

Е. Г. Кропинова <sup>a)</sup>, А. С. Мондыч  <sup>б)</sup><sup>а, б)</sup> Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, г. Калининград, Российская Федерация

## Анализ рынка труда в креативных индустриях на основе сравнения ключевых показателей в регионах Северо-Западного федерального округа России<sup>1</sup>

**Аннотация.** После утверждения Министерством экономического развития Российской Федерации в апреле 2025 г. перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативным индустриям на основе ОКВЭД, появилась необходимость актуализации данных о вкладе этой сферы в региональную экономику и занятость населения. Цель настоящего исследования – оценить текущее состояние рынка труда в креативных индустриях в регионах Северо-Западного федерального округа России (далее – СЗФО). Анализ методических материалов показал, что ранее методики охватывали более широкий перечень креативных индустрий и рассматривали занятых в креативной экономике на основе выборочного обследования рабочей силы, а не конкретно в организациях креативных индустрий. Методика же настоящего исследования базируется на индикаторах ресурсного подхода к кадровому потенциалу. В ее основе объединен отраслевой анализ индикаторов занятости в организациях, работающих в сфере креативных индустрий, и анализ рынка труда в этих сферах (включающий, в том числе, анализ показателей hh-индекса). По результатам исследования подтверждается гипотеза, что на рынке труда в креативных индустриях наблюдается крайне высокая конкуренция за рабочие места на фоне сокращения вакансий относительно предыдущего 2024 г. В большинстве регионов СЗФО доля занятых в креативных индустриях ниже, чем в среднем по России (за исключением Санкт-Петербурга и Псковской области). По ряду показателей был составлен ранжированный список регионов СЗФО по индексу креативного кадрового потенциала для рынка труда. Методика позволила выявить наиболее перспективные для развития креативных индустрий регионы (Калининградская, Мурманская, Ленинградская, Псковская и Новгородская области). В качестве механизмов стимулирования этого направления авторы предлагают рассмотреть возможность создания льготных условий для креативных индустрий на базе уже существующих зон с преференциальным режимом. Отмечена необходимость в совершенствовании перечня видов экономической деятельности креативных индустрий от Минэкономразвития.

**Ключевые слова:** рынок труда, кадры, дефицит кадров, кадровый потенциал, креативные индустрии, креативный класс, креативная экономика, индекс креативного кадрового потенциала, экономика регионов, Северо-Западный федеральный округ

**Благодарности.** Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 25-17-20027, <https://rscf.ru/project/25-17-20027/> и гранта Правительства Калининградской области (Соглашение № 03-С/2025 от 18.04.2025). Проект выполнен в Балтийском федеральном университете им. И.Канта.

**Для цитирования:** Кропинова, Е. Г., Мондыч, А. С. (2026). Анализ рынка труда в креативных индустриях на основе сравнения ключевых показателей в регионах Северо-Западного федерального округа России. *Экономика региона*, 22(1), 128–144. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2026-1-10>

<sup>1</sup> © Кропинова Е. Г., Мондыч А.С. Текст. 2026.

## RESEARCH ARTICLE

Elena G. Kropinova <sup>a)</sup>, Andrey S. Mondych  <sup>b)</sup><sup>a, b)</sup> Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russian Federation

## Comparative Analysis of Key Labour Market Indicators in the Creative Industries Across Russia's Northwestern Federal Okrug

**Abstract.** In April 2025, the Russian Ministry of Economic Development officially classified certain activities as creative industries, underscoring the need to update data on their contributions to regional economies and employment. This study aims to assess the current state of the labour market in the creative industries across the regions of Russia's Northwestern Federal Okrug. While previous approaches covered more industries and relied on labour force surveys rather than organization-level data, the proposed methodology uses a resource-based approach to human capital assessment, combining an industry-focused analysis of employment indicators in creative industry organizations with a labour market analysis, including hh-index indicators. The results confirm that the labour market in creative industries is highly competitive, with a decline in vacancies compared to 2024. In most of the given regions, the share of creative industry employees is below the national average, except in Saint Petersburg and Pskov Oblast. Using a range of indicators, the study ranks the regions according to a creative human capital index for the labour market and identifies the most promising regions for creative industry development: Kaliningrad, Murmansk, Leningrad, Pskov, and Novgorod. To stimulate growth in this sector, the authors suggest establishing preferential conditions for creative industries in existing economic zones. The study also highlights the need to refine the Ministry-approved list of economic activities classified as creative industries.

**Keywords:** labour market, manpower, labour shortage, human resource potential, creative industries, creative class, creative economy, Creative Human Resources Index, regional economy, Northwestern Federal Okrug

**Acknowledgements.** This research was supported by the Russian Science Foundation (Project No. 25-17-20027, <https://rscf.ru/project/25-17-20027/>) and by the Government of the Kaliningrad Region (Agreement No. 03-C/2025 dated April 18, 2025). The project was carried out at Immanuel Kant Baltic Federal University.

**For citation:** Kropinova, E. G., & Mondych, A. S. (2026). Comparative Analysis of Key Labour Market Indicators in the Creative Industries Across Russia's Northwestern Federal Okrug. *Ekonomika regiona / Economy of regions*, 22(1), 128–144. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2026-1-10>

### Введение

По данным Росстата, валовая добавленная стоимость креативной экономики составила 7,5 трлн р., что составляет 4,1 % от всего ВВП России за 2024 г.<sup>1</sup> При этом по сравнению с 2023 г. индекс валовой добавленной стоимости креативной экономики вырос на 12,1 %. В связи с этим относительно недавно понятие «креативные индустрии» было закреплено на законодательном уровне в рамках Федерального закона от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»<sup>2</sup>.

В ходе изучения креативных индустрий внимание авторов привлекла их классификация на основании Приказа Минэкономразвития России, утвержденного в апреле 2025 г.,

в основе которой лежит список видов экономической деятельности в сфере креативных индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД 2)<sup>3</sup>. Он разделяет креативные индустрии на 16 основных групп. До этого исследователи для измерения креативной экономики применяли авторские классификации креативных индустрий (далее — КИ). В данной статье представлены результаты исследования, в методологической основе опирающегося на классификации Минэкономразвития, и проведено сравнение полученных результатов с результатами исследований, выполненных до утверждения данной классификации.

Актуальность анализа рынка труда в креативных индустриях усиливает и тот факт, что в предыдущие годы отмечен дефицит кадров в ряде других отраслей экономики, который вызван множеством причин, начиная с демографиче-

<sup>1</sup> Министерство экономического развития Российской Федерации. (2025). Вклад креативной экономики в ВВП в 2024 году составил 7,5 трлн рублей. [https://economy.gov.ru/material/news/vklad\\_kreativnoy\\_ekonomiki\\_v\\_vvp\\_v\\_2024\\_godu\\_sostavil\\_75\\_trln\\_rublej.html](https://economy.gov.ru/material/news/vklad_kreativnoy_ekonomiki_v_vvp_v_2024_godu_sostavil_75_trln_rublej.html) (дата обращения: 20.09.2025)

<sup>2</sup> Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» от 08.08.2024 N 330-ФЗ (последняя редакция). Доступ из информационно-правовой системы КонсультантПлюс. <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.09.2025).

<sup>3</sup> Приказ Минэкономразвития России от 23.04.2025 № 266 «Об утверждении перечня видов экономической деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД 2)». Доступ из информационно-правовой системы КонсультантПлюс. <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.09.2025).

ских и заканчивая санкционными (Колесникова и др., 2023). Данное исследование позволит установить, наблюдается ли похожая ситуация и в креативных индустриях. Авторы на основе своих предположений придерживаются гипотезы, что в креативных индустриях наблюдается высокая конкуренция за рабочие места на фоне роста числа соискателей и малого числа вакантных мест в организациях в 2025 г. Поскольку это утверждение существенно отличается от ситуации в других отраслях экономики, оно нуждается в проверке на основе количественных показателей состояния рынка труда.

Поле для исследования выбраны регионы Северо-Западного федерального округа (СЗФО), т. к. среди них есть субъекты, выделяющиеся уровнем развития креативных индустрий. По актуальной оценке креативной экономики за 2024 г., Санкт-Петербург занимает 2-е место в стране. Также, помимо него, в топ-20 регионов вошла Новгородская область (13-е место) и Калининградская область (17-е место в рейтинге) (Гохберг, Боос и др., 2025). Это свидетельствует о довольно высоком уровне развития креативных индустрий по сравнению с другими субъектами страны, а значит, низкий кадровый потенциал для рынка труда этих регионов может стать барьером для их дальнейшего развития.

В связи с вышеизложенным была сформулирована цель исследования, которая заключается в сравнительном анализе состояния рынка труда в креативных индустриях в регионах СЗФО на основе текущего кадрового потенциала. Для достижения поставленной цели выполнена задача по сбору ключевой информации по ряду параметров, характеризующих рынок труда каждого из регионов на основе доступных данных. Также была решена задача по разработке комплексной методологии для ранжирования регионов по состоянию рынка труда в КИ на основании адаптированного Российского регионального индекса креативных индустрий и ресурсного подхода к измерению кадрового потенциала.

Научная новизна состоит в апробации нового подхода к измерению креативных индустрий на основе перечня Минэкономразвития. Проведено сравнение существующих индексов, содержащих подходы к измерению КИ, и обоснованы возможности применения наиболее оптимального из них в модифицированном варианте для сравнения рынков труда регионов на основе кадрового потенциала. Методика апробирована на регионах СЗФО. По результатам рассмотрена возможность применения кадрового потенциала для обоснования создания новых зон с преференциальным режимом для креативных индустрий либо расширения действия льготных режимов для КИ в существующих особых эконо-

мических зонах (далее — ОЭЗ) или в специально-административных районах (далее — САР).

## Теория

Концепция креативных индустрий (КИ) является результатом эволюции культурных индустрий во второй половине XX в. В своем исследовании Р. Хестанов (2018) описывает зарождение концепции культурных индустрий после Второй мировой войны с целью вовлечения широких масс в культурную жизнь. Основным стимулом развития концепции культурных индустрий послужила поддержка бизнеса в сфере распространения культурной продукции со стороны правительств. Государственные субсидии помогли создать рынок продуктов культуры. Следующим этапом развития стала трансформация концепции культурных индустрий в концепцию креативных индустрий, где широкие массы не просто потребляют продукцию ограниченного числа творцов, но и сами постепенно становятся ими из-за доступности множества новых инструментов.

Основополагающими трудами в концепции креативных индустрий стали работы Ричарда Флориды о креативном классе (Florida, 2005), Чарльза Лэндри с концепцией креативных городов (Landry, 2006), Джона Хоукинса о коммерциализации интеллектуального труда (Hawkins, 2001) и Ричарда Кейвса об экономике креативных индустрий (Caves, 2002). Изучение этих трудов показало, что основной аппарат концепции креативных индустрий использует следующие обозначения: культурные индустрии, творческие индустрии. Креативные индустрии, креативный класс и интеллектуальная собственность, в свою очередь, являются компонентами креативной экономики.

В соответствии с Федеральным законом № 330-ФЗ в России под «креативными индустриями» понимают экономическую деятельность, непосредственно связанную с созданием, продвижением на внутреннем и внешнем рынках, распространением и (или) реализацией креативного продукта, обладающего уникальностью и экономической ценностью. Также в данном законе закреплены такие понятия как «креативный продукт» и «креативный кластер»<sup>1</sup>.

В данном исследовании мы ограничимся классификацией КИ через виды экономической деятельности на основании Приказа Минэкономразвития, обозначенного во введении данной работы, т. к. перед исследователями не стоит задача развить понятийный аппарат и для достижения заявленной цели исследования этого достаточно.

<sup>1</sup> Ст. 3. Федерального закона «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» от 08.08.2024 № 330-ФЗ (последняя редакция). Доступ из информационно-правовой системы КонсультантПлюс. <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.09.2025).

Помимо определения КИ, для анализа рынка труда важно понимать, кто является основным кадровым ресурсом. Ричард Флорида (Florida, 2005) под основной движущей силой креативной экономики понимает «креативный класс», который представляет собой группу людей, занимающихся интеллектуальным трудом, производящих экономические ценности в процессе творческой деятельности в постиндустриальном секторе экономики. Данная социальная группа включает в себя как специалистов из цифровых и медийных сфер (дизайнеры, разработчики видеоигр, специалисты рекламы и медиа), так и представителей более традиционных творческих отраслей — художников, музыкантов, работников музеев и театров, а также ремесленников, использующих навыки художественного творчества и культурное наследие.

Представители данного класса оказывают существенное влияние на культурное и технологическое развитие общества. Существует немало зарубежных исследований, которые подтверждают вклад креативного класса в социально-экономическое развитие компаний (Batabyal & Beladi, 2018), городов (L'Heureux, 2015) и регионов (Boschma & Fritsch, 2009). В совокупности это оказывает влияние на развитие страны и цивилизации в целом. Можно утверждать, что кадры в креативных индустриях могут служить одним из ресурсов, который необходимо учитывать при планировании развития регионов.

Развивая концепцию креативного класса, Р. Флорида разделил его по профессиональным критериям на две широкие группы: «суперкреативное ядро» и «креативные профессионалы» (Florida, 2012). К «суперкреативному ядру» отнесены профессии, создающие новые идеи или продукты: учёные и инженеры, писатели, художники, дизайнеры, архитекторы, культурные деятели и другие создатели общественного мнения и инноваторы. Более обширную группу составляют «креативные профессионалы» — это специалисты с высоким уровнем образования (врачи, юристы, финансисты, менеджеры и др.), которые регулярно используют комплексные знания для решения задач.

Однако не стоит забывать об ограничениях и противоречиях развития концепции «креативного класса», на которые обращает внимание в своем исследовании Т.Д. Степанова (2024) через призму эксплуатации творческого труда. Автор делает акцент на том, что понятие креативного класса спорно с политэкономической точки зрения и является минимально достаточным для математических методов, его лучше классифицировать через группы работников.

Другие исследователи (Колмыкова, Четверикова, 2024; Гумерова, Шаймиева, 2023) склоняются к тому, что к раскрытию сущности креатив-

ного класса более применим подход М. Вебера, т. к. представителей данного класса объединяют не общие интересы и чувства, а способность к творческому труду в силу своих знаний и навыков. Поэтому под креативным классом в своем исследовании мы будем понимать кадры, которые обладают творческими знаниями и навыками для осуществления трудовой деятельности в креативных индустриях.

На сегодняшний день в России, исходя из дайджестов НИУ ВШЭ, число представителей креативного класса растет<sup>1</sup>. Отечественные исследователи (Ефлова и др., 2023) в качестве актора развития креативного класса в стране отмечают молодежь (15–35 лет), среди которой на первое место выходят креативность, нестандартность и комфортные условия труда, что привлекательно для данной возрастной группы.

Принимая во внимание текущее состояние рынка труда, некоторые исследователи отмечают, что на фоне дефицита кадров в промышленности (Александрова, 2024) и в сервисе (Сенченко, Папиж, 2024) основная кадровая проблема для креативных индустрий заключается в рассредоточенности людей с необходимыми творческими навыками по стране, что препятствует созданию целостного и устойчивого креативного бизнеса в регионах (Королева, Соколова, 2022). Однако с этим можно поспорить, т. к. существуют исследования, показывающие концентрацию КИ в крупнейших городах. Согласно аналитическому отчету ИСИЭЗ ВШЭ (Гохберг, Боос и др., 2025), ярко выражено неравномерное распределение по регионам: Москва и Санкт-Петербург являются абсолютными лидерами по креативному капиталу, что может коррелировать с концентрацией креативного класса. Согласно данным волгоградских исследователей, которые в своей работе провели кластеризацию регионов России по степени креативности, эти регионы также вошли в группу наиболее креативных (Акимова и др., 2022). Этими же исследователями произведен расчёт коэффициентов корреляции взаимосвязей между социально-экономическими показателями и показателями развития креативных индустрий, которые подтверждают зависимость.

Для устранения диспропорций в уровне социально-экономического развития некоторые исследователи предлагают развивать креативные индустрии на сельских территориях (Хрысева и др., 2022). Также ряд исследователей (Василенко и др., 2024) в качестве решения про-

<sup>1</sup> Гершман, М., Демьянова, А., Полякова, Е. (2024). Картошка IQ.HSE: креативный класс в России. Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ. <https://issek.hse.ru/news/892464102.html> (дата обращения: 20.09.2025).

блемы оттока кадров из регионов рассматривают создание креативных кластеров, которые объединяют инновационные и промышленные компании с центрами знаний и образовательными организациями, тем самым сглаживают различия в развитии территорий. Подробная модель подготовки кадров для креативных индустрий, представленная исследовательским коллективом (Труфанов и др., 2023), хорошо вписывается в инфраструктуру креативного кластера.

Кадры в креативных индустриях выступают одним из индикаторов для подсчета различных индексов и оценки развития креативной экономики. Однако единая методологическая основа измерения креативных индустрий и креативной экономики в мире окончательно не сформирована из-за различий в классификациях, в каждой стране применяется свой подход (Тургель и др., 2022). В России в рамках аналитических отчетов о состоянии креативной экономики встречается ряд индексов для рейтинговой оценки регионов (табл. 1).

— Российский региональный индекс креативных индустрий РРИКИ (Гохберг, Боос и др., 2025) показывает текущий уровень развития креативных индустрий в регионах России.

Данный индекс является наиболее новым из представленных. Особое внимание уделяется кадрам. РРИКИ используется в целях сопоставительного анализа и ранжирования субъектов Российской Федерации; он дает широкое представление по положению и конкурентной привлекательности регионов. В рамках данного показателя кадры оказывают заметное влияние на оценку, наименьшее влияние оказывает культурная среда.

— Индекс креативного потенциала показывает имеющийся потенциал развития креативных индустрий для крупных городов.

Авторами в ходе данного исследования обнаружены две версии индекса креативного потенциала. Индекс ВЭБ.РФ (Шувалов, Магрилов, 2022) был разработан на основе уже существующего индекса качества жизни в городах России. Стоит отметить, что при подсчете индекса учитывалась оплата труда для сферы культуры, уровень образования населения и местные инициативы.

В рейтинге креативного потенциала от ВШЭ и ВНИЦ R&C (Ривчун и др., 2023)<sup>1</sup> кадровый резерв для креативных индустрий не учитывается в расчетах, что может не в полной мере отражать потенциал региона. Однако особое внима-

ние уделено туризму и проведению масштабных культурных мероприятий, инфраструктуре и государственной поддержке.

— Индекс креативного капитала (Кудрин и др., 2017) оценивает текущие ресурсы регионов или городов для развития креативной экономики.

Данный индекс оценивает реализованный и скрытый потенциал городов в сфере инновационной экономики. Этот индекс учитывает занятых в креативных индустриях, уровень оплаты труда и места для обучения в креативных профессиях. К недостатку данного индекса можно отнести сложность и комплексность его подсчета.

Исследование показало, что данные индексы используются для рейтингового измерения состояния креативной экономики в общем по регионам и лишь отчасти уделяют внимание кадровому обеспечению, что является основным показателем для анализа рынка труда. Основой же для анализа рынка труда с целью достижения поставленной в исследовании цели служит кадровый потенциал регионов.

Прежние исследователи предпринимали попытки измерить рынок труда для креативных индустрий, но в большинстве своем они заключались в анализе спроса и предложения вакансий и резюме (Антонова, Оглезнева, 2024; Сайфуллина, 2023), что не охватывает его в совокупности. Вместе с тем, среди публикаций в отечественной академической среде не было обнаружено обширных исследований кадрового потенциала креативных индустрий по широкому перечню параметров, что также может стать научной новизной нашего исследования.

Стоит отметить, что в исследованиях других сфер деятельности, как науки (Наумов, Никулина, 2023), так и промышленности (Васяйчева, 2021), измерению кадрового потенциала уделялось должное внимание. В каждой из работ применялся свой подход в зависимости от специфики направлений и доступности статистических данных. Также И.В. Наумов и Н.Л. Никулина (2023) в полной мере рассмотрели существующие подходы к измерению кадрового потенциала (ресурсный, факторный и синергетический).

Кадровый потенциал с точки зрения ресурсного подхода раскрывается через количественное определение как совокупный набор статистических показателей-индикаторов, индексов, отражающих уровень и влияние на результаты деятельности динамики численности, профессиональной квалификации занятых в конкретных областях (Абдуллин, 2013), что можно адаптировать для анализа рынка труда в креативных индустриях.

<sup>1</sup> Ривчун, Т. Е., Платонова, Н. А., Вапнярская, О. И., Островская, Д. А., Чуваев, А. Н. (2023). Рейтинг креативного потенциала регионов России. Москва: ИРКИ НИУ ВШЭ и ВНИЦ R&C, 15. <https://creative.hse.ru/news/3356> (дата обращения: 20.09.2025).

Таблица 1

Сравнение креативных индексов по учету основных показателей

Table 1

Comparative Analysis of Creative Indices Based on Key Indicators

Критерий сравнения	РРИКИ (Гохберг, Боос и др., 2025)	Индекс креативного потенциала (Шувалов, Магрилов, 2022)	Индекс креативного потенциала (Ривчун и др., 2023) <sup>1</sup>	Индекс креативного капитала (Кудрин и др., 2017)
Количество групп индикаторов	4	5	4	5
Количество индикаторов	52	60	14	< 200
Использование весов	–	+	+	+
Учет кадров	+	–	–	+
Учет рабочих мест/вакансий	–	+	–	+
Учет заработной платы	+	+–	–	+
Учет качества образования	+	+	–	+
Учет мест подготовки	+	+	–	+
Учет креативной инфраструктуры	+	+	+	+
Учет гос. поддержки	+	+	+	+
Число городов	–	115	–	25
Число регионов	85	–	85	–

Примечание: \* учитывает зарплаты только в сфере культуры, не учитывает ряд креативных индустрий.

Источник: составлено авторами на основании анализа аналитических отчетов.

<sup>1</sup> Ривчун, Т. Е., Платонова, Н. А., Вапнярская, О. И., Островская, Д. А., Чуваев, А. Н. (2023). Рейтинг креативного потенциала регионов России. Москва: ИРКИ НИУ ВШЭ и ВНИЦ R&C, 15. <https://creative.hse.ru/news/3356> (дата обращения: 20.09.2025).

**Методы**

В рамках сравнительного анализа рынка труда в креативных индустриях в регионах СЗФО из-за отсутствия необходимой для достижения поставленной цели методологии авторы предлагают адаптировать один из рассмотренных ранее подходов к измерению креативной экономики и объединить его с ресурсным подходом по измерению кадрового потенциала. Такое решение позволит комплексно сравнить регионы по широкому перечню параметров. Во-первых (А), мы проанализируем рынок труда с точки зрения текущего уровня занятости. Во-вторых (Б), учтем долю организаций креативных индустрий. В-третьих (В), сможем при сравнении учесть рынок труда с точки зрения предложения вакансий, предлагаемых зарплат и конкуренции за рабочие места.

В итоге в целях сравнительного анализа региональных рынков труда на основе кадрового потенциала для креативных индустрий мы предлагаем комплексный индекс креативного кадрового потенциала (ИККП) (табл. 2). В качестве метода расчета за основу возьмем адаптированный индекс РРИКИ, немного упростив его, исключив деление на рубрики, т. к. число показателей в данной работе не столь большое и все они, так или иначе, относятся к параметрам рынка труда. Другие же ранее рассмотренные индексы в меньшей степени подходят для адаптации под рынок труда.

Для анализа текущей занятости и условий в КИ в рамках исследования будет использовать-

ся отраслевой подход (А), в методологической основе которого лежит упомянутый ранее приказ Минэкономразвития России от 23.04.2025 № 266 «Об утверждении перечня видов экономической деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности». Стоит отметить, что отраслевой подход имеет свои ограничения и подвергается критике из-за некоторых искажений.

Так, Т. Д. Степанова (2025) отмечает, что оценка «креативного класса» как количества занятых в организациях имеет расхождение с численностью «креативного класса» в целом. В силу отраслевой специфики к похожим заключениям приходят и другие исследователи (Антонова, Оглезнева, 2024; Ипполитов, 2022), но они делают акцент на том, что многие креативные специалисты находят свою профессиональную реализацию в таких организационно-правовых формах предприятий, как самозанятость или индивидуальное предпринимательство без наемных сотрудников, что оказывает влияние на конечный результат.

Поэтому для понимания и сглаживания возможных искажений при анализе занятости в креативных индустриях применяется концепция «креативного трезубца» (*Creative Trident*), которая позволяет более точно классифицировать рабочую силу. Эта модель выделяет три основные категории работников (табл. 3). Такой подход позволит нам учесть «специалистов»

Авторский подход к оценке индекса креативного кадрового потенциала регионов для организаций креативных индустрий

Proposed Method for Evaluating the Regional Creative Human Capital Index for Creative Industry Organizations

Этап	Содержание
1. Определение подхода к классификации КИ и профессий	Организации: Перечень видов экономической деятельности в сфере креативных индустрий на основе (ОКВЭД 2) от Минэкономразвития России 2025 Профессии: Собираетельная группировка креативных профессий на основе ОКЗ от (ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, 2024)
2. Сбор данных	(А) – Среднесписочная численность работников по полному кругу организаций 2024 – Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата на одного работника по полному кругу организаций 2024 Численность требуемых работников списочного состава на вакантные рабочие места на конец четвертого квартала 2024 (Б) – Данные по численности организаций КИ на основании сервиса ФНС «Прозрачный бизнес» 2025 (В) Анализ спроса и предложения на труд hh-статистика 2025
3. Определение показателей	(А) – Доля занятых (занятые в организациях КИ / занятые во всех организациях) Средняя номинальная зарплата в КИ по региону (на основе данных) – Доля вакантных мест (места в КИ / места во всех организациях) (Б) Доля организаций КИ (организации КИ / все организации) (В) Доля средней зарплаты в КИ от средней в стране (ср. зарплата КИ/ср. зарплата в стране) Средний hh-индекс по профессиям в КИ (как среднее значение суммы индексов по всем КИ в регионе) Разрыв зарплатных ожиданий в КИ (среднее значение разницы предлагаемой зарплаты и ожидаемой зарплаты по КИ) Динамика вакансий относительно прошлого года (среднее значение по всем КИ)
4. Подсчет нормированного значения показателей	$x_{i, \text{норм}}^r = \frac{x_i^r - x_i^{\min}}{x_i^{\max} - x_i^{\min}}, \quad (1)$ где $x_i^r$ – значение $i$ -го показателя в регионе $r$ ; $x_i^{\min}$ – минимальное значение $i$ -го показателя; $x_i^{\max}$ – максимальное значение $i$ -го показателя
5. Подсчет ИККП и ранжирование	$\text{ИККП}^r = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_{i, \text{норм}}^r, \quad (2)$ где ИККП <sup>r</sup> – значение индекса для региона $r$ ; $n$ – число показателей

Источник: составлено авторами с использованием формул (1) и (2) из (Гохберг, Боос и др., 2025).

Классификация занятых в креативной экономике («Креативный трезубец»)

Classification of Employment in the Creative Economy (“Creative Trident”)

Профессии	Индустрии	
	Креативные	Прочие
Креативные	«Специалисты» (креативные профессии в креативных индустриях)	«Интегрированные» (креативные профессии в прочих индустриях)
Прочие	Вспомогательный персонал (остальные профессии в креативных индустриях)	–

Источник: (Гохберг, Куценко и др., 2025).

и «вспомогательный персонал», который задействован в креативных индустриях.

Основное ограничение исследования заключается в учете занятых в креативных профессиях в прочих отраслях («интегрированные» специалисты), поскольку в последних открытых данных ЕМИСС по полному кругу организаций

за 2024 г. (юр. лица + ИП (формы 1-Т, П-4, ПМ, ПМ (микро)))<sup>1</sup>, на которых будет строиться пер-

<sup>1</sup> Среднесписочная численность работников по полному кругу организаций с 2017 г. Доступ из единой межведомственной информационно-статистической системы. <https://www.fedstat.ru/indicator/58699> (дата обращения: 10.09.2025).

вая из трех частей нашей оценки, не содержит информации о конкретных профессиональных навыках, требуемых в прочих организациях, или о профессиональной деятельности самозанятых, что может быть полем для отдельного исследования.

Стоит отметить, что подход к оценке по полному кругу организаций — наиболее подходящий для нашего исследования, поскольку основу рынка труда формируют компании, которые ведут наём и создают официальные рабочие места, стабильную зарплату и потребность в кадрах, которую можно четко измерить. Данный подход ранее применялся И. А. Крюковым (2024) при оценке вклада КИ в социально-экономическое развитие регионов СЗФО, однако в своей работе автор не отметил данный дискуссионный аспект и недостаток. Несмотря на это, результаты исследования получились достаточно полными и четкими. Это подтверждает применимость данного подхода при анализе.

При разработке нашего подхода в таблице 2 мы учли данные недостатки и дополнили анализ рынка труда индикаторами (Б) и (В), которые помогут немного сгладить и уточнить следующую оценку.

(А) В рамках сравнительного анализа кадрового потенциала креативных индустрий в регионах СЗФО был произведен подсчет сотрудников за 2024 г.<sup>1</sup>, средней номинальной заработной платы<sup>2</sup> за 2024 г. и требуемого числа сотрудников по полному списку организаций<sup>3</sup> (открытые позиции на конец 4-го квартала 2024 г.) на основании данных ЕМИСС с фильтрацией по видам креативной экономической деятельности в соответствии с перечнем Минэкономразвития. Данный подход учитывает сотрудников, официально устроенных на должности во всех организациях, и отражает рынок труда с этой стороны, но упускает из виду самозанятых или фрилансеров.

(Б) Подсчет организаций КИ был произведен на основании сервиса «Прозрачный бизнес» от федеральной налоговой службы. При отборе включены фильтры: только действующие организации по отдельным регионам СЗФО

и ОКВЭД 2, относящиеся к утвержденному перечню КИ от Минэкономразвития. Поиск производился по основному ОКВЭД и вложенным в него позициям. При подсчете учитываются как крупные организации в виде юридических лиц, так и малый бизнес в форме индивидуальных предпринимателей.

(В) При анализе вакансий в креативных индустриях в регионах СЗФО был рассмотрен hh-индекс (табл. 6), который ранее применяли другие исследователи при анализе вакансий в креативной экономике (Сайфуллина, 2023; Антонова, Оглезнева, 2024), который широко используется при изучении рынка труда. Данные проанализированы в разрезе доступных профессиональных группировок, т. к. гибкость фильтрации на платформе ограничена. К креативным профессиональным группировкам с погрешностью можно отнести следующие доступные на сайте hh.ru<sup>4</sup>: Информационные технологии («разработка ПО», «видеоигры»); Искусство, развлечения, масс-медиа; Маркетинг, реклама и PR; Туризм, гостиницы, рестораны («гастрономия», «отдых и развлечения»).

Их можно приблизительно сопоставить с собирательной группировкой креативных профессий на основе ОКЗ (Гохберг, Куценко и др., 2025). Это позволит покрыть большую часть профессий и дополнительно учесть вакансии в таких креативных направлениях как «гастрономия», «отдых и развлечения», через группировку «Туризм, гостиницы, рестораны», однако вакансии в гостиницах искажают точность показателя, т. к. они по большей части не относятся к КИ, хотя могут использовать креативные практики в сервисе.

Значения hh-индекса для креативных индустрий рассчитываются на платформе как среднее значение соотношения числа резюме к числу вакансий, входящих в профессиональную креативную группировку. Интерпретация индекса следующая:

- $\leq 1,9$  — острый дефицит соискателей;
- 2,0–3,9 — дефицит соискателей;
- 4,0–7,9 — сбалансированное соотношение между работодателями и соискателями;
- 8,0–11,9 — высокий уровень конкуренции, рынок работодателя;
- $\geq 12$  — крайне высокая конкуренция на рынке труда.

Таким образом, в нашем исследовании под «кадровым потенциалом для креативных индустрий» или «креативным кадровым потенциалом», который измеряется на основании подсчета ИККП (табл. 2) для рынка труда, будем подразумевать количественные ресурсные параметры: число специалистов и вспомогательного

<sup>1</sup> Среднесписочная численность работников по полному кругу организаций с 2017 г. Доступ из единой межведомственной информационно-статистической системы. <http://www.fedstat.ru/indicator/58699> (дата обращения: 10.09.2025).

<sup>2</sup> Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата на одного работника по полному кругу организаций с 2017 г. Доступ из единой межведомственной информационно-статистической системы. <https://www.fedstat.ru/indicator/58701> (дата обращения: 10.09.2025).

<sup>3</sup> Численность требуемых работников списочного состава на вакантные рабочие места на конец отчетного квартала с 2017 г. Доступ из единой межведомственной информационно-статистической системы. <https://www.fedstat.ru/indicator/57768> (дата обращения: 10.09.2025)

<sup>4</sup> HH статистика. Обзоры рынка труда: коротко о важном. <https://stats.hh.ru> (дата обращения: 20.09.2025).

персонала, занятого в организациях креативных индустрий, число организаций, предложение креативного труда на рынке и спрос на него, доступность рабочих мест, предлагаемые и ожидаемые зарплаты.

### Результаты

Поскольку регионы России конкурируют между собой за кадры в различных отраслях, борьба за привлечение и удержание креативного класса, который является основным трудовым ресурсом для организаций КИ, не является исключением. Безоговорочными лидерами в этой конкуренции являются Москва и Санкт-Петербург, обладающие наиболее развитым рынком труда в стране по количеству доступных вакансий. Кроме того, Санкт-Петербург является конкурентом для других субъектов СЗФО.

Необходимо отметить, что в состав СЗФО входят десять регионов и один город федерального значения. Однако при сборе государственных статистических данных по экономическим показателям Ненецкий автономный округ обычно включают в Архангельскую область, поэтому в таблице 4 и в последующих таблицах представлены результаты по девяти регионам и одному городу федерального значения. Также везде дано среднее значение индикаторов креативного кадрового потенциала для рынка труда по всем креативным индустриям по России.

По результатам, представленным в таблице 4, абсолютным лидером по доле занятых в КИ является Санкт-Петербург, что объяснимо для города, который уступает по уровню развития креативной экономики только Москве. Большой интерес могут представлять результаты по Псковской области, где доля занятых в КИ превышает данный

показатель по стране в целом при одной из самых низких средних зарплат. Это связано с невысокой оплатой труда в таких направлениях деятельности, как пошив одежды, деятельность учреждений культуры и традиционных ремесел и промыслов, при низкой доле ИТ-сектора.

Калининградская область тоже имеет достаточно хорошие показатели среди регионов СЗФО, хотя они немного ниже средних по стране. Это может быть объяснено тем, что в регионе относительно невысокая средняя заработная плата в КИ. Данный показатель снижают зарплаты в учреждениях культуры, несмотря на довольно высокие зарплаты в разработке программного обеспечения (ПО).

В более северных регионах (Мурманская, Архангельская области) доля занятых в КИ довольно низкая из-за сырьевой и промышленной специфики субъектов РФ на фоне более высоких средних зарплат в КИ по сравнению с более западными и южными регионами (Калининградская, Псковская, Новгородская и Вологодская области). Однако во всех регионах в КИ средняя зарплата ниже, чем средняя по стране, по всем видам экономической деятельности в 2024 г.

Также в северных регионах доля официально заявленных вакантных мест в организациях КИ на конец 4-го квартала 2024 г. низкая по сравнению со средним показателем по стране, что свидетельствует об ограниченной потребности в креативных кадрах и в низком потенциале для профессиональной реализации. Невысокая доля вакантных мест в Новгородской, Калининградской и Ленинградской областях свидетельствует о сниженном спросе на креативный труд. Самый большой спрос на сотруд-

Таблица 4

Сравнение регионов СЗФО по полному кругу организаций креативных индустрий за 2024 г. (А)

Table 4

Comparative Analysis of Regions in the Northwestern Federal Okrug Across All Creative Industry Organizations, 2024 (A)

Регион	Занятые в КИ, тыс. чел	Доля занятых в КИ от всех, %	Вакантные места в КИ, тыс.	Доля мест в КИ от всех мест, %	Средняя зарплата в КИ руб.	Доля от средней зарплаты в стране, %
Санкт-Петербург	200,17	8,4	8,95	5,99	80 790	90,7
Псковская область	8,64	5,3	0,43	4,73	44 046	49,5
по России	2 244,30	5,2	104,10	3,92	78 442	88,1
Калининградская область	12,35	4,5	0,45	2,12	54 177	60,8
Вологодская область	13,63	4,1	0,24	1,38	46 833	52,6
Республика Карелия	6,96	4,0	0,30	3,21	50 614	56,8
Новгородская область	5,99	3,7	0,14	1,37	53 399	60,0
Ленинградская область	18,61	3,4	0,92	2,19	65 051	73,0
Архангельская область	10,96	3,2	0,19	1,35	60 647	68,1
Республика Коми	7,07	2,7	0,13	1,29	58 755	66,0
Мурманская область	6,72	2,7	0,29	1,36	79 782	89,6

Примечание: ранжирование по убыванию доли занятых в КИ от всех занятых.

Источник: рассчитано авторами по данным ЕМИСС по полному кругу организаций.

ников в КИ наблюдается в Санкт-Петербурге и Псковской области.

Почти во всех представленных регионах (табл. 5) доля организаций КИ превышает 5 %, за исключением Вологодской области. Интересная ситуация в Псковской области: обладая большей долей занятых в КИ, чем в других регионах, по доле организаций она уступает почти всем. Это опять же связано со структурой КИ в регионах. Для некоторых индустрий характерно большое количество рабочих мест, особенно в сфере пошива одежды и текстиля. В регионах, где больше развиты индустрии, связанные с искусством, культурой, масс-медиа и творчеством, при большем числе организаций отмечается меньшее число вакантных мест, если сравнивать данные таблиц 4 и 5.

В качестве дальнейших исследований можно рассмотреть и другие регионы-лидеры (помимо Санкт-Петербурга) в разрезе креативных индустрий, потому что структура КИ в каждом из регионов уникальна. Среднее значение не позволяет в полной мере представить их специфику, т. к. в рамках данного исследования мы оцениваем средний креативный кадровый потенциал региона с учетом всех КИ.

В большинстве КИ в регионах СЗФО крайне высокая конкуренция за рабочие места — об этом свидетельствуют значения hh-индекса в КИ (табл. 6), которые превышают средние значения по стране. Однако есть и исключения, если смотреть в разрезе отдельных КИ в регионах, а не в среднем по всем видам КИ. Например, такие направления, как гастрономия, учреждения культуры (музеи, галереи, театры и библиотеки), пошив одежды и текстиль, немного сглаживают статистику из-за меньшего числа соискателей в них, тем самым снижая

Число организаций, работодателей  
в креативных индустриях на 2025 г. (Б)

Таблица 5

Table 5

Number of Creative Industry Employers, 2025 (B)

Регион	Число организаций и ИП в КИ, тыс.	Доля организаций и ИП в КИ от всех, %
Санкт-Петербург	35,00	8,19
Калининградская область	4,39	6,44
Ленинградская область	6,11	5,96
по России	459,10	5,94
Архангельская область	2,35	5,61
Мурманская область	1,66	5,54
Новгородская область	1,37	5,34
Республика Коми	1,61	5,23
Республика Карелия	1,68	5,21
Псковская область	1,23	5,11
Вологодская область	2,49	4,41

Примечание: ранжирование по убыванию доли организаций КИ от всех организаций.

Источник: рассчитано авторами по данным сервиса ФНС «Прозрачный бизнес».

hh-индекс. Для наглядности приведен hh-индекс в целом по региону, который находится в приемлемом диапазоне, что свидетельствует о проблеме конкретно в КИ (табл. 6).

В разработке ПО, рекламе, искусстве, дизайне крайне высокая конкуренция за места, можно наблюдать рынок работодателя. В некоторых регионах в данных КИ hh-индекс находится в диапазоне от 25 до 50. Можно предположить, что это происходит из-за наличия большого числа специалистов начального уровня, которые хотят перейти в данные профессии из-за повсеместной распространенности онлайн-курсов.

Анализ рынка труда по уровню конкуренции на основе hh-индекса на август 2025 г. (В)

Таблица 6

Table 6

Labour Market Competition Analysis Based on the HH Index for August 2025 (C)

Регион	Динамика вакансий к 2024 г. в КИ %	Динамика резюме к 2024 г. в КИ %	Разрыв зарплатных ожиданий в КИ руб.	hh-индекс в целом по региону	hh-индекс в среднем по КИ
по России	-22,0	21,8	487	6,1	17,1
Санкт-Петербург	-19,0	18,0	-4074	6,5	17,9
Вологодская область	-19,7	15,0	-16 980	4,7	18,6
Калининградская область	-15,3	20,5	-4087	6,5	19,5
Псковская область	-17,8	19,8	-15 649	4,8	21,4
Мурманская область	-33,0	20,0	-15 743	4,6	22,5
Новгородская область	-12,0	19,3	-15 123	4,3	24,8
Архангельская область	-40,3	11,0	-13 625	5,8	28,0
Республика Карелия	-6,8	19,8	-29 258	6,3	32,1
Республика Коми	1,5	16,3	-28 784	7,4	33,7
Ленинградская область	-7,8	32,0	-8534	3,6	42,2

Примечание: ранжирование по возрастанию hh-индекса по КИ.

Источник: составлено авторами по данным статистики сервиса hh.ru.

Возникает дисбаланс между требованиями работодателей и ожиданиями соискателей. Данную проблему подтверждает исследование содержания миллионов вакансий и резюме И.Л. Сизовой (2025) по всему рынку труда. Из-за невысокой доли организаций по некоторым направлениям КИ проблема усугубляется еще больше. Как итог, «новички» в креативных профессиях не могут себя реализовать и найти работу, т. к. не соответствуют требованиям, что снижает креативный кадровый потенциал регионов.

В общих чертах по всем регионам тенденции по вакансиям схожи, за некоторыми отклонениями в большую или меньшую сторону. Большинство вакансий недоступны новичкам из-за высокой конкуренции. В креативных индустриях наблюдается рост числа резюме и снижение числа вакансий относительно прошлого 2024 г.

Анализ ожидаемых и предлагаемых зарплат (табл. 6) выявил среднее значение разрыва по КИ (среднее значение разниц между ожидаемой и предлагаемой зарплатой). В результате все значения со знаком «-» свидетельствуют о том, что уровень предлагаемых зарплат в среднем ниже ожидаемых со стороны кандидатов, что характерно для рынка работодателя.

Разрыв зарплатных ожиданий довольно высок в ряде регионов из-за того, что при подсчете по некоторым направлениям нет предложений со стороны работодателей, и тогда предлагаемая зарплата принимается за 0 рублей. Во всех регионах СЗФО по большинству КИ зарплатные ожидания в среднем выше, чем предложения, даже в разработке ПО. Регионами с наименьшим разрывом оказались Калининградская, Ленинградская области и Санкт-Петербург.

На основании рассмотренных выше показателей представлены результаты подсчета

индекса креативного кадрового потенциала (ИККП) (табл. 7). Значение индекса для Санкт-Петербурга отлично от «1» из-за того, что была показана более высокая динамика по снижению числа вакансий в КИ, чем в некоторых других регионах. По всем основным параметрам это субъект является лидером. Индекс Калининградской области снижает уровень зарплат, но средние значения по всем остальным индикаторам кадрового потенциала для рынка труда позволили региону стать вторым в СЗФО. В ряде северных регионов индекс существенно снижен из-за высокого уровня конкуренции за рабочие места в КИ и отсутствия предложений. Мурманская область высоко поднялась в рейтинге из-за северных зарплат и среднего уровня всех остальных показателей. Новгородская область оказалась достаточно низко в рейтинге в связи с тем, что по развитию креативной экономики занимает 13-е место по стране, но обладает сниженным кадровым креативным потенциалом по ряду индикаторов рынка труда. Калининградская область, занимая 17-е место в плане креативной экономики по стране, опередила Новгородскую по кадровому креативному потенциалу.

### Обсуждение результатов

Полученные результаты достаточно дискуссионны в отношении некоторых количественных индикаторов, если сравнивать с результатами прошлых исследований Агентства стратегических инициатив (АСИ), которые не опирались на перечень креативных индустрий, предложенный Министерством экономического развития РФ (в чем частично также состоит научная новизна нашего исследования). Наглядным примером служит среднесписочная численность занятых в креативных индустриях Калининградской области на конец 2024 г., которая, по нашим подсчетам, составила 12,35 тысяч человек, что соответствует 4,5 % от всего среднесписочного числа занятых в организациях в регионе. Для сравнения, согласно результатам, полученным АСИ, на начало 2023 г. число занятых составляло 8,2 тыс. чел., или 4,2 % от всей численности сотрудников<sup>1</sup>. Частично это может быть обусловлено ростом занятости в КИ, увеличением числа официально трудоустроенных сотрудников в организациях и, с другой стороны, отсутствием на начало 2024 г. утвержденного перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативным, т. к. за столь короткий период число занятых в КИ не могло вырасти более чем на 50 % на фоне отсутствия крупных проектов.

<sup>1</sup> Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (2024). Региональные кейсы поддержки креативных индустрий. <https://creative.hse.ru/news/4644> (дата обращения: 20.09.2025).

Таблица 7

Ранжирование регионов СЗФО по уровню индекса креативного кадрового потенциала по состоянию на 2025 г.

Table 7

Ranking of Regions in the Northwestern Federal Okrug by the Creative Human Resources Index as of 2025

Регион	Значение индекса
Санкт-Петербург	0,939
Калининградская область	0,514
Мурманская область	0,473
Ленинградская область	0,433
Псковская область	0,413
Новгородская область	0,363
Архангельская область	0,316
Республика Карелия	0,303
Республика Коми	0,298
Вологодская область	0,296

Источник: рассчитано авторами на основании результатов исследования.

С другой стороны, сравнивая полученные результаты с результатами другого совместного исследования ВШЭ и АСИ по России в целом, нельзя не отметить парадокс: полученные ими результаты на конец 2023 г. существенно выше, чем полученные нами за 2024 г. Так, по нашим подсчетам, число сотрудников по полному кругу организаций в КИ составило 2,24 млн чел., или 5,2 % от всех сотрудников в организациях. В отчете же за 2023 г. количество занятых в экономике по креативным индустриям в целом — 4,6 млн чел., или 6,2 % от общей численности занятых в экономике страны<sup>1</sup>. Это обусловлено различиями при подсчете и используемыми данными.

Во-первых, ими использован более широкий перечень видов экономической деятельности на основе собирательной классификационной группировки «Креативный сектор», адаптированной для регионов России на основе ОКВЭД 2 (Гохберг, Куценко и др., 2025), которая намного шире и отличается от классификации Минэкономразвития России от 23.04.2025 № 266 «Об утверждении перечня видов экономической деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий».

Во-вторых, в качестве базы исследования ВШЭ использует для оценки численности занятых в креативной экономике данные выборочного обследования рабочей силы (форма № 1-3), что выходит за рамки организаций креативных индустрий. Такой подход предполагает расчет занятых в экономике на основе ограниченной выборки. Мы же проанализировали рынок труда с точки зрения организаций и официальных рабочих мест в креативных индустриях. В нашем исследовании в качестве базы используется среднесписочная численность работников по полному кругу организаций 2024 (формы 1-Т, П-4, ПМ, ПМ (микро)).

Это дает возможность рассмотреть занятость в креативных индустриях с новой стороны с поправкой на временные различия исследований. Согласно ранее упомянутым результатам АСИ и ВШЭ, за 2023 г. число занятых в экономике по КИ в целом — 4,6 млн чел., а число занятых в организациях КИ за 2024 г. по нашим данным — 2,24 млн чел. Если посчитать разницу между ними, то до 2,36 млн чел. может быть занято в экономике креативных индустрий вне организаций.

Продолжая дискуссию о различиях в результатах, необходимо отметить, что они возникают и при подсчете организаций и ИП, работающих в креативных индустриях. По результатам наше-

го исследования, в России число юридических лиц и ИП в креативных индустриях на 2025 г. составляет 459,1 тыс. и 5,94 % по данным сервиса «Прозрачный бизнес» от ФНС. Однако по более старым данным за 2023 г. из исследований ВШЭ следует, что это число достигает 700 тыс. и составляет 10 % от всех организаций<sup>2</sup>. Это является достаточно высокой долей и, возможно, охватывает больший список организаций, которые являются отчасти креативными, включающими креативную составляющую как дополнительное направление, и более широкий перечень видов экономической деятельности.

Сравнение подходов к измерению и классификации видов экономической деятельности в креативной экономике (помимо рассмотренных индексов в статье) может быть интересным направлением для дальнейших исследований, т. к. сейчас они активно обновляются и формируются. Например, отдельное направление исследований связано с изучением роли федеральных и региональных органов власти в поддержке креативных индустрий в регионах. Так, по словам исследователей ВШЭ, «сконструирован „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» (Босс и др., 2024). В свою очередь, считаем, что перечень креативных индустрий от Минэкономразвития целесообразно дополнить и расширить, т. к. он упускает ряд креативных направлений из-за довольно узкой классификации. Также подходы к классификации креативных профессий не включают ученых и инженеров-изобретателей, которых тоже относятся к креативному классу (Florida, 2012).

В настоящее время нет единой унифицированной методологии подсчета занятых в креативной экономике, которая бы объективно отражала реальность. К такому же заключению приходит Т.Д. Степанова (2024). Основные ограничения заключаются в недоступности подробных данных, в сложности объективно классифицировать креативные профессии и упущениях при отраслевом анализе, когда сферы с преимущественно интеллектуальным и творческим содержанием труда, такие как наука, медицина и образование, не относят к креативным. В России существуют три перечня видов деятельности, относящихся к КИ: от ВШЭ, Министерства культуры и Министерства экономического развития, которые отличаются друг от друга, но все они имеют недостатки, упомянутые ранее.

<sup>1</sup> Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (2024). Креативный сектор в цифрах. <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/996745056.pdf> (дата обращения: 20.09.2025).

<sup>2</sup> В основе их анализа использовались данные платформы с платным доступом СПАРК-Интерфакс.

### Заключение

Результаты исследования могут быть полезны как с практической, так и с методологической стороны в рамках апробации использования нового перечня КИ и развития дискуссии по измерению экономики креативных индустрий. Были установлены основные различия в значениях основных индикаторов рынка труда КИ с предыдущими исследованиями, обозначены недостатки и возможные дальнейшие направления совершенствования подходов к классификации и измерению КИ.

Апробирована авторская методика анализа рынка труда в креативных индустриях на основе ресурсного подхода к измерению кадрового потенциала. Это позволило достичь поставленной цели и подтвердить гипотезу о том, что в КИ наблюдается высокая конкуренция за рабочие места на фоне снижения количества вакансий и небольшой доли требующихся сотрудников на вакантные места в организациях креативных индустрий. Однако стоит отметить, что в Санкт-Петербурге, где сконцентрировано большее число крупных организаций КИ, доступна наибольшая доля вакантных мест. В других же регионах, где крупных организаций меньше, доля доступных мест по среднесписочному числу требуемых сотрудников составила ниже 3 %.

На основании сравнения достоинств и недостатков существующих индексов для измерения показателей креативных индустрий в нашем исследовании предложен индекс ИККП. Разработанный индекс позволяет сравнивать и ранжировать регионы по показателям рынка труда. В основу разработанного индекса лег наиболее универсальный индекс РККИ. В сравнении с индексами креативного потенциала от ВЭБ.РФ (Шувалов, Магрилов, 2022), ВНИЦ R&C (Ривчун и др., 2023)<sup>1</sup> и K22 (Кудрин и др., 2017) он учитывает наибольшее число кадровых показателей, является наиболее простым и универсальным для подсчета и хорошо адаптируется под измерение рынка труда регионов на основе кадрового потенциала. Авторский подход позволяет рекомендовать именно его. Другие же индексы (от K22 и ВЭБ.РФ) больше подходят для анализа городов, вовлечения в креативную экономику городских сообществ и институций.

Относительно практического применения результатов исследования на основе апробированного индекса креативного кадрового потенциала (ИККП) можно установить рейтинг развития креативного рынка труда в регионах относительно

друг друга. Это позволяет выявить регионы, которые обладают наибольшим креативным кадровым потенциалом для дальнейшего развития организаций креативных индустрий на основе кадрового ресурса. В перспективе данный индекс можно доработать, увеличив число показателей рынка труда при его расчете, тем самым повысив его точность. Главным ограничением является доступность данных и их точность, т. к. не всегда возможно точно отфильтровать данные по видам экономической деятельности.

Рассматривая полученные результаты, авторы рекомендуют делать выводы о привлекательности рынка труда регионов для креативного класса не только на основе значения индекса, но и их географического положения и конкуренции между ними. Например, для Калининградской области ближайшие регионы по значению индекса ИККП (Мурманская, Ленинградская и Псковская области) не являются прямыми конкурентами из-за географического положения и отдаленности от основной территории страны. Санкт-Петербург как крупный центр и абсолютный лидер по развитию КИ составляет конкуренцию для всех регионов. Он является привлекательным для креативной рабочей силы, т. к. обладает наибольшим потенциалом и уже имеет высокий уровень развития рынка труда из-за большого числа и доли организаций креативных индустрий в экономике, в том числе по сравнению с регионами с умеренным и около среднего потенциалами рынка труда для КИ (Калининградская, Мурманская, Ленинградская, Псковская и Новгородская области).

Полученные результаты могут послужить основой решений о том, в каких регионах оптимально создавать дополнительные условия для использования креативного кадрового потенциала. Авторы полагают, что эффективно использовать потенциал Калининградской, Мурманской, Ленинградской, Псковской и Новгородской областей, дополнительно проанализировав структуру КИ в данных регионах, и на этой основе выбрать основные направления развития. В качестве механизмов авторы предлагают создание креативных кластеров и особых экономических зон для КИ. Такие зоны могли бы располагаться на базе создаваемых культурных, культурно-образовательных и креативных кластеров или в специальных административных районах (САР), ИТ-парках и технопарках. Однако для этого необходимо расширить специализацию этих зон с преференционными режимами в плане привлекаемых резидентов. Ориентиром может послужить доработанный перечень видов экономической деятельности в сфере креативных индустрий с авторскими пояснениями и обоснованиями, представленный в работе.

<sup>1</sup> Ривчун, Т. Е., Платонова, Н. А., Вапнярская, О. И., Островская, Д. А., Чуваев, А. Н. (2023). Рейтинг креативного потенциала регионов России. Москва: ИРКИ НИУ ВШЭ и ВНИЦ R&C, 15. <https://creative.hse.ru/news/3356> (дата обращения: 20.09.2025).

## Список источников

- Абдуллин, А. Р. (2013). Кадровый потенциал науки: введение в проблематику и постановка задачи исследования. *Интернет-журнал Науковедение*, (1), 1–24.
- Акимова, 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>
- Александрова, О. А. (2024). Проблема дефицита кадров в промышленном секторе экономики: причины и направления решения. *Уровень жизни населения регионов России*, 20(2), 150–162. [https://doi.org/10.52180/1999-9836\\_2024\\_20\\_2\\_1\\_150\\_162](https://doi.org/10.52180/1999-9836_2024_20_2_1_150_162)
- Антонова, И. С., Оглезнева, Е. А. (2024). Рынок труда в креативных индустриях. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*, 9(3), 381–397. <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2024-9-3-381-397>
- 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>
- Василенко, Л. А., Богданова, Л. В., Каримова, И. Ю. (2024). Креативная экономика и креативные кластеры в развитии территории: анализ российских практик. *Проблемы развития территории*, 28(1), 61–77. <https://doi.org/10.15838/ptd.2024.1.129.5>
- Васяйчева, В. А. (2021). Система управления кадровым потенциалом промышленных предприятий в условиях инновационных перемен: роль, особенности и направления оптимизации. *Вестник Пермского университета. Серия: Экономика*, 16(4), 405–420. <https://doi.org/10.17072/1994-9960-2021-4-405-420>
- Гохберг, Л. М., Боос, В. О., Боякова, К. Н., Куценко, Е. С., и др. (2025). *Рейтинг креативных регионов России: 2024*. Под ред. Л. М. Гохберг, Е. С. Куценко. Москва: ИСИЭЗ ВШЭ. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-3033-7>
- Гохберг, Л. М., Куценко, Е. С., Лебедева, С. А., Боос, В. О. (2025). *Методические рекомендации по формированию собирательных классификационных группировок и системы показателей креативной экономики*. Под ред. Л. М. Гохберг, Е. С. Куценко. Москва: ИСИЭЗ ВШЭ, 136. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-3039-9>
- Гумерова, Г. И., Шаймиева, Э. Ш. (2023). Креативные индустрии в международных, национальных рейтингах и исследовательских проектах. *Инвестиции в России*, (1(336)), 20–33.
- Ефлова, М. Ю., Виноградова, Ю. В., Витушкин, А. В. (2023). Современная молодежь как актор креативного класса. *Казанский социально-гуманитарный вестник*, (1(58)), 31–35. <https://doi.org/10.26907/2079-5912.2023.1.31-35>
- Ипполитов, С. С. (2022). Малый бизнес в творческой индустрии: оценка вклада в экономику. *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*, (2(106)), 143–153. <https://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-2106-143-153>
- Колесникова, О. А., Маслова, Е. В., Околелых, И. В. (2023). Кадровый дефицит на современном рынке труда России: проявления, причины, тренды, меры преодоления. *Социально-трудовые исследования*, (4(53)), 179–189. <https://doi.org/10.34022/2658-3712-2023-53-4-179-189>
- Колмыкова, М. А., Четверикова, Н. А. (2024). Креативный класс в России и его роль в экономике на современном этапе. *Вестник Самарского муниципального института управления*, (1), 81–89.
- Королева, И. Б., Соколова, И. Л. (2022). Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием. *Baikal Research Journal*, 13(3), 14. [https://doi.org/10.17150/2411-6262.2022.13\(3\).14](https://doi.org/10.17150/2411-6262.2022.13(3).14)
- Крюков, И. А. (2024). Оценка вклада креативных индустрий в социально-экономическое развитие регионов СЗФО. *Проблемы развития территории*, 28(4), 83–101. <https://doi.org/10.15838/ptd.2024.4.132.6>
- Кудрин, А. О., Матеркова, Н. А., Лотаков, И. А., Баринов, Д. А., Талтаев, Д. А., Буряк, М. А., Бородачева, М. А., Шукин, Д. А., Гаязова, Н. В., Голованова, А. А., Захарова, А. А., Кудрявцева, А. С., Курицын, А. В., Коцюба, С. А., Мокерова, Ю. А., Наумова, М. А., Сдобнова, А. В., Сементина, В. А., Скороходова, Е. А., Уваров, Р. В., Шипиловский, И. А., Бувев, М. А., Раскина, Ю. А., Макклори, Дж., Муди, Л., Нивон, Г., Угамочи, П., и команда NINEONE (2017). *Индекс креативного капитала российских городов: Методология и результаты исследования 2016*. Москва: Calvert 22 и PwC, 136.
- Наумов, И. В., Никулина Н. Л. (2023). Оценка и моделирование пространственных взаимовлияний в развитии кадрового потенциала научно-исследовательской деятельности регионов России. *Экономика региона*, 19(3), 782–800. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2023-3-13>
- Сайфуллина, Л. Д. (2023). Потенциал развития креативной экономики регионов и занятости населения. *Теория и практика общественного развития*, (7(183)), 183–191. <https://doi.org/10.24158/tpor.2023.7.24>
- Сизова, И. Л. (2025). Особенности подбора персонала: интеллектуальный анализ текстов резюме и вакансий. *Регионоведение*, 33(2), 271–293. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.129.033.202502.271-293>
- Сенченко, И. Н., Папиж Е.С. (2024). Новые вызовы кадрового рынка индустрии гостеприимства. *Сервис в России и за рубежом*, 18(5), 200–211. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14957268>

- Степанова, Т. Д. (2024). Креативный класс и творческий труд: взаимосвязь, эксплуатация и противоречия развития. *Уровень жизни населения регионов России*, 20(2), 183–195. [https://doi.org/10.52180/1999-9836\\_2024\\_20\\_2\\_4\\_183\\_195](https://doi.org/10.52180/1999-9836_2024_20_2_4_183_195)
- Труфанов, Д. О., Ворошилов, В. А., Борисюк, Л. А., Малаховская, А. М., Черепанова, А. А., Сильвияйнен, Д. С. (2023). Модель инфраструктуры подготовки кадров для креативных индустрий. *Экономика труда*, 10(7), 1061–1078. <https://doi.org/10.18334/et.10.7.118661>
- Тургель, И. Д., Баскакова, И. В., Чукавина, К. В., Дербенева, В. В. (2022). Методологические подходы к измерению креативных индустрий. *Экономика и управление: научно-практический журнал*, (6(168)), 19–28. <https://doi.org/10.34773/EU.2022.6.3>
- Хестанов, Р. (2018). Креативные индустрии — модели развития. *Социологическое обозрение*, 17(3), 173–196. <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2018-3-173-196>
- Хрысева, А. А., Акимова, О. Е., Волков, С. К. (2022). Модели креативных центров в рамках концепции пространственного развития сельских территорий. *Экономика. Информатика*, 49(4), 661–676. <https://doi.org/10.52575/2687-0932-2022-49-4-661-676>
- Шувалов, И., Магрилов, М. (2022). *Индекс креативного потенциала в городах России*. Москва: ВЭБ.РФ, Технологии Доверия и Calvert 22, 119.
- Batabyal, M. A., & Beladi, H. (2018). Artists, engineers, and aspects of economic growth in a creative region. *Economic Modelling*, 71, 214–219. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2017.12.013>
- Boschma, R. A., & Fritsch, M. (2009). Creative class and regional growth: Empirical evidence from seven European countries. *Economic Geography*, 85(4), 391–423. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2009.01048.x>
- Caves, R. (2002). *Creative industries: Contracts between art and commerce*. Harvard University Press, 464.
- Florida, R. (2005). *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Publishing House “Classic XXI”, 421.
- Florida, R. (2012). *The rise of the creative class—Revisited: 10th anniversary*. Basic Books, 512.
- Hawkins, J. (2001). *Creative economy: How people make money from ideas*. Allen Lane, 288.
- Landry, C. (2006). *The art of city making*. Routledge, 496.
- L'Heureux, M.-A. (2015). The creative class, urban boosters, and race: Shaping urban revitalization in Kansas City, Missouri. *Journal of Urban History*, 41(2), 245–260. <https://doi.org/10.1177/0096144214563504>

## References

- Abdullin, A. R. (2013). Personnel Potential of Science: Introduction in the Perspective and the Research Problem Definition. *Internet-Zhurnal Naukovedenie [Internet Journal Naukovedenie]*, (1), 1–24. (In Russ.)
- Akimova, O. E., Volkov, S. K., & Simonov, A. B. (2022). Creative Industries in Russia: Trends in Development and Growth Potential. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 6. Ekonomika [Moscow University Economics Bulletin]*, (1), 96–114. <https://doi.org/10.38050/01300105202215> (In Russ.)
- Aleksandrova, O. A. (2024). The Problem of Personnel Shortage in the Industrial Sector of the Economy: Reasons and Directions for Solution. *Uroven' Zhizni Naseleniya Regionov Rossii [Living Standards of the Population in the Regions of Russia]*, 20(2), 150–162. [https://doi.org/10.52180/1999-9836\\_2024\\_20\\_2\\_1\\_150\\_162](https://doi.org/10.52180/1999-9836_2024_20_2_1_150_162) (In Russ.)
- Antonova, I. S., & Oglezneva, E. A. (2024). Labor Market in Creative Industries. *Vestnik Kemerovskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriya: Politicheskie, Sotsiologicheskie i Ehkonomicheskie Nauki [Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic Sciences]*, 9(3), 381–397. <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2024-9-3-381-397> (In Russ.)
- Batabyal, M. A., & Beladi, H. (2018). Artists, Engineers, and Aspects of Economic Growth in a Creative Region. *Economic Modelling*, 71, 214–219. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2017.12.013>
- 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> (In Russ.)
- Boschma, R. A., & Fritsch, M. (2009). Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries. *Economic Geography*, 85(4), 391–423. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2009.01048.x>
- Caves, R. (2002). *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*. Harvard University Press, 464.
- Eflova, M. Yu., Vinogradova, Yu. V., & Vitushkin, A. V. (2023). Modern Youth as Actors of the Creative Class. *Kazanskiy Sotsial'no-Gumanitarnyi Vestnik [The Kazan Socially-Humanitarian Bulletin]*, (1(58)), 31–35. <https://doi.org/10.26907/2079-5912.2023.1.31-35> (In Russ.)
- Florida, R. (2005). *The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Classica-XXI Publishing House, 421.
- Florida, R. (2012). *The Rise of the Creative Class—Revisited: 10th Anniversary*. Basic Books, 512.
- Gokhberg, L. M., Boos, V. O., Boyakova, K. N., Kutsenko, E. S., et al. (2025). Creative Regions Ranking of Russia: 2024. In L. M. Gokhberg & E. S. Kutsenko (Eds.). Moscow: ISSEK HSE University. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-3033-7> (In Russ.)

- Gokhberg, L. M., Kutsenko, E. S., Lebedeva, S. A., & Boos, V. O. (2025). *Methodological Guidelines for the Formation of Aggregate Classification Groupings and an Indicator System for the Creative Economy*. In L. M. Gokhberg & E. S. Kutsenko (Eds.). Moscow: ISSEK HSE University, 136. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-3039-9> (In Russ.)
- Gumerova, G. I., & Shaimieva, E. Sh. (2023). Creative Industries in International, National Rankings and Research Projects. *Investitsii v Rossii [Investments in Russia]*, (1(336)), 20–33. (In Russ.)
- Hawkins, J. (2001). *Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Allen Lane, 288.
- Ippolitov, S. S. (2022). Small Business in the Creative Industry: Assessment of Contribution to the Economy. *Vestnik Moskovskogo Gosudarstvennogo Universiteta Kul'tury i Iskusstv [Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts]*, (2(106)), 143–153. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-2106-143-153> (In Russ.)
- Khesstanov, R. (2018). Creative Industries — Models of Development. *Sotsiologicheskoe Obozrenie [The Russian Sociological Review]*, 17(3), 173–196. <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2018-3-173-196> (In Russ.)
- Khryseva, A. A., Akimova, O. E., & Volkov, S. K. (2022). Models of Creative Centers Within the Concept of Spatial Development of Rural Areas. *Ekonomika. Informatika [Economics. Information Technologies]*, 49(4), 661–676. <https://doi.org/10.52575/2687-0932-2022-49-4-661-676> (In Russ.)
- Kolesnikova, O. A., Maslova, E. V., & Okolelykh, I. V. (2023). Personnel Shortage in the Current Russian Labor Market: Manifestations, Causes, Trends, Measures to Overcome It. *Sotsial'no-Trudovye Issledovaniya [Social and Labor Research]*, (4(53)), 179–189. <https://doi.org/10.34022/2658-3712-2023-53-4-179-189> (In Russ.)
- Kolmykova, M. A., & Chetverikova, N. A. (2024). Creative Class in Russia and Its Role in the Economy at the Present Stage. *Vestnik Samarskogo Munitsipal'nogo Instituta Upravleniia [Bulletin of the Samara Municipal Institute of Management]*, (1), 81–89. (In Russ.)
- Koroleva, I. B., & Sokolova, I. L. (2022). Creative Industries in Russia and the World: State, Trends and Problems of Development Management. *Baikal Research Journal*, 13(3), 14. [https://doi.org/10.17150/2411-6262.2022.13\(3\).14](https://doi.org/10.17150/2411-6262.2022.13(3).14) (In Russ.)
- Kryukov, I. A. (2024). Assessing the Contribution of Creative Industries to the Socio-Economic Development of the Northwestern Federal District regions. *Problemy Razvitiya Territorii [Problems of Territory's Development]*, 28(4), 83–101. <https://doi.org/10.15838/ptd.2024.4.132.6> (In Russ.)
- Kudrin, A. O., Materkova, N. A., Lotakov, I. A., Barinov, D. A., Taltaev, D. A., Buriak, M. A., Borodacheva, M. A., Shchukin, D. A., Gaiazova, N. V., Golovanova, A. A., Zakharova, A. A., Kudriavtseva, A. S., Kuritsyn, A. V., Kotsiuba, S. A., Mokerova, Yu. A., Naumova, M. A., Sdobnova, A. V., Sementina, V. A., Skorokhodova, E. A., Uvarov, R. V., Shipilovskii, I. A., Buev, M. A., Raskina, Yu. A., McClory, J., Moody, L., Nivon, G., Ugamochi, P., and team NINEONE. (2017). *Indeks Kreativnogo Kapitala Rossiiskikh Gorodov: Metodologiya i Rezul'taty Issledovaniya 2016 [Creative Capital Index of Russian Cities: Methodology and Results of the 2016 Study]*. Moscow: Calvert22 & PwC, 136. (In Russ.)
- Landry, C. (2006). *The Art of City Making*. Routledge, 496.
- L'Heureux, M.-A. (2015). The Creative Class, Urban Boosters, and Race: Shaping Urban Revitalization in Kansas City, Missouri. *Journal of Urban History*, 41(2), 245–260. <https://doi.org/10.1177/0096144214563504>
- Naumov, I. V., & Nikulina, N. L. (2023). Assessment and Modelling of Spatial Interactions in the Development of Research Personnel in Russian Regions. *Ekonomika Regiona [Economy of regions]*, 19(3), 782–800. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2023-3-13> (In Russ.)
- Saifullina, L. D. (2023). Potential for Regional Creative Economy Development and Employment of Population. *Teoriya i Praktika Obshchestvennogo Razvitiya [Theory and Practice of Social Development]*, (7(183)), 183–191. <https://doi.org/10.24158/tpor.2023.7.24> (In Russ.)
- Senchenko, I. N., & Papizh, E. S. (2024). New Challenges of the Staff Market in the Hospitality Industry. *Servis v Rossii i za Rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 18(5), 200–211. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14957268> (In Russ.)
- Shuvalov, I., & Magrilov, M. (2022). *Indeks Kreativnogo Potentsiala v Gorodakh Rossii [Creative Potential Index in Russian Cities]*. Moscow: VEB.RF, Technologies of Trust & Calvert 22, 119. (In Russ.)
- Sizova, I. L. (2025). Features of Recruitment: Intelligent Text Analysis of Resume and Vacancies. *Reginologiya [Russian Journal of Regional Studies]*, 33(2), 271–293. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.129.033.202502.271-293> (In Russ.)
- Stepanova, T. D. (2024). Creative Class and Creative Work: Interrelation, Exploitation and Contradictions of Development. *Uroven' Zhizni Naseleniia Regionov Rossii [Living Standards of the Population in the Regions of Russia]*, 20(2), 183–195. [https://doi.org/10.52180/1999-9836\\_2024\\_20\\_2\\_4\\_183\\_195](https://doi.org/10.52180/1999-9836_2024_20_2_4_183_195) (In Russ.)
- Trufanov, D. O., Voroshilov, V. A., Borisyuk, L. A., Malakhovskaya, A. M., Cherepanova, A. A., & Silviyaynen, D. S. (2023). Training Infrastructure Model for Creative Industries. *Ekonomika Truda [Russian Journal of Labor Economics]*, 10(7), 1061–1078. <https://doi.org/10.18334/et.10.7.118661> (In Russ.)
- Turgel, I. D., Baskakova, I. V., Chukavina, K. V., & Derbeneva, V. V. (2022). Methodological Approaches to Measuring Creative Industries. *Ekonomika i Upravlenie: Nauchno-Prakticheskii Zhurnal [Economics and Management: Scientific and Practical Journal]*, (6(168)), 19–28. <https://doi.org/10.34773/EU.2022.6.3> (In Russ.)
- Vasilenko, L. A., Bogdanova, L. V., & Karimova, I. Yu. (2024). Creative Economy and Creative Clusters in Territorial Development: Analysis of Russian Practices. *Problemy Razvitiya Territorii [Problems of Territory's Development]*, 28(1), 61–77. <https://doi.org/10.15838/ptd.2024.1.129.5> (In Russ.)

Vasyaycheva, V. A. (2021) Human Resources Management for Industrial Enterprises in the Context of Innovative Changes: Its Role, Characteristics, and Optimization Areas. *Vestnik Permskogo Universiteta. Seriya: Ekonomika [Perm University Herald. Economy]*, 16(4), 405–420. <https://doi.org/10.17072/1994-9960-2021-4-405-420> (In Russ.)

### Информация об авторах

**Кропинова Елена Геннадиевна** — доктор географических наук, доктор экономики (Франция), профессор, образовательно-научный кластер «Институт управления и территориального развития», Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта; Scopus Author ID: 56682112600; <https://orcid.org/0000-0002-6971-7275> (Российская Федерация, 236106, г. Калининград, ул. А. Невского, д. 14; e-mail: EKropinova@kantiana.ru).

**Мондыч Андрей Сергеевич** — аспирант, лаборант-исследователь, «Институт управления и территориального развития», Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта; <https://orcid.org/0009-0006-6644-9689> (Российская Федерация, 236106, г. Калининград, ул. А. Невского, д. 14; e-mail: andreyka\_mm@mail.ru).

### About the authors

**Elena G. Kropinova** — Dr. Sci. (Geogr.), PhD in Economics, Professor, Institute of Management and Territorial Development, Immanuel Kant Baltic Federal University; Scopus Author ID: 56682112600; <https://orcid.org/0000-0002-6971-7275> (14, A. Nevskogo St., Kaliningrad, 236106, Russian Federation; e-mail: EKropinova@kantiana.ru).

**Andrey S. Mondych** — Laboratory Research Assistant, Institute of Management and Territorial Development, Immanuel Kant Baltic Federal University; <https://orcid.org/0009-0006-6644-9689> (14, A. Nevskogo St., Kaliningrad, 236106, Russian Federation, e-mail: andreyka\_mm@mail.ru).

### Использование средств ИИ

Авторы заявляют о том, что при написании статьи не применялись средства генеративного искусственного интеллекта.

### Use of AI tools declaration

All authors declare that they have not used Artificial Intelligence (AI) tools for the creation of this article.

### Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### Conflict of interests

The authors declare no conflicts of interest.

Дата поступления рукописи: 25.09.2025.

Прошла рецензирование: 15.12.2025.

Принято решение о публикации: 25.12.2025.

Received: 25 Sep 2025.

Reviewed: 15 Dec 2025.

Accepted: 25 Dec 2025.