

Методы исследования креативных индустрий на макроэкономическом уровне

Евгения Ю. Симакова

*Тверской государственный университет
Тверь, Россия, evg-simakova2009@yandex.ru*

Марина В. Цуркан

*Тверской государственный университет
Тверь, Россия, 080783@list.ru*

Аннотация. В настоящее время изучение креативных индустрий является актуальной темой научного исследования, направленного на выявление факторов, способствующих их успешному развитию. Целью данной статьи является исследование уникальных черт экономического феномена, известного как креативные индустрии, с акцентом на анализе исследовательских подходов и обоснованием количественных и качественных методов исследования данной сферы деятельности.

Научная новизна статьи заключается в выявлении авторами аспектов методологии исследования креативной индустрии в Российской Федерации, анализе и систематизации методов исследования креативной индустрии на макроэкономическом уровне и определении принципов планирования креативной индустрии, которые позволяют выявить ключевые факторы, способствующие устойчивому развитию и экономическому росту в данной сфере.

В качестве методологической основы данной статьи использованы научные исследования ученых, федеральные проекты, нормативно-правовые документы. В исследовании применяются такие методы, как анализ, синтез, наблюдение, сравнение и обобщение, а также индуктивные и дедуктивные подходы.

Ключевые слова: креативная индустрия, аспекты методологии исследования креативной индустрии, методы исследования креативной индустрии, принципы планирования

Для цитирования: Симакова Е.Ю., Цуркан М.В. Методы исследования креативных индустрий на макроэкономическом уровне // Вестник РГГУ. Серия «Экономика и управление». 2025. № 4. С. 120–133. DOI: 10.28995/3033-7216-2025-4-120-133

Methods of research of creative industries at the macroeconomic level

Evgenia J. Simakova

Tver State University, Tver, Russia

evg-simakova2009@yandex.ru

Marina V. Tsurkan

Tver State University, Tver, Russia

080783@list.ru

Abstract. Currently, the study of creative industries is an urgent topic of scientific research aimed at identifying factors contributing to their successful development. The purpose of the article is to explore the unique features of the economic phenomenon known as creative industries, with an emphasis on analyzing research approaches and substantiating quantitative and qualitative research methods in that field of activity.

The scientific novelty of the article lies in the identification by the authors of the methodology aspects for research of the creative industry in the Russian Federation, the analysis and the methods systematization for research of the creative industry at the macroeconomic level and the definition of the principles of the creative industry planning, which identify the key factors contributing to sustainable development and economic growth in the field.

Scientific research, federal projects, and regulatory documents are used as the methodological basis for the present article. The study employs methods such as analysis, synthesis, observation, comparison and generalization, as well as inductive and deductive approaches.

Keywords: creative industry, aspects of the methodology of creative industry research, methods of creative industry research, principles of planning

For citation: Simakova, E.J. and Tsurkan, M.V. (2025), "Methods of research of creative industries at the macroeconomic level", *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics and Management" Series*, no. 4, pp. 120-133, DOI: 10.28995/3033-7216-2025-4-120-133

Введение

Креативные индустрии имеют важное значение в развитии национальной экономики, они неразрывно связаны с историей и культурной средой общества. Их развитие стимулирует создание новых рабочих мест и увеличение благосостояния страны за счет использования творческого потенциала населения [Crociata et al. 2024].

Важно различать креативные индустрии от культурных: первые ориентированы на достижение экономических целей, вто-

рые – на социальные и культурные задачи [Canaan 2020]. Вклад креативных отраслей в экономику оценивается по таким показателям, как снижение безработицы, рост ВВП, развитие экспорта и др.

Изученные научные работы по данной теме исследования представляют различные подходы к измерению масштабов креативных отраслей, но эти методики имеют свои изъяны, включая недостаточность (несформированность) статистических данных и иных источников информации, и как следствие, усложнение процесса сбора и анализа данных о деятельности, связанной с креативными секторами экономики, а также вытекающие из этого сложности процессов сбора и анализа данных о деятельности, связанной с креативными секторами экономики.

Основная часть

Исследование креативной индустрии на макроэкономическом уровне привлекло внимание множества как зарубежных, так и российских ученых и исследователей из различных областей, включая экономику, социологию, культурологию и менеджмент. Так, например, Джон Хоукинс (John Howkins) – автор книги “Creative Economy: How People Make Money from Ideas” 2002 г. – исследовал как креативные идеи могут быть превращены в экономическую ценность; Дэвид Хезмондалш (David Hesmondhalgh) исследует влияние креативных индустрий на культуру и экономику, акцентируя внимание на вопросах трудовых условий и производственных процессов в этих секторах; Ричард Флорида (Richard Florida) – известный социолог и автор концепции «креативного класса» – фокусируется на влиянии креативных работников на экономическое развитие городов и регионов.

Работы Энтони С. О’Коннора (Anthony C. O’Connor) касаются влияния креативной экономики на макроэкономические показатели и устойчивое развитие страны в целом. Анализом взаимодействия между креативными индустриями и политикой, а также их вкладом в социальное и экономическое развитие занимается Сара Кук (Sarah Cook), а исследования Кеничи Окада (Kenichi Okada) фокусируются на методах оценки экономического воздействия креативных индустрий в различных странах [Štreimikienė 2020].

Таким образом, проведенный обзор основных научных разработок в области креативной экономики показывает ее меж-

дисциплинарную природу, характер влияния креативной индустрии на макроэкономические процессы, а также возможные стратегии ее поддержки и развития со стороны государства [Escaith 2022].

В России тоже имеется ряд ученых, занимающихся исследованием креативной индустрии на макроэкономическом уровне. Весомый вклад в развитие и продвижение креативной индустрии в России внесло Агентство стратегических инициатив (АСИ), по результатам своих исследований они составили «Атлас креативных индустрий Российской Федерации»¹. В нем исследователи стараются оценить российский и мировой опыт поддержки креативных индустрий, вклад данных индустрий в экономику РФ по всем уровням территориальных образований, методологию расчета приближенной оценки вклада креативных индустрий в экономику России.

Большую работу по изучению креативных индустрий в России ведет Центр креативных индустрий РАНХиГС «Справочник творческие (креативные) индустрии» Т.В. Абанкина, Н.В. Гладких, А.Н. Данилюк, Е.В. Зеленцова, О.Б. Кизина и другие². За основу для разработок методологии креативных индустрий данной статьи взят научный дайджест под изданием Высшей школы экономики № 13.

Вышеперечисленные научные исследования способствуют развитию понимания креативной индустрии в России, а также помогают формировать новые подходы к ее оценке на макроэкономическом уровне.

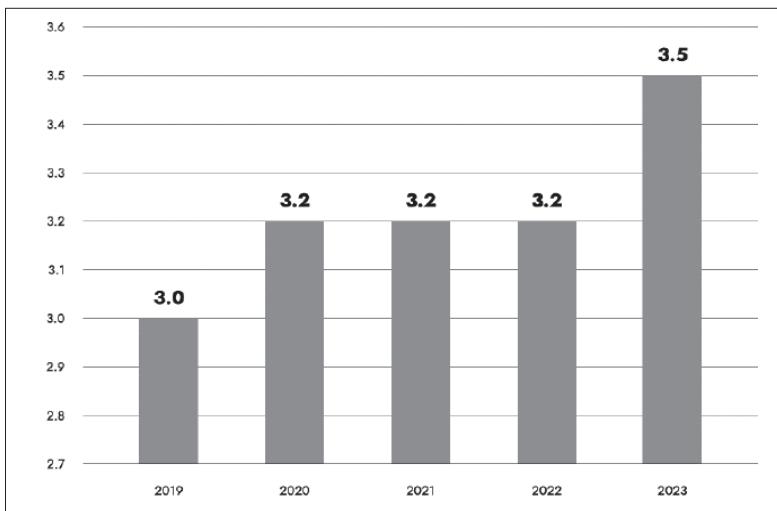
Исследование влияния креативных индустрий на экономику страны представляет собой одну из важнейших, но недостаточно изученных областей научного знания. В контексте анализа национальной экономики особое внимание заслуживает оценка следующих аспектов социально-экономического воздействия креативных индустрий, а именно: вклад креативной индустрии в валовой внутренний продукт (ВВП) страны и добавленная стоимость, объемы экспорта продукции креативной индустрии, снижение безработицы среди молодежи, повышение качества жизни населения, социально-культурное развитие и др.

¹ Журавлева Т., Токарев И. Атлас креативных индустрий российской федерации. М.: АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», 2021. 558 с.

² Креативный сектор в России демонстрирует концентрированный рост. URL: mirror/pubs/share/913623851.pdf (дата обращения 1 марта 2025).

В настоящее время творческий сектор играет все более заметную роль в экономике страны. Только за 2023 г. доля продукции и товаров креативной индустрии занимают 3,5% в валовом внутреннем продукте страны, и данное значение в динамике лет с каждым годом растет (рис. 1). При этом темпы прироста валовой добавленной стоимости (далее – ВДС) в 1,7 раза выше средних по экономике (19,0%) и в натуральном выражении составляют 5,4 трлн руб.

С 2023 г. на креативную индустрию приходится 0,7 млн организаций и индивидуальных предпринимателей (далее – ИП), из них 213,4 тыс. организаций, т. е. 6,9% из общего числа организаций в России и 485,5 тыс. индивидуальных предпринимателей или 12,5% из общего числа ИП в России. Соответственно, из представленных данных можно увидеть, что в креативном секторе по созданию и регистрации организационно-правовой формы ИП в два раза популярнее, чем коммерческие организации. В качестве особенности здесь можно отметить, что 29,6% приходится в совокупности на организации, которые занимаются разработкой программного обеспечения.



*Рис. 1. Доля креативных индустрий
в ВВП, %³*

³ Креативный сектор России в цифрах: 2024. URL: <https://asi.ru/library/main/203166/?ysclid=m9ssijlhm0328553136> (дата обращения 7 марта 2025).



Рис. 2. Структура выручки организаций креативного сектора за 2023 г.⁴

В 2023 г. увеличилась выручка креативной индустрии в общем доходе страны и составила 14,5 трлн руб. или 3,7%, при этом выделяется высокая доля креативных профессий вне креативных индустрий и составляет около 39,7%. По данным ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, в структуре выручки организаций на крупные и средние предприятия креативного сектора приходится 61,6%, на малые – 38,4% (рис. 2).

Креативные отрасли играют значительную роль в формировании новых рабочих мест. В 2023 г. доля занятых в креативном секторе России составила 6,2%, что соответствует 4,6 млн чел.

Необходимо отметить, что креативные индустрии продолжают активно развиваться, о чем свидетельствует наличие достаточной рабочей силы и других факторов, например, повышение производительности труда (рис. 3), способствующих росту добавленной стоимости продукции и повышению уровня жизни населения [Симакова 2024].

Производительность труда в разных сферах деятельности креативной индустрии значительно разнится, например, в арт-индустрии данный показатель составляет 2,3 млн руб./чел., что более чем в 3 раза меньше аналогичного показателя по ювелирному делу (7,0 млн руб./чел.) и в 4 раза меньше показателя по направлению реклама и пиар (9,0 млн руб./чел.).

Деятельность креативной экономики регламентируется Федеральным законом от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации», где уточнены объекты, субъекты, инфраструктура креативной индустрии, а также государственные меры поддержки произво-

⁴ Там же.



Рис. 3. Производительность труда в креативных индустриях в России: 2023, млн руб./чел.⁵

дителей продукции креативной индустрии (далее – КИ)⁶ [Цуркан, Симакова 2024].

Следует отметить важность и необходимость дальнейшего исследования деятельности креативных индустрий в разрезе разных уровней анализа экономики, а особенно на макроэкономическом уровне, так как здесь представлены агрегированные показатели развития отраслей. Данный анализ проводится с применением разных методов исследования, а методология исследования, в свою очередь, представляет собой системный подход к анализу и оценке влияния креативных секторов на экономику страны в целом (рис. 4).

Необходимо помнить, что креативные индустрии включают в себя такие области исследования, как дизайн, реклама, мода, музыка, кино, медиа, искусство и другие сферы творческого раз-

⁵ Креативный сектор России в цифрах: 2024. URL: <https://asi.ru/library/main/203166/?ysclid=m9ssijlhm0328553136> (дата обращения 7 марта 2025).

⁶ Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/409395175/> (дата обращения 7 марта 2025).



Рис. 4. Основные характеристики методологии исследования креативной индустрии (составлено авторами)

вития, поэтому сначала нужно четко определить, какой именно сектор КИ в данный момент анализируется⁷.

Также при рассмотрении основных характеристик КИ необходимо сосредоточиться на определении оценки их вклада в развитие страны, а именно: доля в ВВП, рост занятости населения, доля экспорта продукции КИ и другие экономические показатели. Для проведения данных исследований могут быть применены как количественные, так и качественные показатели (рис. 5).

Креативные индустрии часто взаимодействуют с другими отраслями, такими как образование, туризм, ИТ-сфера, поэтому при анализе необходимо учитывать эти взаимодействия и их влияние на экономику.

В применении методологии исследования неоспоримым аспектом является анализ государственной политики в области поддержки и развития КИ (программы финансирования, налоговые льготы и стратегические инициативы и др.).

Следует отметить, что креативные индустрии влияют на социальное развитие, культурное разнообразие и качество жизни населения, а не только способствуют росту экономических пока-

⁷ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2 613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года». URL: HEXNAom6EJunVlxBCjIAtAya8FAVDUfP.pdf (дата обращения 7 марта 2025).



Рис. 5. Методы исследования креативной индустрии на макроэкономическом уровне (составлено авторами)

зателей страны. Поэтому методология также должна включать оценку данных аспектов [Ерёмина, Валлакс 2024].

И, конечно же, неотъемлемым аспектом является изучение успешных моделей развития креативных индустрий и исследование лучших практик разных стран.

Все вышеперечисленные характеристики исследования креативных индустрий на макроуровне ложатся в основу методологии их анализа. Для проведения анализа креативной индустрии применяют количественные и качественные методы, а также для соответствующих расчетов показателей могут быть использованы одновременно несколько методов (рис. 5).

Согласно данным рисунка, к количественным методам относятся: статистический анализ, эконометрическое моделирование и сравнительный анализ.

Статистический анализ позволяет проводить расчет и обоснование таких показателей, как численность занятого населения в КИ, уровень дохода населения, объем производства творческой продукции и вклад КИ в ВВП страны, также здесь можно рассматривать и коэффициенты роста показателей.

Применение эконометрического моделирования [Sukharev et al. 2020] необходимо при выявлении взаимосвязей результативного признака (например, КИ) от различных факторов влияния или воздействия (например, занятость населения, доля экспорта продукции, инвестиции в КИ и др.), также с помощью регрессионного анализа определяется теснота связи между факторным и результативным признаком.

Сравнительный анализ исследования креативной индустрии дает возможность оценить уровень развития аналогичных сфер деятельности в разных регионах, странах. Очень действенным является анализ успешных практик и адаптация их к имеющимся условиям.

Качественные методы базируются на описательных и информационных методологических началах. Проведение интервью с экспертами, представителями бизнеса и государственных структур, глубинные интервью осуществляется со стороны специалистов, вовлеченных в творческие процессы для оценки современного состояния, тенденций развития и существующего проблемного поля креативной индустрии. Кейс-стади помогают изучать и перенимать опыт успешных креативных проектов, создавать креативные кластеры, а также в разрезе анализа осваивать факторы успеха и потенциально возможные модели развития КИ.

С помощью программно-целевого метода проводится анализ политической ситуации, государственного регулирования креативного сектора, развития госпрограмм и инициатив с целью определения их результативности и эффективности.

Проведение социологических исследований в виде опросов, анкетирования специалистов, занятых в творческой сфере, необходимы для сбора данных об их запросах, проблемах и восприятии рынка креативной индустрии в целом. Здесь же изучается общественное мнение и оценка роли креативных индустрий для экономики страны.

Исследование между участниками экономических отношений, такими как государственные структуры, коммерческие предприятия, учебные заведения проводятся с помощью анализа сетевых структур. При этом особое внимание необходимо уделять оценке влияния кластерного подхода на развитие КИ и ее роли в экономике страны.

Вышеперечисленные методы анализа креативной индустрии могут применяться как изолированно, так и в комплексе, позволит обеспечить более глубокое и проработанное исследование

Таблица 1

Принципы планирования креативной индустрии на макроуровне (составлено авторами)

№	Наименование принципа	Содержание принципа
1	Принцип научности	В ходе разработки плана развития такой отрасли, как креативная индустрия, осуществляется комплексный анализ современных тенденций и перспектив социально-экономического развития данной области экономики. Разрабатываются прогнозы с соответствующим технико-экономическим обоснованием темпов роста, а также формируется система материальных балансов
2	Принцип социальной ориентированности	При планировании необходимо руководствоваться принципами общественной пользы, определяя в первую очередь интересы человека и общества. Удовлетворение потребностей населения должно являться основополагающим принципом государственного планирования, поскольку это отвечает фундаментальным основам социально-экономического развития страны
3	Принцип роста благосостояния общества	Для повышения качества жизни общества и достижения устойчивого развития экономики необходимо создать условия, которые давали бы возможность максимального использования творческого потенциала населения страны. На практике реализовать данный принцип можно посредством превращения инвестиций в образование и науку, поддержки инноваций, создания необходимой инфраструктуры для развития креативной сферы, укрепления международного сотрудничества и др.
4	Принцип рационального распределения экономических ресурсов	Экономические ресурсы, необходимые для развития креативной сферы, следует размещать в соответствии с потребностями общества и творческим потенциалом регионов. А также нужно учитывать взаимодействие креативной индустрии с другими отраслями экономики, такими как образование, туризм, технологии и др. для повышения их общей эффективности и экономического роста страны
5	Принцип приоритета	Определение ключевых направлений деятельности креативной экономики и обеспечение их необходимыми ресурсами для эффективного функционирования и развития
6	Принцип интеграции	Данный принцип подразумевает системный подход к развитию креативной экономики. Достигается путем согласованности краткосрочных и долгосрочных планов. При этом отслеживается рациональность и эффективность использования ресурсов, адаптируемость к рискам и достижение оптимистичных прогнозов развития креативной сферы в перспективе

современного состояния и прогнозирование развития креативной отрасли с точки зрения макроэкономического уровня.

При изучении методов исследования креативной индустрии нельзя забывать о применении принципов макроэкономического планирования. В данном случае принципы играют ключевую роль в выявлении приоритетных факторов, способствующих стабильному экономическому росту данной сферы деятельности (табл. 1).

Вышеперечисленные принципы планирования креативной индустрии на макроэкономическом уровне учитывают культурные и социальные аспекты деятельности сферы, что способствует грамотной разработке стратегических документов государственными органами и Правительством РФ для сохранения творческого и культурного наследия, и соответственно, достижению общественного блага. А также, используя принципы на практике, достигается рациональное распределение ресурсов, взаимодействие между различными секторами экономики, осуществляется поддержка инновационной деятельности, что в дальнейшем способствует созданию новых рабочих мест и повышению качества жизни населения.

Заключение

Таким образом, можно сделать вывод, что исследование креативных индустрий на макроэкономическом уровне предполагает междисциплинарный подход, интегрирующий знания в области экономики, социологии, культурологии и менеджмента. Основной целью такого исследования является не только глубокое понимание современного состояния креативных секторов, но и выработка рекомендаций по обеспечению их устойчивого развития и эффективной интеграции в общую экономическую стратегию государства или региона.

Литература

Ерёмина, Валлакс 2024 – Ерёмина И.А., Валлакс В.В. Методологические основы прогнозирования экономических показателей в условиях ситуационного реагирования на пространственное распределение ресурсов // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2024. № 4 (68). С. 125–138. DOI: 10.26456/2219-1453/2024.4.125-138. EDN UQQOCM.

- Симакова 2024 – Симакова Е.Ю. Развитие креативной индустрии в условиях санкционного давления на экономику России // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2024. № 1 (65). С. 142–150. DOI: 10.26456/2219-1453/2024.1.142-150. EDN EILTUC.
- Цуркан, Симакова 2024 – Цуркан М.В., Симакова Е.Ю. Государственная политика в сфере развития креативной экономики Российской Федерации // На страже экономики. 2024. № 3 (30). С. 100–108. DOI: 10.36511/2588-0071-2024-3-100-108. EDN DOJICR.
- Canaan 2020 – Canaan R.P. Creative Economy and Cultural Heritage: A Proposal to Tourism Development and Appreciation of Local Identity // Strategic Design Research Journal. 2020. Vol. 12, No. 2. DOI: 10.4013/sdrj.2019.122.12. EDN WSADAI.
- Crociata et al. 2024 – Crociata A., Pinate A.C., Urso G. The cultural and creative economy in Italy: Spatial patterns in peripheral areas // European Urban and Regional Studies. 2024. DOI: 10.1177/09697764231222221. EDN BHGEDK.
- Escaith 2022 – Escaith H. Creative Industry 4.0: Towards a New Globalised Creative Economy (an Overview) // Social Science Research Network. 2022. DOI 10.2139/ssrn.4104398. EDN VQILAK.
- Štreimikienė 2020 – Štreimikienė D. The creative economy and sustainable development: The Baltic States / D. Štreimikienė, T. Kačerauskas // Sustainable Development. 2020. Vol. 28. No. 6. P. 1632–1641. DOI: 10.1002/sd.2111. EDN RHQYQGQ.
- Sukharev et al. 2020 – Sukharev A., Smirnova O., Orlova N. Fiscal And Monetary Policy: Problems Of Coordination (Theory And Experience Of Russia) // Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas. 2020. Vol. 8. No. 15. P. 242–257.

References

- Canaan, R. (2020), “Creative Economy and Cultural Heritage: A Proposal to Tourism Development and Appreciation of Local Identity”, *Strategic Design Research Journal*, Vol. 12 (2), DOI: 10.4013/sdrj.2019.122.12. – EDN WSADAI.
- Crociata, A. (2024), “The cultural and creative economy in Italy: Spatial patterns in peripheral areas”, *European Urban and Regional Studies*, DOI: 10.1177/09697764231222221. – EDN BHGEDK.
- Eremina, I.A. and Wallask, V.V. (2024), “Methodological foundations of forecasting economic indicators in the context of situational response to the spatial distribution of resources”, *Bulletin of Tver State University. Series: Economics and Management*, vol. 4 (68), pp. 125-138, DOI: 10.26456/2219-1453/2024.4.125-138. – EDN UQQOCM.
- Escaith, H. (2022), “Creative Industry 4.0: Towards a New Globalised Creative Economy (an Overview)”, *Social Science Research Network*, DOI: 10.2139/ssrn.4104398, EDN VQILAK.
- Simakova, E.Yu. (2024), “Development of the creative industry in the context of sanctions pressure on the Russian economy”, *Bulletin of Tver State University. Series: Economics and Management*, vol. 1 (65), pp. 142-150, DOI: 10.26456/2219-1453/2024.1.142-150, EDN EILTUC.

- Štreimikienė, D. (2020), "The creative economy and sustainable development: The Baltic States", *Sustainable Development*, vol. 28 (6), pp. 1632-1641, DOI: 10.1002/sd.2111, EDN RHQYGG.
- Sukharev, A., Smirnova, O. and Orlova, N. (2020), "Fiscal And Monetary Policy: Problems Of Coordination (Theory And Experience Of Russia)", *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, vol. 8, no. 15, pp. 242-257.
- Tsurkan, M.V and Simakova, E.Yu. (2024), "State policy in the field of development of the creative economy of the Russian Federation", *The Economy under Guard*, vol. 3 (30), pp. 100-108, DOI: 10.36511/2588-0071-2024-3-100-108, EDN DOJICR.

Информация об авторах

Евгения Ю. Симакова, кандидат экономических наук, доцент, Тверской государственный университет, Тверь, Россия; 170100, Россия, Тверь, ул. Желябова, д. 33; evg-simakova2009@yandex.ru

Марина В. Цуркан, доктор экономических наук, доцент, Тверской государственный университет, Тверь, Россия; 170100, Россия, Тверь, ул. Желябова, д. 33; 080783@list.ru

Information about the authors

Evgenia J. Simakova, Cand. of Sci. (Economics), associate professor, Tver State University, Tver, Russia; bld. 33, Zhelyabova Street, Tver, Russia, 170100; evg-simakova2009@yandex.ru

Marina V. Tsurkan, Dr. of Sci. (Economics), associate professor, Tver State University, Tver, Russia; bld. 33, Zhelyabova Street, Tver, Russia, 170100; 080783@list.ru