



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
МГУ имени М. В. Ломоносова



ИНСТИТУТ  
НАЦИОНАЛЬНЫХ  
ПРОЕКТОВ

# Барьеры и возможности развития креативной экономики России

---

Асия Бахтигараева, Виктор Брызгалин

Институт национальных проектов

Александр Аузан, Асия Бахтигараева, Виктор Брызгалин, Антон Золотов,  
Наталия Король, Елена Никишина, Александра Ставинская, Сергей Трухачёв

7 декабря 2022 г.

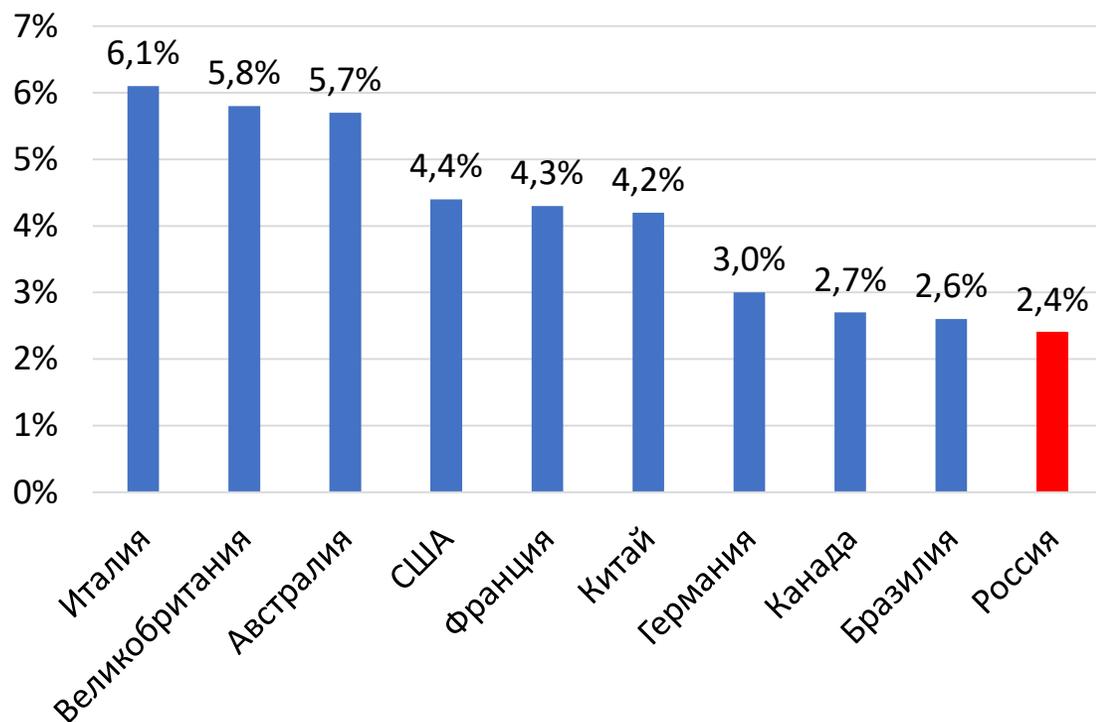
# Структура

---

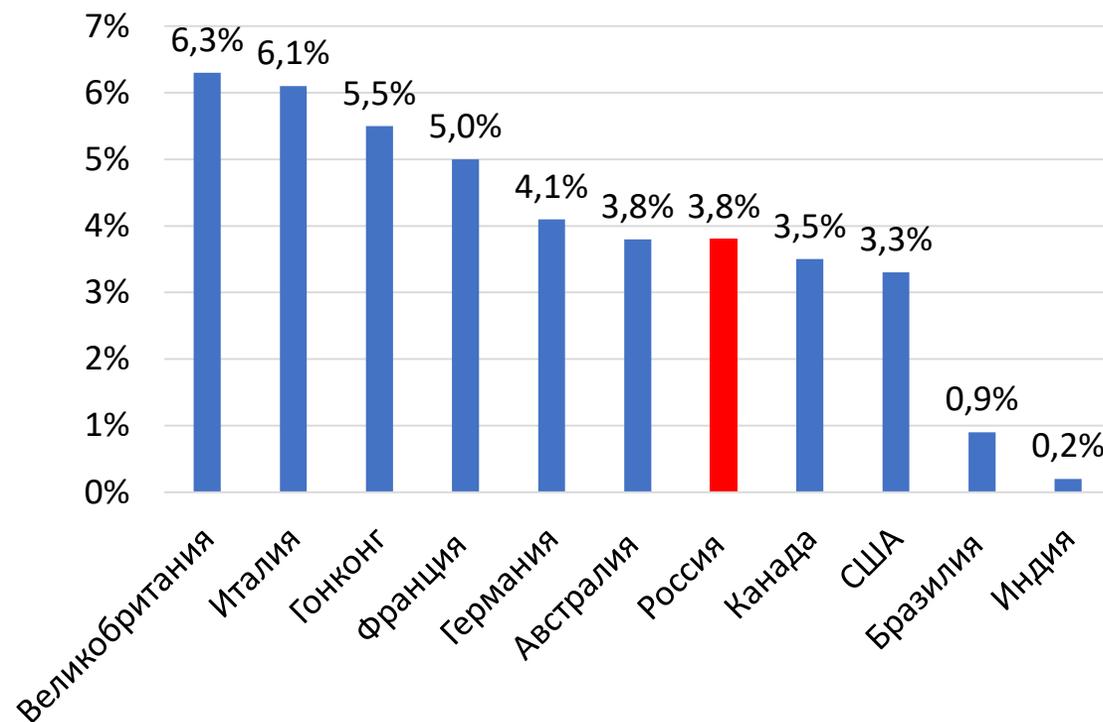
1. Роль креативного сектора в экономике России
2. Возможности развития креативной экономики в России
3. Барьеры развития креативной экономики в России
4. Условия реализации возможностей развития креативной экономики в России

# Роль креативного сектора в экономике России

## Валовая добавленная стоимость креативных индустрий по странам, 2019\*



## Занятость в креативных индустриях по странам, 2019\*



Данные за 2019 г. или ближайшие доступные годы

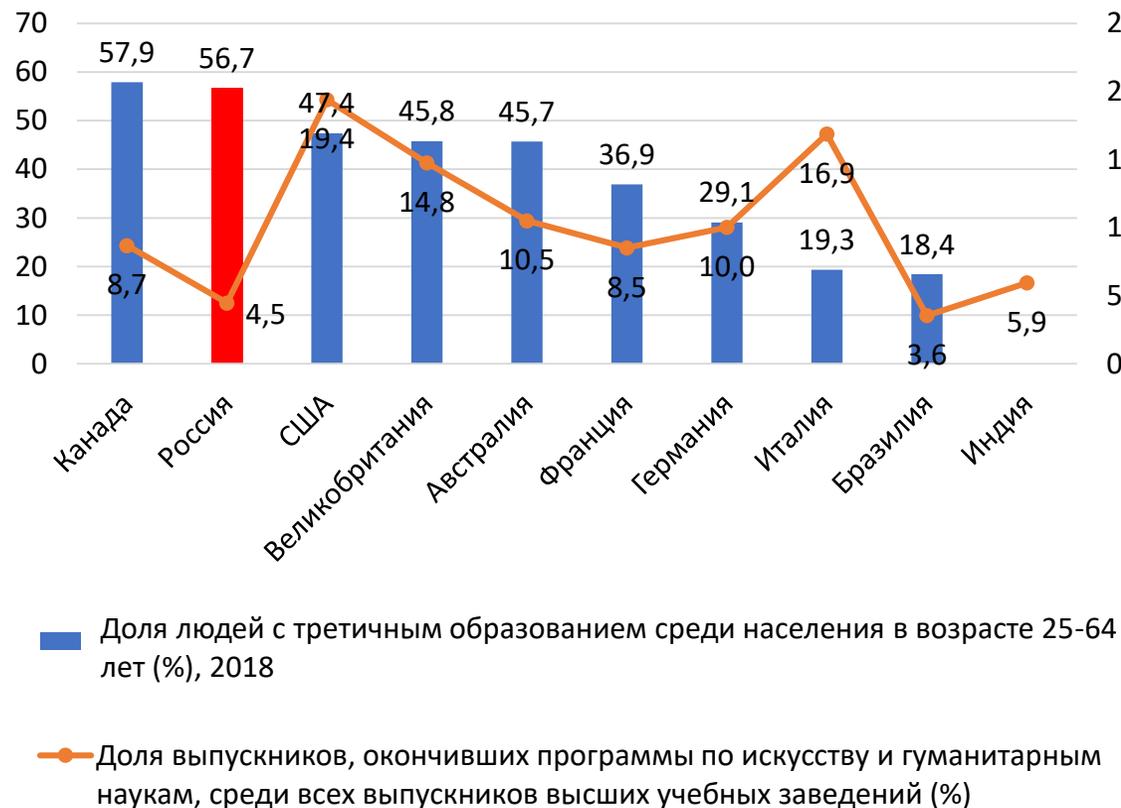
Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

**31-е** место в мире по экспорту  
**креативных товаров**

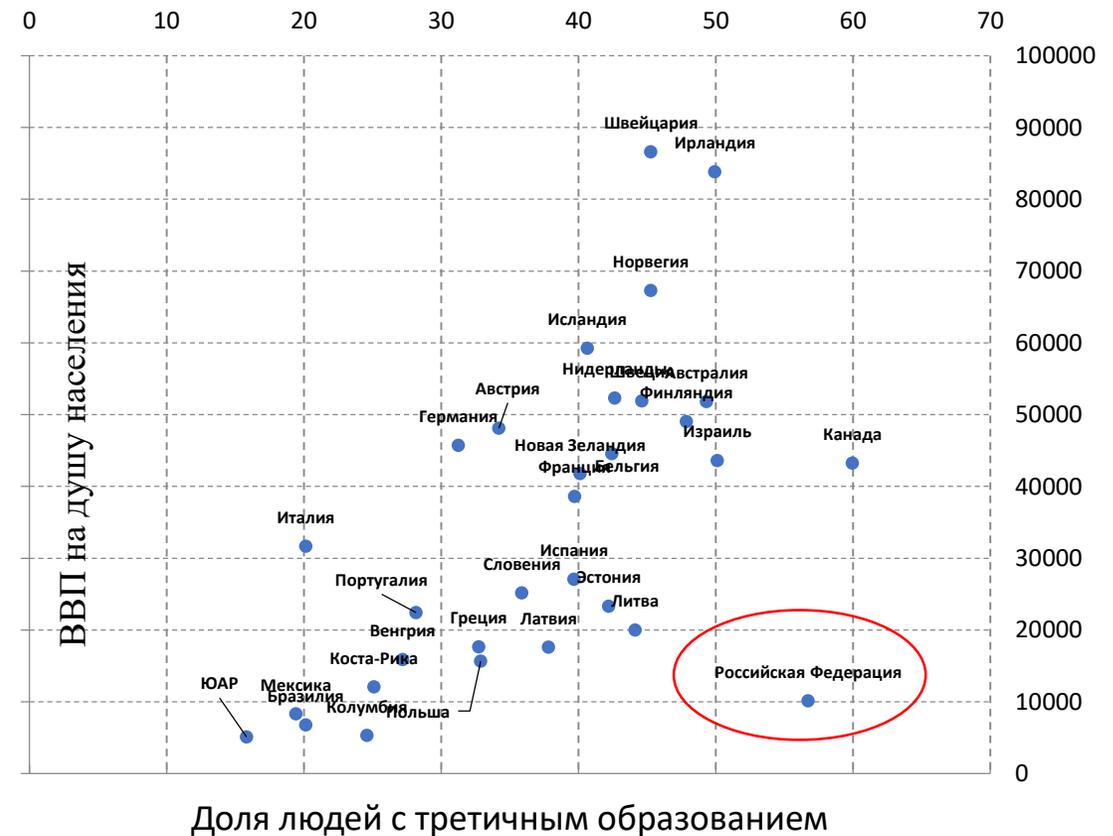
Источник: UNCTAD, 2020

# Возможности развития креативной экономики в России: человеческий капитал как главный ресурс

1. Человеческий капитал в России **выше**, чем в большинстве рассмотренных стран
2. Структура человеческого капитала **не оптимальна** для креативной экономики
3. Человеческий капитал **не трансформируется** в экономические результаты



Источник: OECD, UNCTAD



Источник: World Bank, UNDP

# Социокультурные барьеры развития креативной экономики в России

**13 экспертных интервью** с 11 августа по 24 сентября 2021 г., **дискуссия-семинар** на Российской креативной неделе 29 августа 2021 г. со следующими группами респондентов:

1. Представители креативных индустрий
2. Представители сфер, оказывающих инфраструктурную поддержку креативной экономике
3. Представители государства
4. Эксперты в области креативной экономики

## Социокультурные барьеры

Относительно низкие уровни:

- Индивидуализма
- Самовыражения
- Толерантности
- Социального капитала

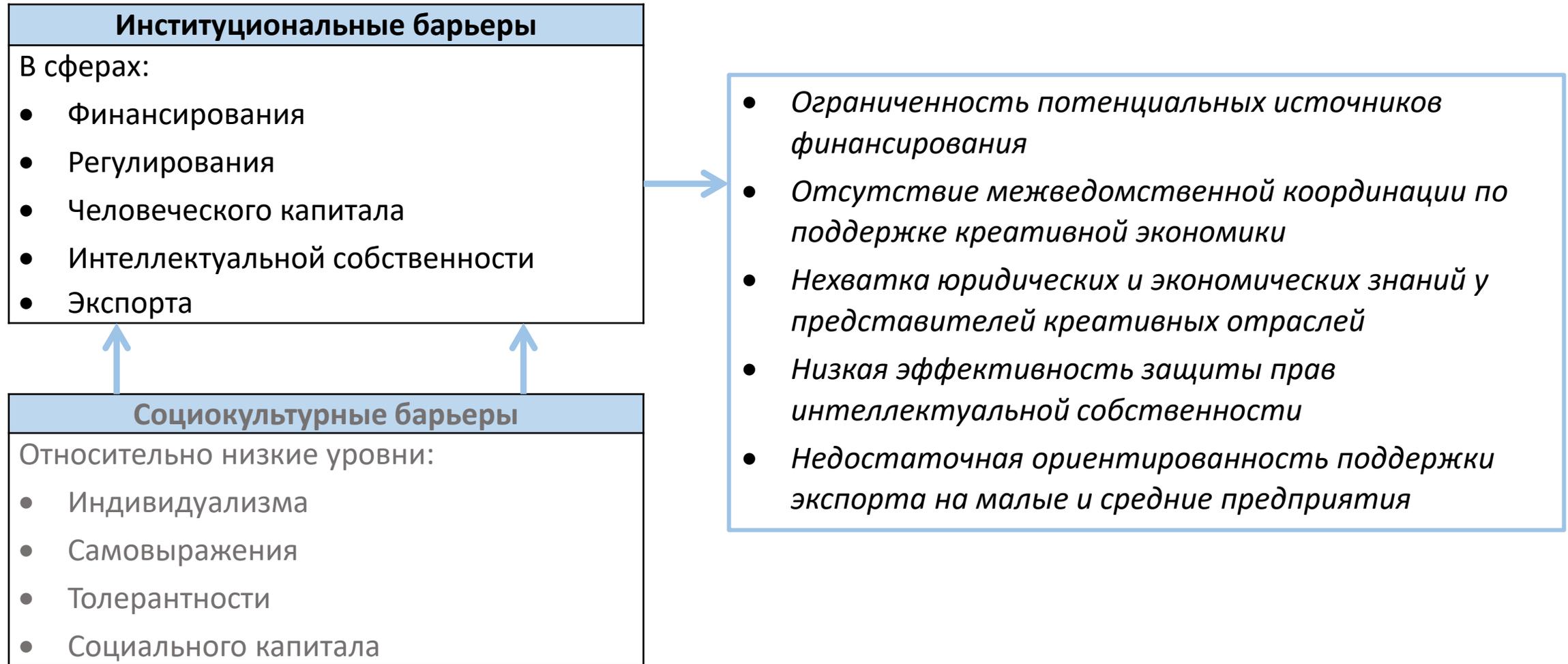
*О наличии связи между социокультурными характеристиками и креативностью см. Rinne, Steel, Fairweather, 2013; Dollinger, Burke, Gump, 2007; Boschma, Fritsch, 2009, а также исследования ИНП*

[Социокультурные факторы инновационной активности населения, 2019\)](#)

[Социокультурные факторы инновационной развития в условиях коронакризиса \(2020\)](#)

- *Разобщенность креативного сообщества*
- *Отсутствие культуры регистрации объектов интеллектуальной собственности*
- *Нежелание представителей креативных индустрий ассоциироваться с Россией*
- *Слабая готовность к коммерциализации продукта в ряде креативных индустрий*

# Институциональные барьеры развития креативной экономики в России



# Статистические барьеры развития креативной экономики в России

---

*Отсутствие прозрачной и надежной системы статистического наблюдения креативной экономики*



- Сложность объективной оценки размера креативного сектора в экономике России
- Затрудненность международных сопоставлений развития креативной экономики
- Отсутствие прозрачности сегмента для органов государственной власти
- Затрудненность оценивания эффективности мер государственной поддержки

# Подходы к количественному измерению размера креативной экономики

## Отраслевой

- через совокупность креативных индустрий. Креативные индустрии выделяются на основе статистических кодов (в России – ОКВЭД)

+ простота и относительная легкость сбора информации

- относительно меньшая точность

- субъективность выбора отраслей

- некорректное указание ОКВЭД предприятиями и др.

*Примеры: UNESCO, WIPO, DCMS, НИУ-ВШЭ, АСИ и т.д.*

## Занятость по видам деятельности (профессиям)

- через долю творческих профессий в экономике

+ относительно бóльшая точность

- субъективность выбора профессий

- вариация степени креативности деятельности представителей одних и тех же профессий

- относительная сложность сбора данных

*Примеры: DCMS, НИУ-ВШЭ*

## На основе вида производимой продукции

- через выделение креативных товаров и услуг (или оценку объемов оборота интеллектуальной собственности)

+ относительно бóльшая точность

+ возможность реализации точечной государственной поддержки

- сложность сбора информации

- отсутствие культуры регистрации прав собственности в России

*Примеры: UNCTAD, НИУ-ВШЭ*

# Условия реализации возможностей развития креативной экономики в России

---

Необходимыми условиями реализации возможностей развития креативной экономики в России являются:

- Устранение *органами государственной власти* институциональных барьеров
- Консолидация *креативного сообщества* для ослабления социокультурных барьеров

Для нивелирования *статистических барьеров*:

## Государство

выстраивает *современную и необременительную* для акторов креативной экономики *систему статистического учета*, которая позволяет:

- проводить объективную оценку креативной экономики, креативных индустрий и человеческого потенциала,
- проводить международные сравнения

## Креативное сообщество

- организует и проводит *регулярный мониторинг* ведущих творцов, компаний и объединений в сфере креативной экономики в России;
- публикует *аналитические доклады* о состоянии креативной экономики и направлениях ее развития, популяризирует ее участников и создателей