

УДК 331.5 DOI: 10.14451/1.256.647

Особенности рынка труда в креативной экономике: проблемы и направления развития

© 2026 **Коблова Юлия Александровна**

Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры Отраслевое управление и экономическая безопасность. Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю. А., Россия, Саратов.

E-mail: sovcova.yulya@gmail.com

© 2026 **Махметова Айна-Жан Ербулатовна**

Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры Отраслевое управление и экономическая безопасность. Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю. А., Россия, Саратов.

E-mail: makhmetovaae@sstu.ru

© 2026 **Петров Антон Маркович**

Кандидат экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник Научно-исследовательского института развития образования. Российский экономические университет имени Г. В. Плеханова, Россия, Москва.

E-mail: petrov-am2000@yandex.ru

Ключевые слова: рынок труда, креативная экономика, креативные индустрии, креативные профессии, регион, занятость, кадровое обеспечение, цифровизация.

В данной статье рассматриваются актуальные тенденции и проблемы рынка труда в сфере креативной экономики на основе статистических данных. Цель исследования: развитие рынка труда в креативной экономике основывается на интеллектуальном человеческом капитале, инновациях и творчестве, трансформируя рутинный труд в создание уникальных продуктов. Креативные индустрии являются драйвером экономического роста, развития территорий и цифровой трансформации процессов. Главной тенденцией рынка труда креативной экономики является регионализация, то есть децентрализация основных направлений в регионы и переориентация разовых инициатив в устойчивые практики. В статье проведён анализ численности занятых и среднемесячной номинальной заработной платы в креативном секторе экономики за 2021–2024 гг., рассмотрена структура занятых в креативной экономике по отраслям, а также выявлены ключевые проблемы современного рынка труда креативных индустрий. Материалы и методы. Статистическое исследование проводилось на основе официальных данных Росстата за 2021–2024 гг.; использовались материалы включённого наблюдения посредством участия в онлайн-опросах HR-сообществ, контент-анализ, а также дискурсивный анализ отчётной документации. Результаты проведённого исследования позволили выявить тенденции развития рынка труда в креативной экономике. Обоснована важность региональной специализации креативной индустрии для снижения

оттока специалистов, создания новых рабочих мест, повышения качества жизни и идентичности территории.

Заключение. На основе анализа современного состояния рынка труда представлены рекомендации по привлечению и удержанию специалистов в креативной индустрии.

Введение

К концу XX столетия природа труда претерпела значительные изменения – всё большую роль в нём стала играть творческая работа личности и использование экономической ценности её результата. Творчество и экономика, различные комбинации их взаимоотношений создали исключительную экономическую ценность и доходность. Зарождение концепции креативной экономики обусловлено первыми исследованиями, иллюстрирующими влияние творческой активности на занятость и формирование новых рынков. В начале 2000-х годов сформировались концептуальные основы креативной экономики, обозначился круг отраслей, производящих товары и услуги, основанные на творчестве и интеллектуальной деятельности. О признании глобальной важности креативной экономики свидетельствует активное продвижение концепции креативной экономики влиятельными международными организациями (ООН, ЮНЕСКО, ВЭФ и др.), разработка и реализация программ креативных кластеров и стартапов. Развитие цифровых технологий в настоящее время стало новым драйвером развития креативных секторов.

Сегодня есть все основания считать, что креативная экономика станет преобладающей формой экономики в XXI веке. Современная креативная экономика выступает важным фактором экономического роста и социального благополучия, способствует созданию рабочих мест, развитию инфраструктуры и повышению качества жизни населения. Креативная экономика реализуется в рамках социально-экономического прогресса внутри страны, привлекая инвестиционные процессы и модернизируя научный сектор. Государства в своей политике всё больше ориентируются на развитие креативных инициатив. Креативный продукт должен обладать уникаль-

ными характеристиками, которые в будущем будут максимально результативными как в социальной, так и в экономической деятельности страны [2].

В России о внимании и признании значимости креативных индустрий со стороны государства свидетельствует принятие ряда нормативных правовых актов в этой сфере: Концепция развития творческих (креативных) индустрий до 2030 года [7], Федеральный закон № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» [11], Указ Президента РФ № 309 «О национальных целях» [10], в котором отдельный пункт посвящен необходимости увеличения доли креативных (творческих) индустрий в экономике. В них подчеркнута ключевое значение креативных индустрий для долгосрочного социально-экономического развития России, в качестве приоритетной национальной цели поставлено увеличение доли креативных индустрий в структуре экономики РФ, подчеркнута необходимость государственной поддержки предприятий креативного сектора, развития под неё правовой основы. По оценкам экспертов, подавляющее большинство инструментов государственной поддержки в РФ реализуется через систему грантов, субсидий, а также развитие инфраструктуры – креативных кластеров и общих рабочих пространств. В перспективе данное направление предполагает не только сохранение существующих механизмов, но и их последовательное расширение.

Однако для достижения целей развития креативной индустрии и развития «творческого» бизнеса необходимо решение кадрового обеспечения. В креативной экономике рынку нужны специалисты нового склада – прежде всего, способные нестандартно мыслить и генерировать оригинальные решения и идеи, обладающие

аналитическим мышлением и высокими коммуникативными способностями, стремящиеся к саморазвитию. Креативных людей также отличает инициативность, самостоятельность и независимость, эмоциональный интеллект и эмпатия. Это означает, что в условиях креативной экономики меняется структура рынка труда – у работодателей возникает задача привлечения и удержания специалистов, обладающих творческими способностями и мышлением. Эффективность традиционных методов управления персоналом снижается, или даже они перестают работать, так как не учитывают особенности креативных сотрудников. Возрастает конкуренция за таланты, что повышает роль маркетинга персонала и требует его адаптации под новые условия. Повышается роль бренда работодателя – имидж компании и её культура для креативных людей имеют всё большее значение.

Таким образом, в настоящее время изучение методов и инструментов эффективного привлечения и взаимодействия с сотрудниками в условиях креативной экономики приобретает особую актуальность и значимость, является своевременным и необходимым.

Анализ существующих исследований. Методы исследования

Настоящее исследование основано на ключевых работах в области креативной экономики, дающих объемное представление о креативном секторе и его особенностях, – Дж. Хокинса [15], Р. Флориды [14], Ч. Лэндри [16]. В их трудах отражена специфика отношений между творчеством и экономикой, их сочетания и изменения, благодаря чему создается исключительное экономическое благосостояние, что позволяет раскрыть содержание и структуру креативной экономики. В ряде работ отечественных авторов [1; 5; 12] рассматриваются концептуальные основы и сущность креативной экономики, её роль как драйвера устойчивого экономического роста, а также потенциал креативных индустрий и творческого класса в формировании самостоятельного сегмента рынка и преобразовании экономики в целом.

На основе современных статистических данных определяются масштабы и динамика развития креативной экономики в России. Анализируется занятость в креативных секторах, половозрастная, региональная, институциональная специфика ее структуры. С помощью общенаучных методов исследования выявляются особенности представителей креативных профессий, которые необходимо учитывать при разработке и применении инструментов управления персоналом в креативных отраслях.

В ходе исследования проведен анализ федеральных и национальных целевых программ, проектов, вторичный анализ результатов статистических исследований в области формирования рынка труда в креативной индустрии (на сайте Росстата показатели 2021–2024 гг.), включенное наблюдение посредством участия в проводимых онлайн-опросах HR-сообществ, контент-анализ, а также дискурсивный анализ отчетной документации.

Результаты исследования

Креативность (творчество) – термин, означающий способность порождать нечто новое, не существующее ранее, или придавать новое качество чему-то, уже существующему. По убеждению Дж. Хокинса, для всех видов творчества необходимо выполнение трех условий: индивидуальность, оригинальность, осмысленность [16]. Индивидуальность означает особый стиль автора, отражающий его личный взгляд, характер и опыт, отличающий его от всех других возможных исполнителей. Оригинальность предполагает создание уникального, нового, необычного объекта. Осмысленность предусматривает наличие цели, замысла, смысла, которыми автор хочет поделиться. Необходимо отметить, что творчество само по себе не обладает экономической стоимостью и не обязательно является экономической деятельностью. Однако оно становится таковым, когда его результатом является идея, имеющая экономическое применение, или рыночный продукт. Чтобы творчество приносило деньги, оно должно быть оформлено в продаваемом продукте.

Креативный (творческий) продукт определяется как товар или услуга, возникающие в результате креативного (творческого) процесса и обладающие экономической ценностью. Согласно Федеральному закону «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации», креативный продукт – это результат интеллектуальной деятельности или их совокупность, а также продукция, работы, услуги, добавленная стоимость которых обусловлена использованием результатов интеллектуальной деятельности или средств индивидуализации [11].

В свою очередь, креативные индустрии – термин, означающий совокупность видов деятельности, непосредственно связанных с созданием, продвижением, распространением и реализацией креативного продукта. Креативная экономическая деятельность охватывает более 50 видов бизнеса, сгруппированных в 16 индустрий, в числе которых арт-индустрия, исполнительские искусства, мода, дизайн, архитектура, музыка, видеоигры, книжное дело, программное обеспечение и другие. Креативный сектор экономики, кроме непосредственно креативных индустрий, включает в себя виды деятельности, способствующие их развитию, инфраструктуру и организационную среду. Креативная экономика охватывает всю систему хозяйствования, основанную на креативности. В ней креативные индустрии и креативный сектор играют ведущую роль, это экономика, базирующаяся на уникальных идеях, знаниях и умениях.

Рассмотрим данные, которые приводит Росстат о развитии креативной экономики в России [4; 6].

Так, вклад креативных индустрий в ВВП России с 2020 года имеет тенденцию к росту и достиг 4,1% в 2024 году (рис. 1). По расчетам властей, вклад креативных индустрий в экономику России к 2030 году составит 6% [8].

Об увеличении значимости креативного сектора в экономике России также свидетельствуют и финансовые результаты, которые демонстрируют креативные индустрии. Так, выручка от продажи товаров, работ и услуг выросла более

чем на 80% с 5904,1 млрд руб. в 2021 г. до 10727,9 млрд руб. в 2024 г. Прибыль от продаж за данный период увеличилась в 2,3 раза с 575 до 1368,8 млрд руб. (рис. 2).

Среднесписочная численность работников организаций креативных индустрий также демонстрирует уверенный рост, увеличившись с 1027392 чел. в 2021-м до 1190687 чел. в 2024 г. (рис. 3).

Такая динамика обусловлена рядом факторов, в числе которых рост спроса на продукцию креативных индустрий, развитие цифровых технологий, открывающих новые возможности для творчества, высокая привлекательность креативных профессий. Рост уровня заработной платы в креативных секторах также способствует росту занятости (рис. 4).

Структура занятых в креативных профессиях показывает, что более половины составляют специалисты в области культуры и искусства (художники, музыканты, актеры, переводчики, журналисты и др.) и ИКТ (разработчики ПО и приложений, системные аналитики). Также значительную долю составляют специалисты по рекламе и маркетингу, а также архитекторы и дизайнеры (рис. 5).

Агентство стратегических инициатив в своем исследовании представило портрет занятых в креативных профессиях в России. Выявлен интересный факт – креативные индустрии опережают экономику в целом по доле молодежи и работников с высшим образованием. Так, занятые в возрасте от 25 до 34 лет составляют 34,8%, от 35 до 44 лет – 30,1%. Как правило, креативные профессии ассоциируются с самовыражением, свободой действий, возможностью реализовать свой потенциал, что побуждает молодежь выбирать карьеру в этой сфере. 70,2% занятых имеют высшее образование. Соотношение мужчин и женщин примерно одинаковое с небольшим преобладанием мужчин (55%). Также отмечается следующая особенность занятости в креативных отраслях – большинство занятых (76%) работают по специальности или близко к ней [3; 6; 8].

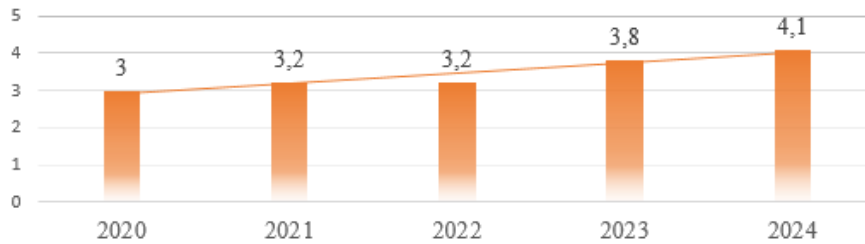


Рис. 1. Доля креативных индустрий в ВВП России, в %.

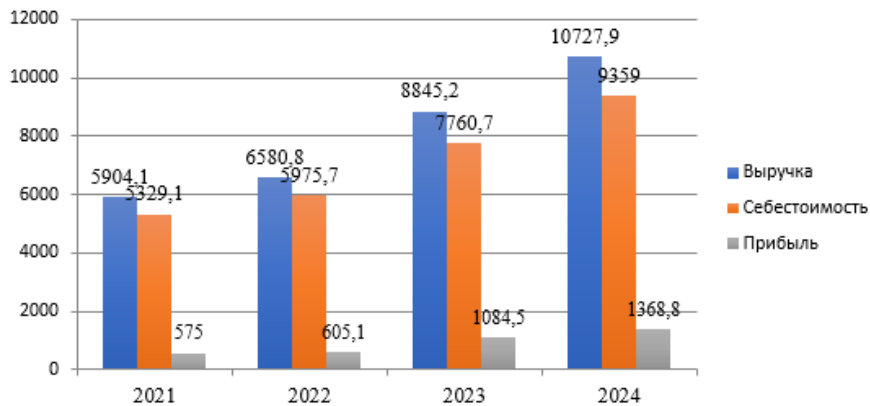


Рис. 2. Финансовые результаты креативной экономики России, млрд руб.

Молодость, высшее образование, обладание творческими способностями и талантами – факторы того, что такие сотрудники являются привлекательным выбором для работодателей. Они обладают гибкостью мышления, владеют специализированными знаниями и навыками, способны генерировать новые идеи и подходы, создавать интересные контент-продукты и привлекать аудиторию, адекватны современным требованиям, умеют ориентироваться в постоянно меняющихся условиях. Компании даже разрабатывают специальные системы тестов, помогающих принимать на работу креативных (творческих) людей. Так, по подсчетам экспертов Минэкономразвития креативной экономике ежегодно необходимо пополнять рынок 75 тыс. новых специалистов [13].

Следует отметить, что масштабы креативности субъектов РФ оцениваются индексом креативной активности, в частности, по мнению экспертов в больших городах (с численностью от 250 тыс. до 500 тыс. человек) данный показатель выше, чем в крупных городах (рис. 6).

Проведенный экспертами рейтинг креативных регионов России включает 7 основных групп: регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами; крупные индустриальные центры, малые промышленные регионы; культурно-исторические центры; Арктика; Южные республики; приграничные регионы:

1. Регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами (13 регионов). Преимущества, специализация: наибольший массив интеллектуальной собственности, патентные заявки, профильные институты поддержки, креативные кластеры, организационное обеспечение креативных индустрий. Цифровые проекты, электронные СМИ, игровые и неигровые фильмы, независимые театральные и музыкальные коллективы.
2. Крупные индустриальные центры (13 регионов). Преимущества, специализация: отдельные налоговые льготы, высокая доля промышленности в ВДС Программное обеспечение и видеоигры, дизайн-интенсивных производств, реклама и пиар, архитектура и урбанистика.

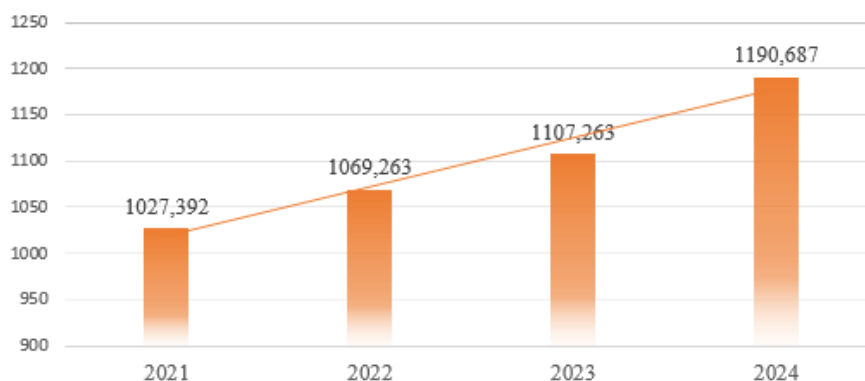


Рис. 3. Численность занятых в креативном секторе экономики России, чел.

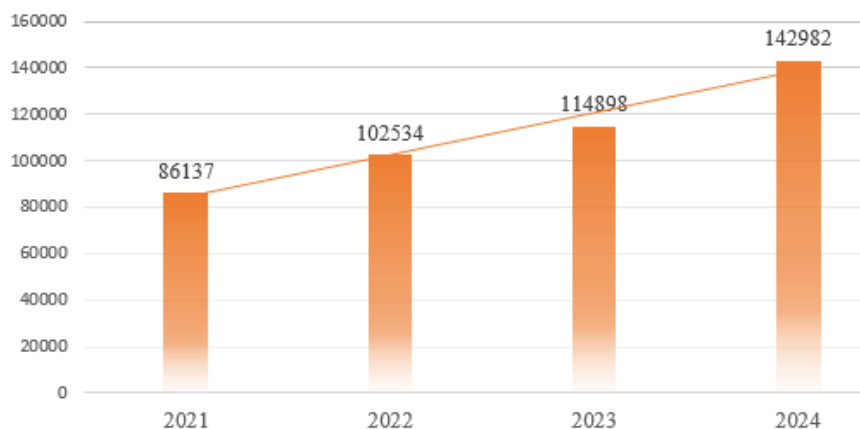


Рис. 4. Среднемесячная номинальная заработная плата в креативном секторе экономики России, руб.

3. Малые промышленные регионы (19 регионов). Преимущества, специализация: массовые направления культуры, активная регистрация объектов интеллектуальной собственности, высокая посещаемость библиотек Индустрия дизайна и сопутствующий вид деятельности «Дизайн-интенсивные производства».
4. Культурно-исторические центры (11 регионов). Преимущества, специализация: больше всего объектов культурного наследия, индустрии «Мода» и «Народные художественные промыслы и ремесла» и сопутствующий вид деятельности «Оборудование и материалы».
5. Арктика (8 регионов). Преимущества, специализация: победители конкурсов Президентского фонда культурных инициатив (по созданию комфортной городской среды; модельных библиотек и точек концентрации талантов «Гений места»; инклюзивных творческих лабораторий). Индустрии «Культурное наследие, отдых и развлечения» и «Гастрономия».
6. Южные республики (9 регионов). Преимущества, специализация: высокий уровень регистрации географических указаний, индустрии «Культурное наследие, отдых и развлечения», «Архитектура и урбанистика», «Гастрономия», «Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия».
7. Приграничные регионы» (12 регионов). Преимущества, специализация: участвуют в отдельных направлениях федеральной поддержки, креативная специализация «Гастрономия».

Вместе с этим отметим существенные отличия взаимоотношений работодателей и сотрудников в креативных индустриях, во многом отличающихся от традиционных, что обуславливает

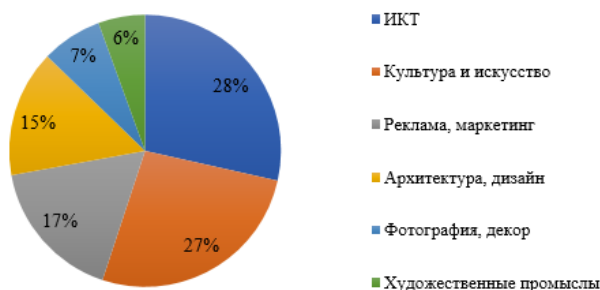


Рис. 5. Структура занятых в креативной экономике России по направлениям деятельности, %.

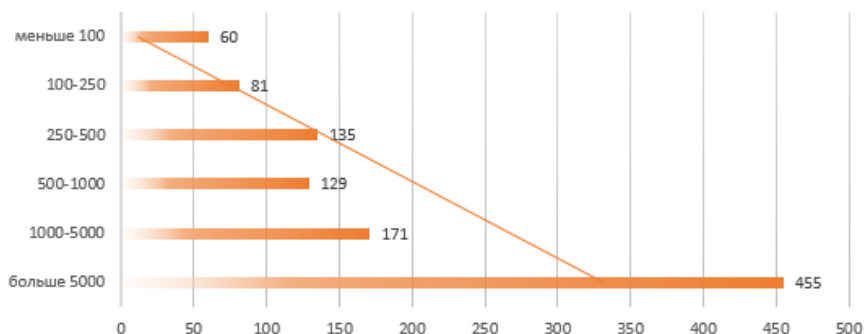


Рис. 6. Индекс креативной активности в городах России к численному составу населения.

построение инфраструктуры с учетом специфики развития креативных индустрий.

Государственная поддержка (инструменты):

- Федеральный закон № 330-ФЗ, Указы, Распоряжения, профстандарты.
- Система грантов и субсидий, акселерационные программы.
- Креативные кластеры и общие рабочие пространства.
- Региональная специализация по ключевым направлениям креативной индустрии (кластерная инфраструктура).

Социально-экономические условия: экономика, цифровизация, образование, ИС, кино- и телеиндустрия, мода и ювелирное дело, книгоиздание, исполнительские искусства, народные промыслы и ремесла, арт-индустрия, отдых и развлечения, остальные отрасли (программное обеспечение, видеоигры, архитектура, гастрономия).

Субъекты рынка: Агентство креативных индустрий, профессиональные сообщества, службы занятости и HR-агентства, цифровые платформы

и биржи фриланса, коворкинги и проектные офисы, арт-кластеры, образовательная экосистема и акселераторы, институты защиты интеллектуальной собственности.

Общие инструменты: Масштабирование и дистрибуция товаров/услуг, сохранение и повышение доступности культурного наследия (цифровизация объектов, создание виртуальных и AR/VR-проектов), цифровые и технологические инструменты (цифровой контент, data-driven маркетинг, стриминг), особые налоговые режимы, защита интеллектуальной собственности, организация выставок и мероприятий.

HR-инструменты кадрового обеспечения:

- Акцент на индивидуальность (навыкоцентричный подход).
- Приоритет креативности над дисциплиной (поиск «гибридных» специалистов).
- Специфика мотивации (удержание талантов, эмоциональное вовлечение).
- Высокая степень автономии (HR-бренд).
- Специфичность требований к рабочим местам.

- Свободный график и удаленная работа (гибридный формат, скользящий график, менее строгий контроль и регламентация).
- Использование аутсорсинга и фриланса.
- Постоянное обновление квалификации в направлениях креативных индустрий (освоение смежных компетенций, широкий профессиональный кругозор, цифровые компетенции).
- Инструменты коммуникации и портфолио.

Итак, характер творческого процесса и перечисленные особенности ставят перед работодателями креативных индустрий ряд проблем и задач во взаимодействии с сотрудниками. В их числе:

- высокая конкуренция за привлечение талантов – острая и постоянная проблема для работодателей креативного сектора, обусловленная высоким спросом на уникальные кадры;
- риск потери уникальных сотрудников – из-за высокого уровня мобильности и самостоятельности сотрудники часто переходят из одной компании в другую;
- проблема интеграции сотрудников – как правило, креативным работникам требуется более длительное время для освоения корпоративной культуры;
- трудности коммуникации – разрозненные взгляды творческих людей внутри коллектива могут затруднять взаимопонимание и координацию усилий;
- трудности оценки эффективности – ограниченность или невозможность количественного измерения производительности, приоритет качественного измерения результатов труда;
- недостаточность внутреннего контроля из-за отсутствия четких критериев оценки, трудности в планировании и распределении ресурсов и нагрузки;
- непредсказуемость результата – результаты творческой работы содержат элемент неопределенности, возможно несоответствие ожиданий и реальности, что вызывает сложности

в принятии управленческих решений; – психологическая нестабильность и выгорание – высокая интенсивность творческого труда, чрезмерная увлеченность проектом могут провоцировать стрессы, создавать психологический дискомфорт.

Для решения подобных проблем в современной экономике успешно применяются инструменты привлечения, удержания и мотивации сотрудников, посредством чего создается привлекательный бренд работодателя, обеспечивается приток необходимых кадров, достигается высокая лояльность персонала, поддерживается его мотивация.

Следует отметить, проблему трансформации рынка труда в сфере креативных индустрий, складывающейся под воздействием искусственного интеллекта. В частности, маркетологи и дизайнеры отметили наибольший уровень доверия к ИИ, воспринимая его в качестве инструмента, который позволит повысить эффективность и качество работы.

Заключение

Таким образом, рынок труда в креативной индустрии представляет собой динамично развивающийся сектор экономики, который характеризуется высокими темпами роста, разнообразием основных направлений, спецификой занятости, высокими требованиями к профессиональным компетенциям специалистов, а также высокой ролью интеллектуального капитала и проектной работы. Детальный анализ тенденций изменения рынка труда в креативной экономике позволяет выявить рост данного сектора как в масштабе страны, так и на уровне региона. Ключевым условием является процесс обучения персонала, в частности освоение новых навыков креативных профессий в области digital-технологий, гибкого мышления и системного подхода в ходе реализации цифровых проектов.

Библиографический список

1. Амосова А. И., Кузнецова Е. А. Креативная экономика и ее значение // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2022. – 2 (22). – С. 4–7. –

URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48414169> (дата обр. 15.03.2026).

2. Глушаков Н. В. Креативная экономика как современная парадигма инновационного и технологического развития // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2025. – № 1. – С. 43–47. – DOI: [10.17513/vaael.3957](https://doi.org/10.17513/vaael.3957).
3. Креативный класс в фокусе статистики. – URL: <https://issek.hse.ru/news/1105564992.html> (дата обр. 10.03.2026).
4. Креативный сектор России в цифрах: 2024. – URL: https://files-ice-k2.asi.ru/iblock/d91/d91483ebd827033afb1763401e4e7a76/Kreativnyi_sektor_Rossii_v_tsifrakh_2024.pdf (дата обр. 23.02.2026).
5. Кузнецова Н. В. Новая парадигма современности – креативная экономика // Азиатско-тихоокеанский регион: экономика, политика, право. – 2022. – Т. 24, № 1. – С. 15–37. – DOI: [10.24866/1813-3274/2022-1/15-37](https://doi.org/10.24866/1813-3274/2022-1/15-37).
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Креативная экономика. – URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/Creative_Economy (дата обр. 23.02.2026).
7. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.» – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402745784/> (дата обр. 23.02.2026).
8. Регулятор творчества. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7833838> (дата обр. 23.02.2026).
9. Рейтинг креативных регионов России: 2024. – URL: <https://issek.hse.ru/news/999070355.html> (дата обр. 23.02.2026).
10. Указ Президента РФ от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_475991/ (дата обр. 23.02.2026).
11. Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» от 08.08.2024 № 330-ФЗ. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580 (дата обр. 23.02.2026).
12. Федорова А. В., Заровняева А. И. Креативная экономика: возможности и проблемы // Индустриальная экономика. – 2021. – № 5/6. – С. 583–586. – DOI: [10.47576/2712-7559_2021_5_6_583](https://doi.org/10.47576/2712-7559_2021_5_6_583).
13. Численность трех из четырех компаний креативного сектора не превышает пяти человек – исследование. – URL: https://economy.gov.ru/material/news/chislennost_treh_iz_chetyreh_kompaniy_kreativnogo_sektora_ne_prevyshaet_pyati_chelovek_issledovanie.html (дата обр. 11.02.2026).
14. Florida R. The creative class and economic development // Economic development quarterly. – 2014. – Vol. 28, no. 3. – P. 196–205.
15. Howkins J. Creative Economy: how people make money from ideas. – Penguin Group, 2001. – 263 p.
16. Landry C. The creative city: A toolkit for urban innovators. – Routledge, 2012. – 352 p.