



Market Research Company

Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C



# ИРКИ

Институт развития креативных индустрий НИУ ВШЭ

## ВНЕРЕЙТИНГОВЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РОССИИ – 2022

в рамках Рейтинга событийного потенциала регионов©© России – 2022



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР  
(ВНИЦ R&C)



ИНСТИТУТ  
РАЗВИТИЯ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>1.</b>	<b>РЕЗЮМЕ</b> .....	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>РЕЗУЛЬТАТЫ ВНРЕЙТИНГОВОГО ПОКАЗАТЕЛЯ 2022 ГОДА</b> .....	<b>6</b>
2.1.	Описание показателя .....	6
2.2.	Инфраструктура креативных индустрий .....	10
2.3.	Политика регионов в области креативных индустрий .....	11
2.4.	Опыт проведения профильных мероприятий.....	11
2.5.	Туристическая привлекательность регионов .....	13
<b>3.</b>	<b>МЕТОДОЛОГИЯ</b> .....	<b>15</b>
3.1.	Формирование выборки .....	15
3.2.	Описание методики .....	15
3.3.	Инфраструктура креативных индустрий .....	17
3.4.	Политика региона в области креативных индустрий .....	17
3.5.	Опыт проведения профильных мероприятий.....	18
3.6.	Туристическая привлекательность .....	18
3.7.	Расчет интегрального значения показателя .....	19

## 1. РЕЗЮМЕ

Во всем мире креативные индустрии стали признанным источником роста конкурентоспособности регионов. Для всех очевидна важность развитой культурной среды и наличие возможностей для творческой реализации населения. В российской экономике это новый, еще недостаточно изученный сектор с довольно высоким потенциалом. В настоящем исследовании, которое является результатом совместной работы Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C и Института развития креативных индустрий Факультета креативных индустрий НИУ ВШЭ, предлагается свой подход к определению и анализу основных факторов, влияющих на развитие креативных процессов, а также систему их оценки в контексте развития событийного потенциала регионов.

Таблица 1. Топ-20 внерейтингового показателя креативного потенциала регионов России-2022

РЕГИОН	АДМИНИСТРАТИВНЫЙ ЦЕНТР	МЕСТО
Санкт-Петербург и Ленинградская область	Санкт-Петербург	1
Республика Татарстан (Татарстан)	Казань	2
Нижегородская область	Нижний Новгород	3
Самарская область	Самара	4
Республика Крым (в т.ч. Севастополь)	Симферополь, Севастополь	5
Свердловская область	Екатеринбург	6
Краснодарский край	Краснодар	7
Республика Саха (Якутия)	Якутск	8
Республика Башкортостан	Уфа	9
Мурманская область	Мурманск	10
Ханты-Мансийский АО - Югра	Ханты-Мансийск	11
Приморский край	Владивосток	12
Ивановская область	Иваново	13
Томская область	Томск	14
Карачаево-Черкесская Республика	Черкесск	15
Хабаровский край	Хабаровск	16
Чувашская Республика - Чувашия	Чебоксары	17
Новгородская область	Великий Новгород	18
Ростовская область	Ростов-на-Дону	19
Тульская область	Тула	20

Источник: ВНИЦ R&C и ИРКИ НИУ ВШЭ

Проведенное исследование показало, что регионы и города России крайне неравномерно включены в процесс развития креативных индустрий. Наиболее высокий потенциал, предсказуемо, был выявлен в Москве и Московской области, но, поскольку этот регион обладает более высокой стартовой базой, его результаты не включены в итоговое ранжирование.

Лидером по креативному потенциалу стал объединенный регион Санкт-Петербург и Ленинградская область. В блоке показателей, характеризующих развитие инфраструктуры креативных индустрий, а также меры их административной поддержки, его результаты сопоставимы с результатами Москвы. По показателям, оценивающим туристическую привлекательность и опыт проведения профильных мероприятий, Санкт-Петербург уступает столице, но существенно превосходит достижения других российских регионов. Республика Татарстан, занявшая второе место, демонстрирует высокие результаты в сфере креативного туризма. Нижегородская область обеспечила себе третье место за счет высоких результатов в блоке, оценивающим опыт проведения профильных мероприятий. Сложившимися центрами развития креативных индустрий показали себя Самарская область и республика Крым<sup>1</sup>, вошедшие в топ-5 рейтинга за счет высокой суммы баллов в трех блоках показателей, характеризующих уровень административной поддержки, туристическую привлекательность и опыт проведения профильных мероприятий.

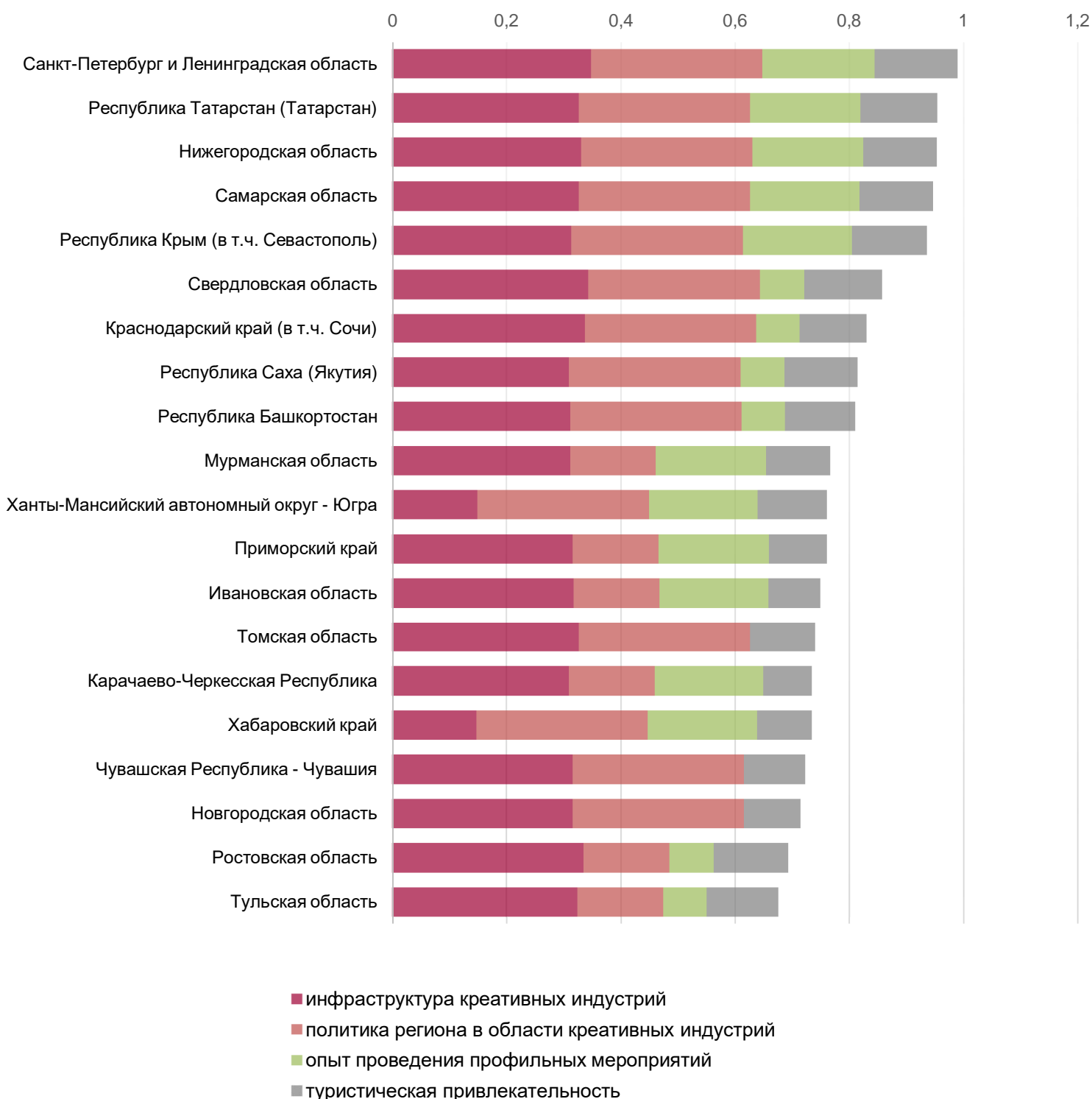
Одним из лидеров по уровню развития инфраструктуры креативных индустрий является Свердловская область. Развитие креативных кластеров активно поддерживается администрацией региона, институтами развития и предпринимательским сообществом. В результате редевелопмента и перезапуска промышленных объектов на территории области сформировано несколько креативных коллабораций, обладающих высоким экономическим потенциалом.

В числе лидеров также можно отметить Краснодарский край, республику Саха (Якутию) и республику Башкортостан, занимающие, соответственно, седьмое, восьмое и девятое места в рейтинге. На графике 1 можно видеть, что именно первые девять регионов демонстрируют сбалансированно-высокие результаты во всех четырех оценочных блоках, что позволяет охарактеризовать их в качестве устойчивых центров формирования креативных индустрий, наиболее полно реализующих свой потенциал развития.

---

<sup>1</sup> В т.ч. город Севастополь

**График 1. Позиции российских регионов и итоговые баллы топ-20 внерејтингового показателя креативного потенциала по итогам 2022 года**



Источник: ВНИЦ R&C и ИРКИ НИУ ВШЭ

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ВНЕРЕЙТИНГОВОГО ПОКАЗАТЕЛЯ 2022 ГОДА

### 2.1. Описание внерейтингового показателя

Основная цель оценки заключается в определении ключевых факторов формирования креативной среды, оценке степени их влияния на уровень социально-экономического развития территорий и роли в становлении креативного потенциала регионов России.

В исходный пул для оценки включены все 89 регионов России и города, которые являются их административными центрами. Ввиду сложной геополитической ситуации в четырех регионах, вошедших в состав нашей страны в 2022 году, их данные обрабатываются, но не участвуют в текущем расчете. Результаты этих областей будут добавлены в общий расчет, как только ситуация позволит проводить равноценное сравнение их показателей с показателями остальных регионов. Традиционно, в тандемах, обусловленных общностью социально-экономического развития, рассматриваются Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, республика Крым и город Севастополь. При этом результаты Москвы, как столичного региона, обладающего большими ресурсными возможностями, не учитываются в итоговом распределении мест.

Таким образом, в настоящем исследовании оценивается потенциал 81 региона по 14 ключевым показателям, объединенных в 4 тематических блока: «инфраструктура креативных индустрий», «политика региона в области креативных индустрий», «опыт проведения профильных мероприятий» и «туристическая привлекательность».

Результаты проведенного исследования позволили выделить регионы, обладающие устойчивым потенциалом развития креативных индустрий: Санкт-Петербург и Ленинградская область, республика Татарстан, Нижегородская и Самарская области, республика Крым, Свердловская область, Краснодарский край, республики Саха (Якутия) и Башкортостан. Эти регионы показали сбалансированно-высокие результаты во всех четырех блоках оценки. Вместе со столичным регионом (Москвой и Московской областью) они формируют основной объем вклад креативных индустрий в экономику России. Еще в ряде регионов, составляющих первую двадцатку рейтинга – Мурманской области, Приморском и Хабаровском крае, Ивановской, Томской, Ростовской, Новгородской и Тульской областях, Карачаево-Черкесской республике, Чувашии и Ханты-Мансийском автономном округе - есть предпосылки роста креативного потенциала. Для их развития необходимы меры административной поддержки и институционального регулирования, направленные на укрепление существующих центров притяжения творческих инициатив, поддержку творческих деятелей, малого и среднего бизнеса, стимулирование экспорта креативных товаров и услуг.

Также следует отметить, что политика в отношении креативных индустрий на федеральном уровне пока только формируется. В августе 2022 года Правительство утвердило план по реализации концепции развития креативных (творческих) индустрий, задачи и сроки реализации которого были скорректированы с учетом изменившихся социально-экономических реалий. В период до 2024 года план предусматривает закрепление института креативных индустрий в законодательстве Российской Федерации, нормативное и правовое обеспечение их развития, комплекс мер по внедрению новых форматов образования в сфере творческих индустрий, развитию инфраструктуры, финансовому обеспечению, в том числе за счет налогового стимулирования и привлечения частных инвестиций, и развитию цифровых сервисов для творческих предпринимателей. Исполнение поставленных планом задач может послужить стимулом роста и развития креативного потенциала тех регионов, которые по итогам проведенного исследования не показали значимые результаты.



**Таблица 2. Внерейтинговый показатель креативного потенциала регионов России в 2022 г.**

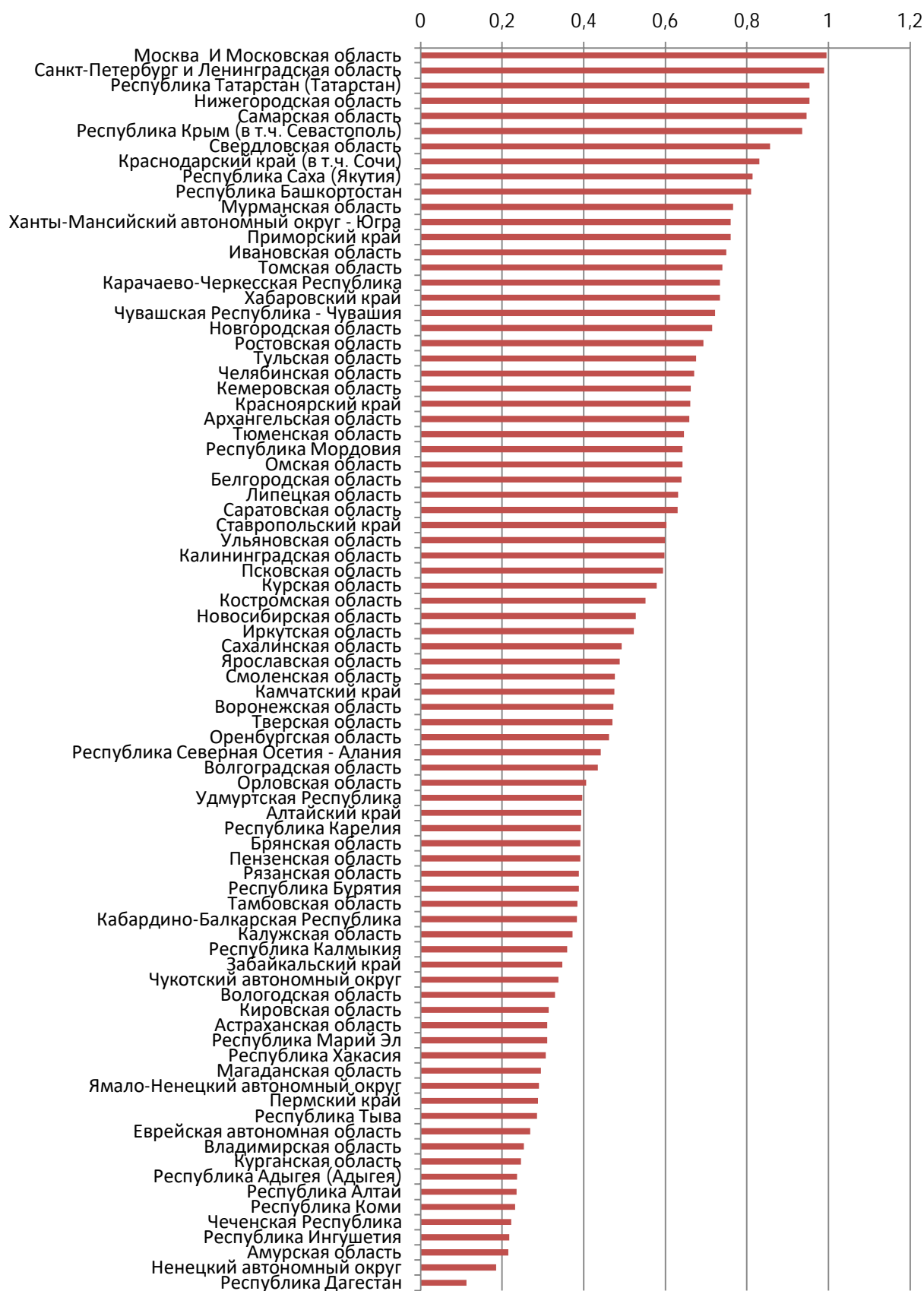
РЕГИОН	АДМИНИСТРАТИВНЫЙ ЦЕНТР	МЕСТО
Санкт-Петербург и Ленинградская область	Санкт-Петербург	1
Республика Татарстан (Татарстан)	Казань	2
Нижегородская область	Нижний Новгород	3
Самарская область	Самара	4
Республика Крым (в т.ч. Севастополь)	Симферополь, Севастополь	5
Свердловская область	Екатеринбург	6
Краснодарский край	Краснодар	7
Республика Саха (Якутия)	Якутск	8
Республика Башкортостан	Уфа	9
Мурманская область	Мурманск	10
Ханты-Мансийский АО - Югра	Ханты-Мансийск	11
Приморский край	Владивосток	12
Ивановская область	Иваново	13
Томская область	Томск	14
Карачаево-Черкесская Республика	Черкесск	15
Хабаровский край	Хабаровск	16
Чувашская Республика - Чувашия	Чебоксары	17
Новгородская область	Великий Новгород	18
Ростовская область	Ростов-на-Дону	19
Тульская область	Тула	20
Челябинская область	Челябинск	21
Кемеровская область	Кемерово	22
Красноярский край	Красноярск	23
Архангельская область	Архангельск	24
Тюменская область	Тюмень	25
Республика Мордовия	Саранск	26
Омская область	Омск	27
Белгородская область	Белгород	28
Липецкая область	Липецк	29
Саратовская область	Саратов	30
Ставропольский край	Ставрополь	31
Ульяновская область	Ульяновск	32
Калининградская область	Калининград	33
Псковская область	Псков	34
Курская область	Курск	35
Костромская область	Кострома	36
Новосибирская область	Новосибирск	37
Иркутская область	Иркутск	38
Сахалинская область	Южно-Сахалинск	39
Ярославская область	Ярославль	40
Смоленская область	Смоленск	41

Камчатский край	Петропавловск-Камчатский	42
Воронежская область	Воронеж	43
Тверская область	Тверь	44
Оренбургская область	Оренбург	45
Республика Северная Осетия - Алания	Владикавказ	46
Волгоградская область	Волгоград	47
Орловская область	Орел	48
Удмуртская Республика	Ижевск	49
Алтайский край	Барнаул	50
Республика Карелия	Петрозаводск	51
Брянская область	Брянск	52
Пензенская область	Пенза	53
Рязанская область	Рязань	54
Республика Бурятия	Улан-Удэ	55
Тамбовская область	Тамбов	56
Кабардино-Балкарская Республика	Нальчик	57
Калужская область	Калуга	58
Республика Калмыкия	Элиста	59
Забайкальский край	Чита	60
Чукотский автономный округ	Анадырь	61
Вологодская область	Вологда	62
Кировская область	Киров	63
Астраханская область	Астрахань	64
Республика Марий Эл	Йошкар-Ола	65
Республика Хакасия	Абакан	66
Магаданская область	Магадан	67
Ямало-Ненецкий автономный округ	Салехард	68
Пермский край	Пермь	69
Республика Тыва	Кызыл	70
Еврейская автономная область	Биробиджан	71
Владимирская область	Владимир	72
Курганская область	Курган	73
Республика Адыгея (Адыгея)	Майкоп	74
Республика Алтай	Горно-Алтайск	75
Республика Коми	Сыктывкар	76
Чеченская Республика	Грозный	77
Республика Ингушетия	Магас	78
Амурская область	Благовещенск	79
Ненецкий автономный округ	Нарьян-Мар	80
Республика Дагестан	Махачкала	81

Источник: ВНИЦ R&C и ИРКИ НИУ ВШЭ



**График 2. Внерейтинговый показатель креативного потенциала регионов России-2022**



Источник: ВНИЦ R&C и ИРКИ НИУ ВШЭ

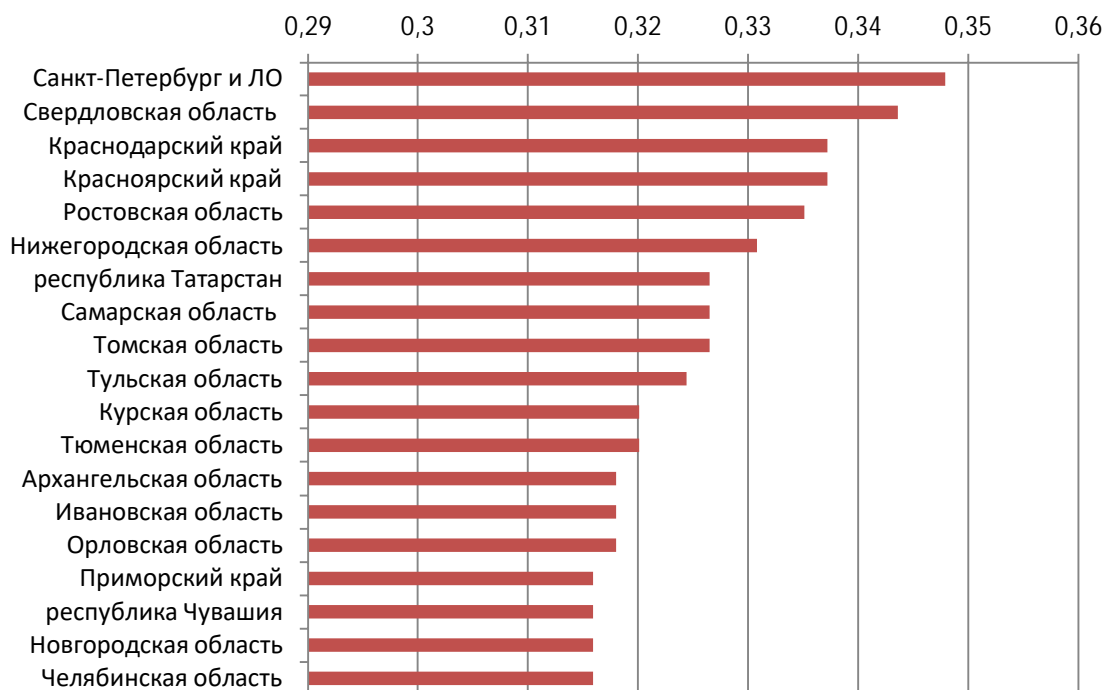
## 2.2. Инфраструктура креативных индустрий

Первая группа критериев характеризует наличие в регионе инфраструктуры, способствующей развитию креативных индустрий. Основное предназначение инфраструктуры - вывести на новый уровень коммуникационное взаимодействие субъектов креативного бизнеса с потребителями, а в ряде случаев и с поставщиками ресурсов, необходимых для креативной деятельности, а также сформировать точки роста, вокруг которых будут концентрироваться и появляться новые субъекты креативного предпринимательства.

В данном блоке показателей оценивается наличие в регионе креативных кластеров, а также площадок для креативной деятельности, в числе которых могут быть арт-пространства, творческие резиденции, многофункциональные творческие площадки, лофты и коворкинги, реализующие творческие проекты резидентов.

На сегодняшний день креативные кластеры сформировались в 34 регионах России. Лидером по их количеству являются два столичных региона – Москва и Московская область, а также Санкт-Петербург и Ленинградская область. На их территории находится по 12 креативных кластеров, что составляет 38% общего количества российских креативных кластеров. Развитую кластерную инфраструктуру можно также отметить в Свердловской области (4 креативных кластера), республике Татарстан, Красноярском крае, Курской, Нижегородской, Ростовской и Самарской областях (по 2 кластера в каждом из регионов).

**График 3. Топ-10 регионов с наиболее развитой инфраструктурой креативных индустрий**



Источник: ВНИЦ R&C и ИРКИ НИУ ВШЭ

Число креативных площадок в Российской Федерации достигло 420. Они расположены на территории 74 регионов. Лидирует по количеству объектов Москва и Московская область, где сосредоточено 56 объектов (13% от общего количества). На втором месте Санкт-Петербург и Ленинградская область – 32 объекта (7,6% от общего количества), а на третьем –

Свердловская область, где находится 27 объектов (6,4%). Около 5% общего количества объектов находится в Краснодарском крае. Также высокой концентрацией творческих площадок могут похвастаться Красноярский край, Нижегородская, Новосибирская, Ростовская и Томская область.

Абсолютным лидером по уровню развития креативной инфраструктуры является Москва и Московская область (не включены в общее ранжирование). Выше на графике 3 представлено распределение топ-10 городов по сумме баллов в данном блоке показателей. На первом месте расположился Санкт-Петербург и Ленинградская область, на втором, с минимальным отрывом - Свердловская область. Эти регионы имеют не только разноплановые творческие площадки, но и достаточно большое количество кластеров, на основе которых формируются креативные коллаборации. Третье место разделили Краснодарский и Красноярский край. Четко прослеживаемые четвертое и пятое место занимают Ростовская и Нижегородская области, а следом за ними идут группы регионов набравшие одинаковое количество баллов и разделившие шестое, восьмое, девятое и десятое места. Регионы, занявшие места в топ-10, можно отнести к крупнейшим инфраструктурным центрам креативных индустрий, поскольку на их долю приходится 48% общего числа российских креативных объектов.

### **2.3. Политика регионов в области креативных индустрий**

Исследование второй группы показателей включает оценку качественных показателей, отвечающих за формирование благоприятной среды развития креативных индустрий в регионах. В их число входит оценка наличия в регионе утвержденного программного документа, описывающего цели, задачи и ожидаемые результаты развития креативных индустрий, а также наличие мер их региональной поддержки.

По итогам 2022 года такие программные документы приняты к исполнению в 34 регионах России. Еще в 45 регионах в отчетном году определены и реализованы меры региональной поддержки креативных индустрий. При этом только 16 регионов могут продемонстрировать достижения сразу по двум рассматриваемым показателям. Именно они и являются лидерами по данному блоку показателей. В их числе: Санкт-Петербург и Ленинградская область, Краснодарский край, Хабаровский край, республики Башкортостан, Крым, Татарстан, Якутия и Чувашия, Нижегородская, Новгородская, Самарская, Свердловская, Томская и Ульяновская области, а также Ханты-Мансийский автономный округ. Шестнадцатым регионом, обладающим необходимыми параметрами, но не входящим в итоговое ранжирование, является Москва и Московская область.

### **2.4. Опыт проведения профильных мероприятий**

Анализируется группа показателей, отражающих событийно-тематическую повестку регионов в сфере креативных индустрий. Оценивается опыт проведения крупных международных и федеральных событий, а также практики проведения событий местного масштаба.

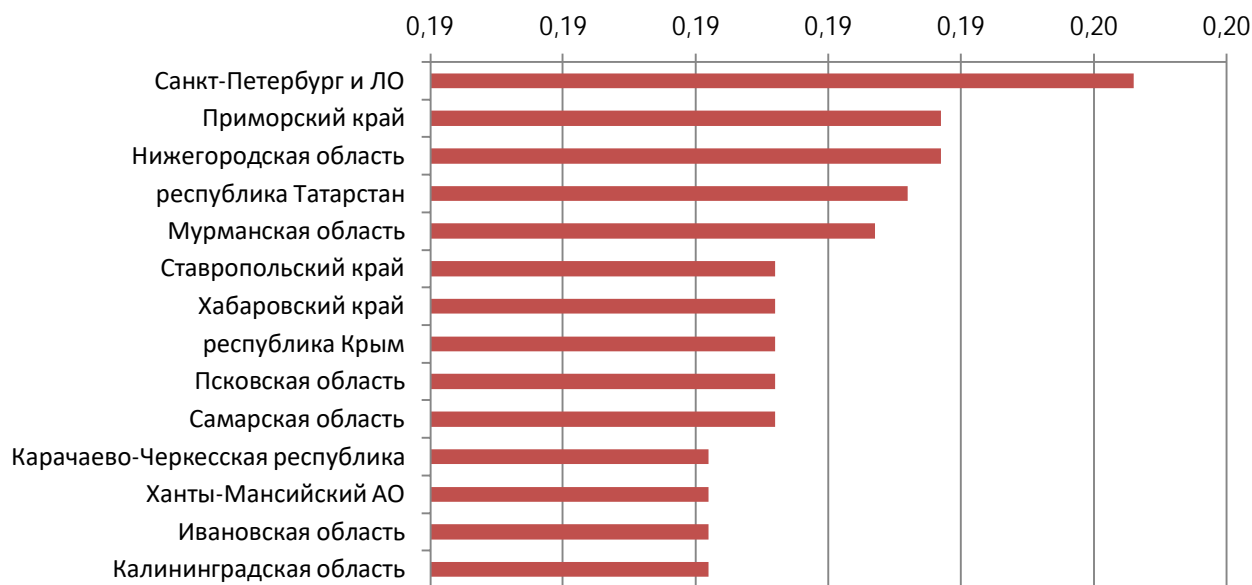
В настоящее время в России сложился устойчивый пул значимых регулярных мероприятий, связанных с развитием креативных тематик. Группу наиболее значимых программных мероприятий составляют: Российская креативная неделя (Москва), Форум креативных территорий (в 2022г проводился в Нижегородской области), Форум креативных индустрий KREACOLLAB» (Новосибирск), Форумы Креативного бизнеса, проводимые в рамках ПМЭФ и ВЭФ в Санкт-Петербурге и Владивостоке. Это крупные события, формирующие тематическую и смысловую повестку развития креативных индустрий, как социально-экономического явления в России. Другую группу мероприятий формируют фестивали и форумы, демонстрирующие различные аспекты творческих достижений:

«Волгафест» (Самарская область), фестиваль «Архстояние» (Калужская область), Международный фестиваль урбан-арта РОСТ (Мурманская область). Еще одна группа мероприятий аккумулирует проект, связанные с развитием творческих профессий и человеческого потенциала креативных индустрий: форум «Таврида» (Крым), Международный фестиваль «Московская Академия Креатива» (Москва), фестиваль «Острова» (Сахалинская область). В 2022 г. было проведено 39 крупных профильных мероприятий в 21 регионе.

События местного масштаба направлены в большей мере на популяризацию различных творческих инициатив среди населения. Это могут быть как деловые мероприятия, стимулирующие развитие предпринимательских инициатив в этой сфере, так и неформальные фестивали, направленные на привлечение широкой аудитории и реализуемые инициативными творческими группами. Подобные мероприятия в 2022 году проводились в 48 регионах.

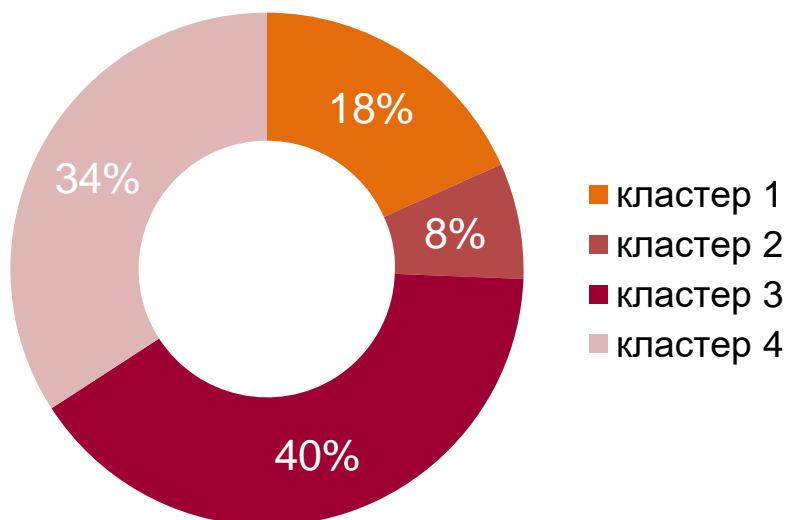
Итоговое распределение регионов в данном блоке отличается большой кластеризацией. Первый кластер составляют регионы-лидеры, набравшие более 0,19 баллов по сумме двух показателей. Они могут предложить разнообразную событийную программу, включающую как крупные международные мероприятия, так и мероприятия регионального уровня. Их распределение представлено на графике 4. Второй кластер составляют регионы, набравшие 0,11-0,12 баллов. Их не так много, но отрыв от регионов первого кластера весьма существенный. Третий, самый многочисленный кластер составляют регионы, набравшие 0,07-0,08 баллов. Это регионы, где не проводятся крупные международные мероприятия, но регулярно проводятся профильные события местного масштаба. Наконец, четвертый кластер составляют регионы, где не проводятся профильные события. Объем каждого кластера и их доли в общероссийской структуре представлены на графике 5.

**График 4. Регионы-лидеры по сумме баллов в части проведения профильных событий**



Источник: ВНИЦ R&C и ИРКИ НИУ ВШЭ

**График 5. Кластеры регионов по количеству проводимых мероприятий**



Источник: ВНИЦ R&C и ИРКИ НИУ ВШЭ

## 2.5. Туристическая привлекательность регионов

Наиболее многочисленный по количеству показателей блок рассматривает факторы влияния креативных индустрий и креативного регионального продукта на туристическую привлекательность региона. Оцениваются количественные показатели туристическо-экскурсионной деятельности, общее количество музейных объектов (музеев, галерей и выставочных залов), театров, филармоний и концертных залов, кинотеатров, объектов промышленного и гастрономического туризма.

Брендовые маршруты и официальные тематические экскурсии могут предложить туристам 70 регионов. Количество маршрутов варьируется от 1 до 344. Лидерами по данному показателю стали Мурманская область (344 экскурсии), республика Башкортостан (154 экскурсии), Кабардино-Балкарская республика (139 экскурсий), Архангельская область (131 экскурсия), Санкт-Петербург и Ленинградская область (126 экскурсий), республика Саха (115 экскурсий).

Музейные объекты есть в каждом регионе Российской Федерации. Их максимальное количество находится, прежде всего, в Москве и Московской области (579 объектов), Санкт-Петербурге и Ленинградской области (386 объектов), республике Татарстан (196 объектов), Свердловской области (169 объектов), Нижегородской области (154 объекта).

Репертуарные театры, работающие на собственных площадках, есть в 79 регионах России. По количеству театров с большим отрывом лидирует Москва и Московская область, где находится 124 театра. В следующем по количеству регионе - Санкт-Петербурге и Ленинградской области - находится 41 театр, что в 3 раза меньше, чем в столице. А в республике Татарстан, занимающей третье место, насчитывается 21 театр, что в два раза меньше, чем в Санкт-Петербурге. Также в числе лидеров по количеству театров Свердловская область (21), Самарская область (17) и Челябинская область (16).

Только в двух регионах России отсутствуют концертные залы. Как минимум одним музыкальным залом обладают 21 регион и только 7 регионов имеют более 10 залов. Это Москва и Московская область (55), Санкт-Петербург и Ленинградская область (32), Свердловская область (18), республика Татарстан (13), республика Башкортостан (12), Ставропольский край (11), Новосибирская область (10).



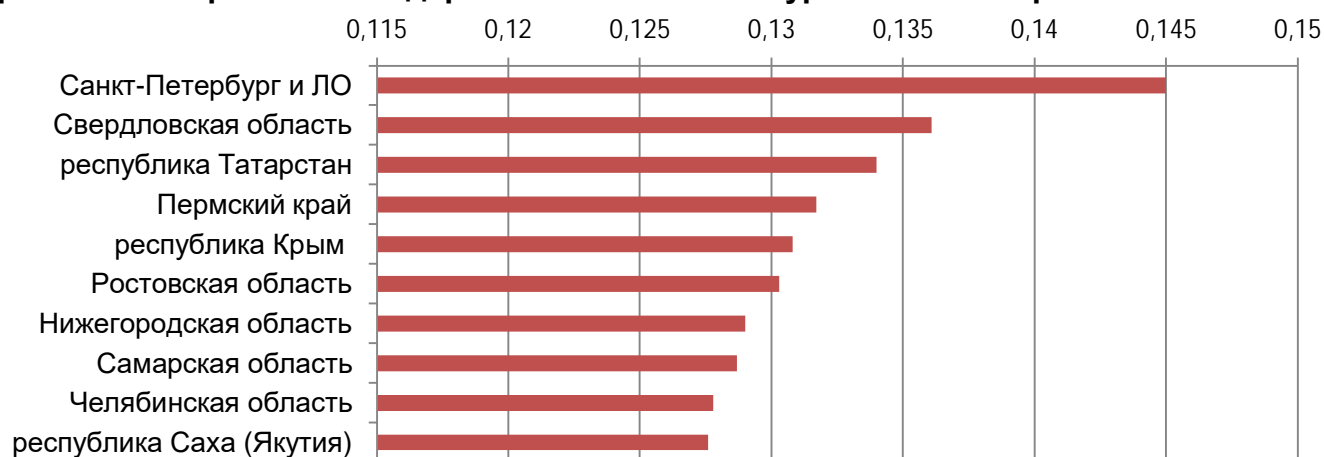
Кинотеатры, как и театры, есть в 79 российских регионах. Лидирует Москва и Московская область (177 объектов) с более чем двукратным отрывом от ближайшего последователя. В Санкт-Петербурге и области 73 кинотеатра, в Краснодарском крае 65, Свердловской области 53, республике Татарстан 48, республике Башкортостан 43.

В каждом из регионов зарегистрированы предприятия, которые занимаются народными художественными промыслами (НХП). Лидером по их количеству является Москва и Московская область (974), на втором месте – Санкт-Петербург и Ленинградская область (642), далее в числе лидеров Краснодарский край (568), республика Крым (328), Челябинская область (222), Свердловская область (186), республика Татарстан (179), Нижегородская область (164), Ростовская область и Ставропольский край (по 150).

Официально работающие объекты промышленного туризма представлены в 29 регионах нашей страны. Наибольшее их количество представлено в столичных регионах – Москве и Санкт-Петербурге и регионах, исторически являющихся крупными индустриальными центрами, - Свердловской, Кемеровской, Нижегородской, Ростовской и Смоленской областях, Пермском крае и республике Татарстан.

В 81 регионе туристы могут посетить объекты общественного питания, представляющие локальную кухню. Помимо столичных регионов (46 и 44 ресторана соответственно), большое количество подобных ресторанов представлено в Ярославской области (28), Волгоградской области (25), Пермском крае (25) и Тверской области (21).

**График 6. Топ-10 регионов-лидеров по показателям туристической привлекательности**



Источник: ВНИЦ R&C и ИРКИ НИУ ВШЭ

На графике 6 представлены топ-10 регионов, лидирующих по показателям туристической привлекательности. Санкт-Петербург и Ленинградская область является лидером данного блока, уступая по количеству баллов только Москве и области. За ним следует Свердловская область, получившая оценки ниже лидеров по показателю экскурсионного потенциала. На третьем месте республика Татарстан, также получившая высокие результаты по всем показателям, кроме оценки экскурсионного потенциала. Далее расположились Пермский край, республика Крым и Ростовская область, получившие сбалансированно-высокие, но не максимальные баллы по всем показателям. Самарская и Нижегородская области уступают лидерам по показателю гастрономического туризма, а Челябинская область - по уровню экскурсионного потенциала и количеству театров. Замыкает десятку республика Якутия, отстающая от лидеров по количеству концертных залов, а также объектов промышленного туризма.



## 3. МЕТОДОЛОГИЯ

### 3.1. Формирование выборки

В исходный пул внерејтингового показателя включены все 89 регионов России и города, которые являются их административными центрами. Ввиду сложной геополитической ситуации в четырех регионах, вошедших в состав нашей страны в 2022 году, их данные обрабатываются, но не участвуют в текущем расчете. Оценка этих областей будет добавлена в общий расчет, как только ситуация позволит проводить равноценное сравнение их показателей с показателями остальных регионов. Традиционно, в тандемах, обусловленных общностью социально-экономического развития, рассматриваются Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, республика Крым и город Севастополь. При этом результаты Москвы, как столичного региона, обладающего большими ресурсными возможностями, не учитываются в итоговом распределении мест.

Таким образом, в настоящем исследовании оценивается потенциал 81 региона по 14 ключевым показателям, объединенных в 64 тематических блоков.

### 3.2. Описание методики

Для оценки внерејтингового показателя используется многофакторный анализ. Методика основывается на агрегировании различных показателей, характеризующих важнейшие факторы оценки креативного потенциала региона. Методология ранжирования направлена на решение таких стратегических задач, как определение основных факторов, влияющих на развитие креативной экономики и ее роли в социально-экономическом развитии региона.

Все используемые элементы методологии (прежде всего предлагаемые количественные индикаторы) прошли экспертную оценку и обсуждение с целью:

- определения набора количественных индикаторов для каждого из четырех предлагаемых направлений оценки деятельности регионов из общего разнообразия используемых индикаторов в международной и российской практике;
- оценки значимости выделенных количественных индикаторов для модельной методологии ранжирования и развития креативной индустрии в России, а также соответствия принципам надежности, доступности и релевантности;
- тестирования модельной методологии ранжирования;
- проведения дополнительной процедуры взвешивания индикаторов внутри каждого из шести предлагаемых направлений.

**На основании полученных экспертных оценок выделены 14 показателей по 4 направлениям анализа:**

1. Инфраструктура креативных индустрий – характеризует возможность региона формировать точки роста для креативных индустрий, исходя из территориальных особенностей, уникальных компетенций и отраслевой специфики. Оценивается: наличие действующих креативных кластеров и креативных пространств на территории региона.
2. Политика региона в области креативных индустрий – характеризует уровень вовлеченности местных властей и региональных институтов развития в процесс формирования и становления креативных индустрий. Оценивается: наличие политики развития креативных индустрий, а также наличие мер их финансовой и нефинансовой поддержки.

3. Опыт проведения профильных мероприятий, способствующих формированию актуальной повестки развития креативных индустрий в регионе. Оценивается: количество проведенных в течение отчетного года крупных международных мероприятий и количество мероприятий регионального масштаба за этот же период.
4. Туристическая привлекательность – рассматриваются факторы влияния креативных индустрий и креативного регионального продукта на туристическую привлекательность региона. Оцениваются: количественные показатели туристическо-экскурсионной деятельности, общее количество музейных объектов (музеев, галерей и выставочных залов), театров, филармоний и концертных залов, кинотеатров, объектов промышленного и гастрономического туризма.

Оценка производится в баллах. У каждой группы показателей есть свой вес в общем рейтинге, установленный методом экспертной оценки (таблица 3).

**Таблица 3. Коэффициенты веса для каждого показателя**

№	ПОКАЗАТЕЛЬ	ВЕС В ОБЩЕМ РЕЙТИНГЕ
1	Инфраструктура креативных индустрий	0,35
2	Политика региона в области креативных индустрий	0,3
3	Опыт проведения профильных мероприятий	0,2
4	Туристическая привлекательность	0,15

*Источник: ВНИЦ R&C и ИРКИ НИУ ВШЭ*

Каждая группа показателей состоит из определенного набора критериев, которые получают качественную или количественную оценку. Для критерия определена его доля в общем весе показателя. Все значения в рамках количественного критерия ранжируются (регион с наибольшим значением в рамках критерия получает ранг 1, далее – по убыванию). Итоговая формула расчета общего балла за критерий выглядит следующим образом:

$$\text{Общий балл по критерию} = \frac{\text{Вес критерия}}{N * (N - \text{ранг} + 1)}$$

где N – количество регионов выборке

*Источник: ВНИЦ R&C и ИРКИ НИУ ВШЭ*

При нулевом значении, характеризующем отсутствие оцениваемых параметров в регионе, критерий получает минимально возможный ранг в структуре рейтинга, равный N+1.

Качественные критерии оцениваются в рамках бинарной шкалы. При наличии необходимых параметров и их соответствии требованиям, установленным для данного показателя, регион получает ранг 1, при отсутствии – ранг 0. Итоговая формула расчета общего балла за критерий выглядит следующим образом:

$$\text{Общий балл по критерию} = \text{ранг критерия} * \text{вес критерия}$$

*Источник: ВНИЦ R&C и ИРКИ НИУ ВШЭ*

Далее приведено описание подхода к сбору данных и анализу каждого показателя.

### 3.3. Инфраструктура креативных индустрий

**Цель оценки:** выявление в регионах базовых площадок для размещения креативных проектов и точек роста перспективных креативных индустрий.

**Вес показателя:** 0,35

	КРИТЕРИЙ	ДОЛЯ КРИТЕРИЯ В ОБЩЕМ ВЕСЕ	ТИП КРИТЕРИЯ	ОПИСАНИЕ КРИТЕРИЯ И ПРИНЦИП ОЦЕНКИ
1.1.	Креативные кластеры	0,175	количественный	Количество действующих креативных кластеров в регионе
1.2.	Креативные пространства	0,175	количественный	Количество действующих креативных пространств: арт-площадок, креативных пространств, творческих резиденций, лофтов и коворкингов, реализующих творческие проекты

### 3.4. Политика региона в области креативных индустрий

**Цель оценки:** определения уровня вовлеченности администраций регионов и институтов развития в процесс формирования креативных индустрий.

**Вес показателя:** 0,3

	КРИТЕРИЙ	ДОЛЯ КРИТЕРИЯ В ОБЩЕМ ВЕСЕ	ТИП КРИТЕРИЯ	ОПИСАНИЕ КРИТЕРИЯ И ПРИНЦИП ОЦЕНКИ
2.1.	Стратегия/ программа развития креативных индустрий	0,15	качественный	Наличие утвержденной на уровне правительства региона/города концепции, стратегии или иного программного документа, описывающего цели, задачи и результаты развития креативных индустрий в регионе (да/нет).
2.2.	Финансовые и нефинансовые инструменты поддержки креативных индустрий	0,15	качественный	Инструменты стимулирования развития креативных индустрий в форме субсидий, субвенций, прямого бюджетного финансирования, реализованные в отчетном году (да/нет)

### 3.5. Опыт проведения профильных мероприятий

**Цель оценки:** наличие в регионе мероприятий, способствующих формированию актуальной повестки развития креативных индустрий в регионе

**Вес показателя:** 0,2

	КРИТЕРИЙ	ДОЛЯ КРИТЕРИЯ В ОБЩЕМ ВЕСЕ	ТИП КРИТЕРИЯ	ОПИСАНИЕ КРИТЕРИЯ И ПРИНЦИП ОЦЕНКИ
3.1.	Международные и федеральные мероприятия	0,12	количественный	Количество мероприятий крупного масштаба, проведенных в регионе в отчетном году.
3.2.	Региональные и городские мероприятия	0,08	количественный	Количество мероприятий местного масштаба, проведенных в регионе в отчетном году

### 3.6. Туристическая привлекательность

**Цель оценки:** выявление и оценка значимости факторов влияния креативных индустрий, творческих центров притяжения и креативного регионального продукта на туристическую привлекательность региона.

**Вес показателя:** 0,15

	КРИТЕРИЙ	ДОЛЯ КРИТЕРИЯ В ОБЩЕМ ВЕСЕ	ТИП КРИТЕРИЯ	ОПИСАНИЕ КРИТЕРИЯ И ПРИНЦИП ОЦЕНКИ
4.1.	Туристско-экскурсионная деятельность	0,0188	количественный	Количество экскурсионных продуктов в регионе
4.2.	Музеи, галереи, выставочные залы	0,0188	количественный	Количество музейных объектов в регионе
4.3.	Театры	0,0188	количественный	Количество театров в регионе
4.4.	Филармонии, концертные залы	0,0188	количественный	Количество музыкально-концертных площадок в регионе.
4.5.	Кинотеатры	0,0188	количественный	Количество кинотеатров в регионе.
4.6.	Народно-художественные промыслы и ремесла	0,0188	количественный	Количество предприятий, которые занимаются народными художественными промыслами (НХП) в регионе.

4.7.	Промышленный туризм	0,0188	количественный	Количество объектов промышленного туризма, официально открытых для посещения.
4.8.	Гастрономический туризм	0,0188	количественный	Количество аутентичных ресторанов, характеризующих локальную кухню.

### 3.7. Расчет интегрального значения внерејтингового показателя

Интегральное значение внерејтингового показателя рассчитывается как сумма итоговых баллов по каждой из 4 групп показателей. Полученные значения ранжируются в порядке убывания. Если несколько дестинаций получают одинаковое количество баллов в интегральном рейтинге, они оцениваются как однозначные.