являющиеся культурными и индустриальными центрами своих макрорегионов.

На каждый регион этой группы приходится в среднем 2,75 креативных кластера, и в каждом из них есть институты развития КИ. Институты поддержки КИ и креативные кластеры в этих субъектах РФ выступают в роли своеобразных точек сборки креативных проектов, которые затем привлекают федеральные и собственные региональные меры поддержки. В рассматриваемую группу входят Москва — пионер в создании креативных пространств, и Свердловская область, выстраивающая полноценную стратегию развития креативных кластеров.

Группа «самостоятельные» опережает группу «организованные» по самостоятельно реализуемым политикам. Профильные программы, посвященные каким-либо КИ, присутствуют в половине «самостоятельных» регионов (такое же соотношение и в группе «организованных»), но налоговые льготы вводятся там в два раза чаще. Большая часть участников группы «самостоятельных» входит в топ-40 рейтинга ICQ (65 %) и в топ-40 по масштабу региональных мер поддержки (70 %). Среди регионов этой группы выделяется Поволжский федеральный округ (9 из 15 регионов ПФО).

## Организованные

- Москва, Калининградская область, Санкт-Петербург, Республика Татарстан, Пензенская область, Свердловская область, Красноярский край, Томская область

## Самостоятельные

- Липецкая область, Орловская область, Тверская область, Вологодская область, Республика Крым, Астраханская область, Волгоградская область, Город федерального значения Севастополь, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Мордовия, Кировская область, Нижегородская область, Саратовская область, Ульяновская область, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Челябинская область, Республика Алтай, Новосибирская область, Приморский край, Чукотский автономный округ

## Непроявленные

- Белгородская область, Брянская область, Владимирская область, Воронежская область, Ивановская область, Калужская область, Костромская область, Курская область, Московская область, Рязанская область, Смоленская область, Тамбовская область, Тульская область, Ярославская область, Республика Карелия, Республика Коми, Ненецкий автономный округ, Архангельская область, Ленинградская область, Мурманская область, Новгородская область, Псковская область, Республика Адыгея, Республика Калмыкия, Краснодарский край, Ростовская область, Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Северная Осетия-Алания, Чеченская Республика, Ставропольский край, Республика Башкортостан, Республика Марий Эл, Удмуртская Республика, Чувашская Республика - Чувашия, Пермский край, Оренбургская область, Самарская область, Курганская область, Ямало-Ненецкий автономный округ, Тюменская область, Республика Тыва, Республика Хакасия, Алтайский край, Иркутская область, Кемеровская область - Кузбасс, Омская область, Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Камчатский край, Хабаровский край, Амурская область, Магаданская область, Сахалинская область, Еврейская автономная область

Рис. 2. Стратегические группы регионов, выделяемые по уровню качества креативных политик (источник: составлено авторами)

Fig. 2. Strategic groups of regions by the level of quality of creative policies

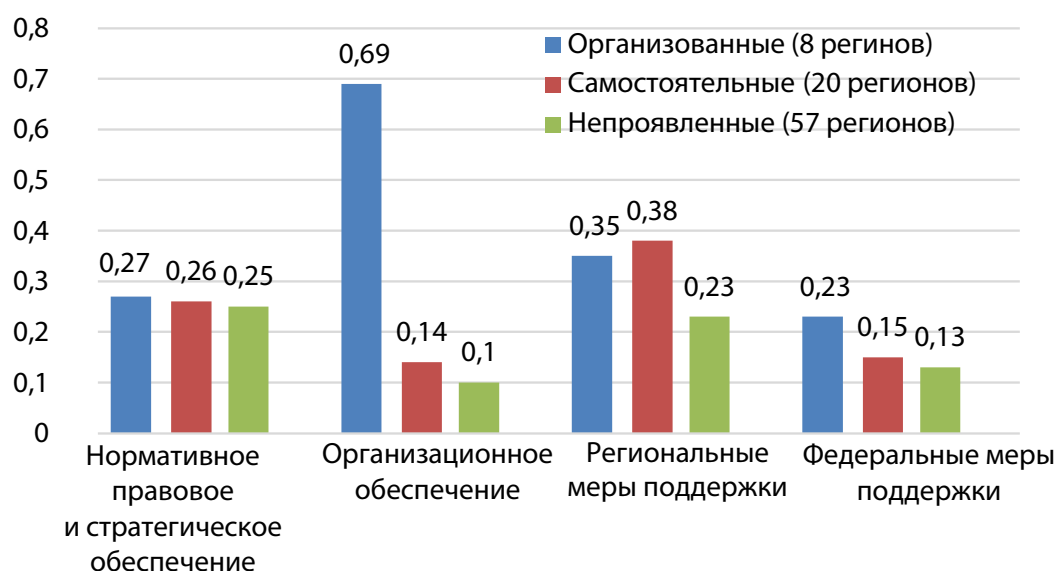


Рис. 3. Ключевые характеристики стратегических групп регионов (источник: составлено авторами)

Fig. 3. Key characteristics of the strategic groups of regions

В группу «непроявленные» вошли 57 регионов, отдельным из которых удалось сформировать нормативное правовое обеспечение и интегрировать КИ в контур стратегического планирования, но по остальным направлениям политик в сфере КИ они отстают от регионов других групп. Политики в сфере КИ у представителей этой группы слабо формализованы.

Для выявления объективных факторов, приводящих к попаданию региона в ту или иную стратегическую группу, были построены логистические полиномиальные модели с различными комбинациями исходных факторов.

Структура полиномиальной логистической модели задается следующим уравнением:



$$f(k) = \beta_{0,k} + \beta_{1,k}x_1 + \beta_{2,k}x_2 + \dots + \beta_{m,k}x_m, \quad (3)$$

где  $f(k)$  — вероятность попадания региона в группу  $k$  по качеству политик в сфере креативных индустрий;  $x_1, x_2, x_m$  — факторные показатели, оказывающие влияние на попадание региона в группу  $k$  по качеству политик в сфере креативных индустрий;  $\beta_{0,k}, \beta_{1,k}, \beta_{m,k}$  — регрессионные коэффициенты.

### Результаты

На первом шаге моделирования (табл. 1) были определены факторы, существенно ухудшающие качество модели по сравнению с исходной моделью, включающей максимальное число факторов. Модели 1.1–1.3 получены путем исключения из исходной модели одного из факторов социально-экономического развития региона, 2 — путем исключения фактора культуры, 3.1–3.3 — инновационного потенциала, 4.1–4.2 — структуры экономики.

Результаты моделирования показали, что заметнее всего предсказательную способность модели (показатель Нейджелкерка отстает от максимального более, чем на  $0,05^1$ ) снижает исключение факторов инновационного развития региона. На втором месте — фактор культуры и уровень текущего развития КИ. Среди факторов социально-экономического развития наиболее заметно исключение из модели фактора урбанизации.

На втором шаге (табл. 2) из исходной модели удалялось по несколько факторов, принадлежащих к одной группе, чтобы исключить возможность наличия у них совместных положительных эффектов на качество модели.

Для уверенности в том, что факторы социально-экономического развития, показывающие самый незначительный вклад в достоверность модели, не оказывают существенного влияния на нее даже в сочетании с другими факторами, был проведен третий шаг моделирования (табл. 3).

Из исходной модели исключалось по два фактора: один — из группы социально-экономического развития, второй — либо фактор культуры, либо инновационного потенциала. В итоге показатель Нейджелкерка оказался наиболее чувствителен к одновременному исключению из модели средней арифметической нормированных показателей числа патентных заявок на изобретения, полезные модели, промышленные образцы и товарные знаки и чис-

ленности студентов и таких показателей социально-экономического развития региона, как доля городского населения и ожидаемая продолжительность жизни.

Результаты трех шагов моделирования показали, что наибольший вклад в объяснение формирующихся паттернов политик в сфере КИ в регионах вносит следующая комбинация показателей: средняя арифметическая нормированных показателей числа патентных заявок на изобретения, полезные модели, промышленные образцы и товарные знаки, численность студентов, среднее арифметическое значение нормированных показателей посещаемости учреждений культуры, удельный вес занятых в организациях КИ в общей численности занятых, удельный вес городского населения в общей численности населения и ожидаемая продолжительность жизни при рождении.

Далее рассмотрим, насколько значимы факторы модели при оценке вероятности попадания региона в ту или иную группу по качеству политик в сфере КИ (шаг 4). Вероятность формирования «организованной» модели развития КИ в регионе тем выше, чем выше средняя арифметическая нормированных показателей посещаемости учреждений культуры, численность студентов в расчете на душу населения, средняя арифметическая нормированных показателей числа патентных заявок на изобретения, полезные модели, промышленные образцы и товарные знаки, доля валовой добавленной стоимости, создаваемой деятельностью в области информации и связи и профессиональной, научной и технической деятельностью, удельный вес занятых в организациях КИ в общей численности занятых (табл. 4).

Шансы, что в регионе вместо не проявленной сформируется «самостоятельная» модель поддержки КИ, повышает высокая численность студентов в расчете на душу населения.

По результатам четырех шагов моделирования выделились факторы, которые при исключении из модели значительно снижали ее качество, а также показали высокий уровень значимости ( $p < 0,1$ ):

- численность студентов государственных, муниципальных и негосударственных образовательных учреждений, реализующих программы высшего образования, в расчете на 10 тыс. чел. населения;

- число патентных заявок на изобретения, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет;

- среднее число посещений учреждений культуры в расчете на 10 тыс. чел. населения;

<sup>1</sup> Пороговой показатель отставания определен методом кластеризации отставаний при помощи алгоритма  $k$ -средних по одному признаку величины отставания

Таблица 1

Показатели качества полиномиальных логистических моделей, предсказывающих принадлежность региона к определенной группе по уровню качества политик в сфере КИ. Шаг 1.

Table 1

Quality indicators of multinomial logistic models predicting a region's membership in a certain group according to the level of quality of policies in the field of creative industries. Step 1.

| Показатель  | Номер модели |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|---|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|   | 0            | 1.1   | 1.2   | 1.3   | 2     | 3.1   | 3.2   | 3.3   | 4.1   | 4.2   |
| Свободный член                                      | 0,003        | 0,002 | 0,009 | 0,001 | 0,013 | 0,010 | 0,000 | 0,007 | 0,004 | 0,002 |
| GRP   | 0,769        |       | 0,566 | 0,677 | 0,944 | 0,920 | 0,983 | 0,974 | 0,766 | 0,920 |
| URBAN   | 0,127        | 0,093 |       | 0,261 | 0,280 | 0,248 | 0,073 | 0,142 | 0,170 | 0,248 |
| LIFE  | 0,410        | 0,361 | 0,845 |       | 0,483 | 0,318 | 0,345 | 0,378 | 0,461 | 0,424 |
| CULTURE   | 0,061        | 0,075 | 0,136 | 0,072 |       | 0,086 | 0,328 | 0,214 | 0,077 | 0,585 |
| STUDENTS  | 0,014        | 0,016 | 0,027 | 0,011 | 0,019 |       | 0,014 | 0,012 | 0,015 | 0,019 |
| INNOV   | 0,023        | 0,030 | 0,013 | 0,020 | 0,125 | 0,024 |       | 0,035 | 0,031 | 0,153 |
| COMANDSCI   | 0,142        | 0,180 | 0,159 | 0,131 | 0,495 | 0,127 | 0,216 |       | 0,163 | 0,651 |
| MANUFACT  | 0,421        | 0,419 | 0,565 | 0,473 | 0,527 | 0,460 | 0,553 | 0,483 |       | 0,547 |
| SHARE   | 0,048        | 0,057 | 0,093 | 0,049 | 0,454 | 0,066 | 0,312 | 0,218 | 0,062 |       |
| Нэйджелкерк   | 0,457        | 0,452 | 0,418 | 0,440 | 0,404 | 0,374 | 0,385 | 0,420 | 0,441 | 0,399 |
| Нэйджелкерк: отклонение от максимального показателя | —            | 0,005 | 0,039 | 0,017 | 0,053 | 0,083 | 0,072 | 0,037 | 0,016 | 0,058 |
| Кокса и Снелла                                      | 0,370        | 0,366 | 0,339 | 0,357 | 0,327 | 0,303 | 0,312 | 0,341 | 0,357 | 0,323 |
| Нэйджелкерк   | 0,457        | 0,452 | 0,418 | 0,440 | 0,404 | 0,374 | 0,385 | 0,420 | 0,441 | 0,399 |
| МакФаддена  | 0,278        | 0,274 | 0,249 | 0,266 | 0,239 | 0,217 | 0,225 | 0,251 | 0,266 | 0,235 |

Источник: составлено авторами

Таблица 2

Показатели качества полиномиальных логистических моделей, предсказывающих принадлежность региона к определенной группе по уровню качества политик в сфере КИ. Шаг 2.

Table 2

Quality indicators of polynomial logistic models predicting the membership of a region to a certain group according to the level of quality of policies in the field of creative industries. Step 2.

| Показатель     | Номер модели |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|----------------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                | 1.1          | 1.2   | 1.3   | 1.4   | 2.1   | 2.2   | 2.3   | 3.1   | 3.2   | 3.3   |
| Свободный член | 0,009        | 0,001 | 0,001 | 0,001 | 0,008 | 0,022 | 0,004 | 0,000 | 0,016 | 0,000 |
| GRP            |              |       | 0,526 |       |       | 0,724 | 0,875 | 0,859 | 0,798 | 0,964 |
| URBAN          |              | 0,203 |       |       | 0,215 |       | 0,427 | 0,063 | 0,222 | 0,057 |
| LIFE           | 0,785        |       |       |       | 0,448 | 0,738 |       | 0,104 | 0,274 | 0,360 |
| CULTURE        | 0,174        | 0,094 | 0,118 | 0,158 |       |       |       | 0,223 | 0,242 | 0,511 |
| STUDENTS       | 0,029        | 0,012 | 0,022 | 0,022 | 0,019 | 0,024 | 0,019 |       |       | 0,004 |
| INNOV          | 0,016        | 0,028 | 0,009 | 0,011 | 0,131 | 0,047 | 0,094 |       | 0,011 |       |
| COMANDSCI      | 0,193        | 0,171 | 0,133 | 0,164 | 0,515 | 0,474 | 0,476 | 0,061 |       |       |
| MANUFACT       | 0,561        | 0,487 | 0,544 | 0,546 | 0,515 | 0,569 | 0,538 | 0,399 | 0,495 | 0,643 |
| SHARE          | 0,125        | 0,063 | 0,075 | 0,105 | 0,456 | 0,496 | 0,434 | 0,280 | 0,264 | 0,681 |
| Кокса и Снелла | 0,330        | 0,351 | 0,336 | 0,326 | 0,326 | 0,307 | 0,316 | 0,239 | 0,268 | 0,287 |
| Нэйджелкерка   | 0,407        | 0,433 | 0,415 | 0,402 | 0,403 | 0,379 | 0,390 | 0,295 | 0,331 | 0,354 |
| МакФаддена     | 0,241        | 0,260 | 0,247 | 0,237 | 0,238 | 0,221 | 0,228 | 0,164 | 0,188 | 0,203 |

Источник: рассчитано авторами

— удельный вес занятых в организациях КИ в общей численности занятых.

Полученные результаты иллюстрирует описательная статистика в разрезе выявленных кластеров (табл. 5).

«Организованные» регионы опережают другие группы по средним арифметическим значимых показателей, а «организованные» и «самостоятельные» превосходят «непроявленные» по средним арифметическим двух

Таблица 3

Показатели качества полиномиальных логистических моделей, предсказывающих принадлежность региона к определенной группе по уровню качества политик в сфере КИ. Шаг 3

Table 3

Quality indicators of polynomial logistic models predicting the membership of a region to a certain group according to the level of quality of policies in the field of creative industries. Step 3.

| Показатель     | Номер модели |       |       |       |       |       |       |       |       |
|----------------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                | 2.1          | 2.2   | 2.3   | 3.1   | 3.2   | 3.3   | 4.1   | 4.2   | 4.3   |
| Свободный член | 0,008        | 0,022 | 0,004 | 0,000 | 0,016 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,001 |
| GRP            |              | 0,724 | 0,875 | 0,859 | 0,798 | 0,964 |       | 0,666 | 0,670 |
| URBAN          | 0,215        |       | 0,427 | 0,063 | 0,222 | 0,057 | 0,049 |       |       |
| LIFE           | 0,448        | 0,738 |       | 0,104 | 0,274 | 0,360 | 0,108 | 0,244 |       |
| CULTURE        |              |       |       | 0,223 | 0,242 | 0,511 | 0,188 | 0,296 | 0,459 |
| STUDENTS       | 0,019        | 0,024 | 0,019 |       |       | 0,004 |       |       |       |
| INNOV          | 0,131        | 0,047 | 0,094 |       | 0,011 |       |       |       |       |
| COMANDSCI      | 0,515        | 0,474 | 0,476 | 0,061 |       |       | 0,025 | 0,021 | 0,016 |
| MANUFACT       | 0,515        | 0,569 | 0,538 | 0,399 | 0,495 | 0,643 | 0,375 | 0,394 | 0,366 |
| SHARE          | 0,456        | 0,496 | 0,434 | 0,280 | 0,264 | 0,681 | 0,256 | 0,554 | 0,610 |
| Кокса и Снелла | 0,326        | 0,307 | 0,316 | 0,239 | 0,268 | 0,287 | 0,236 | 0,188 | 0,160 |
| Нэйджелкерка   | 0,403        | 0,379 | 0,390 | 0,295 | 0,331 | 0,354 | 0,292 | 0,232 | 0,198 |
| МакФаддена     | 0,238        | 0,221 | 0,228 | 0,164 | 0,188 | 0,203 | 0,162 | 0,125 | 0,105 |

Источник: рассчитано авторами

Таблица 4

Параметры полиномиальной логистической модели, предсказывающей принадлежность региона к определенной группе по уровню качества политик в сфере КИ. Шаг 4

Table 4

Quality indicators of polynomial logistic models predicting the membership of a region to a certain group according to the level of quality of policies in the field of creative industries. Step 4.

| Показатель     | Группа регионов |            |         |            |
|----------------|-----------------|------------|---------|------------|
|                | 1               |            | 2       |            |
|                | В               | Значимость | В       | Значимость |
| Свободный член | -24,999         | 0,048**    | -1,945  | 0,308      |
| GRP            | 8,023           | 0,356      | 0,973   | 0,787      |
| URBAN          | 16,608          | 0,103      | -0,488  | 0,817      |
| LIFE           | 11,034          | 0,296      | -1,396  | 0,602      |
| CULTURE        | 12,365          | 0,060*     | 0,153   | 0,939      |
| STUDENTS       | 7,410           | 0,030**    | 4,263   | 0,031**    |
| INNOV          | 15,305          | 0,025**    | 1,441   | 0,647      |
| COMANDSCI      | 0,863           | 0,086*     | 0,227   | 0,258      |
| MANUFACT       | 0,029           | 0,511      | -0,024  | 0,325      |
| SHARE          | -196,224        | 0,051*     | -19,076 | 0,492      |

$p$  — уровень значимости (\*\*\*)  $p < 0,01$ , \*\*  $p < 0,05$ , \*  $p < 0,1$ ).

В качестве опорной при проведении моделирования принята третья группа регионов.

Источник: рассчитано авторами

из них: численность студентов и число патентных заявок.

Среди незначимых показателей группа «организованных» опережает остальные по удельному весу городского населения, доле валовой добавленной стоимости, создаваемой в области информации и связи, профессиональной, научной и технической деятельности и незна-

чительно (на 1 %) — по ожидаемой продолжительности жизни.

Среди рассматриваемых факторов наиболее существенное влияние на качество политик в сфере КИ в регионах оказывают факторы, связанные с инновационным потенциалом региона (численность студентов в расчете на 10 тыс. чел. населения и число патентных

Средние значения значимых показателей полиномиальной логистической модели в разрезе кластеров

Table 5

## Average values of significant indicators of the multinomial logistic model by clusters

| Показатели  | Организованные | Самостоятельные | Непроявленные | Все регионы |
|---|----------------|-----------------|---------------|-------------|
| Численность студентов государственных, муниципальных и негосударственных образовательных учреждений, реализующих программы высшего образования, в расчете на 10 тыс. чел. населения, чел. | 387,917        | 280,126         | 206,914       | 242,397     |
| Число патентных заявок на изобретения, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15-72 лет, ед.  | 0,413          | 0,185           | 0,162         | 0,190       |
| Среднее число посещений учреждений культуры в расчете на 10 тыс. чел. населения, ед.  | 0,386          | 0,317           | 0,328         | 0,331       |
| Удельный вес занятых в организациях креативных индустрий в общей численности занятых, %   | 0,058          | 0,044           | 0,045         | 0,046       |
| ВРП на душу населения, тыс. руб.  | 1 012,718      | 748,936         | 911,645       | 549,224     |
| Удельный вес городского населения в общей численности населения, %  | 82,363         | 71,042          | 69,377        | 70,896      |
| Ожидаемая продолжительность жизни при рождении (прогноз) в 2035 г., лет   | 79,571         | 78,623          | 78,587        | 78,692      |
| Доля валовой добавленной стоимости, создаваемой в обрабатывающих отраслях в ВРП, %  | 16,725         | 14,516          | 18,154        | 17,248      |
| Доля валовой добавленной стоимости, создаваемой деятельностью в области информации и связи и профессиональной, научной и технической деятельностью, %                                     | 0,061          | 0,043           | 0,039         | 0,042       |

Источник: рассчитано авторами

заявок на изобретения в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике), уровне развития культуры (среднее число посещений учреждений культуры в расчете на 10 тыс. чел. населения) и КИ (удельный вес занятых в организациях КИ в общей численности занятых).

Из двух факторов инновационного потенциала — концентрации студентов и патентной активности — первый оказался более значимым. Именно он определяет попадание региона в группы с «проявленными» политиками в сфере КИ («организованные» и «самостоятельные»).

Объяснить влияние студенчества на качество политики в сфере КИ можно несколькими способами. Во-первых, представители молодого образованного населения чаще склонны основывать стартапы и искать работу в постиндустриальном секторе экономики, включая КИ, формируя объективный запрос и достаточный

объем целевой аудитории для запуска первых в регионе креативных политик. Во-вторых, студенты предъявляют повышенный спрос на медиаконтент. В-третьих, значительная численность студентов формирует базу для запуска молодежных политик. Успешный опыт их реализации, в свою очередь, способен стать хорошей основой для политик в сфере КИ.

Низкая доля студентов в численности занятых способствует тому, чтобы модель управления КИ в регионе оставалась непроявленной, даже несмотря на высокие доходы населения. Примером, иллюстрирующим эти зависимости, являются Ненецкий и Ямало-Ненецкий автономные округа, одновременно входящие в десятку регионов с самой низкой концентрацией студентов и самым высоким уровнем ВРП на душу населения.

Важность патентной активности для формирования наиболее качественных политик

в сфере КИ в рамках «организованной» модели объясняется тем, что к их поддержке региональные власти мотивирует не только и не столько высокий уровень экономического развития, сколько особый тип, связанный с инновациями. С одной стороны, для становления и эффективной работы институтов поддержки и креативных кластеров, выступающих сегодня центральным элементом «организованной» модели, нужны квалифицированные специалисты, имеющие опыт коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности. С другой — организации КИ могут появляться вследствие диверсификации инновационных бизнесов. Можно предположить, что определенные качества региональных управленцев одинаково способствуют разработке эффективных политик как в сфере инноваций, так и КИ. К таким качествам относятся высокий уровень профессиональной мотивации, инициативность, умение эффективно взаимодействовать с федеральными органами исполнительной власти и предпринимательским сообществом.

Значимость фактора культуры позволяет отвергнуть гипотезу, согласно которой представители органов власти в регионах с высоким уровнем развития культурной среды считают, что ее достаточно для развития там креативного сектора. Этот фактор оказался менее значим, чем инновации, в отношении «организованных» регионов и незначим для «самостоятельных». Это обусловлено тем, что культура оказывает разнонаправленное воздействие на политики в сфере КИ. С одной стороны, она может обосновывать и стимулировать их внедрение, поскольку создавать креативный продукт проще уже на базе имеющегося и востребованного культурного. С другой — насыщенная культурная среда, особенно объектами культурного наследия, требует много финансовых и административных ресурсов, отвлекая их от КИ. Это иллюстрирует опыт Смоленской и Псковской областей, где реализуются специализированные региональные государственные программы по сохранению культурного наследия, но имеется существенный потенциал развития мер поддержки КИ.

Влияние фактора удельного веса КИ в общей численности занятых в регионе представляется логичным, поскольку именно представители креативных сообществ создают спрос на качественные меры поддержки.

Фактор доли ВДС, создаваемой в области инноваций и связи, в профессиональной, научной и технической деятельности, показал свою значимость для формирования «организованной» модели политик в сфере КИ, однако его исключе-

ние из модели не оказывает значительного влияния на ее качество. По всей вероятности, рассматриваемый показатель связан с другими факторами инновационного и постиндустриального развития, оказывающими более существенное влияние на качество политик, — патентной активностью и численностью студентов.

Незначимыми факторами для формирования «организованной» модели оказались ожидаемая продолжительность жизни при рождении и доля ВДС, создаваемой в обрабатывающих отраслях. Следовательно, ни высокое качество жизни, ни высокий уровень индустриализации не являются триггерами запуска в регионах качественных и последовательных политик в сфере КИ.

Таким образом дилемма о том, что важнее для качества политик в сфере КИ: культура или экономика — не имеет однозначного решения. Наибольшую значимость для формирования на региональном уровне продвинутых моделей развития КИ показали не общеэкономические факторы, такие как ВРП на душу населения и доля городского населения, а индикаторы развития постиндустриального сектора экономики.

Представляется, что полученные результаты могут быть использованы при совершенствовании федеральных и региональных мер поддержки КИ. На федеральном уровне должны создаваться административные и регуляторные условия для реализации регионами дифференцированных политик в сфере КИ, учитывающих их ключевые особенности, включая уровень развития экономики и культуры.

Субъектам РФ, обладающим высоким уровнем инновационного и культурного потенциала и где уже сегодня складывается «организованная» модель развития, можно советовать реализацию полного комплекса политик в сфере КИ, включающего как максимальное участие в федеральных, так и реализацию собственных мер поддержки на базе местных институтов развития креативных индустрий<sup>1</sup>. Международный опыт показывает, что даже глобальные регионы, обладающие мировым лидерством в сфере креативных индустрий, обладают достаточно комплексными программами поддержки для своих творцов. Особый акцент может быть сделан на фискальных механизмах для КИ, выступающих отраслями специализации этих регионов. На сегодняшний момент они встречаются там в два раза реже, чем среди «самостоятельных» регионов,

<sup>1</sup> HSE Global Cities Innovation Index — 2023. <https://gcii.hse.ru/> (date of access: 01.03.2024)

но могут оказаться эффективными (GOV.UK, 2007)<sup>1</sup>.

«Самостоятельные» регионы, преимущественно отстающие от «организованных» по благосостоянию, но при этом аккумулирующие образованную молодежь, уже внедряют многие меры поддержки КИ, в том числе за счет собственных ресурсов. Однако создается впечатление, что «самостоятельные» регионы не в полной мере реализуют потенциал взаимодействия с федеральными институтами развития креативных индустрий. По этой причине для улучшения позиций на федеральном уровне им следует выступать в роли пилотных регионов для новых мер поддержки, стимулировать конкуренцию между представителями КИ за получение государственного финансирования, тем самым улучшая качество креативного продукта.

«Непроявленным» стоит задуматься об органичном и последовательном развитии КИ: сначала как об инструменте закрепления на территориях квалифицированных сотрудников, формирования для них альтернативных карьерных сценариев; далее, при наличии первых положительных результатов от первого этапа, как о самостоятельном секторе экономики. На первой стадии могут оказаться эффективными меры по созданию инфраструктуры поддержки КИ, в первую очередь креативных кластеров и профильных проектных офисов. На втором этапе возможен переход к финансовым мерам, включая субсидирование индустрий, претендующих на статус креативных специализаций региона, и их фискальное стимулирование.

### Заключение

Исследование показало, что формирование в регионах политик в сфере КИ находится под влиянием масштаба постиндустриального

<sup>1</sup> Creative Sector Tax Relief Treasury response (2013). [https://web.archive.org/web/20130413000131/http://hm-treasury.gov.uk/d/creative\\_sector\\_tax\\_reliefs\\_response111212.pdf](https://web.archive.org/web/20130413000131/http://hm-treasury.gov.uk/d/creative_sector_tax_reliefs_response111212.pdf) (date of access: 01.03.2024)

сектора (факторов концентрации студенчества, патентной активности и вклада КИ в занятость в регионе) и вовлеченности жителей в культурный сектор.

Несмотря на то, что политики в сфере КИ — новое направление деятельности региональных властей, на сегодняшний день складываются несколько моделей их реализации. Ключевыми особенностями «организованной» модели являются лидерство в организационном обеспечении КИ и привлечении федеральных мер поддержки, высокий уровень развития нормативного правового и стратегического обеспечения при среднем уровне инициативности в части региональных политик. Для «самостоятельной» модели, напротив, при отставании от «организованной» в запуске институтов развития и привлечении федеральных мер поддержки, характерна большая активность в реализации собственных региональных политик. Субъекты, чья модель в управлении КИ пока не проявлена, показывают существенное отставание от других групп по всем направлениям, кроме нормативного правового обеспечения.

Формирование «организованной» модели обусловлено структурными особенностями региональной экономики — ее инновационным потенциалом, проявляющимся в высокой численности студентов и числе патентных заявок, большой доле, занимаемой в структуре экономики КИ, а также развитой культурной средой. Единственным фактором, значимым для проявления «самостоятельной» модели, оказалась численность студентов, из чего следует, что низкая концентрация образованных молодых людей демотивирует региональные власти поддерживать КИ.

Таким образом, на формирование качественных политик в сфере КИ оказывают влияние как экономические факторы в части инновационного развития, так и культурные, однако первые более значимы. В дальнейшем эти выводы могут быть использованы для обоснования новых региональных и федеральных мер поддержки креативного сектора.

### Список источников

- Абанкина Т. В., Мацкевич А. В., Романова В. В. (2022). Креативные индустрии в условиях пандемии COVID-19. *Экономика. Налоги. Право*. 15(2), 38-51. <https://doi.org/10.26794/1999-849X-2022-15-2-38-51>
- Акимов, О. Е., Волков, С. К., & Симонов, А. Б. (2022). Креативные индустрии в России: тенденции развития и потенциал роста. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, (1), 96-114. <https://doi.org/10.38050/01300105202215>
- Боос, В. О., Шубина, В. И., Куценко, Е. С. (2023). Регионы России в фокусе индекса качества креативных политик. *Региональные исследования*, 4(82), 53-65. <https://doi.org/10.5922/1994-5280-2023-4-5>
- Васильева, Е. В., Коршунов, А. В., Останина, Е. В. (2022). Проблемы проектирования модели развития креативных индустрий в России. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*, 3(67), 9-14. [https://doi.org/10.52452/18115942\\_2022\\_3\\_9](https://doi.org/10.52452/18115942_2022_3_9)

- Замятина, Н. Ю. (2015). Культурные факторы географической дифференциации социально-экономического развития: зарубежные подходы. *Региональные исследования*, 2(48), 4–14.
- Замятина, Н. Ю. (2013). Креативный класс, символический капитал и территория. *Общественные науки и современность*, 4, 130–139.
- Иванова, М. В. (2022). Развитие отраслей креативной сферы как направление повышения региональной конкурентоустойчивости. *Московский экономический журнал*, 7(10). 580-590/ [https://doi.org/10.55186/2413046X\\_2022\\_7\\_10\\_588](https://doi.org/10.55186/2413046X_2022_7_10_588)
- Кореньков, А. О. (2022). Креативная индустрия: понятия, свойства, разновидности, изменение парадигмы. *Самоуправление*, 1(129), 58-63.
- Красавин, Е. М. Красавина Р. А. (2016). Пути развития творчества в креативно ориентированном регионе: отечественный опыт. *Региональная экономика: теория и практика*, 7(430), 23-34.
- Морданов, М. А. (2022). Характеристика современного состояния и направления развития креативных индустрий как эффективного инструмента регионального развития. *Креативная экономика*. 16(1), 245-260. <https://doi.org/10.18334/ce.16.1.114123>
- Мьеж, Б., Кирия, И. (2019). Креативные индустрии: в поисках стабильности концепта. *Коммуникации. Медиа, Дизайн*. 3(4), 22-37.
- Николаева, И. В., Иванова, Л. Д., Ван-Чу-Лин, А. Т. (2022). Креативная экономика Республики Саха (Якутия): перспективы развития. *Экономика и природопользование на Севере*, (3), 46-54. <https://doi.org/10.25587/SVUFU.2022.74.80.004>
- Тургель, И. Д., & Антонова, И. С. (2023). Креативная реиндустриализация городов «второго эшелона» в условиях цифровой трансформации: исследование инструментами SciVal. *Экономика региона*, 19(3), 629–650. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2023-3-3>
- Хестанов, Р. З. (2018) Креативные индустрии — модели развития. *Социологическое обозрение*, 17(3), 173-196. <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2018-3-173-196>
- Шентякова, А. (2011) Политическая и административная элита: качественный состав и каналы рекрутирования. *Российские властные институты и элиты в трансформации: Материалы восьмого Всероссийского семинара «Социологические проблемы институтов власти в условиях российской трансформации»*. Отв. ред. А. В. Дука. Санкт-Петербург: Интерсоцис, 145-167.
- Шумский, А. В. (2022) Контент индустрии моды и медиареформа культурных смыслов. *Меди@льманах*, 2(109), 28-38. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.2.2022.2838>
- Dolowitz, D., & Marsh, D. (1996). Who Learns What from Whom: A Review of the Policy Transfer Literature. *Political Studies*, 44(2), 343–357. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1996.tb00334.x>
- Evans, M. (2009). Policy transfer in critical perspective. *Policy Studies*, 30(3), 243–268. <https://doi.org/10.1080/01442870902863828>
- Fahmi, Fikri Zul (2014). Creative economy policy in developing countries: the case of Indonesia, 54th Congress of the European Regional Science Association: “Regional development & globalisation: Best practices”, 26-29 August 2014, St. Petersburg, Russia, European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve.
- Garnham, N. (1990). Editorial. *Media, Culture & Society*, 12(4), 419-421. <https://doi.org/10.1177/016344390012004001>
- Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries. An analysis of the implications of the «creative industries» approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1). 15-29. <https://doi.org/10.1080/10286630500067606>
- Lucas, R. E., Jr. (1988). On the Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 22(1), 3-42. [https://doi.org/10.1016/0304-3932\(88\)90168-7](https://doi.org/10.1016/0304-3932(88)90168-7)
- Sternberg, R. (2016) Creativity support policies as a means of development policy for the global South? A critical appraisal of the UNESCO Creative Economy Report 2013. *Regional Studies*, 51(2), 336–345. <https://doi.org/10.1080/00343404.2016.1174844>
- Zhou, J., Li, J., Jiao, H., Qiu, H., Liu, Z., (2020) The more funding the better? The moderating role of knowledge stock on the effects of different government-funded research projects on firm innovation in Chinese cultural and creative industries, *Technovation*, 92–93, <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.002>

## References

- Abankina, T. V., Matskevich, A. V., Romanova, V. V. (2022). Creative industries in the context of the COVID 19 pandemic. *Ekonomika. Nalogi. Pravo = Economics, taxes & law*, 15(2), 38-51. <https://doi.org/10.26794/1999-849X-2022-15-2-38-51> (In Russ.)
- Akimova, O. E., Volkov, S. K., & Simonov, A. B. (2022). Creative industries in Russia: development trends and growth potential. *Moscow University Economic Bulletin*, (1), 96–114. <https://doi.org/10.38050/01300105202215> (In Russ.)
- Boos, V. O., Shubina, V. I., Kutsenko, E. S. (2023). Regions of Russia in the focus of the quality index of creative policies. *Regional Research*, 4(82), 53-65. <https://doi.org/10.5922/1994-5280-2023-4-5> (In Russ.)
- Dolowitz, D., & Marsh, D. (1996). Who Learns What from Whom: A Review of the Policy Transfer Literature. *Political Studies*, 44(2), 343–357. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1996.tb00334.x>

- Evans, M. (2009). Policy transfer in critical perspective. *Policy Studies*, 30(3), 243–268. <https://doi.org/10.1080/01442870902863828>
- Fahmi, F. Z. (2014). *Creative economy policy in developing countries: the case of Indonesia*, 54th Congress of the European Regional Science Association: “Regional development & globalisation: Best practices”, 26–29 August 2014, St. Petersburg, Russia, European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve.
- Garnham, N. (1990). *Editorial. Media, Culture & Society*, 12(4), 419–421. <https://doi.org/10.1177/016344390012004001>
- Garnham, N. (2005) From cultural to creative industries. An analysis of the implications of the «creative industries» approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 15–29. <https://doi.org/10.1080/10286630500067606>
- Ivanova, M. V. (2022). Development of Creative Industries as a Direction of Increasing Regional Competitiveness. *Moscow Economic Journal*, 7(10). [https://doi.org/10.55186/2413046X\\_2022\\_7\\_10\\_588](https://doi.org/10.55186/2413046X_2022_7_10_588) (In Russ.)
- Khestanov, R. Z. (2018) Creative Industries — Models of Development Kreativnye industrii — modeli razvitiya. *Sociologicheskoe obozrenie [Russian Sociological Review]*, 17(3), 173–196. <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2018-3-173-196> (In Russ.)
- Korenkov, A. O. (2022). Creative Industry: Concepts, Properties, Varieties, Paradigm Shift. *Samoupravlenie*, 1(129), 58–63. (In Russ.)
- Krasavin, E. M., Krasavina, R. A. (2016). Ways of Development of Creativity in the Creative-Focused Region: Domestic Experience. *Regional Economics: Theory and Practice*, 7(430), 23–34. (In Russ.)
- Lucas R. E., Jr. (1988) On the Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 22, 3–42 [https://doi.org/10.1016/0304-3932\(88\)90168-7](https://doi.org/10.1016/0304-3932(88)90168-7)
- Miege, B., & Kiriya, I. V. (2019). Creative Industries: Looking for the Stability of the Concept. *Communications. Media. Design*, 3(4), 22–37. (In Russ.)
- Mordanov M. A. (2022) Kharakteristika sovremennogo sostoyaniya i napravleniya razvitiya kreativnykh industriy kak effektivnogo instrumenta regionalnogo razvitiya [Current state and development trends of creative industries as an effective tool for regional development]. *Kreativnaya ekonomika. Creative economy*, 16(1), 245–260. doi:<https://doi.org/10.18334/ce.16.1.114123> (In Russ.)
- Nikolaeva, I. V., Ivanova, L. D., Van-Chu-Lin, A. T. (2022). Creative economy in the Republic of Sakha (Yakutia): development prospects. *Economy and nature management in the North*, (3), 46–54. (In Russ.) <https://doi.org/10.25587/SVVFU.2022.74.80.004> (In Russ.)
- Shentyakova, A. (2011) *Politicheskaya i administrativnaya ehлита: kachestvennyy sostav i kanaly rekrutirovaniya [Political and administrative elite: qualitative composition and recruitment channels.]*. Rossijskie vlastnye instituty i ehlyty v transformacii: Materialy vos'mogo Vserossijskogo seminar “Sociologicheskie problemy institutov vlasti v usloviyakh rossijskoj transformacii” [Russian power institutions and elites in transformation: Materials of the eighth All-Russian seminar “Sociological problems of power institutions in the conditions of Russian transformation.”]. Saint-Petersburg: Intersocis, 145–167. (In Russ.)
- Shumsky, A. V. (2022) Kontent industrii mody i mediareforma kul'turnykh smyslov [Fashion Industry Content and Media Reformation of Cultural Values]. *Medi@l'manakh*. 2(109), 28–38. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.2.2022.2838> (In Russ.)
- Sternberg, R. (2016) Creativity support policies as a means of development policy for the global South? A critical appraisal of the UNESCO Creative Economy Report 2013. *Regional Studies*, 51(2), 336–345
- Vasilieva, E. V., Korshunov, A. V. Ostanina, E. V. (2022). Problems of Design Model for Creative Industries Development in Russia. *Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod. Social Science*, 3(67), 9–14. [https://doi.org/10.52452/18115942\\_2022\\_3\\_9](https://doi.org/10.52452/18115942_2022_3_9) (In Russ.)
- Turgel, I. D., & Antonova, I. S. (2023). Creative Reindustrialisation of the Second-Tier Cities in the Digital Transformation Era: A Study Using SciVal Tools. *Economy of Regions*, 19(3), 629–650. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2023-3-3> (In Russ.)
- Zamyatina, N. YU. (2015). Cultural Factors of the Spatial Differentiation of Socio-Economic Development: International Approaches. *Regional'nye issledovaniya*, 2(48), 4–14. (In Russ.)
- Zamyatina, N. Yu. (2013). Kreativnyy klass, simvolicheskiy kapital i territoriya. *Social Sciences and Contemporary World*, 4, 130–139. (In Russ.) <https://doi.org/10.1080/00343404.2016.1174844>
- Zhou, J., Li, J., Jiao, H., Qiu, H., Liu, Z., (2020) The more funding the better? The moderating role of knowledge stock on the effects of different government-funded research projects on firm innovation in Chinese cultural and creative industries, *Technovation*, 92–93. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.002>

### Информация об авторах

**Боос Виктория Олеговна** — кандидат экономических наук, заведующий отделом «Лаборатория исследования креативных индустрий» центра «Российская кластерная обсерватория», Институт статистических исследований и экономики знаний, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; <https://orcid.org/0000-0002-5552-0375> (Российская Федерация, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 11, к. 301; e-mail: vboos@hse.ru).

**Шубина Виктория Игоревна** — кандидат экономических наук, научный сотрудник центра «Российская кластерная обсерватория», Институт статистических исследований и экономики знаний, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; <https://orcid.org/0009-0000-7498-0556> (Российская Федерация, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 11, к. 301; e-mail: vshubina@hse.ru).



**Куценко Евгений Сергеевич** — кандидат экономических наук, директор центра «Российская кластерная обсерватория», Институт статистических исследований и экономики знаний, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; <https://orcid.org/0000-0002-0335-1944>; Scopus Author ID: 55903194100 (Российская Федерация, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 11, к. 301; e-mail: ekutsenko@hse.ru).

### About the authors

**Victoria O. Boos** — Cand. Sci. (Econ), Head of the Creative Industries Unit, Centre “Russian Cluster Observatory”, Institute for Statistical Studies and Economics of Knowledge, National Research University Higher School of Economics; <https://orcid.org/0000-0002-5552-0375> (room 301, 11, Myasnitskaya st., Moscow, 101000, Russian Federation; e-mail: vboos@hse.ru).

**Victoria I. Shubina** — Cand. Sci. (Econ), Research Fellow, Centre “Russian Cluster Observatory”, Institute for Statistical Studies and Economics of Knowledge, National Research University Higher School of Economics; <https://orcid.org/0009-0000-7498-0556> (room 301, 11, Myasnitskaya st., Moscow, 101000, Russian Federation; e-mail: vshubina@hse.ru).

**Evgeniy S. Kutsenko** — Cand. Sci. (Econ), Director of Centre “Russian Cluster Observatory”, Institute of Statistical Research and Economics of Knowledge, National Research University Higher School of Economics; Scopus Author ID: 55903194100; <https://orcid.org/0000-0002-0335-1944> (room 301, 11, Myasnitskaya st., Moscow, 101000, Russian Federation; e-mail: ekutsenko@hse.ru).

### Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### Conflict of interests

The authors declare no conflicts of interest.

Дата поступления рукописи: 29.03.2024.

Прошла рецензирование: 29.05.2024.

Принято решение о публикации: 27.09.2024.

Received: 29 March 2024.

Reviewed: 29 May 2024.

Accepted: 27 Sep 2024.