



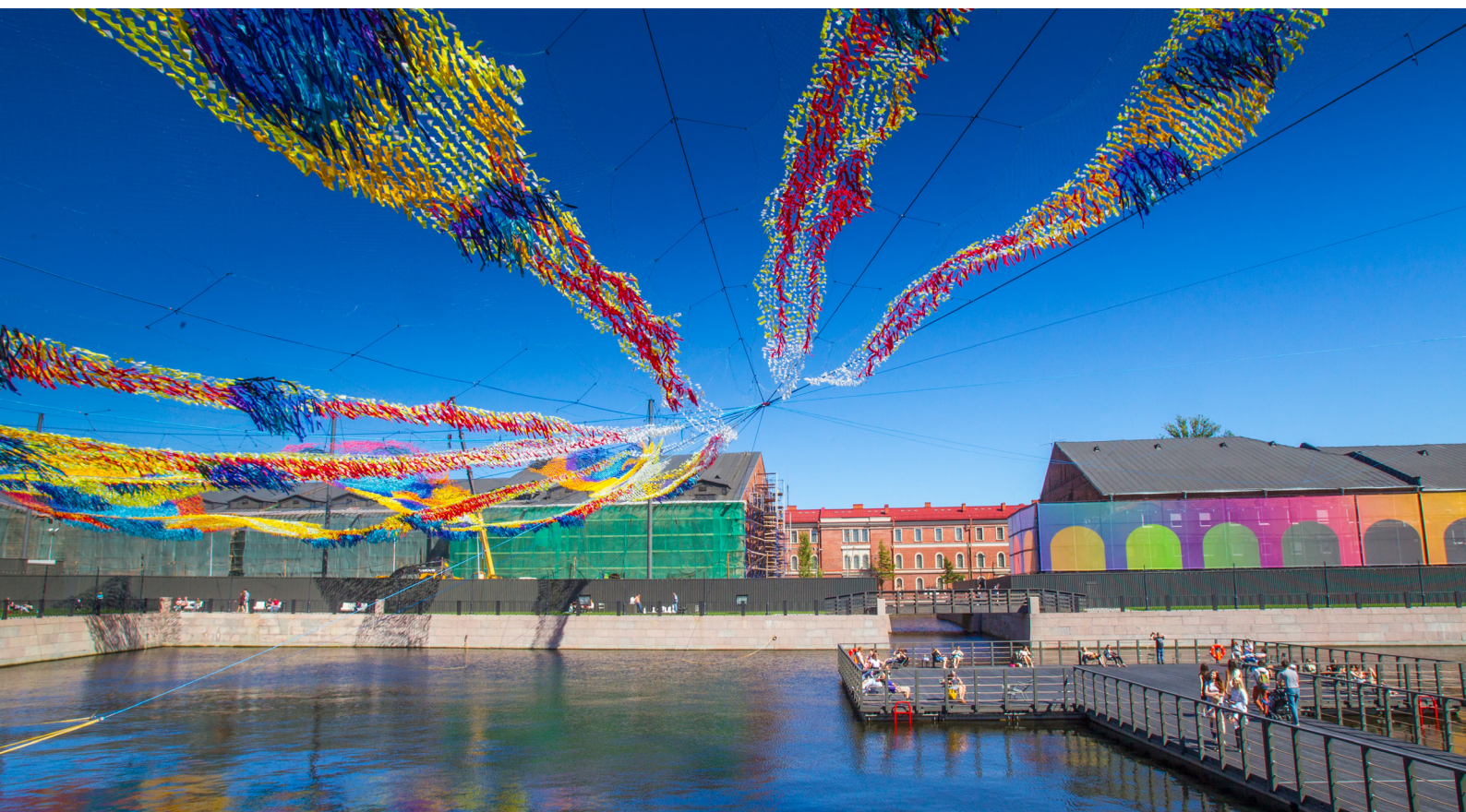
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Центр междисциплинарных
исследований человеческого
потенциала

Креативные специализации российских городов

Научный дайджест. Спецвыпуск



Научный центр мирового уровня «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала» создан в ноябре 2020 г. в рамках Национального проекта «Наука» как консорциум четырех организаций – лидеров в данной области научного знания: НИУ ВШЭ, РАНХиГС, МГИМО МИД России и Института этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН.

Создание Центра стало самой масштабной в России инициативой в области социальных и гуманитарных наук за последние десятилетия. Среди его основных задач – не только проведение исследований мирового уровня в области развития человеческого потенциала, но и налаживание кооперации с зарубежными организациями-лидерами, запуск образовательных программ, создание передовой научной инфраструктуры, обеспечение трансфера полученных результатов в практику государственного управления и образования.

Центр реализует 75 научных проектов. Программа исследований охватывает ключевые аспекты человеческого потенциала, актуальные сегодня в глобальной повестке:



социальное и гуманитарное
измерение человеческого
потенциала



нейрокогнитивные
механизмы социального
поведения



демографические
и социальные факторы
активного долголетия



природно-климатические
детерминанты устойчивого
развития



занятость, социальная активность
и формирование ключевых
навыков и компетенций



человеческий потенциал
и безопасность
в глобальном мире



человек в эпоху
технологических
трансформаций

Научный дайджест подготовлен в рамках проекта «Формирование методологических основ измерения социально-экономических характеристик креативных индустрий и креативного класса».

Авторский коллектив: В. О. Боос, М. А. Гершман, Е. С. Куценко
В подготовке дайджеста принимали участие: В. Л. Абашкин, С. В. Бредихин,
А. В. Демьянова, К. С. Тюрчев, Я. А. Попова

Введение

В последнее время наблюдается явная тенденция к концентрации креативного потенциала в крупнейших городах, агломерациях [Jofre-Monseny et al., 2012] и столицах [European Commission, 2017]. Это приводит к целому ряду позитивных эффектов, таких как расширение инвестиционных возможностей, ревитализация городских территорий, повышение туристической привлекательности и предоставление доступа к культурным благам для широких слоев населения. Вместе с тем данный тренд имеет и обратную сторону: происходит отток представителей творческих профессий и инновационных компаний из других населенных пунктов. Для России, где в 85% городов, не являющихся региональными центрами, уже сейчас фиксируется устойчивый отрицательный миграционный прирост [Мкртчян, 2018], этот риск особенно критичен.

В сентябре 2021 г. была утверждена Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года¹ (далее – Концепция). Несмотря на название, приведенные в ней механизмы предлагается в равной степени применять как в мегаполисах, так и в других городах и даже негородских территориях. В связи с этим для успешной реализации политики в области креативных индустрий необходимо системное представление о креативном потенциале российских городов.

Цель настоящего исследования – выявление и оценка креативных специализаций российских городов. Для ее достижения были поставлены следующие вопросы:

- каким образом креативные индустрии распределены по российским городам и где их наибольшая концентрация?
- какие города отличаются высоким уровнем занятости населения в креативных индустриях?
- можно ли говорить о специфических «городских» креативных индустриях?
- какие креативные индустрии наиболее тяготеют друг к другу в городах?

Объектами исследования стали 197 городов России с численностью населения более 100 тыс. человек. Для каждого из них были определены размер креативного сектора (численность занятых), его структура в разрезе креативных индустрий и креативные специализации.

¹ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 № 2613-р.

Особенности методологии

В исследовании реализован ряд методологических новаций, позволивших повысить достоверность оценок развития креативных индустрий в городах.

- **Разработка эмпирически обоснованного классификатора креативных индустрий.** Для определения видов экономической деятельности (ВЭД), относимых к креативным индустриям, был воссоздан пионерный подход некоммерческой организации NESTA и Департамента культуры, медиа и спорта Великобритании (Department for Culture, Media and Sport, DCMS) [Higgs et al., 2008]. В частности, по каждому ВЭД (на уровне четырех знаков ОКВЭД 2¹) рассчитывалась доля занятых представителей творческих профессий². В случае превышения порогового значения в 30% (аналогично подходу Великобритании [DCMS, 2016]) вид деятельности включался в перечень ВЭД, относимых к креативным индустриям. Такой метод позволил не прибегать к заимствованию существующих зарубежных классификаций или использованию недостаточно обоснованных экспертных оценок, а составить классификатор на основе актуальных эмпирических данных, учитывающий российскую специфику.
- **Использование микроданных.** Для расчетов использовались пообъектные данные об организациях и индивидуальных предпринимателях из баз данных СПАРК-Интерфакс и FIRA PRO, содержащих сведения финансовой и статистической отчетности. Это позволило повысить точность расчетов по сравнению с исследованиями, основанными только на информации Росстата, недостаточно полно описывающей параметры экономического развития городов на требуемом уровне детализации.
- **Учет индивидуальных предпринимателей (ИП).** Ввиду отсутствия данных о численности работников в секторе индивидуального предпринимательства численность занятых у каждого ИП принималась равной единице. Таким образом, применялась консервативная оценка занятости в креативных индустриях.
- **Применение индексов для сопоставления уровня развития креативных индустрий в городах разного размера.** В исследовании введено понятие индекса креативной активности, под которым понимается отношение численности занятых в креативной индустрии к численности населения в городе. Индекс креативной активности в настоящем исследовании приводится на 10 000 человек населения города.
- **Определение креативных специализаций городов.** Для каждой креативной индустрии в каждом городе был определен коэффициент креативной специализации, рассчитываемый как соотношение доли занятых в креативной индустрии в общей численности занятых в городе и аналогичного показателя по городам выборки. Значение индекса, превышающее 1, свидетельствует о том, что индустрия превалирует в отраслевой структуре занятости данного города и входит в число его креативных специализаций.

¹ ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст) (ред. от 12.08.2021).

² Расчеты проводились на основе классификации творческих профессий, принятой DCMS, и данных выборочных обследований рабочей силы Росстата за 2018–2019 гг.

- **Оценка связности креативных индустрий.** Под связностью в настоящем исследовании понималась тенденция креативных индустрий к совместному расположению в одном городе. Чем выше корреляция коэффициентов креативной специализации двух любых креативных индустрий в городах выборки, тем сильнее связность между ними.

Более детальное описание методики исследования приводится в Приложении 1.

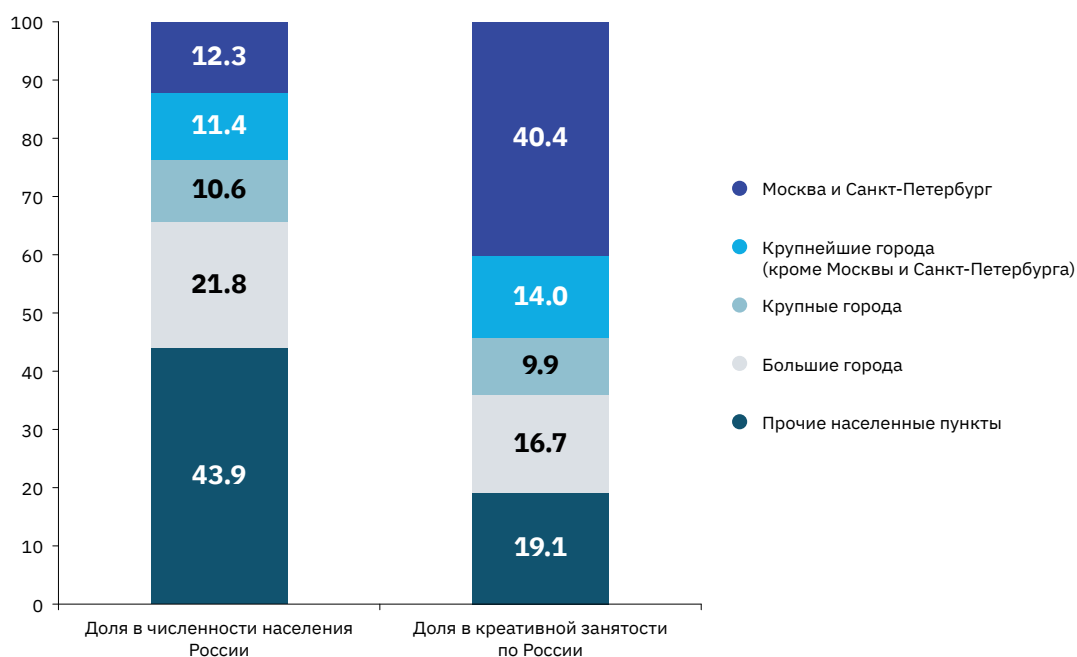
Перечень креативных специализаций городов представлен в Приложении 2.

Креативные индустрии в России – городской феномен, в котором особую роль играют Москва и Санкт-Петербург

Проведенные расчеты подтверждают, что креативные индустрии в России, как и в мире, – преимущественно городской феномен. В больших (с численностью населения от 100 тыс. до 500 тыс. человек), крупных (от 500 тыс. до 1 млн) и крупнейших (свыше 1 млн человек) городах суммарно сосредоточено немногим более половины населения России, при этом в них трудятся 81% работников креативных индустрий. Значительная их часть (40.4%) приходится на Москву и Санкт-Петербург (рис. 1). Остальные города-миллионеры аккумулируют 14% креативной занятости, немного отставая от больших городов (17%), но опережая крупные (10%).

Рисунок 1

Доля городов различного размера в численности населения и креативной занятости России
(проценты, по состоянию на май 2021 г.)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным СПАРК-Интерфакс и FIRA PRO.

Вклад городов с численностью населения от 100 тыс. до 250 тыс. человек в занятость в креативных индустриях страны наиболее заметен в промыслах и ремеслах (26.8% численности занятых в индустрии), от 250 тыс. до 500 тыс. человек – в ювелирном деле (38.3%), крупных городов – в промыслах и ремеслах, а также музейном, библиотечном и архивном деле (21.9 и 16.7% соответственно), а крупнейших – в архитектуре (23.8%).

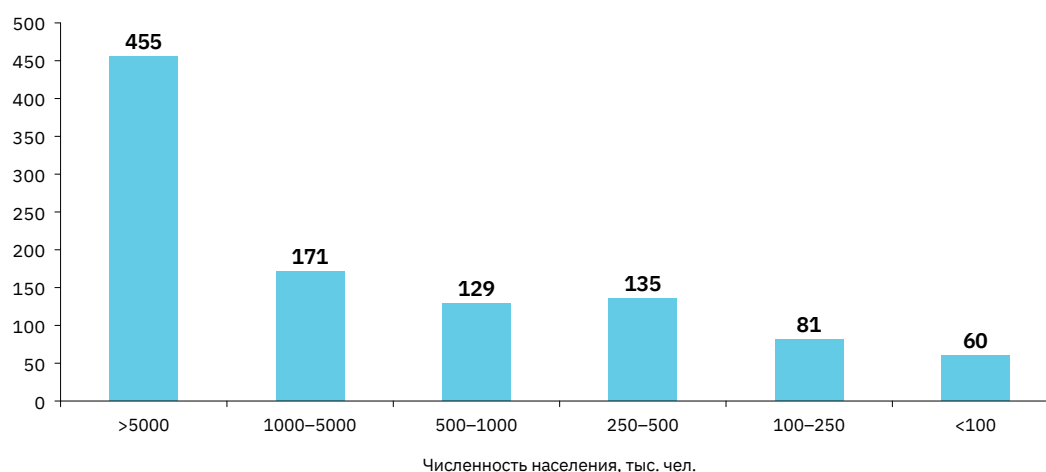
Креативная активность выше в городах, но размер не всегда имеет значение

Самое высокое значение индекса креативной активности зафиксировано в столицах. В Москве на 10 000 человек населения приходится 505 занятых в креативных индустриях, в Санкт-Петербурге – 336, это на треть меньше, чем в Москве, но почти вдвое больше, чем в остальных крупнейших городах. Далее разрыв между городами значительно сокращается: крупнейшие города (кроме Москвы и Санкт-Петербурга) опережают крупные только на треть. При этом в больших городах с численностью от 250 тыс. до 500 тыс. человек получены даже чуть более высокие (на 5%) значения индекса креативной активности, чем в крупных (рис. 2).

Рисунок 2

Индекс креативной активности в городах России разного размера

(численность занятых в креативных индустриях на 10 000 человек населения, по состоянию на май 2021 г.)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным СПАРК-Интерфакс и FIRA PRO.

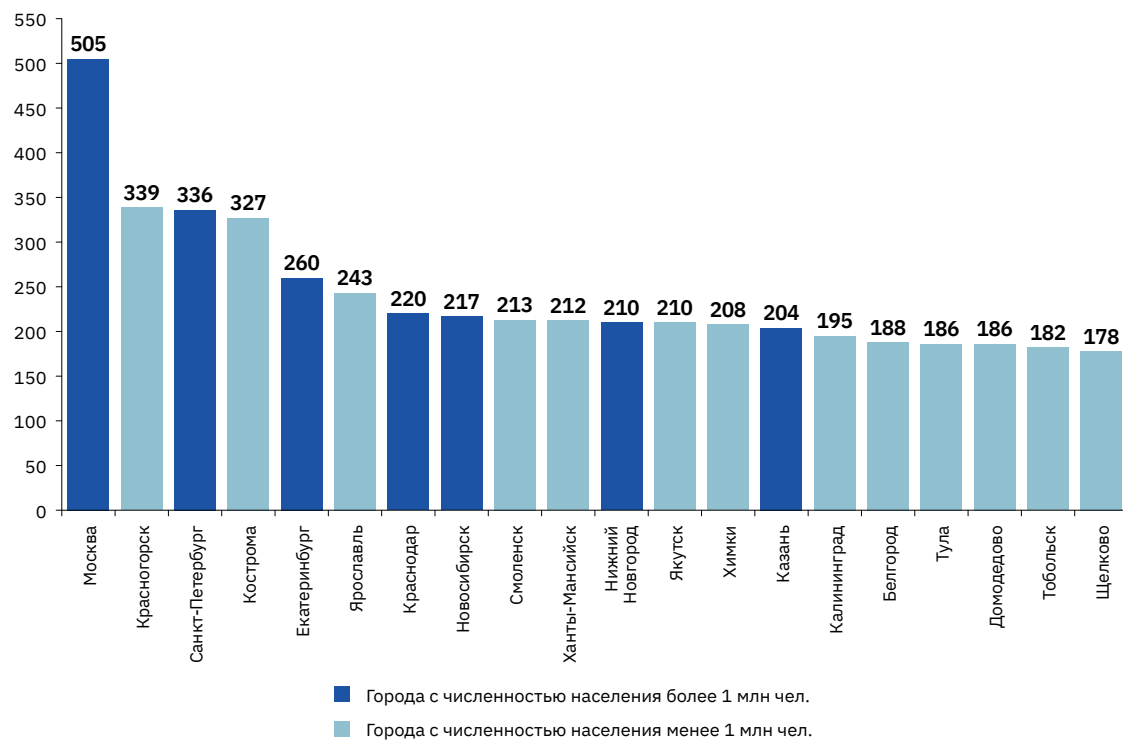
В топ-20 по значению индекса креативной активности вошли лишь 7 из 16 российских городов-миллионеров¹ (рис. 3). Высокие значения показателя в Красногорске, Химках, Домодедово и Щелково можно объяснить влиянием Московской агломерации. Все остальные участники верхней двадцатки (кроме Ярославля) находятся сравнительно далеко от столиц и относятся даже не к крупным, а к большим городам. Следовательно, последние уже сегодня могут выступать центрами развития креативных индустрий и наряду с крупными и крупнейшими городами, на которых сделан основной акцент в Концепции, должны рассматриваться в качестве приоритетных объектов государственной поддержки.

¹ Краснодар также включен в список городов-миллионеров, поскольку, по данным Росстата, численность Городского округа Краснодара превышает 1 млн человек.

Рисунок 3

Топ-20 российских городов по индексу креативной активности

(численность занятых в креативных индустриях на 10 000 человек населения, по состоянию на май 2021 г.)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным СПАРК-Интерфакс и FIRA PRO.

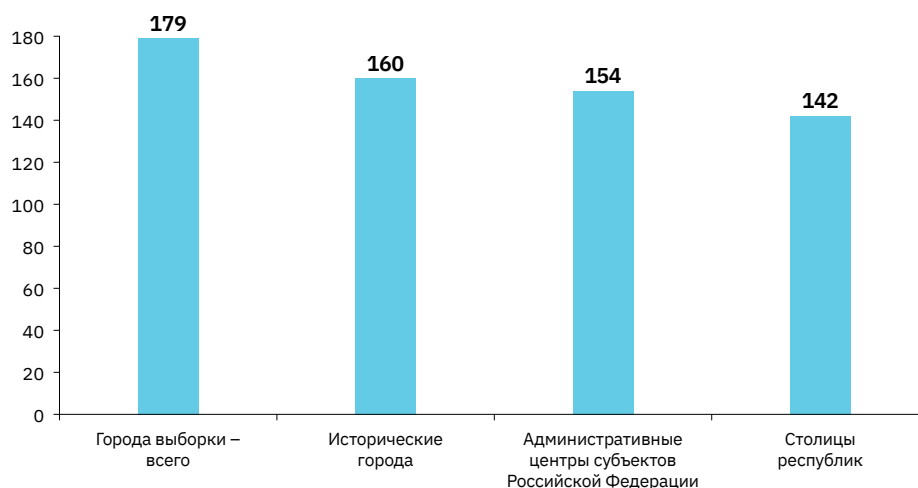
Административный и исторический статус города – не гарантия высокой креативной активности

Индекс креативной активности в республиканских столицах и региональных центрах оказался ниже среднего значения по выборке на 20 и 14% соответственно (рис. 4). Однако по ряду индустрий креативная активность в таких городах оказывается повышенной. Так, в издательском деле показатель республиканских столиц опережает среднее значение на 64%, в телерадиовещании – на 50%, в исполнительском искусстве – на 41%. По всей вероятности, это связано с расположением в центрах республик телеканалов, издательств, театров, музеев и творческих коллективов, занимающихся сохранением и распространением национального языка и культуры.

В административных центрах субъектов Российской Федерации индекс креативной активности на 28% выше среднего в индустрии ИТ и видеоигр. Исторические города¹ отличаются значительно более высоким уровнем данного показателя в ювелирном (в 7 раз), музейном, библиотечном и архивном (на 38%) деле, индустрии ИТ и видеоигр (на 28%). Последнее во многом обусловлено тем, что в число исторических городов входят Томск и Ярославль.

Рисунок 4

Индекс креативной активности в российских городах с различным статусом
(численность занятых в креативных индустриях на 10 000 человек населения, по состоянию на май 2021 г.)



Примечание. Из расчетов исключены Москва и Санкт-Петербург.

Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным СПАРК-Интерфакс и FIRA PRO.

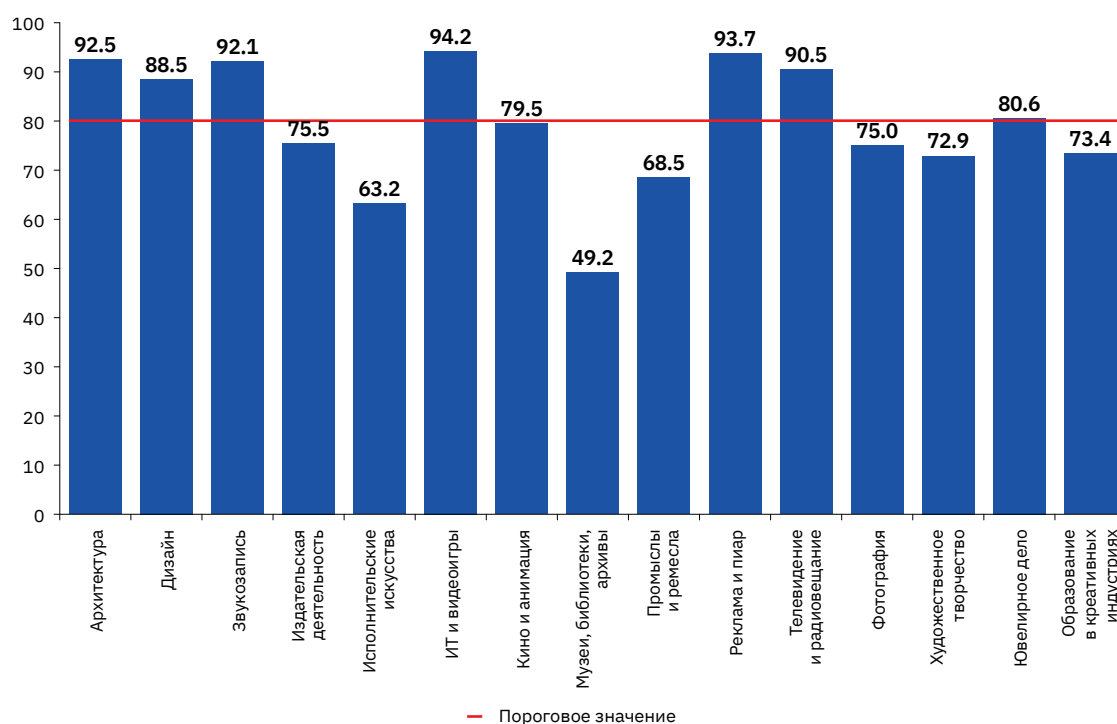
¹ Статус исторического города (поселения) на федеральном уровне регламентируется перечнем исторических поселений федерального значения и присваивается населенным пунктам, в границах которых расположены объекты культурного наследия, включенные в реестр, выявленные объекты культурного наследия и объекты, составляющие предмет охраны исторического поселения (Федеральный закон от 25.06.2002 № 73-ФЗ (ред. от 11.06.2021) «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации»).

Городские бизнес-индустрии – драйвер экономического развития креативного сектора

В архитектуре, дизайне, звукозаписи, ИТ и видеоиграх, рекламе и пиаре, телерадиовещании и ювелирном деле более 80% занятых работают в городах выборки и не менее 60% – в крупнейших городах (кроме дизайна и ювелирного дела) (рис. 5). В среднем эти бизнес-индустрии выступают креативными специализациями в крупнейших городах (без учета Москвы и Санкт-Петербурга) в 1.6 раз чаще, чем в крупных, и втрое чаще, чем в больших.

Рисунок 5

Вклад больших, крупных и крупнейших городов в общую численность занятых в креативных индустриях
(проценты, по состоянию на май 2021 г.)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным СПАРК-Интерфакс и FIRA PRO.

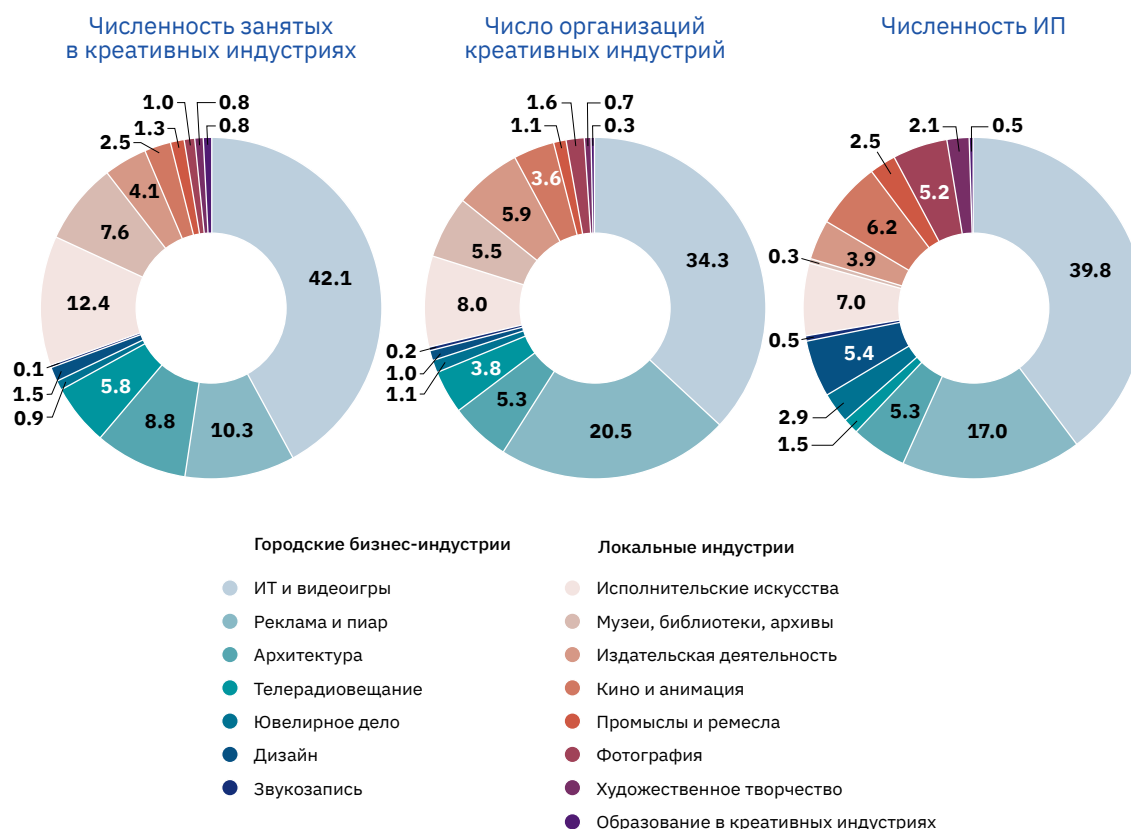
В крупнейших городах выше и индекс креативной активности этих отраслей¹: в архитектуре – на 58% по сравнению со средним по выборке, в ИТ и видеоиграх, рекламе и пиаре – на 57%, в дизайне и звукозаписи – на 24 и 23% соответственно, в телерадиовещании – на 12%.

¹ Исключение – ювелирное дело.

Важно отметить, что городские бизнес-индустрии доминируют как по численности занятых (69.6%), так и по числу организаций (73.2%) и ИП (72.4%) среди других индустрий креативного сектора (рис. 6), что позволяет рассматривать их как его ключевую экономическую силу.

Рисунок 6

Структура креативного сектора в городах выборки
(проценты, по состоянию на май 2021 г.)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным СПАРК-Интерфакс и FIRA PRO.

Городская бизнес-специфика рассматриваемых индустрий также проявляется в таких их отличительных чертах, как технологичность, значительный экспортный потенциал и, как следствие, высокие перспективы масштабирования.

При этом городские бизнес-индустрии сильнее связаны друг с другом, чем с локальными (п. 6 Приложения 1). Это может объясняться кросс-секторальным взаимодействием городских бизнес-индустрий, когда потребителями выступают другие бизнес-индустрии, а также перетоком рабочей силы из одной городской бизнес-индустрии в другую [Markusen et al., 2006].

Массовая специализация российских городов – локальные креативные индустрии

Такие отрасли, как издательское дело, исполнительские искусства, музеи, библиотеки, архивы, промыслы и ремесла, фотография, художественное творчество, кино и анимация, в среднем аккумулируют в городах выборки менее 80% своей занятости (см. рис. 5). Наиболее низкое значение демонстрируют музеи, библиотеки и архивы – всего 49.2%.

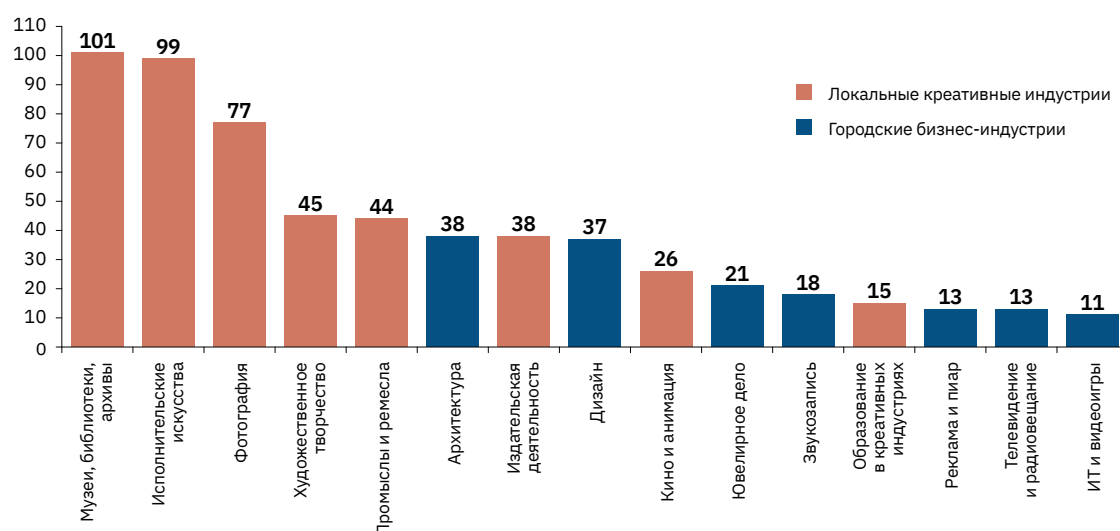
Практически все эти локальные индустрии объединяет ориентация преимущественно на внутренний рынок и местное потребление. Они могут развиваться за счет увеличения численности населения в городе и интенсификации туристических потоков, способствуя повышению качества жизни и росту привлекательности города для проживания.

Локальные креативные индустрии распространены в городах выборки более равномерно. Так, доля музеев, библиотек и архивов в городской занятости варьирует в достаточно узком интервале – от 0.05 до 2.23%, тогда как ИТ и видеоигр – типичной бизнес-индустрии – колеблется в диапазоне от 0.07 до 6.28%. Локальные креативные индустрии выступают креативными специализациями в среднем вдвое чаще, чем бизнес-индустрии (рис. 7).

Рисунок 7

Креативная специализация городов выборки

(число городов с соответствующей специализацией, по состоянию на май 2021 г.)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным СПАРК-Интерфакс и FIRA PRO.

Расчеты связности креативных индустрий позволили выявить «культурное ядро» – группу локальных креативных индустрий, связанных друг с другом сильнее, чем со всеми остальными. В него вошли музеи, библиотеки, архивы, издательская деятельность и исполнительское искусство.

Число креативных специализаций и индекс креативной активности в городах – взаимосвязанные показатели

Города, в которых на 10 000 жителей приходится более 200 занятых в креативных индустриях (Москва, Красногорск, Санкт-Петербург, Кострома, Екатеринбург, Ярославль, Краснодар, Новосибирск, Смоленск, Ханты-Мансийск, Нижний Новгород, Якутск, Химки, Казань), имеют не менее трех креативных специализаций, а безусловное лидерство по их числу принадлежит Москве и Санкт-Петербургу – городам с наиболее высоким индексом креативной активности.

К успешному развитию креативных специализаций приводят разнообразные исторические траектории

Истории развития креативных индустрий в 20 городах – лидерах по значению индекса креативной активности заметно различаются. Ювелирное искусство в Костроме уходит корнями к дореволюционной эпохе [ОГБУК «Костромской музей-заповедник», 2012], в то время как в Смоленске – во многом является наследием советского периода [КРИСТАЛЛ, 2019]. В Ярославле специализация на информационных технологиях связана с базированием в городе компании «Тензор» – крупного отраслевого игрока, многолетнего лидера в сфере электронного документооборота, а в Тобольске – с развитием нефтяной отрасли (здесь расположено ООО «СИБУР Диджитал» – поставщик решений для цифровизации нефтяной отрасли). В Якутске успехи в сфере кинематографа обусловлены особыми традициями в изобразительном искусстве региона и популярностью кино как формы досуга, а издательского дела – концентрацией носителей языка и местных культурных традиций. Большинство городов – лидеров этой индустрии (Элиста, Черкесск, Нальчик, Якутск, Майкоп, Симферополь) имеют статус республиканских столиц. Важны и краткосрочные факторы. Так, участие в государственных программах по благоустройству территорий стимулировало развитие архитектурной индустрии в Калининграде и Якутске.

Выводы

Наиболее высокая концентрация креативных индустрий наблюдается в Москве и Санкт-Петербурге. Столицы значительно опережают другие города-миллионеры по масштабам развития креативного сектора. В то же время по уровню креативной активности большие города с численностью от 250 тыс. до 500 тыс. человек часто не уступают крупным и крупнейшим. Принадлежность к административным центрам субъекта Российской Федерации оказывает заметное влияние только на креативную активность в индустрии ИТ и видеоигр. В издательской, исполнительской деятельности и телерадиовещании более ощутимый эффект оказывает статус города как республиканской столицы.

Исследование выявило существенную неоднородность креативных индустрий. Их можно разделить на локальные, относительно равномерно распределенные по городам разного размера (издательское дело, исполнительские искусства, музеи, библиотеки, архивы, промыслы и ремесла, фотография, художественное творчество, кино и анимация), и бизнес-индустрии, сконцентрированные преимущественно в больших, крупных и особенно крупнейших городах и выступающие драйвером экономического развития креативного сектора.

В локальных индустриях выделяется «культурное ядро», включающее музеи, библиотеки, архивы, издательскую деятельность и исполнительские искусства. Эти отрасли характеризуются значительной некоммерческой составляющей и тесно связаны с культурой. В то же время для развития городских бизнес-индустрий важно соседство с себе подобными.

Особую роль в развитии креативных индустрий играет фактор разнообразия. Прослеживается статистическая связь между уровнем креативной активности и диверсификации городского креативного сектора. В частности, высокие значения индекса креативной активности характерны для городов, в которых присутствует не менее трех отраслей специализации.

Результаты исследования служат информационной базой для разработки и реализации государственной политики в области развития креативных индустрий. Учет структуры креативного сектора в конкретных городах, соотношения в них локальных и городских бизнес-индустрий, особенностей исторического развития и пространственного размещения отдельных отраслей позволит предложить набор эффективных мер политики, направленных на поддержку данного сектора. Москва и Санкт-Петербург – ведущие центры креативных индустрий в России – требуют индивидуального управленческого подхода, ориентированного на глобальное лидерство и конкуренцию за таланты с другими мировыми городами. Политика поддержки креативных индустрий в городах-миллионерах может быть направлена на преодоление их отставания от столиц, особенно в сегменте городских бизнес-индустрий. Специальные меры государственной поддержки целесообразно применить к большим городам с высокой креативной активностью. Культурный потенциал столиц национальных республик может рассматриваться в качестве дополнительного источника их экономической диверсификации.

Список источников

КРИСТАЛЛ (2019) <https://ru.kristallsmolensk.com> (дата обращения: 10.12.2021).

Мкртчян Н.В. (2018) Внутривососсийская миграция в региональных столицах и нестолических территориях // Научные труды ИМП РАН. Москва: МАКС Пресс.

ОГБУК «Костромской музей-заповедник» (2012) Музейный хронограф. Сборник статей и материалов сотрудников Костромского музея-заповедника. Кострома: Костромаиздат.

Росстат (2021) Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2021 года. <https://rosstat.gov.ru/folder/11110/document/13282> (дата обращения: 10.12.2021).

Федеральный закон (2021) Федеральный закон от 25.06.2002 № 73-ФЗ (ред. от 11.06.2021) «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации». http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37318/ (дата обращения: 10.12.2021).

DCMS (2016) Creative Industries Economic Estimates Methodology. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/499683/CIEE_Methodology.pdf (дата обращения: 10.12.2021).

European Commission (2017) The Cultural and Creative Cities Monitor. 2017 Edition. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC107331> (дата обращения: 10.12.2021).

Florida R. (2005) Cities and the Creative Class. Hove: Psychology Press.

Higgs P., Cunningham S., Bakhshi H. (2008) Beyond the Creative Industries: Mapping the Creative Economy in the United Kingdom. United Kingdom: Nesta.

Jofre-Monseny J., Marín-López R., Viladecans-Marsal E. (2014) The Determinants of Localization and Urbanization Economies: Evidence from the Location of New Firms in Spain // Journal of Regional Science. № 54. P. 313–337.

Kolenda R., Liu C.Y. (2012) Are central cities more creative? The intrametropolitan geography of creative industries // Journal of Urban Affairs. № 34. P. 487–512.

Markusen A., Gilmore S., Johnson A., Levi T., Martinez A. (2006) Crossover: How Artists Build Careers across Commercial, Nonprofit and Community Work. Minneapolis: Hubert Humphrey Institute of Public Affairs, University of Minnesota.

Приложение 1

Методика исследования

Методика исследования включала следующие основные этапы:

1. Разработка классификатора креативных индустрий.
2. Формирование информационной базы исследования.
3. Агрегация данных по городам.
4. Оценка индекса креативной активности в городах.
5. Определение креативных специализаций городов.
6. Оценка связности креативных индустрий.

Далее рассмотрим каждый из этих этапов более подробно.

1. Разработка классификатора креативных индустрий

Для формирования классификатора креативных индустрий применялся подход некоммерческой организации NESTA и Департамента культуры, медиа и спорта Великобритании (DCMS) [Higgs et al., 2008]. В частности, по каждому виду экономической деятельности (ВЭД) (на уровне четырех знаков ОКВЭД 2¹) рассчитывалась доля занятых в нем представителей творческих профессий². В случае превышения порогового значения в 30% (аналогично подходу Великобритании [DCMS, 2016]) вид деятельности включался в перечень видов деятельности, относящихся к креативным индустриям. Кроме того, к креативным были отнесены следующие виды экономической деятельности:

- отличающиеся более низкой долей представителей креативных профессий, но при этом учитываемые NESTA и DCMS в составе креативных (58.12 «Издание адресных справочников и списков адресатов»; 90.04 «Деятельность учреждений культуры и искусства»; 59.14 «Деятельность в области демонстрации кинофильмов»; 85.41.2 «Образование в области культуры»);
- обозначаемые кодами из вышестоящей группировки по отношению к кодам ВЭД, относящимся к креативным индустриям, в случае если число организаций, зарегистрированных под кодами ВЭД креативных индустрий, составляло не менее 99% от общего числа организаций вышестоящей группировки (41.1 «Разработка строительных проектов»; 74.1 «Деятельность специализированная в области дизайна»; 59.2 «Деятельность в области звукозаписи и издания музыкальных произведений»; 58.1 «Издание книг, периодических публикаций и другие виды издательской деятельности»; 74.3 «Деятельность по письменному и устному переводу»; 90 «Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений»; 58.2 «Издание программного обеспечения»; 62 «Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги»; 62.0 «Разработка

¹ ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст) (ред. от 12.08.2021).

² Расчеты проводились на основе классификации творческих профессий, принятой DCMS, и данных выборочных обследований рабочей силы Росстата за 2018–2019 гг.

компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги»; 59.1 «Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ»; 73.1 «Деятельность рекламная»; 60 «Деятельность в области телевизионного и радиовещания»; 60.1 «Деятельность в области радиовещания»; 74.2 «Деятельность в области фотографии»; 32.1 «Производство ювелирных изделий, бижутерии и подобных товаров»);

- обозначаемые кодами из нижестоящей группировки кодов ВЭД, относящихся к креативным индустриям.

Перечень креативных индустрий, соответствующих им ВЭД и основания для их включения в классификатор (присутствуют в классификаторах NESTA и DCMS; доля занятых в креативных профессиях превышает 30%; обозначаются кодами вышестоящей или нижестоящей группировки по отношению в ВЭД креативных индустрий) представлены в таблице 1.

Таблица 1

Классификатор креативных индустрий, используемый в исследовании

№	Креативная индустрия	Код ОКВЭД2	Наименование вида экономической деятельности	Основания для отнесения видов деятельности к креативным индустриям			
				Присутствует в классификаторах NESTA и DCMS	Доля занятых в креативных профессиях превышает 30%	Обозначается кодом вышестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий	Обозначается кодом нижестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий
1	Архитектура	41.1	Разработка строительных проектов			+	
2	Архитектура	41.10	Разработка строительных проектов		+		
3	Архитектура	71.11	Деятельность в области архитектуры	+	+		
4	Архитектура	71.11.1	Деятельность в области архитектуры, связанная с созданием архитектурного объекта				+
5	Архитектура	71.11.2	Деятельность по территориальному планированию и планировке территории				+
6	Архитектура	71.11.3	Деятельность в области ландшафтной архитектуры и консультативные услуги в области архитектуры				+
7	Дизайн	74.1	Деятельность специализированная в области дизайна			+	
8	Дизайн	74.10	Деятельность специализированная в области дизайна	+	+		

(продолжение)

				Основания для отнесения видов деятельности к креативным индустриям			
№	Креативная индустрия	Код ОКВЭД2	Наименование вида экономической деятельности	Присутствует в классификаторах NESTA и DCMS	Доля занятых в креативных профессиях превышает 30%	Обозначается кодом выходящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий	Обозначается кодом нижестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий
9	Звукозапись	59.2	Деятельность в области звукозаписи и издания музыкальных произведений			+	
10	Звукозапись	59.20	Деятельность в области звукозаписи и издания музыкальных произведений	+	+		
11	Звукозапись	59.20.1	Издание аудиовизуальных произведений на магнитных, электронных и цифровых носителях				+
12	Звукозапись	59.20.2	Деятельность студий звукозаписи				+
13	Звукозапись	59.20.3	Издание музыкальных и нотных тетрадей, в том числе для слепых				+
14	Издательская деятельность	58.1	Издание книг, периодических публикаций и другие виды издательской деятельности			+	
15	Издательская деятельность	58.11	Издание книг	+	+		
16	Издательская деятельность	58.11.1	Издание книг, брошюр, рекламных буклетов и аналогичных изданий, включая издание словарей и энциклопедий, в том числе для слепых, в печатном виде				+
17	Издательская деятельность	58.11.2	Издание книг, брошюр, рекламных буклетов и аналогичных изданий, включая издание словарей и энциклопедий на электронных носителях				+
18	Издательская деятельность	58.11.3	Издание атласов, карт и таблиц, в том числе для слепых, в печатном виде				+
19	Издательская деятельность	58.11.4	Издание атласов, карт и таблиц на электронных носителях				+
20	Издательская деятельность	58.12	Издание адресных справочников и списков адресатов	+			

(продолжение)

				Основания для отнесения видов деятельности к креативным индустриям			
№	Креативная индустрия	Код ОКВЭД2	Наименование вида экономической деятельности	Присутствует в классификаторах NESTA и DCMS	Доля занятых в креативных профессиях превышает 30%	Обозначается кодом вышестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий	Обозначается кодом нижестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий
21	Издательская деятельность	58.12.1	Издание справочников в печатном виде				+
22	Издательская деятельность	58.12.2	Издание справочников на электронных носителях				+
23	Издательская деятельность	58.13	Издание газет	+	+		
24	Издательская деятельность	58.13.1	Издание газет в печатном виде				+
25	Издательская деятельность	58.13.2	Издание газет на электронных носителях				+
26	Издательская деятельность	58.14	Издание журналов и периодических изданий	+	+		
27	Издательская деятельность	58.14.1	Издание журналов и периодических публикаций в печатном виде				+
28	Издательская деятельность	58.14.2	Издание журналов и периодических публикаций на электронных носителях				+
29	Издательская деятельность	58.19	Виды издательской деятельности прочие	+	+		
30	Издательская деятельность	74.3	Деятельность по письменному и устному переводу			+	
31	Издательская деятельность	74.30	Деятельность по письменному и устному переводу	+	+		
32	Исполнительские искусства	90	Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений			+	
33	Исполнительские искусства	90.0	Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений			+	
34	Исполнительские искусства	90.01	Деятельность в области исполнительских искусств	+	+		
35	Исполнительские искусства	90.02	Деятельность вспомогательная, связанная с исполнительскими искусствами	+	+		
36	Исполнительские искусства	90.04	Деятельность учреждений культуры и искусства	+			

(продолжение)

				Основания для отнесения видов деятельности к креативным индустриям			
№	Креативная индустрия	Код ОКВЭД2	Наименование вида экономической деятельности	Присутствует в классификаторах NESTA и DCMS	Доля занятых в креативных профессиях превышает 30%	Обозначается кодом выходящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий	Обозначается кодом нижестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий
37	Исполнительские искусства	90.04.1	Деятельность концертных залов, театров, оперных зданий, мюзик-холлов, включая услуги билетных касс				+
38	Исполнительские искусства	90.04.2	Деятельность многоцелевых центров и подобных заведений с преобладанием культурного обслуживания				+
39	Исполнительские искусства	90.04.3	Деятельность учреждений клубного типа: клубов, дворцов и домов культуры, домов народного творчества				+
40	ИТ и видео-игры	58.2	Издание программного обеспечения			+	
41	ИТ и видео-игры	58.21	Издание компьютерных игр	+	+		
42	ИТ и видео-игры	58.29	Издание прочих программных продуктов	+	+		
43	ИТ и видео-игры	62	Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги			+	
44	ИТ и видео-игры	62.0	Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги			+	
45	ИТ и видео-игры	62.01	Разработка компьютерного программного обеспечения	+	+		
46	ИТ и видео-игры	62.02	Деятельность консультативная и работы в области компьютерных технологий	+	+		
47	ИТ и видео-игры	62.02.1	Деятельность по планированию, проектированию компьютерных систем				+

(продолжение)

				Основания для отнесения видов деятельности к креативным индустриям			
№	Креативная индустрия	Код ОКВЭД2	Наименование вида экономической деятельности	Присутствует в классификаторах NESTA и DCMS	Доля занятых в креативных профессиях превышает 30%	Обозначается кодом вышестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий	Обозначается кодом нижестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий
48	ИТ и видео-игры	62.02.2	Деятельность по обследованию и экспертизе компьютерных систем				+
49	ИТ и видео-игры	62.02.3	Деятельность по обучению пользователей				+
50	ИТ и видео-игры	62.02.4	Деятельность по подготовке компьютерных систем к эксплуатации				+
51	ИТ и видео-игры	62.02.9	Деятельность консультативная в области компьютерных технологий прочая				+
52	ИТ и видео-игры	62.03	Деятельность по управлению компьютерным оборудованием		+		
53	ИТ и видео-игры	62.03.1	Деятельность по управлению компьютерными системами				+
54	ИТ и видео-игры	62.03.11	Деятельность по управлению компьютерными системами непосредственно				+
55	ИТ и видео-игры	62.03.12	Деятельность по управлению компьютерными системами дистанционно				+
56	ИТ и видео-игры	62.03.13	Деятельность по сопровождению компьютерных систем				+
57	ИТ и видео-игры	62.03.19	Деятельность по управлению компьютерным оборудованием прочая, не включенная в другие группировки				+
58	ИТ и видео-игры	62.09	Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, прочая		+		
59	ИТ и видео-игры	63.11	Деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность		+		

(продолжение)

№	Креативная индустрия	Код ОКВЭД2	Наименование вида экономической деятельности	Основания для отнесения видов деятельности к креативным индустриям			
				Присутствует в классификаторах NESTA и DCMS	Доля занятых в креативных профессиях превышает 30%	Обозначается кодом вышестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий	Обозначается кодом нижестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий
60	ИТ и видео-игры	63.11.1	Деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов				+
61	ИТ и видео-игры	63.11.9	Деятельность по предоставлению услуг по размещению информации прочая				+
62	Кино и анимация	59.1	Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ			+	
63	Кино и анимация	59.11	Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ	+	+		
64	Кино и анимация	59.11.1	Производство анимационных фильмов				+
65	Кино и анимация	59.11.9	Производство прочих кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ				+
66	Кино и анимация	59.12	Деятельность монтажно-компоновочная в области производства кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ	+	+		
67	Кино и анимация	59.13	Деятельность по распространению кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ	+	+		
68	Кино и анимация	59.14	Деятельность в области демонстрации кинофильмов	+			
69	Музеи, библиотеки, архивы	91.01	Деятельность библиотек и архивов	+	+		
70	Музеи, библиотеки, архивы	91.02	Деятельность музеев	+	+		
71	Промыслы и ремесла	23.41	Производство хозяйственных и декоративных керамических изделий		+		
72	Промыслы и ремесла	23.41.1	Производство столовой и кухонной керамической посуды				+

(продолжение)

				Основания для отнесения видов деятельности к креативным индустриям			
№	Креативная индустрия	Код ОКВЭД2	Наименование вида экономической деятельности	Присутствует в классификаторах NESTA и DCMS	Доля занятых в креативных профессиях превышает 30%	Обозначается кодом вышестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий	Обозначается кодом нижестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий
73	Промыслы и ремесла	23.41.2	Производство прочих хозяйственных и туалетных керамических принадлежностей				+
74	Промыслы и ремесла	23.41.3	Производство статуэток и прочих декоративных керамических изделий				+
75	Промыслы и ремесла	31.02	Производство кухонной мебели		+		
76	Промыслы и ремесла	31.02.1	Производство кухонной мебели, кроме изготовленной по индивидуальному заказу населения				+
77	Промыслы и ремесла	31.02.2	Изготовление кухонной мебели по индивидуальному заказу населения				+
78	Промыслы и ремесла	32.99.5	Производство зажигалок и прочих курительных принадлежностей		+		
79	Промыслы и ремесла	32.99.6	Производство изделий для праздников, карнавалов или прочих изделий для увеселения				+
80	Промыслы и ремесла	32.99.7	Производство приборов, аппаратуры и моделей, предназначенных для демонстрационных целей				+
81	Промыслы и ремесла	32.99.8	Производство изделий народных художественных промыслов				+
82	Промыслы и ремесла	95.24	Ремонт мебели и предметов домашнего обихода		+		
83	Промыслы и ремесла	95.24.1	Ремонт мебели				+
84	Промыслы и ремесла	95.24.2	Ремонт предметов домашнего обихода				+
85	Реклама и пиар	70.21	Деятельность в сфере связей с общественностью	+	+		
86	Реклама и пиар	73.1	Деятельность рекламная			+	

(продолжение)

№	Креативная индустрия	Код ОКВЭД2	Наименование вида экономической деятельности	Основания для отнесения видов деятельности к креативным индустриям			
				Присутствует в классификаторах NESTA и DCMS	Доля занятых в креативных профессиях превышает 30%	Обозначается кодом выходящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий	Обозначается кодом нижестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий
87	Реклама и пиар	73.11	Деятельность рекламных агентств	+	+		
88	Реклама и пиар	73.12	Представление в средствах массовой информации	+	+		
89	Телерадиовещание	60	Деятельность в области телевизионного и радиовещания			+	
90	Телерадиовещание	60.1	Деятельность в области радиовещания			+	
91	Телерадиовещание	60.10	Деятельность в области радиовещания	+	+		
92	Телерадиовещание	60.2	Деятельность в области телевизионного вещания		+		
93	Телерадиовещание	60.20	Деятельность в области телевизионного вещания	+	+		
94	Телерадиовещание	63.91	Деятельность информационных агентств		+		
95	Фотография	74.2	Деятельность в области фотографии			+	
96	Фотография	74.20	Деятельность в области фотографии	+	+		
97	Художественное творчество	90.03	Деятельность в области художественного творчества	+	+		
98	Ювелирное дело	32.1	Производство ювелирных изделий, бижутерии и подобных товаров			+	
99	Ювелирное дело	32.12	Производство ювелирных изделий и аналогичных изделий	+	+		
100	Ювелирное дело	32.12.1	Производство изделий технического назначения из драгоценных металлов				+
101	Ювелирное дело	32.12.2	Производство изделий технического назначения из драгоценных камней				+
102	Ювелирное дело	32.12.3	Обработка алмазов				+

				Основания для отнесения видов деятельности к креативным индустриям			
№	Креативная индустрия	Код ОКВЭД2	Наименование вида экономической деятельности	Присутствует в классификаторах NESTA и DCMS	Доля занятых в креативных профессиях превышает 30%	Обозначается кодом вышестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий	Обозначается кодом нижестоящей группировки по отношению к ВЭД креативных индустрий
103	Ювелирное дело	32.12.4	Обработка драгоценных, полудрагоценных, поделочных и синтетических камней, кроме алмазов и янтаря; производство изделий из полудрагоценных, поделочных и синтетических камней, кроме янтаря				+
104	Ювелирное дело	32.12.5	Производство ювелирных изделий, медалей из драгоценных металлов и драгоценных камней				+
105	Ювелирное дело	32.12.6	Изготовление ювелирных изделий и аналогичных изделий по индивидуальному заказу населения				+
106	Ювелирное дело	32.12.7	Обработка янтаря и производство изделий из янтаря				+
107	Ювелирное дело	32.13	Производство бижутерии и подобных товаров		+		
108	Ювелирное дело	32.13.1	Производство бижутерии и подобных товаров, кроме изготовленных по индивидуальному заказу				+
109	Ювелирное дело	32.13.2	Изготовление бижутерии и подобных товаров по индивидуальному заказу населения				+
110	Ювелирное дело	95.25	Ремонт часов и ювелирных изделий		+		
111	Ювелирное дело	95.25.1	Ремонт часов				+
112	Ювелирное дело	95.25.2	Ремонт ювелирных изделий				+
113	Образование в креативных индустриях	85.41.2	Образование в области культуры	+			

2. Формирование информационной базы исследования

Информационной базой исследования послужили пообъектные данные об организациях и индивидуальных предпринимателях, содержащиеся в базах данных СПАРК-Интерфакс (<https://spark-interfax.ru/>) и FIRA PRO (<https://fira.ru/>). Использовались сведения о дате регистрации организации и ИП и среднесписочной численности занятых в организации по состоянию на 1 января 2021 г. При отсутствии информации о численности занятых значения этого показателя определялись на основе представленных в системе СПАРК интервалов в соответствии с правилами, приведенными в таблице 2. Численность занятых для ИП принималась равной 1.

Таблица 2

Учитываемая численность занятых в организациях, по которым отсутствуют данные о среднесписочной численности занятых в системе СПАРК

Интервал численности занятых, чел.	Учитываемая численность занятых, чел.
0–5	3
6–10	8
11–15	13
16–50	35
51–100	75
101–150	125
151–200	175
201–250	225
251–500	375
501–1000	750
1001–5000	1000
5000 и более	5000

Источник: информационная система СПАРК.

Во избежание завышенных агрегированных оценок численность занятых в организациях, по которым в системе СПАРК были указаны интервалы «1001–5000» и «5000 и более», учитывалась по нижним границам соответствующих интервалов.

3. Агрегация данных по городам

В выборку исследования вошли:

- 189 городских округов с численностью населения более 100 тыс. человек;
- 5 городов – центров городских поселений с численностью населения более 100 тыс. человек;
- 3 города федерального значения.

Для целей исследования города были сгруппированы по размеру (табл. 3).

Таблица 3

Классификация городов по размеру, используемая в исследовании

Категория	Численность населения, чел. (по состоянию на 1 января 2021 г.)
Крупнейшие	свыше 1 млн
Крупные	500 тыс. – 1 млн
Большие	100 – 500 тыс.

Отнесение организаций и ИП к городам выборки проводилось на основании их кодов ОКТМО:

- для городов федерального значения – по первым двум знакам;
- для городских округов – по первым пяти знакам;
- для городских поселений – по первым одиннадцати знакам.

4. Оценка индекса креативной активности в городах

Индекс креативной активности – показатель, характеризующий уровень развития креативного сектора в городе, необходимый для относительной оценки креативных индустрий в городах с разной численностью населения. Рассчитывается как отношение численности занятых в креативной индустрии к численности населения в городе:

$$CA_{ij} = \frac{AE_{ij}}{POP_i}, \quad (1)$$

где

i – номер города;

j – номер креативной индустрии;

CA_{ij} – индекс креативной активности j -й креативной индустрии в i -м городе;

AE_{ij} – численность занятых в i -м городе в j -й креативной индустрии;

POP_i – численность населения в i -м городе.

Источниками информации о численности занятых (показатель AE_{ij}) стали базы данных СПАРК-Интерфакс и FIRA PRO, о численности населения в городах (POP_i) – статистический бюллетень Росстата «Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2021 года».

5. Определение креативных специализаций городов

Креативные специализации города определялись на основе коэффициента креативной специализации. Он позволяет оценить, насколько удельный вес занятых в креативной индустрии в общей численности занятых в выбранном городе отличается от аналогичного показателя в среднем для всех городов выборки, и рассчитывается по формуле:

$$CS_{ij} = \frac{AE_{ij}}{TE_i} / \frac{\sum_{i=1}^m AE_{i,j}}{\sum_{i=1}^m TE_i}, \quad (2)$$

где

i – номер города;

m – число исследуемых городов;

j – номер креативной индустрии;

CS_{ij} – коэффициент креативной специализации j -й индустрии в i -м городе;

AE_{ij} – численность занятых в i -м городе в j -й креативной индустрии;

TE_i – численность занятых в i -м городе.

Креативная индустрия рассматривалась как креативная специализация города, если значение коэффициента креативной специализации превышало единицу.

Источники информации о численности занятых (показатель AE_{ij}) – базы данных СПАРК-Интерфакс и FIRA PRO.

6. Оценка связности креативных индустрий

Связность креативных индустрий в настоящем исследовании – это величина, отражающая тенденцию креативных индустрий к совместному расположению в одном городе.

Показатель связности i -й и j -й креативных индустрий рассчитывался как коэффициент корреляции двух переменных – коэффициентов креативной специализации i -й и j -й индустрий (табл. 4).

Таблица 4

**Показатели связности креативных индустрий – коэффициенты корреляции
коэффициентов креативной специализации креативных индустрий**

Креативная индустрия i \ Креативная индустрия j	Музеи, библиотеки, архивы	Исполнительские искусства	Издательская деятельность	Фотография	Художественное творчество	Дизайн	Кино и анимация	Архитектура	Промыслы и ремесла	Телерадиовещание	Звукозапись	Ювелирное дело	Реклама и пиар	Образование в креативных индустриях	ИТ и видеоигры
Музеи, библиотеки, архивы	1,000	0,348	0,380	0,084	0,284	-0,026	0,041	-0,099	-0,065	0,057	-0,033	0,117	-0,009	0,011	-0,063
Исполнительские искусства	0,348	1,000	0,339	0,085	-0,001	-0,083	0,054	-0,068	0,012	0,111	-0,056	0,000	-0,051	0,150	-0,078
Издательская деятельность	0,380	0,339	1,000	0,010	0,248	0,003	0,022	0,076	-0,082	0,184	0,162	0,033	0,016	0,069	0,079
Фотография	0,084	0,085	0,010	1,000	-0,027	0,298	0,110	0,062	0,076	0,097	0,180	0,008	0,108	0,105	0,077
Художественное творчество	0,284	-0,001	0,248	-0,027	1,000	-0,006	0,067	-0,012	-0,065	0,080	0,225	0,030	-0,015	-0,057	-0,001
Дизайн	-0,026	-0,083	0,003	0,298	-0,006	1,000	0,461	0,279	0,160	0,084	0,616	0,030	0,535	0,083	0,368
Кино и анимация	0,041	0,054	0,022	0,110	0,067	0,461	1,000	0,157	0,090	0,130	0,356	-0,056	0,254	0,047	0,214
Архитектура	-0,099	-0,068	0,076	0,062	-0,012	0,279	0,157	1,000	-0,049	0,030	0,325	0,038	0,226	-0,094	0,382
Промыслы и ремесла	-0,065	0,012	-0,082	0,076	-0,065	0,160	0,090	-0,049	1,000	-0,055	0,051	-0,017	0,030	-0,045	-0,005
Телерадиовещание	0,057	0,111	0,184	0,097	0,080	0,084	0,130	0,030	-0,055	1,000	0,171	0,071	0,198	-0,088	0,175
Звукозапись	-0,033	-0,056	0,162	0,180	0,225	0,616	0,356	0,325	0,051	0,171	1,000	-0,007	0,420	0,060	0,311
Ювелирное дело	0,117	0,000	0,033	0,008	0,030	0,030	-0,056	0,038	-0,017	0,071	-0,007	1,000	0,087	-0,023	0,080
Реклама и пиар	-0,009	-0,051	0,016	0,108	-0,015	0,535	0,254	0,226	0,030	0,198	0,420	0,087	1,000	0,016	0,465
Образование в креативных индустриях	0,011	0,150	0,069	0,105	-0,057	0,083	0,047	-0,094	-0,045	-0,088	0,060	-0,023	0,016	1,000	-0,018
ИТ и видеоигры	-0,063	-0,078	0,079	0,077	-0,001	0,368	0,214	0,382	-0,005	0,175	0,311	0,080	0,465	-0,018	1,000

Связность i-й и j-й креативных индустрий:

- низкая (< 0)
- средняя (0 – 0,3)
- высокая (> 0,3)

Приложение 2

Креативные специализации больших, крупных и крупнейших городов

(по данным 2021 г.)

Таблица 1
Креативные специализации городов

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Белгород	Белгородская область																ЦФО
Губкин	Белгородская область																ЦФО
Старый Оскол	Белгородская область																ЦФО
Брянск	Брянская область																ЦФО
Владимир	Владимирская область																ЦФО
Ковров	Владимирская область																ЦФО
Муром	Владимирская область																ЦФО
Воронеж	Воронежская область																ЦФО
Иваново	Ивановская область																ЦФО
Калуга	Калужская область																ЦФО
Обнинск	Калужская область																ЦФО

(продолжение)

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Кострома	Костромская область																ЦФО
Курск	Курская область																ЦФО
Елец	Липецкая область																ЦФО
Липецк	Липецкая область																ЦФО
Москва	Москва																ЦФО
Ногинск	Московская область																ЦФО
Балашиха	Московская область																ЦФО
Воскресенск	Московская область																ЦФО
Долгопрудный	Московская область																ЦФО
Домодедово	Московская область																ЦФО
Егорьевск	Московская область																ЦФО
Жуковский	Московская область																ЦФО
Истра	Московская область																ЦФО
Клин	Московская область																ЦФО
Королев	Московская область																ЦФО

(продолжение)

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Красно-горск	Московская область																ЦФО
Люберцы	Московская область																ЦФО
Мытищи	Московская область																ЦФО
Подольск	Московская область																ЦФО
Реутов	Московская область																ЦФО
Серпухов	Московская область																ЦФО
Солнечно-горск	Московская область																ЦФО
Ступино	Московская область																ЦФО
Химки	Московская область																ЦФО
Чехов	Московская область																ЦФО
Щёлково	Московская область																ЦФО
Электро-сталь	Московская область																ЦФО
Коломна	Московская область																ЦФО
Видное	Московская область																ЦФО
Дмитров	Московская область																ЦФО

(продолжение)

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Наро-Фоминск	Московская область																ЦФО
Одинцово	Московская область																ЦФО
Орехово-Зуево	Московская область																ЦФО
Пушкино	Московская область																ЦФО
Раменское	Московская область																ЦФО
Сергиев Посад	Московская область																ЦФО
Орёл	Орловская область																ЦФО
Рязань	Рязанская область																ЦФО
Смоленск	Смоленская область																ЦФО
Тамбов	Тамбовская область																ЦФО
Тверь	Тверская область																ЦФО
Тула	Тульская область																ЦФО
Рыбинск	Ярославская область																ЦФО
Ярославль	Ярославская область																ЦФО
Архангельск	Архангельская область																СЗФО

(продолжение)

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Северодвинск	Архангельская область																СЗФО
Вологда	Вологодская область																СЗФО
Череповец	Вологодская область																СЗФО
Калининград	Калининградская область																СЗФО
Мурманск	Мурманская область																СЗФО
Великий Новгород	Новгородская область																СЗФО
Псков	Псковская область																СЗФО
Петрозаводск	Республика Карелия																СЗФО
Сыктывкар	Республика Коми																СЗФО
Ухта	Республика Коми																СЗФО
Санкт-Петербург	Санкт-Петербург																СЗФО
Астрахань	Астраханская область																ЮФО
Волгоград	Волгоградская область																ЮФО
Волжский	Волгоградская область																ЮФО
Камышин	Волгоградская область																ЮФО

(продолжение)

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Армавир	Краснодарский край																ЮФО
Анапа	Краснодарский край																ЮФО
Геленджик	Краснодарский край																ЮФО
Краснодар	Краснодарский край																ЮФО
Новорос-сийск	Краснодарский край																ЮФО
Сочи	Краснодарский край																ЮФО
Майкоп	Республика Адыгея																ЮФО
Элиста	Республика Калмыкия																ЮФО
Севастополь	Республика Крым																ЮФО
Евпатория	Республика Крым																ЮФО
Керчь	Республика Крым																ЮФО
Симферополь	Республика Крым																ЮФО
Феодосия	Республика Крым																ЮФО
Ялта	Республика Крым																ЮФО
Батайск	Ростовская область																ЮФО

(продолжение)

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Волго-донск	Ростовская область																ЮФО
Ново-черкасс	Ростовская область																ЮФО
Новошах-тинск	Ростовская область																ЮФО
Ростов-на-Дону	Ростовская область																ЮФО
Таганрог	Ростовская область																ЮФО
Шахты	Ростовская область																ЮФО
Дербент	Республика Дагестан																СКФО
Каспийск	Республика Дагестан																СКФО
Махач-кала	Республика Дагестан																СКФО
Хасавюрт	Республика Дагестан																СКФО
Назрань	Республика Ингушетия																СКФО
Нальчик	Республика Кабардино-Балкария																СКФО
Черкесск	Республика Карачаево-Черкесия																СКФО
Влади-кавказ	Республика Северная Осетия - Алания																СКФО
Грозный	Республика Чечня																СКФО

(продолжение)

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Георгиевск	Ставропольский край																СКФО
Невинномысск	Ставропольский край																СКФО
Ставрополь	Ставропольский край																СКФО
Ессентуки	Ставропольский край																СКФО
Кисловодск	Ставропольский край																СКФО
Пятигорск	Ставропольский край																СКФО
Минеральные Воды	Ставропольский край																СКФО
Киров	Кировская область																ПФО
Арзамас	Нижегородская область																ПФО
Бор	Нижегородская область																ПФО
Нижний Новгород	Нижегородская область																ПФО
Дзержинск	Нижегородская область																ПФО
Оренбург	Оренбургская область																ПФО
Орск	Оренбургская область																ПФО
Пенза	Пензенская область																ПФО

(продолжение)

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Березники	Пермский край																ПФО
Пермь	Пермский край																ПФО
Соликамск	Пермский край																ПФО
Чайковский	Пермский край																ПФО
Нефтекамск	Республика Башкортостан																ПФО
Октябрьский	Республика Башкортостан																ПФО
Салават	Республика Башкортостан																ПФО
Стерлитамак	Республика Башкортостан																ПФО
Уфа	Республика Башкортостан																ПФО
Йошкар-Ола	Республика Марий Эл																ПФО
Саранск	Республика Мордовия																ПФО
Новочебоксарск	Республика Чувашия																ПФО
Чебоксары	Республика Чувашия																ПФО
Альметьевск	Республика Татарстан																ПФО
Зеленодольск	Республика Татарстан																ПФО

(продолжение)

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Нижнекамск	Республика Татарстан																ПФО
Казань	Республика Татарстан																ПФО
Набережные Челны	Республика Татарстан																ПФО
Ижевск	Республика Удмуртия																ПФО
Новокуйбышевск	Самарская область																ПФО
Самара	Самарская область																ПФО
Сызрань	Самарская область																ПФО
Тольятти	Самарская область																ПФО
Балаково	Саратовская область																ПФО
Энгельс	Саратовская область																ПФО
Саратов	Саратовская область																ПФО
Димитровград	Ульяновская область																ПФО
Ульяновск	Ульяновская область																ПФО
Курган	Курганская область																УФО
Каменск-Уральский	Свердловская область																УФО

(продолжение)

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Нижний Тагил	Свердловская область																УФО
Екатеринбург	Свердловская область																УФО
Первоуральск	Свердловская область																УФО
Серов	Свердловская область																УФО
Тобольск	Тюменская область																УФО
Тюмень	Тюменская область																УФО
Нефтеюганск	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра																УФО
Нижневартовск	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра																УФО
Сургут	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра																УФО
Ханты-Мансийск	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра																УФО
Златоуст	Челябинская область																УФО
Копейск	Челябинская область																УФО
Магнитогорск	Челябинская область																УФО
Миасс	Челябинская область																УФО
Челябинск	Челябинская область																УФО

(продолжение)

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Новый Уренгой	Ямало-Ненецкий автономный округ																УФО
Ноябрьск	Ямало-Ненецкий автономный округ																УФО
Барнаул	Алтайский край																СФО
Бийск	Алтайский край																СФО
Рубцовск	Алтайский край																СФО
Ангарск	Иркутская область																СФО
Иркутск	Иркутская область																СФО
Братск	Иркутская область																СФО
Белово	Кемеровская область																СФО
Кемерово	Кемеровская область																СФО
Новокузнецк	Кемеровская область																СФО
Прокопьевск	Кемеровская область																СФО
Ачинск	Красноярский край																СФО
Железногорск	Красноярский край																СФО
Красноярск	Красноярский край																СФО

(продолжение)

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Норильск	Красноярский край																СФО
Бердск	Новосибирская область																СФО
Новосибирск	Новосибирская область																СФО
Омск	Омская область																СФО
Кызыл	Республика Тыва																СФО
Абакан	Республика Хакасия																СФО
Северск	Томская область																СФО
Томск	Томская область																СФО
Благовещенск	Амурская область																ДФО
Чита	Забайкальский край																ДФО
Петропавловск-Камчатский	Камчатский край																ДФО
Артем	Приморский край																ДФО
Владивосток	Приморский край																ДФО
Находка	Приморский край																ДФО
Уссурийск	Приморский край																ДФО

Город	Субъект Российской Федерации	Архитектура	Дизайн	Звукозапись	Издательская деятельность	Исполнительские искусства	ИТ и видеоигры	Кино и анимация	Музеи, библиотеки, архивы	Промыслы и ремесла	Реклама и пиар	Телерадиовещание	Фотография	Художественное творчество	Ювелирное дело	Образование в креативных индустриях	Федеральный округ
Улан-Удэ	Республика Бурятия	■			■	■			■		■	■	■	■	■		ДФО
Якутск	Республика Саха (Якутия)	■	■	■	■	■	■	■	■	■		■	■	■	■		ДФО
Южно-Сахалинск	Сахалинская область	■		■	■	■		■	■				■				ДФО
Комсомольск-на-Амуре	Хабаровский край	■		■		■		■	■				■				ДФО
Хабаровск	Хабаровский край	■	■		■	■		■	■	■	■		■	■			ДФО

Значение коэффициента креативной специализации:

- низкое (< 0,5)
- среднее (0,5 – 0,7)
- высокое (0,7 – 1,0)
- очень высокое (> 1,0)

ЦФО – Центральный федеральный округ
 СЗФО – Северо-Западный федеральный округ
 ЮФО – Южный федеральный округ
 СКФО – Северо-Кавказский федеральный округ
 ПФО – Приволжский федеральный округ
 УФО – Уральский федеральный округ
 СФО – Сибирский федеральный округ
 ДФО – Дальневосточный федеральный округ