



ВЫСШАЯ ШКОЛА  
ЭКОНОМИКИ

# РЕЙТИНГ КРЕАТИВНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ 2024





ВЫСШАЯ ШКОЛА  
ЭКОНОМИКИ

# РЕЙТИНГ КРЕАТИВНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ 2024

УДК 332.122:338.4(083.41)(470+571)

ББК 65.051

Р35

**Редакционная коллегия:** Л. М. Гохберг, Е. С. Куценко

**Научный консультант:** Т. В. Абанкина

**Авторы:** Л. М. Гохберг, В. О. Боос, К. Н. Боякова, Е. С. Куценко,  
С. А. Лебедева, Т. В. Остащенко, В. И. Шубина

**Рейтинг креативных регионов России: 2024** / Л. М. Гохберг, В. О. Боос,  
Р35 К. Н. Боякова, Е. С. Куценко и др.; под ред. Л. М. Гохберга, Е. С. Куценко; –  
Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. – 198 с. –  
100 экз. – ISBN 978-5-7598-3033-7 (в обл.).

Рейтинг креативных регионов России, разработанный Российской кластерной обсерваторией Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», представляет собой инструмент оценки уровня развития креативных индустрий в субъектах Российской Федерации. Рейтинг базируется на системе из 52 показателей, рассчитанных с использованием широкого круга надежных источников (включая данные Банка России, Минкультуры России, Минпросвещения России, Минцифры России, Роспатента, Росстата, Фонда кино, Федеральной налоговой службы) и сгруппированных по четырем тематическим разделам: «Социально-экономические условия», «Культурная среда», «Экономика креативных индустрий», «Поддержка креативных индустрий».

В докладе рассмотрены формирующиеся региональные модели развития креативных индустрий, особенности и факторы успеха регионов-лидеров, барьеры развития креативных индустрий, динамика креативного сектора в регионах за последний год. Представлены подробные методологические комментарии и раскрыт алгоритм построения рейтинга. Издание дополнено индивидуальными профилями регионов, включающими их ранги по всем собранным показателям с указанием положения относительно лидера. Профили регионов, входящих в топ-20, также содержат ключевые экономические показатели в разрезе креативных индустрий.

Публикация предназначена для широкого круга читателей, но в первую очередь может представлять интерес для руководителей федеральных, региональных и муниципальных органов власти, представителей бизнеса, преподавателей и исследователей в сфере культуры, креативной экономики и пространственного развития.

УДК 332.122:338.4(083.41)(470+571)

ББК 65.051

---

*Издание подготовлено при поддержке Программы «Фонд развития прикладных исследований» Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».*

---

Опубликовано Институтом статистических исследований  
и экономики знаний ВШЭ (issek.hse.ru)

doi:10.17323/978-5-7598-3033-7

ISBN 978-5-7598-3033-7

© Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики», 2025

*При перепечатке ссылка обязательна*

# Содержание

Используемые аббревиатуры	4
Введение	6
Методология	10
<b>1. РЕЗУЛЬТАТЫ РЕЙТИНГА 2024</b>	<b>13</b>
<b>2. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ</b>	<b>39</b>
<b>3. КУЛЬТУРНАЯ СРЕДА</b>	<b>45</b>
<b>4. ЭКОНОМИКА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ</b>	<b>51</b>
<b>5. ПОДДЕРЖКА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ</b>	<b>57</b>
Выводы	66
<b>ПРОФИЛИ РЕГИОНОВ</b>	<b>69</b>
Список литературы	176
Приложения	177

# Используемые аббревиатуры

<b>АКИ</b>	Агентство креативных индустрий Москвы
<b>АСИ</b>	Агентство стратегических инициатив
<b>ВВП</b>	валовой внутренний продукт
<b>ВДС</b>	валовая добавленная стоимость
<b>ВРП</b>	валовой региональный продукт
<b>ЕМИСС</b>	Единая межведомственная информационно-статистическая система
<b>ИСИЭЗ</b>	Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ
<b>Минкультуры России</b>	Министерство культуры Российской Федерации
<b>Минпросвещения России</b>	Министерство просвещения Российской Федерации
<b>Минцифры России</b>	Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации
<b>НИУ ВШЭ</b>	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
<b>ОЭЗ</b>	особая экономическая зона
<b>ОЭСР</b>	Организация экономического сотрудничества и развития
<b>Роспатент</b>	Федеральная служба по интеллектуальной собственности

<b>Росстат</b>	Федеральная служба государственной статистики
<b>РРИКИ</b>	Российский региональный индекс креативных индустрий
<b>СМИ</b>	средства массовой информации
<b>ФНС России</b>	Федеральная налоговая служба
<b>UNESCO</b>	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры
<b>UNCTAD</b>	United Nations Conference on Trade and Development – Конференция ООН по торговле и развитию
<b>WIPO</b>	World Intellectual Property Organization – Всемирная организация интеллектуальной собственности

# Введение

Креативные индустрии – динамично развивающаяся отрасль экономики, основанная на индивидуальном творчестве, навыках, талантах и результатах интеллектуальной деятельности. Производимые креативными индустриями продукты отличаются уникальностью, эстетической и экономической ценностью.

## 3.1%

вклад креативных индустрий в мировой ВВП [UNESCO, 2022]

## 2.5 долл. США

прирост добавленной стоимости в мире, который обеспечивается вложением 1 долл. США в креативные индустрии [World Bank Group, 2024]

## от 2.6% до 10.3%

доля креативных индустрий в численности занятых [UNESCO Institute for Statistics, 2024]

## 1.37 руб.

прирост добавленной стоимости в экономике России, который обеспечивается вложением 1 руб. в креативные индустрии (оценка ИСИЭЗ НИУ ВШЭ)

## 1.4 трлн долл. США

мировой экспорт креативных услуг в 2022 г. [UNCTAD, 2024]

С 2021 г. в России начала формироваться организационная и нормативная правовая база для развития креативной экономики, стартовали первые специальные меры поддержки на национальном уровне. В 2021 г. распоряжением Правительства Российской Федерации была утверждена Концепция развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 г. В 2023 г. начал свою деятельность Центр развития креативной экономики Агентства стратегических инициатив (далее – АСИ). В мае 2024 г. издан Указ Президента Российской Федерации № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года», в котором поставлена задача по увеличению доли креативных (творческих) индустрий в экономике. Наконец, 8 августа 2024 г. принят Федеральный закон № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ), определивший основные направления государственной поддержки креативного сектора. В соответствии с ним субъекты Российской Федерации наделяются полномочиями по стимулированию креативной экономики, включая установление критериев отнесения физических и юридических лиц, индивидуальных предпринимателей к субъектам креативных индустрий, формирование инфраструктуры поддержки, в том числе креативных кластеров.

Во многих регионах к настоящему времени в опережающем режиме развернуты программы и инструменты поддержки креативных индустрий, созданы специализированные региональные агентства и фонды, стартовали флагманские проекты в особо значимых с точки зрения региональной экономики креативных индустриях.

**Для поддержки региональных инициатив Центр развития креативной экономики АСИ разработал в 2024 г. Региональный стандарт развития креативных индустрий, к которому уже присоединились более половины субъектов Российской Федерации.**

Расширение спектра и интенсификация мер поддержки на федеральном и региональном уровнях обуславливают потребность в надежной информационной и аналитической базе для оценки уровня развития креативных индустрий и эффективности реализуемых инструментов политики. Для решения этой задачи коллектив ИСИЭЗ НИУ ВШЭ в рамках деятельности Российской кластерной обсерватории подготовил второй выпуск Рейтинга креативных регионов России (далее – рейтинг).



Сохраняя преемственность с первым выпуском, который увидел свет в 2023 г. [НИУ ВШЭ, 2023а], авторы расширили круг задач нового исследования. Наряду с объективной оценкой формирующихся региональных моделей развития креативных индустрий, определением их особенностей, факторов успеха регионов-лидеров и барьеров развития, новый выпуск рейтинга призван дать представление о масштабе всего креативного сектора (включая сопутствующие креативным виды деятельности) и его динамике в регионах за 2022–2023 гг.

Особенностью второго выпуска рейтинга является наличие индивидуальных профилей регионов, демонстрирующих сильные и слабые стороны креативного сектора в каждом из них, с указанием позиций по всем показателям, рубрикам и разделам рейтинга и положения относительно лидера. Для регионов-лидеров дополнительно приведены ключевые экономические показатели в разрезе креативных индустрий.

Главным методологическим нововведением рейтинга стало использование обновленного перечня креативных индустрий. В 2024 г. коллективом ИСИЭЗ НИУ ВШЭ при участии АСИ, представителей бизнеса, экспертного сообщества и с учетом позиций федеральных и региональных органов власти разработана новая собирательная классификационная группировка видов экономической деятельности «Креативный сектор» (далее – Собирательная группировка – 2024). В ее основе лежат следующие принципы:

- соответствие Федеральному закону от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ;
- учет международных (ОЭСР, ЮНКТАД, ЮНЕСКО, ВОИС) и национальных (более 40 стран) классификационных группировок видов экономической деятельности, относимых к креативным индустриям;
- полнота учета цепочек создания добавленной стоимости. В соответствии с Федеральным законом от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ к креативным индустриям относятся виды экономической деятельности, охватывающие три стадии жизненного цикла креативного продукта: создание, продвижение (продюсирование), распространение и (или) реализацию;
- экосистемный подход: помимо креативных индустрий, собирательная группировка включает сопутствующие виды экономической деятельности, обеспечивающие устойчивое функционирование цепочек создания добавленной стоимости в них;
- формирование на основе чистых видов экономической деятельности (объектом классификации собирательной группировки являются не организации, а виды экономической деятельности);
- учет интенсивности креативной деятельности и частоты использования объектов интеллектуальной собственности в экономическом обороте.

Рис. 1. Концептуальная схема креативного сектора



ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

Концептуальная модель креативного сектора представлена на рис. 1, а набор составляющих его видов экономических деятельности – в Приложении 1.

Результаты исследования могут быть интересны руководителям федеральных, региональных и муниципальных органов власти для планирования и внедрения мер поддержки креативных индустрий, представителям бизнеса, исследователям и преподавателям, интересующимся вопросами развития культуры, креативной экономики, пространственного развития, региональной политики.

# Методология

Основой для рейтингования субъектов Российской Федерации стала дополненная и актуализированная ИСИЭЗ НИУ ВШЭ в 2024 г. база данных, позволяющая определить уровень и динамику развития креативного сектора в российских регионах. Она включает сведения о креативных индустриях и сопутствующих видах деятельности, вошедших в Собирательную группировку – 2024 (Приложение 1).

## Креативные индустрии



Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия



Кино, сериалы и анимация



Программное обеспечение и видеоигры



Книжное дело, медиа и СМИ



Реклама и пиар



Народные художественные промыслы и ремесла



Культурное наследие, отдых и развлечения



Дизайн



Архитектура и урбанистика



Мода



Ювелирное дело



Гастрономия

## Сопутствующие виды деятельности

- Оборудование и материалы
- Дизайн-интенсивные производства
- Специализированное образование
- Организацию выставок и мероприятий

Источниками информации послужили данные Банка России, Минкультуры России, Минцифры России, Роспатента, Росстата, Фонда кино, Федеральной налоговой службы, интернет-ресурсы органов государственной власти субъектов Российской Федерации и центров кластерного развития, специализированные базы региональных нормативных правовых актов.

Система показателей рейтинга состоит из 52 показателей (Приложение 2), сгруппированных в 12 рубрик и распределенных по четырем тематическим разделам: «Социально-экономические условия», «Культурная среда»; «Экономика креативных индустрий», «Поддержка креативных индустрий» (рис. 2).

Рис. 2. Структура рейтинга креативных регионов России



ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.













































В целях сопоставительного анализа и ранжирования субъектов Российской Федерации разработан Российский региональный индекс креативных индустрий (далее – РРИКИ), который формируется на основе значений всех показателей рейтинга (Приложение 2) по разработанной авторами методологии (Приложение 3).



# 1. РЕЗУЛЬТАТЫ РЕЙТИНГА 2024

Рейтинг сформирован на основе ранжирования субъектов Российской Федерации по значению РРИКИ (табл. 1). Более развернутые данные о рангах регионов по отдельным показателям содержатся в индивидуальных профилях регионов (см. раздел «Профили регионов»).

Табл. 1. Рейтинг субъектов Российской Федерации по значению РРИКИ: 2024


Ранг по РРИКИ	Регион	1. Социально-экономические условия	2. Культурная среда	3. Экономика креативных индустрий	4. Поддержка креативных индустрий
1	– Москва	 –	 ↑	 ↓	 ↑
2	– Санкт-Петербург	 –	 ↓	 ↓	 ↑
3	– Новосибирская область	 ↓	 ↑	 –	 ↓
4	– Томская область	 ↓	 ↓	 ↓	 ↑
5	↑ Свердловская область	 –	 ↓	 ↑	 ↑
6	– Ивановская область	 ↑	 ↓	 ↑	 ↓
7	↑ Костромская область	 ↓	 –	 ↑	 ↓
8	– Нижегородская область	 ↑	 ↓	 –	 ↑
9	↑ Ульяновская область	 ↓	 ↓	 ↑	 ↑
10	↑ Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	 ↓	 ↑	 ↓	 ↑
11	↑ Калужская область	 ↑	 ↓	 ↓	 ↓

(продолжение)

Ранг по РРИКИ		Регион	1. Социально-экономические условия		2. Культурная среда		3. Экономика креативных индустрий		4. Поддержка креативных индустрий	
12	↑	Республика Мордовия		↑		↑		↓		↓
13	↑	Новгородская область		↑		↓		↑		↑
14	↓	Республика Татарстан		↑		↑		↓		↓
15	↓	Тюменская область		↑		↑		↓		↑
16	↑	Пермский край		↑		↓		↑		↑
17	↓	Калининградская область		↓		↑		↓		↑
18	↑	Челябинская область		↓		↑		↓		↑
19	↓	Красноярский край		↑		↓		↓		↑
20	↓	Республика Саха (Якутия)		↓		↑		↓		↑
21	↑	Рязанская область		↓		↓		↑		↑
22	↓	Белгородская область		↓		↓		↓		↑
23	↑	Пензенская область		↓		↑		↑		↑
24	↑	Ярославская область		↑		↑		↑		↓



(продолжение)

Ранг по РРИКИ	Регион	1. Социально-экономические условия	2. Культурная среда	3. Экономика креативных индустрий	4. Поддержка креативных индустрий
25 ↑	Орловская область	 ↑	 ↑	 ↑	 ↓
26 –	Республика Карелия	 ↓	 ↑	 ↑	 ↑
27 ↓	Республика Марий Эл	 ↓	 ↑	 ↑	 ↑
28 ↑	Омская область	 ↑	 ↑	 ↑	 ↓
29 ↓	Краснодарский край	 ↓	 ↓	 ↓	 ↑
30 ↑	Удмуртская Республика	 ↑	 ↓	 ↑	 ↓
31 ↑	Воронежская область	 ↑	 ↑	 ↓	 ↑
32 ↑	Ростовская область	 ↑	 ↑	 ↑	 ↑
33 ↑	Тульская область	 ↑	 ↓	 ↑	 ↓
34 ↑	Московская область	 ↑	 –	 ↑	 ↓
35 ↑	Республика Калмыкия	 ↑	 ↑	 ↑	 ↓
36 ↓	Липецкая область	 ↓	 ↑	 ↓	 –
37 ↑	Саратовская область	 ↑	 ↓	 ↑	 ↓

(продолжение)

Ранг по РРИКИ		Регион	1. Социально-экономические условия		2. Культурная среда		3. Экономика креативных индустрий		4. Поддержка креативных индустрий	
38	↑	Владимирская область		↑		↑		↑		↓
39	↑	Чувашская Республика		↑		↑		↓		↓
40	↓	Республика Северная Осетия – Алания		↓		↑		↓		↑
41	↓	Самарская область		↓		↓		↑		↑
42	↓	Архангельская область		↓		↑		↑		↑
43	↓	Севастополь		↑		↓		↑		↓
44	–	Приморский край		↓		↓		↑		↑
45	–	Иркутская область		↑		↓		↑		↑
46	↑	Ямало-Ненецкий автономный округ		–		↑		↓		↑
47	↓	Кировская область		↓		↓		↑		↓
48	↓	Вологодская область		↓		↑		↓		↓
49	↓	Волгоградская область		↓		↑		↓		↓
50	↑	Мурманская область		↑		↑		–		↑

(продолжение)

Ранг по РРИКИ	Регион	1. Социально-экономические условия	2. Культурная среда	3. Экономика креативных индустрий	4. Поддержка креативных индустрий
51 ↓	Республика Крым	 ↓	 ↓	 ↑	 ↓
52 ↑	Республика Башкортостан	 ↓	 ↓	 ↓	 ↓
53 ↓	Смоленская область	 ↓	 ↑	 -	 -
54 ↑	Псковская область	 ↓	 ↑	 ↓	 ↓
55 ↑	Ленинградская область	 ↑	 ↑	 ↑	 ↑
56 ↑	Ставропольский край	 ↑	 ↓	 ↑	 ↑
57 ↑	Брянская область	 ↑	 ↓	 ↓	 ↑
58 ↑	Тамбовская область	 ↑	 ↓	 ↑	 ↑
59 ↓	Курская область	 ↑	 ↑	 ↑	 ↓
60 ↑	Тверская область	 ↑	 ↓	 ↑	 ↓
61 ↓	Астраханская область	 ↓	 -	 ↓	 ↓
62 ↑	Оренбургская область	 ↑	 ↓	 ↑	 ↓
63 ↑	Карачаево-Черкесская Республика	 ↓	 ↑	 ↓	 ↓

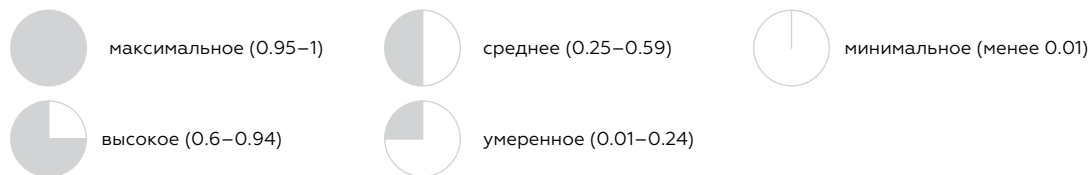
(продолжение)

Ранг по РРИКИ	Регион	1. Социально-экономические условия	2. Культурная среда	3. Экономика креативных индустрий	4. Поддержка креативных индустрий
64 ↓	Республика Бурятия	 ↓	 ↑	 ↓	 ↑
65 ↓	Республика Коми	 ↑	 ↑	 ↑	 ↓
66 ↓	Республика Адыгея	 ↑	 ↑	 ↑	 ↑
67 ↑	Алтайский край	 ↑	 ↓	 ↑	 ↓
68 ↓	Магаданская область	 ↓	 ↑	 ↓	 ↓
69 ↑	Республика Ингушетия	 ↓	 ↓	 ↓	 ↑
70 ↓	Камчатский край	 ↓	 ↓	 ↑	 ↓
71 ↓	Сахалинская область	 ↓	 ↓	 ↑	 ↑
72 –	Ненецкий автономный округ	 ↑	 ↑	 ↓	 ↓
73 ↑	Хабаровский край	 ↑	 ↓	 ↓	 ↑
74 ↓	Кемеровская область	 ↓	 ↓	 ↓	 ↓
75 –	Чукотский автономный округ	 ↑	 ↑	 ↑	 ↑
76 ↑	Чеченская Республика	 ↓	 ↑	 ↑	 ↓

(окончание)

Ранг по РРИКИ	Регион	1. Социально-экономические условия	2. Культурная среда	3. Экономика креативных индустрий	4. Поддержка креативных индустрий
77 ↓	Республика Хакасия	 ↑	 ↓	 ↑	 ↓
78 ↑	Курганская область	 ↑	 ↓	 ↑	 ↓
79 ↑	Кабардино-Балкарская Республика	 ↓	 ↓	 ↑	 –
80 ↑	Амурская область	 ↑	 ↑	 –	 ↓
81 ↓	Республика Алтай	 –	 ↑	 ↑	 ↓
82 ↓	Республика Дагестан	 ↓	 ↓	 ↓	 ↓
83 ↓	Республика Тыва	 –	 ↑	 ↑	 ↓
84 ↓	Забайкальский край	 ↑	 –	 ↑	 ↓
85 ↓	Еврейская автономная область	 ↓	 ↓	 ↓	 ↑

Нормированное значение показателя по разделу:



Динамика индекса за 2023–2024 гг.:

↑ положительная      – без изменений      ↓ отрицательная

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

# Топ-4

**креативных регионов остался неизменным по сравнению с прошлым годом:**

Москва,  
Санкт-Петербург,  
Новосибирская область,  
Томская область

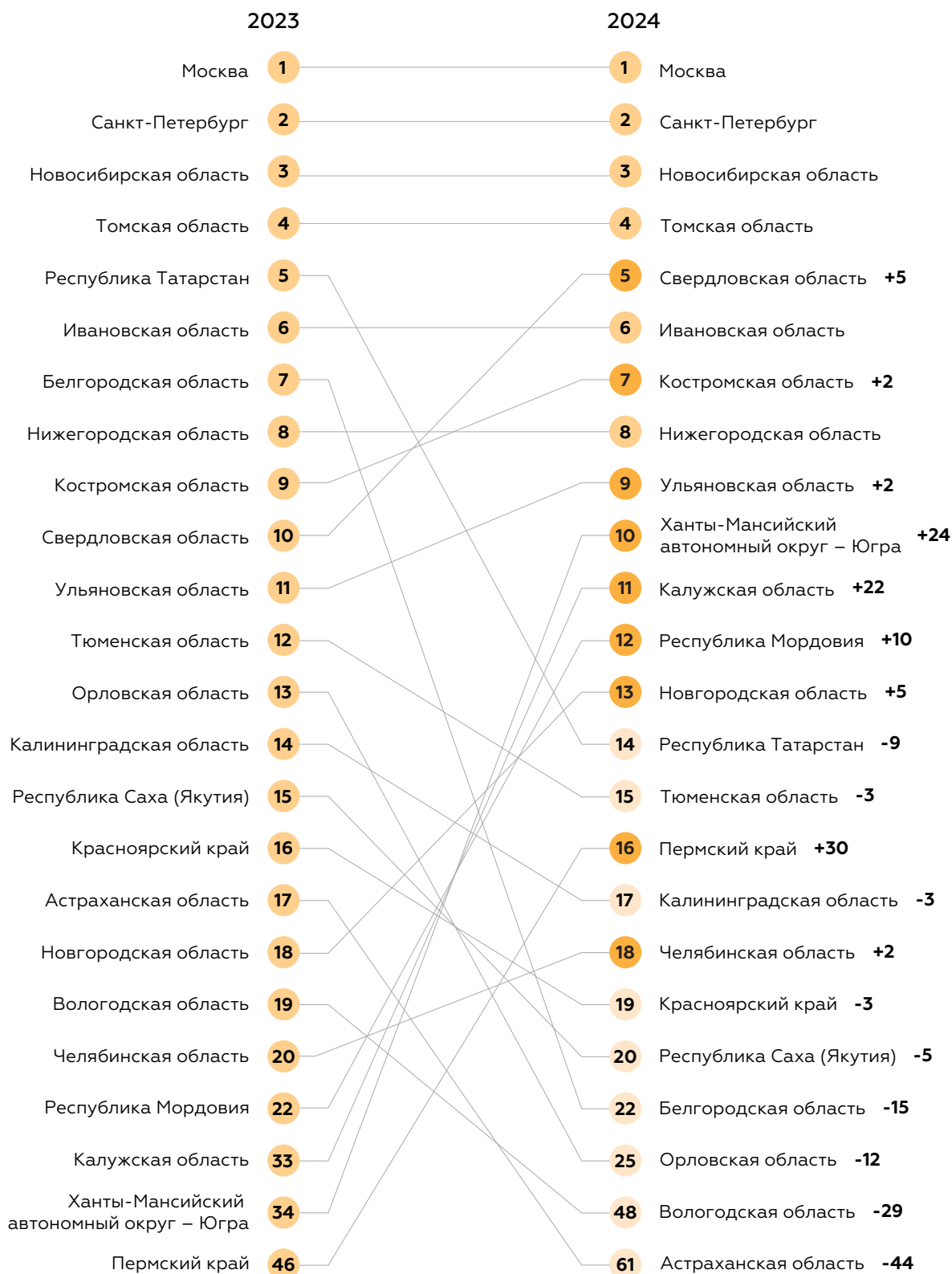
Сохранилось преобладание в первой двадцатке рейтинга субъектов из европейской части России и Уральского федерального округа; восток страны в ней, кроме Новосибирской и Томской областей, представляют только Красноярский край (19-я позиция) и Республика Саха (Якутия) (20-я). По остальным критериям, за исключением географических, участники топ-20 достаточно разнообразны. На 6-й и 7-й позициях расположились небольшие по численности населения регионы, специализирующиеся на легкой промышленности, – Ивановская и Костромская области соответственно. Хорошо представлены в первой двадцатке и более густонаселенные субъекты Российской Федерации с диверсифицированным портфелем обрабатывающих производств: Свердловская и Нижегородская области (5-я и 8-я позиции соответственно), Республика Татарстан и Пермский край (14-я и 16-я), а также Челябинская область (18-я) с выраженной металлургической специализацией. 10-е место занял добывающий регион – Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, а 17-е – Калининградская область, где заметную роль в экономике играют постиндустриальные виды деятельности – ИКТ-сектор и туризм.

## Что движет лидерами: экономика креативных индустрий, цифровизация, культура и интеллектуальная собственность

Девять субъектов Российской Федерации из топ-20 по значению РРИКИ в 2024 г. сумели улучшить свои позиции за год. Свердловская область поднялась на 5-е место (+5), Костромская – на 7-е (+2), Ульяновская – на 9-е (+2), Ханты-Мансийский автономный округ – Югра – на 10-е (+24), Калужская область – на 11-е (+22), Республика Мордовия – на 12-е (+10), Новгородская область – на 13-е (+5), Пермский край – на 16-е (+30), Челябинская область – на 18-е (+2) (рис. 3).

Четыре из девяти регионов, улучшивших положение в рейтинге (Свердловская, Костромская и Новгородская области, Пермский край), достигли этого преимущественно за счет возросшего вклада креативного сектора в экономику и активной цифровизации.

Рис. 3. Топ-20 субъектов Российской Федерации по значению РРИКИ



● Ранг не изменился     
 ● Повышение ранга     
 ● Понижение ранга

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

# На 28.7%

вырос вклад креативного сектора  
в общую стоимость нематериальных  
активов в Костромской области

В Костромской области вклад креативного сектора в общую стоимость основных средств и выручку возрос на 2.8 и 5.1 п. п. соответственно. Затраты организаций на сквозные цифровые технологии в расчете на одного работника повысились на 247 тыс. руб. (5-е место по приросту в России). Кроме того, область вошла в топ-10 регионов по приросту числа заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания в расчете на 10 тыс. человек, занятых в экономике (+7.0 ед.).

В Свердловской области вклад креативного сектора в общую стоимость нематериальных активов увеличился на 4.5 п. п., доля активных пользователей интернета среди населения – с 80.7 до 86.1%. В регионе продолжается развитие инфраструктуры креативных индустрий. Так, в Новоуральске летом 2024 г. появился креативный кластер «Гор.Н».

В Новгородской области доля креативного сектора в общей выручке выросла на 1.1 п. п.; доля организаций, имеющих фиксированный широкополосный доступ к интернету с максимальной скоростью передачи данных выше 100 Мбит/с, в общем числе организаций – на 8.1 п. п.; затраты бизнеса на сквозные цифровые технологии в расчете на одного работника – на 160 тыс. руб. Регион вошел в топ-5 по приросту числа получателей грантов на реализацию цифровых проектов и субсидий в области электронных СМИ в расчете на 10 тыс. человек населения.

Пермский край продемонстрировал рост вклада креативного сектора в общую стоимость нематериальных активов, численность работников и выручку на 0.7, 0.3 и 0.2 п. п. соответственно и увеличение доли организаций, имеющих фиксированный широкополосный доступ к интернету, в общем числе организаций на 4.6 п. п. В 2022 г. организации модной индустрии в составе обрабатывающих производств получили льготы по налогу на имущество. Летом 2024 г. была принята новая Стратегия социально-экономического развития Пермского края до 2035 года, в которой креативная экономика определена в числе шести приоритетных направлений.

Ульяновская область поднялась на две позиции в сводном рейтинге за счет увеличения вклада креативного сектора в общую стоимость нематериальных активов на 6.3 п. п., основных средств и выручку – на 0.2 п. п.

Причиной усиления позиций Калужской и Челябинской областей, Ханты-Мансийского автономного округа – Югры и Республики Мордовия в рейтинге ста-



ло прежде всего сочетание факторов развития культурной среды и института интеллектуальной собственности.

В Калужской области значительно повысилась посещаемость библиотек (первое место) и культурно-массовых мероприятий (третье). Успех региона обусловлен также ростом числа патентных заявок на промышленные образцы и полезные модели в расчете на 10 тыс. человек населения (8-е и 11-е места соответственно).

Улучшение позиции Ханты-Мансийского автономного округа – Югры связано с ростом посещаемости концертов, появлением института развития креативных индустрий в статусе опорной организации и креативного кластера, специализирующегося на ремеслах. В регионе введена льготная ставка налога на имущество организаций индустрии «Программное обеспечение».

Республика Мордовия взяла «золото» по приросту числа патентных заявок на полезные модели в расчете на 10 тыс. человек занятых в экономике (+1.7 ед.), «серебро» по динамике заявок на регистрацию товарных знаков (+11.4 ед.) и переместилась с 8-го места на 4-е по посещаемости концертов.

Челябинская область показала положительную динамику по числу патентных заявок на промышленные образцы и числу заявок на регистрацию товарных знаков в расчете на 10 тыс. человек населения (+0.1 и +3.0 ед. соответственно), удельному весу организаций, имеющих фиксированный широкополосный доступ к интернету, в общем числе организаций (+3.6 п. п.), затратам на сквозные цифровые технологии (+92.9 тыс. руб.), числу посещений библиотек и культурно-массовых мероприятий в расчете на 10 тыс. человек населения (+1.7 и +1.4 тыс. ед. соответственно). Развитию креативных индустрий способствовало создание профильного института поддержки.

## Региональные модели развития креативных индустрий

Креативный сектор является неотъемлемой частью экономики и важным элементом культурной идентичности каждого региона. Значительные межрегиональные социально-экономические различия способствуют многообразному проявлению креативности в субъектах Российской Федерации – от ремесленных артелей в исторических поселениях до модных брендов в промышленных агломерациях, от арктических кинофестивалей до игровых событий в мегаполисах.

Уже сегодня можно говорить о формировании в регионах различных моделей развития креативного сектора, зависящих от демографических, экономико-географических и историко-культурных условий, в которых они разворачиваются (табл. 2).

Табл. 2. Группы регионов России в зависимости от демографических, экономико-географических и историко-культурных условий

Группа	РРИКИ выше среднего	Численность населения, млн чел.		Доля промышленности в ВДС, %		Другие особенности
		< 1.25	> 1.25	< 25	< 20	
Регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами			–	–	–	–
Крупные индустриальные центры	–		–		–	–
Малые промышленные регионы	–	–		–		–
Культурно-исторические центры	–	–		–	–	Высокая концентрация объектов культурного наследия и исторических поселений
Арктика	–	–		–	–	Расположение в Арктической зоне
Приграничные регионы	–	–		–	–	Близость к границам иностранных государств
Южные республики	–	–	–	–	–	Республики Северо-Кавказского и Южного федеральных округов

Примечание: цвет показывает, что критерий выполняется.

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

Каждая из выделенных групп регионов использует определенную модель развития креативной экономики, что проявляется в преобладании тех или иных аспектов креативности (табл. 3).

Табл. 3. Креативные профили групп регионов по средним значениям показателей по рубрикам рейтинга: 2024

Группы регионов	Число регионов	1.1. Благополучие и экономика	1.2. Образование	1.3. Интеллектуальная собственность	1.4. Цифровизация	2. Культурная среда	3.1. Активы креативных индустрий	3.2. Кадры креативных индустрий	3.3. Производство креативных индустрий	4.1. Нормативная правовая база	4.2. Организационное обеспечение	4.3. Региональные налоговые льготы	4.4. Участие в федеральных программах
1. Регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами	13	0.39	0.28	0.37	0.44	0.33	0.17	0.53	0.31	0.46	0.60	0.62	0.23
2. Крупные промышленные центры	13	0.33	0.13	0.21	0.31	0.26	0.12	0.26	0.11	0.44	0.25	0.51	0.14
3. Малые промышленные регионы	19	0.28	0.11	0.26	0.24	0.39	0.23	0.30	0.26	0.40	0.25	0.39	0.16
4. Культурно-исторические центры	11	0.28	0.13	0.26	0.25	0.36	0.19	0.32	0.18	0.30	0.15	0.30	0.21
5. Арктика	8	0.50	0.07	0.14	0.26	0.32	0.00	0.11	0.07	0.46	0.29	0.38	0.19
6. Южные республики	9	0.21	0.22	0.19	0.26	0.13	0.02	0.18	0.15	0.41	0.17	0.26	0.11
7. Приграничные регионы	12	0.22	0.13	0.14	0.24	0.24	0.04	0.20	0.09	0.31	0.16	0.31	0.13

Среднее значение по группе регионов: **0.46–0.62**    **0.25–0.45**    **0.15–0.24**    **менее 0.15**

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

**Регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами.** Группа объединяет крупные регионы с численностью населения более 1.25 млн человек, в которых роль административного центра играет город-миллионник, а уровень развития креативного сектора, определяемый по значению РРИКИ, выше среднероссийского (табл. 4).

Регионы этой группы лидируют по большинству рассматриваемых аспектов развития креативных индустрий, в частности, существенно превосходят другие субъекты Российской Федерации в образовательной сфере.

Студенты креативных специальностей также отдают предпочтение регионам с «миллионниками» – по средней численности таких учащихся в расчете на 10 тыс. человек населения первая группа превосходит ближайшую по уровню группу культурно-исторических центров в 1.4 раза. Эти регионы

**Табл. 4. Рейтинг регионов России по значению РРИКИ в группе «Регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами»: 2024**

Регион	Место в группе
Москва	1
Санкт-Петербург	2
Новосибирская область	3
Свердловская область	4
Нижегородская область	5
Республика Татарстан	6
Пермский край	7
Челябинская область	8
Красноярский край	9
Омская область	10
Краснодарский край	11
Воронежская область	12
Ростовская область	13

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

**В 1.4 раза**

средняя численность учащихся вузов в расчете на 10 тыс. человек населения выше в регионах-лидерах с крупнейшими мегаполисами, чем в крупных индустриальных центрах

генерируют наибольший массив интеллектуальной собственности, опережая крупные индустриальные центры по среднему числу патентных заявок на изобретения в расчете на 10 тыс. человек населения в 1.8 раза, на полезные модели – в 2, на промышленные образцы – в 1.6 раза. Они активнее других вовлечены в цифровизацию: затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам, а также на сквозные цифровые технологии в расчете на одного работника кратно превосходят показатели других групп (например, крупных индустриальных центров – в 8 и 4.4 раза соответственно). Среди мер поддержки здесь особенно развито организационное обеспечение креативных индустрий – в десяти из 13 субъектов представлены профильные институты поддержки, в 12 – действуют креативные кластеры. В части федеральных мер поддержки регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами наиболее заметно опережают остальные группы по финансированию цифровых проектов, электронных СМИ, игровых и неигровых фильмов, независимых театральных и музыкальных коллективов.

Благоприятные условия развития положительно сказались на экономике креативного сектора рассматриваемых регионов. Особенно заметно

# На 13.2%

средняя заработная плата работников креативного сектора в регионах-лидерах с крупнейшими агломерациями выше, чем в среднем по экономике

их преимущество по показателям, отражающим качество развития креативной экономики.

Кроме того, их отличает значительно более высокий уровень экспорта креативных услуг – в среднем вдвое выше, чем у малых промышленных регионов, занимающих второе место по данному показателю.

**Креативная экономика регионов-лидеров с крупнейшими мегаполисами отличается преобладанием таких индустрий, как программное обеспечение и видеоигры, реклама и пиар, архитектура и урбанистика. При этом Москва и Санкт-Петербург вносят наибольший вклад в специализацию данной группы по первым двум направлениям.**

К **крупным индустриальным центрам** отнесены регионы с численностью населения более 1.25 млн человек, которые выделяются высокой долей промышленности в валовой добавленной стоимости<sup>1</sup> – суммарно более 25% (табл. 5). Уровень развития креативного сектора здесь в среднем ниже, чем в регионах-лидерах с крупнейшими мегаполисами. Так, в топ-20 по значению РРИКИ входят только два региона из рассматриваемой группы – Тюменская область и Ханты-Мансийский автономный округ – Югра (в первой группе таких регионов девять).

По посещаемости театров крупные индустриальные центры уступают регионам-лидерам с крупнейшими мегаполисами на 35%, а культурно-историческим центрам – на 41%.

На фоне развитой промышленности вклад креативного сектора в экономику указанных субъектов Российской Федерации выглядит менее значительным, чем в регионах-лидерах с крупнейшими мегаполисами (отставание по объему продукции в 2.7 раза), малых промышленных регионах (вдвое ниже по активам) и культурно-исторических центрах (в 1.5 раза ниже по численности работников).

<sup>1</sup> Учитывалась доля отраслей, входящих в разделы ОКВЭД В, С, D, в ВДС по данным Росстата за 2022 г.

Табл. 5. Рейтинг регионов России по значению РРИКИ в группе «Крупные промышленные центры»: 2024

Регион	Место в группе
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	1
Тюменская область	2
Белгородская область	3
Удмуртская Республика	4
Тульская область	5
Саратовская область	6
Самарская область	7
Иркутская область	8
Волгоградская область	9
Республика Башкортостан	10
Ленинградская область	11
Оренбургская область	12
Кемеровская область	13

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

## 1-е место

занимают крупные промышленные центры по среднему числу посещений культурно-массовых мероприятий в расчете на 10 тыс. человек населения

Среди мер поддержки в крупных промышленных центрах чаще, чем в других регионах, применяются отдельные налоговые льготы. Например, субъектов Российской Федерации, предоставляющих льготную ставку по налогу на прибыль организаций, здесь почти вдвое больше, чем в первой группе (семь против четырех).

**Крупные промышленные центры специализируются преимущественно на программном обеспечении и видеоиграх, а также на сопутствующем креативным индустриям виде деятельности – дизайн-интенсивных производствах.**

Помимо крупных индустриальных центров, выделим **малые промышленные регионы**, где суммарная доля промышленности в ВДС тоже высока (более 20%), но численность населения находится в пределах 1.25 млн человек (табл. 6). По уровню развития креативных индустрий такие регионы опережают крупные индустриальные центры (семь участников группы входят в топ-20 по значению РРИКИ, а еще три – превосходят его средний уровень по всем регионам).

**Табл. 6. Рейтинг регионов России по значению РРИКИ в группе «Малые промышленные регионы»: 2024**

Регион	Место в группе
Томская область	1
Ивановская область	2
Костромская область	3
Ульяновская область	4
Калужская область	5
Республика Мордовия	6
Новгородская область	7
Пензенская область	8
Республика Марий Эл	9
Липецкая область	10
Чувашская Республика	11
Кировская область	12
Вологодская область	13
Астраханская область	14
Магаданская область	15
Сахалинская область	16
Республика Хакасия	17
Курганская область	18
Забайкальский край	19

## 1-е место

занимают малые промышленные регионы по стоимости нематериальных активов и выручке

## 1-е место

занимают малые промышленные регионы по посещаемости библиотек

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

По сравнению с крупными индустриальными центрами подобные регионы активнее регистрируют объекты интеллектуальной собственности. Так, по среднему числу патентных заявок на полезные модели и промышленные образцы они опережают вторую группу в 1.7 и 1.2 раза соответственно. В малых промышленных регионах, как и в крупных индустриальных центрах, преобладают массовые направления культуры. Например, посещаемость библиотек здесь самая высокая – выше, чем в культурно-исторических центрах и регионах с крупнейшими мегаполисами, в 1.2 и 1.5 раза соответственно. Меры поддержки в сфере креативных индустрий в малых промышленных регионах развиты относительно равномерно – ни по одному направлению они не отстают, но и не вырываются вперед.

Креативные индустрии вносят более заметный вклад в экономику рассматриваемой группы по сравнению с другими регионами. По средней доле креативного сектора в общей стоимости основных средств они опережают крупные индустриальные центры в полтора раза, а по стоимости нематериальных активов и выручке – являются лидерами среди всех рассматриваемых групп. По экспорту креативных услуг в расчете на 1 тыс. руб. ВРП они уступают только регионам-лидерам с крупнейшими мегаполисами, превосходя крупные индустриальные и культурно-исторические центры в 3.8 и 3.2 раза соответственно.

**Наиболее выраженными креативными специализациями малых промышленных регионов оказались индустрия дизайна и сопутствующий вид деятельности «Дизайн-интенсивные производства».**

В число **культурно-исторических центров** входят небольшие по численности населения (менее 1.25 млн человек, за исключением Владимирской и Московской областей) регионы Центрального и Северо-Западного федеральных округов (табл. 7). В этих субъектах сосредоточено больше всего исторических поселений федерального значения, и большинство регионов (восемь из 11) входят в топ-20 по числу объектов культурного наследия в расчете на 10 тыс. человек населения. Культурно-исторические центры отличаются умеренным уровнем развития креативных индустрий и равномерно распределены между 21-й и 60-й позициями по значению РРИКИ.

Особое качество культурной среды проявляется здесь в лидерстве по посещаемости музеев и высоком удельном весе учащихся школ искусств в общей численности населения в возрасте от 7 до 15 лет (2-е место среди рассматриваемых групп). Культурно-исторические центры активно участвуют в федеральных программах поддержки креативных индустрий, лидируя по числу инициатив, реализованных в рамках проектов «Профессионалитет» и «Колледж креативных индустрий», и организаций



Табл. 7. Рейтинг регионов России по значению РРИКИ в группе «Культурно-исторические центры»: 2024

Регион	Место в группе
Рязанская область	1
Ярославская область	2
Орловская область	3
Московская область	4
Владимирская область	5
Смоленская область	6
Псковская область	7
Брянская область	8
Тамбовская область	9
Курская область	10
Тверская область	11

# 1-е место

занимают культурно-исторические центры по средней доле креативного сектора в общей численности работников и стоимости основных средств

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

народных художественных промыслов, получающих поддержку, в расчете на 10 тыс. человек населения.

Культурно-исторические центры, как и малые промышленные регионы, отличаются заметной ролью креативного сектора в экономике, а именно самой высокой средней долей организаций креативного сектора в общей численности работников (6.4%) и стоимости основных средств (3.1%).

**Особую роль в культурно-исторических центрах играют индустрии «Мода» и «Народные художественные промыслы и ремесла» и сопутствующий вид деятельности «Оборудование и материалы».**

В группу **«Арктика»** вошли субъекты, частично или полностью расположенные в Арктической зоне, за исключением Красноярского края (относятся к группе регионов-лидеров с крупнейшими мегаполисами) (табл. 8). Только в двух регионах группы – Республике Саха (Якутия) и Республике Карелия – уровень развития креативных индустрий выше среднего по регионам.

Для регионов арктической группы характерна ориентация креативного сектора на достижение в большей степени социальных, нежели экономических, целей. В этих субъектах высокая обеспеченность дополнительным профильным образованием – школами искусств (второе место среди всех групп регионов).

**В регионах Арктики самое высокое среднее число проектов – победителей конкурсов Президентского фонда культурных инициатив в расчете на 10 тыс. человек населения; проектов, победивших в конкурсе по созданию комфортной городской среды; модельных библиотек и точек концентрации талантов «Гений места»; инклюзивных творческих лабораторий.**

**Табл. 8. Рейтинг регионов России по значению РРИКИ в группе «Арктика»: 2024**

Регион	Место в группе
Республика Саха (Якутия)	1
Республика Карелия	2
Архангельская область	3
Ямало-Ненецкий автономный округ	4
Мурманская область	5
Республика Коми	6
Ненецкий автономный округ	7
Чукотский автономный округ	8

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

Среднее число патентных заявок на изобретения, полезные модели и промышленные образцы в расчете на 10 тыс. человек населения в регионах арктической группы меньше, чем в малых промышленных регионах, на 53, 44 и 38% соответственно.

Вклад креативных индустрий в экономику регионов данной группы пока невысок. Доля креативного сектора в общей численности работников здесь ниже, чем в малых промышленных регионах и регионах с крупнейшими мегаполисами, в среднем на 2.6 и 2.7 п. п. соответственно, а удельный вес креативного сектора в общем объеме выручки организаций региона – в среднем на 3.7 и 2.8 п. п.

**Креативная специализация арктических регионов преимущественно связана с индустриями «Культурное наследие, отдых и развлечения» и «Гастрономия».**

Следующая группа регионов – **южные республики**, расположенные в Южном и Северо-Кавказском федеральных округах (табл. 9). Все они, кроме республик Калмыкия и Северная Осетия – Алания, оказались ниже 50-й строки по значению РРИКИ и имеют значительный нереализованный потенциал развития креативных индустрий.

К сильным сторонам регионов этой группы относятся высокий уровень регистрации географических указаний и наименований мест происхождения товаров в расчете на 10 тыс. человек занятых (1-е место) и активная регистрация товарных знаков (2-е). В отношении участия в федеральных инициативах наиболее высокого уровня вовлеченности южные республики достигли по среднему числу организаций народных художественных промыслов, получающих поддержку, – выше, чем в приграничных и арктических регионах, в 4.7 и 1.6 раза соответственно.

**Табл. 9. Рейтинг регионов России по значению РРИКИ в группе «Южные республики»: 2024**

Регион	Место в группе
Республика Калмыкия	1
Республика Северная Осетия – Алания	2
Республика Крым	3
Карачаево-Черкесская Республика	4
Республика Адыгея	5
Республика Ингушетия	6
Чеченская Республика	7
Кабардино-Балкарская Республика	8
Республика Дагестан	9

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

## 1-е место

занимают южные республики по уровню регистрации географических указаний и наименований мест происхождения товаров в расчете на 10 тыс. человек занятых

## 2-е место

занимают южные республики по среднему числу школ креативных индустрий в расчете на 10 тыс. человек населения

**В южных республиках наиболее развиты креативные индустрии «Культурное наследие, отдых и развлечения», «Архитектура и урбанистика», «Гастрономия», «Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия».**

Наконец, группу **приграничных регионов** объединяют соответствующее географическое положение и значительные возможности по улучшению позиций в рейтинге: все субъекты, кроме Калининградской области (17-е место по значению РРИКИ), расположены ниже 40-й позиции (табл. 10).

**Табл. 10. Рейтинг регионов России по значению РРИКИ в группе «Приграничные регионы»: 2024**

Регион	Место в группе
Калининградская область	1
Севастополь	2
Приморский край	3
Ставропольский край	4
Республика Бурятия	5
Алтайский край	6
Камчатский край	7
Хабаровский край	8
Амурская область	9
Республика Алтай	10
Республика Тыва	11
Еврейская автономная область	12

**3**-е место

занимают приграничные регионы по средней посещаемости концертов

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

Несмотря на невысокую активность в регистрации изобретений и полезных моделей, приграничные регионы оформляют на них свидетельства об интеллектуальной собственности в среднем в 1.2 и 1.6 раза чаще, чем южные республики. По затратам организаций на передовые цифровые технологии в расчете на одного работника они превосходят южные республики и культурно-исторические центры в 7.8 и в 1.9 раза соответственно. К точкам роста приграничных регионов относится и культурная среда: в 11 из 12 субъектов за год увеличилась посещаемость театров, а по среднему уровню посещаемости концертов группа отстает от регионов-лидеров с крупнейшими мегаполисами только на 3.4%.

Приграничные регионы достаточно активно участвуют в отдельных направлениях федеральной поддержки. Например, по среднему числу модельных

библиотек и центров концентрации талантов «Гений места» рассматриваемая группа находится наравне с арктической и опережает все остальные. Среднее число центров прототипирования в расчете на 10 тыс. человек населения здесь одно из самых высоких – сопоставимо с первой группой и выше показателей остальных. По среднему числу проектов, победивших в конкурсе по созданию комфортной городской среды, приграничные регионы находятся на втором месте после Арктики.

**В группе приграничных регионов наиболее выражена креативная специализация «Гастрономия».**

## На разных полюсах: креативное неравенство регионов усиливается

# 7.2 раза

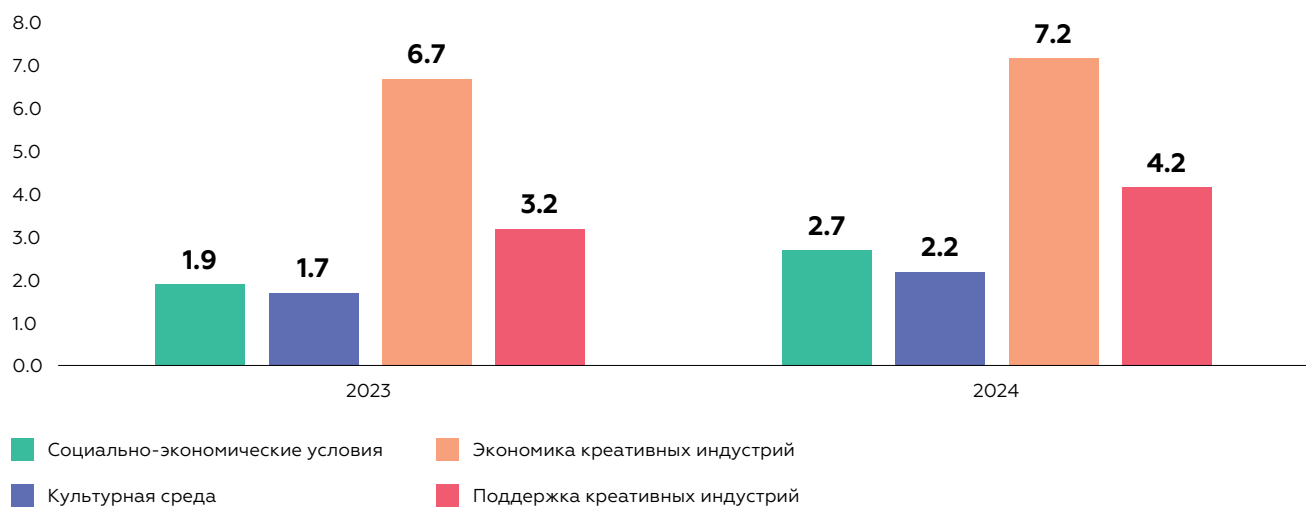
разница между топ-10 субъектов Российской Федерации и десяткой, замыкающей рейтинг, по среднему значению рубрики «Экономика креативных индустрий» (в 2023 г. – 6.7 раза)

Как и годом ранее, регионы сильнее всего поляризуют уровень развития креативной экономики.

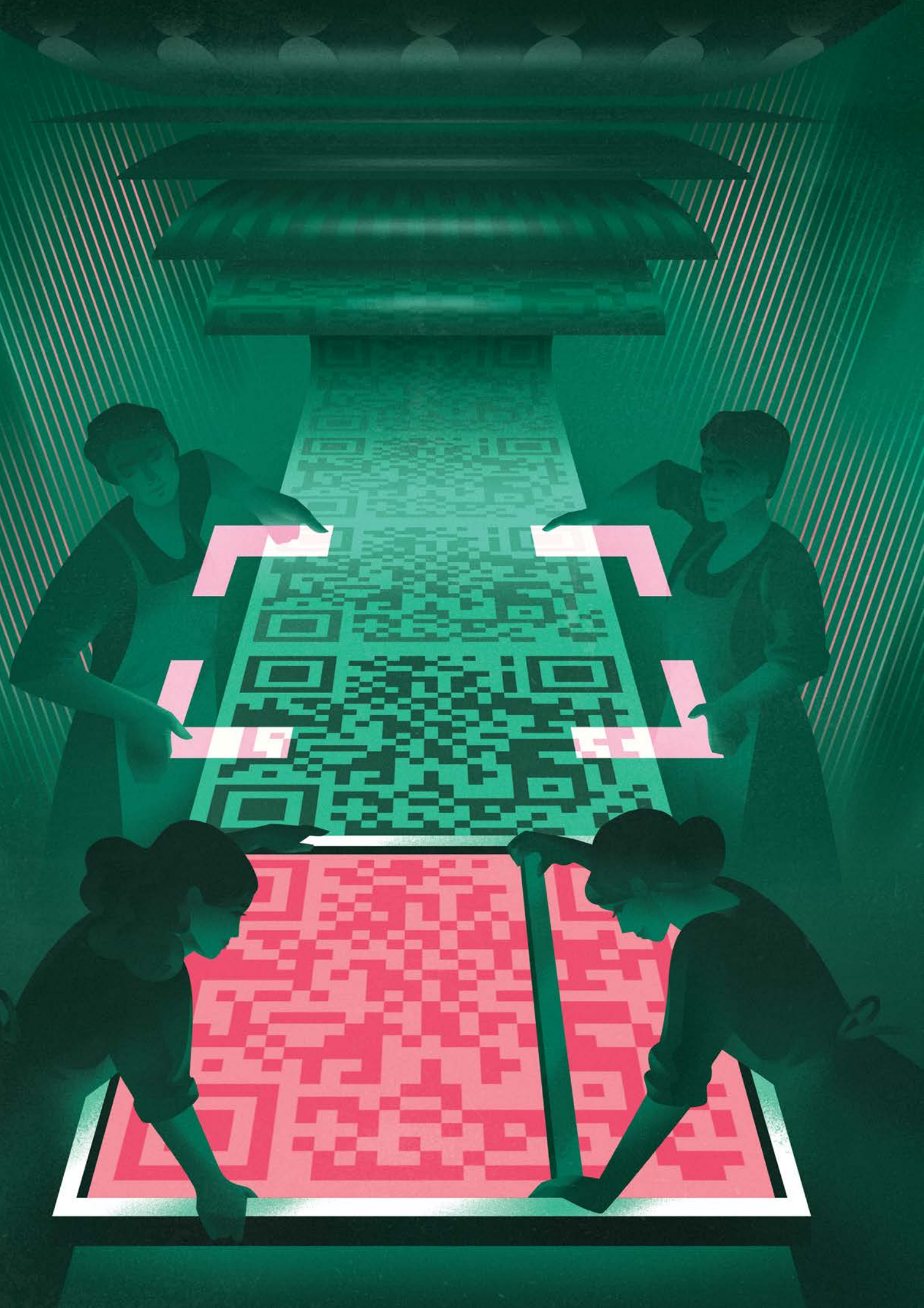
Вторым по значимости параметром, отличающим лидеров, стала поддержка креативных индустрий – разница по соответствующему субиндексу составила 4.2 раза. Наименее заметны расхождения по уровню развития культурной среды, но и они за год возросли с 1.7 до 2.2 раз.

**Разрыв между лидирующими регионами и субъектами, занимающими 76–85-е места в рейтинге, усилился по всем аспектам креативности (рис. 4).**

Рис. 4. Соотношение между регионами, занимающими 1–10-е и 76–85-е места по значению РРИКИ, по средним значениям отдельных субиндексов рейтинга



ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.



## 2. СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

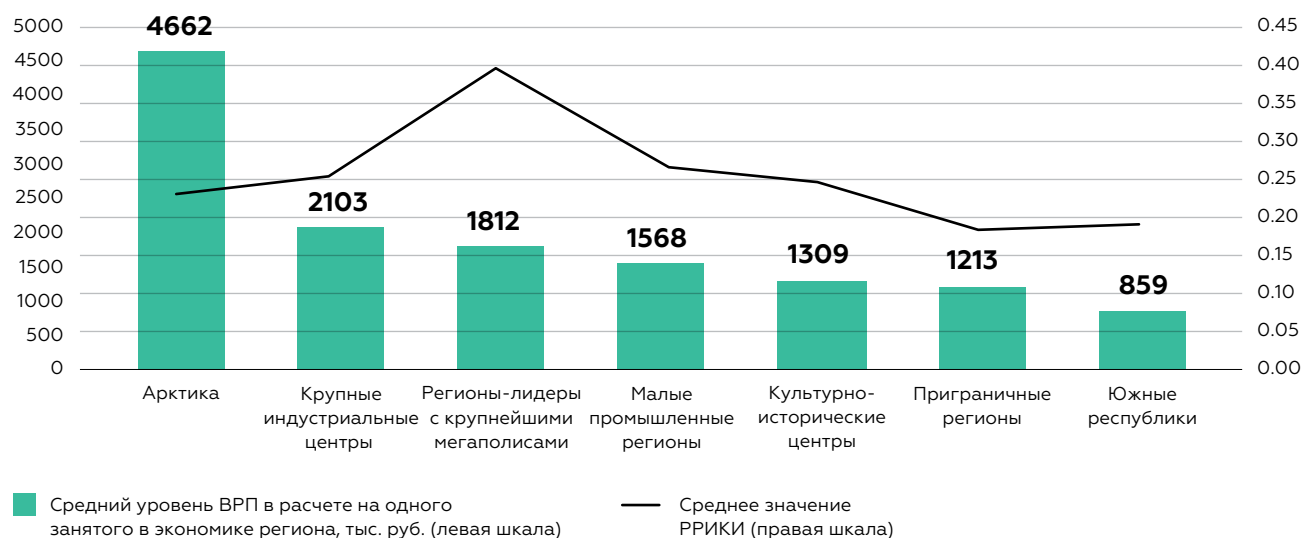


# Умеренность – мать всех добродетелей

(Вальтер Скотт «Квентин Дорвард»)

Высокий уровень благосостояния не стал безусловным фактором рейтингового успеха регионов. Так, группа субъектов с крупнейшими мегаполисами, лидирующая по среднему значению РРИКИ, занимает 3-е место по среднему показателю ВРП в расчете на одного занятого в экономике, уступая регионам Арктики (1-е место по уровню благосостояния и 5-е – по значению РРИКИ) и крупным индустриальным центрам (2-е и 3-е места соответственно) (рис. 5). Большинство представителей топ-20 по значению РРИКИ имеют умеренный уровень благосостояния: Пермский край занимает 22-е место по значению ВРП в расчете на одного занятого в экономике, Свердловская область – 23-е, Томская – 25-е, Новгородская – 28-е, Новосибирская – 34-е, Нижегородская – 41-е, Калининградская – 43-е, Калужская – 45-е, Ульяновская – 65-е, Костромская область – 71-е, Республика Мордовия – 73-е, Ивановская область – 80-е. Стоит отметить, что в двадцатку лидеров по значению РРИКИ в 2024 г. смогли войти два новых региона, в которых ВРП на душу населения ниже медианного значения по стране, – Республика Мордовия и Калужская область. Их продвижение в рейтинге произошло главным образом за счет прироста интеллектуальной собственности.

Рис. 5. Средние значения РРИКИ и ВРП в расчете на одного занятого в экономике по группам регионов: 2024



Примечание: ВРП в расчете на одного занятого в экономике региона – по данным за 2022 г.  
ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ ПО ДАННЫМ РОССТАТА.

## Богатство идей: как регионы преодолевают ограниченность ресурсов

ВРП ниже медианного уровня не помешал пяти российским регионам (Республике Мордовия, Калужской, Ульяновской, Костромской и Ивановской областям) войти в топ-20 по значению РРИКИ и занять лидирующие позиции по отдельным рубрикам и показателям рейтинга (табл. 11). Эти регионы богаты интеллектуальной собственностью и активами креативных индустрий. Республика Мордовия возглавляет рейтинг по числу патентных заявок на полезные модели в расчете на 10 тыс. занятых; Ульяновская область занимает 7-е место по числу патентных заявок на изобретения; Костромская область – 5-я по числу патентных заявок на промышленные образцы и 8-я по числу заявок на регистрацию товарных знаков.

Все рассматриваемые регионы входят в группу малых промышленных центров. Неудивительно, что их общей чертой оказалась высокая доля индустриальных видов деятельности – моды, оборудования и материалов, а также дизайн-интенсивных производств – в структуре креативного сектора.

Табл. 11. Ранги Республики Мордовия, Калужской, Ульяновской, Костромской и Ивановской областей по значению РРИКИ и отдельным рубрикам рейтинга: 2024

Регион	Ранг по РРИКИ	Ранг по рубрике «Объекты интеллектуальной собственности»	Ранг по рубрике «Активы креативных индустрий»
Ивановская область	6	33	2
Костромская область	7	11	1
Ульяновская область	9	7	12
Калужская область	11	8	4
Республика Мордовия	12	2	15

1–10

11–20

21–40

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

## Регионы с крупнейшими мегаполисами и культурно-исторические центры аккумулируют интеллектуальный капитал

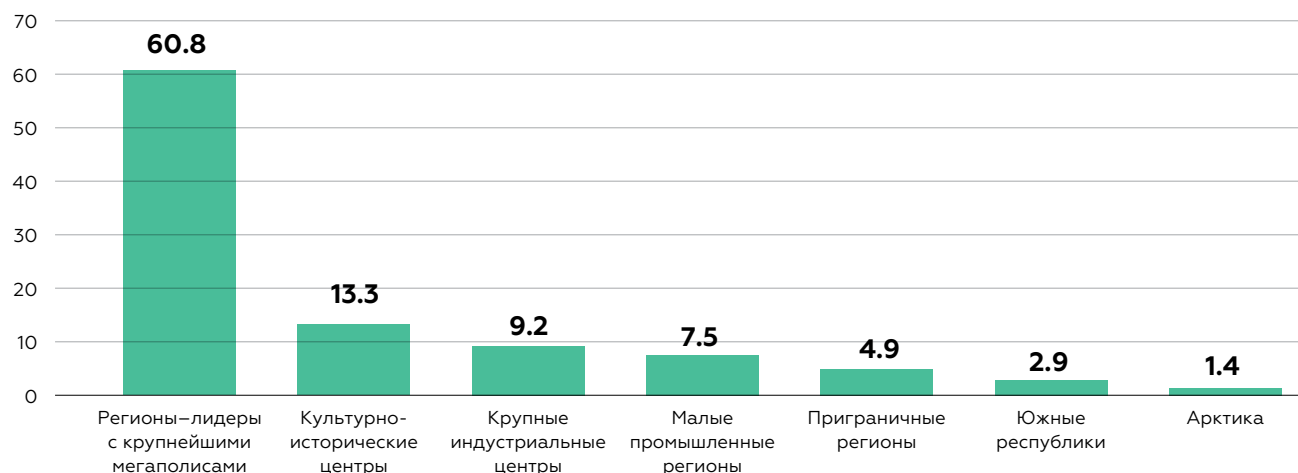
# 3/4

заявок на регистрацию изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, товарных знаков и знаков обслуживания совокупно обеспечили регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами и культурно-исторические центры

На регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами приходится 61% суммарного числа заявок, поданных на регистрацию изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, товарных знаков и знаков обслуживания (рис. 6). Особенно велик удельный вес Москвы (30.2% общего числа заявок) и Санкт-Петербурга (8.3%). Доля первой группы в разрезе отдельных видов объектов интеллектуальной собственности варьирует в диапазоне 60.4–61.9%. На втором месте – культурно-исторические центры; наиболее существенный вклад они вносят в общее число заявок на регистрацию промышленных образцов (15.1%).

Примечательно, что лишь 14 из топ-30 регионов с наибольшим числом заявок на регистрацию изобретений одновременно входят в аналогичный топ по числу заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания. Это может свидетельствовать о том, что регионы-изобретатели имеют нереализованный потенциал для развития своих брендов и торговых марок.

Рис. 6. Доля в суммарном числе заявок, поданных на регистрацию изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, товарных знаков и знаков обслуживания, по группам регионов: 2023, %



ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ ПО ДАННЫМ РОСПАТЕНТА.





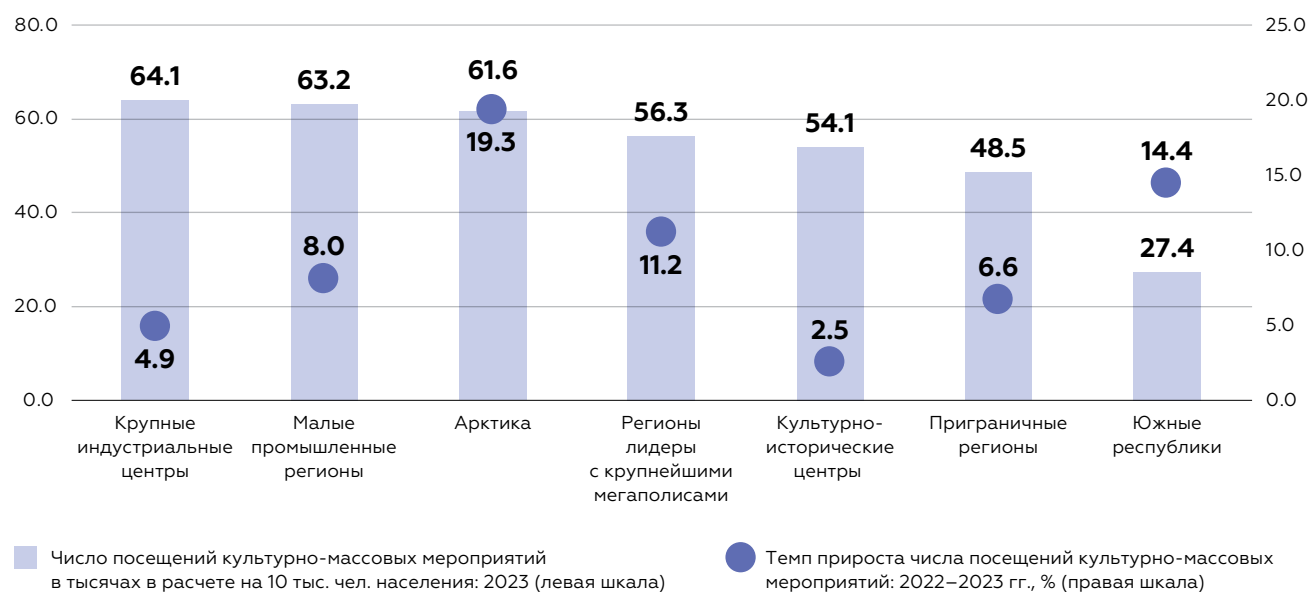
# 3. КУЛЬТУРНАЯ СРЕДА

## Эксклюзивная культура vs массовая культура: тренд на сближение?

Как и годом ранее, регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами обладают преимуществом в элитарных направлениях культуры. По посещаемости театров они занимают первое место среди всех рассматриваемых групп, а музеев – второе, отставая только от культурно-исторических центров. По более массовым направлениям позиции регионов с «миллионниками» выглядят скромнее. Так, по численности посетителей культурно-массовых мероприятий эти субъекты Российской Федерации занимают только четвертую позицию. Наиболее уверенно в массовой культуре выглядят малые промышленные регионы, находящиеся на первом месте по численности зрителей концертов и числу посещений библиотек в расчете на 10 тыс. человек населения и на втором – по посещаемости культурно-массовых мероприятий.

Вместе с тем в 2023 г. регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами обошли малые промышленные регионы по темпам роста посещаемости концертов и культурно-массовых мероприятий (рис. 7), но проиграли им и регионам Арктики по динамике посещаемости музеев. Все это дает основание предположить, что в регионах происходит гармонизация спроса на массовые и эксклюзивные направления культуры.

Рис. 7. Посещаемость культурно-массовых мероприятий по группам регионов



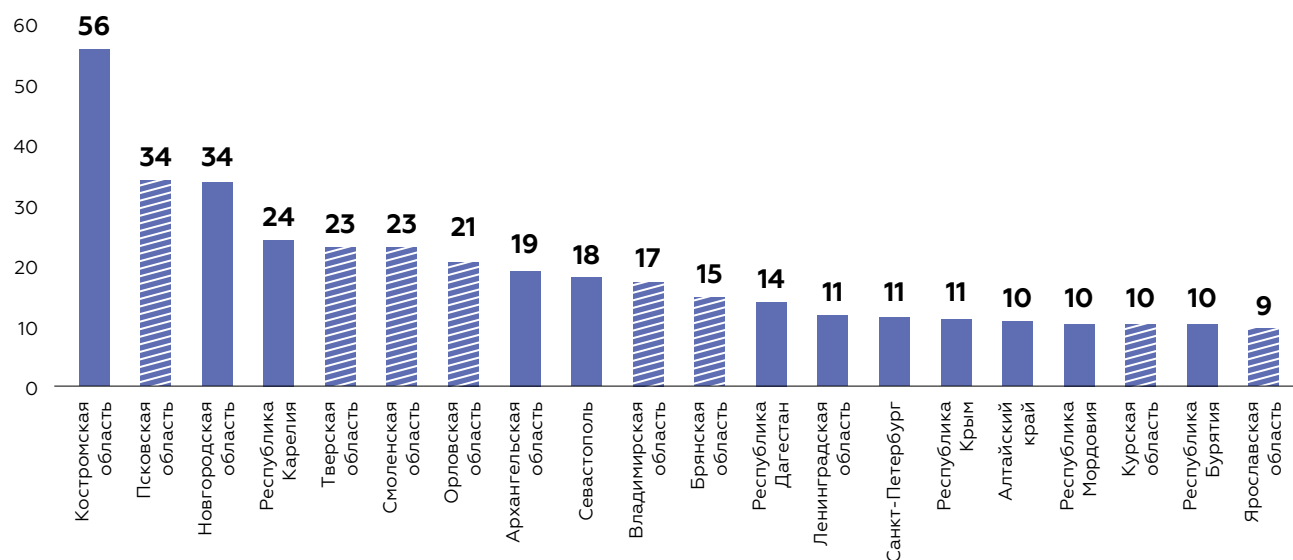
ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ ПО ДАННЫМ МИНКУЛЬТУРЫ РОССИИ.

## Хранители наследия

Регионы из группы культурно-исторических центров уделяют особое внимание своему прошлому и культурной преемственности. В них самая высокая концентрация объектов культурного наследия, превышающая уровень крупных индустриальных центров и регионов-лидеров с крупнейшими мегаполисами в 3.4 и 3 раза соответственно, малых промышленных регионов – в 1.6 раза. Максимальная концентрация подобных объектов наблюдается в Псковской (2-е место среди регионов России), Тверской (5-е), Смоленской (6-е), Орловской (7-е) и Владимирской (10-е) областях (рис. 8).

**Культурно-исторические центры лидируют по среднему числу посещений музеев в расчете на 10 тыс. человек населения, опережая регионы-лидеры с «миллионниками» в 1.2 раза, а крупные индустриальные и малые промышленные центры – в 1.7 раза.**

Рис. 8. Топ-20 регионов по числу объектов культурного наследия регионального и федерального значения в расчете на 10 тыс. человек населения: 2023



Примечание: штриховкой выделены регионы, входящие в группу культурно-исторических центров.

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ ПО ДАННЫМ МИНКУЛЬТУРЫ РОССИИ, ЕДИНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕЕСТРА ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ (ПАМЯТНИКОВ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ) НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.



## От креативных индустрий к культурному туризму

В топ-20 и по доле туристской индустрии в ВРП, и по доле работников в индустрии «Культурное наследие, отдых, развлечения» вошли 11 регионов: Краснодарский край, Псковская и Костромская области, а также четыре южные республики – Крым, Ингушетия, Карачаево-Черкесская, Кабардино-Балкарская – и четыре приграничных региона – Севастополь, республики Алтай, Бурятия и Тыва (табл. 12).

Таким образом, креативные индустрии могут претендовать на статус драйвера культурного туризма, а туристическая индустрия, в свою очередь, – на статус катализатора культурного потребления.

**Табл. 12. Топ-20 регионов по доле туристической индустрии в ВРП и по доле работников в индустрии «Культурное наследие, отдых, развлечения»**

№	Топ-20 регионов по доле туристической индустрии в ВРП	Топ-20 регионов по доле работников в индустрии «Культурное наследие, отдых, развлечения»
1	Республика Алтай	Республика Алтай
2	Республика Дагестан	Республика Тыва
3	Республика Крым	Псковская область
4	Краснодарский край	Архангельская область
5	Брянская область	Сахалинская область
6	Севастополь	Севастополь
7	Чеченская Республика	Республика Бурятия
8	Республика Ингушетия	Новгородская область
9	Псковская область	Костромская область
10	Камчатский край	Республика Ингушетия
11	Москва	Кабардино-Балкарская Республика
12	Ставропольский край	Республика Карелия
13	Карачаево-Черкесская Республика	Карачаево-Черкесская Республика
14	Республика Бурятия	Краснодарский край
15	Калининградская область	Санкт-Петербург
16	Кабардино-Балкарская Республика	Республика Хакасия
17	Ярославская область	Республика Адыгея

(окончание)

№	Топ-20 регионов по доле туристической индустрии в ВРП	Топ-20 регионов по доле работников в индустрии «Культурное наследие, отдых, развлечения»
18	Костромская область	Республика Крым
19	Республика Тыва	Ненецкий автономный округ
20	Республика Северная Осетия – Алания	Республика Саха (Якутия)

Примечание: в таблице цветом выделены регионы, которые входят в топ-20 по двум показателям.

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ ПО ДАННЫМ РОССТАТА, ЕМИСС.

● LIVE



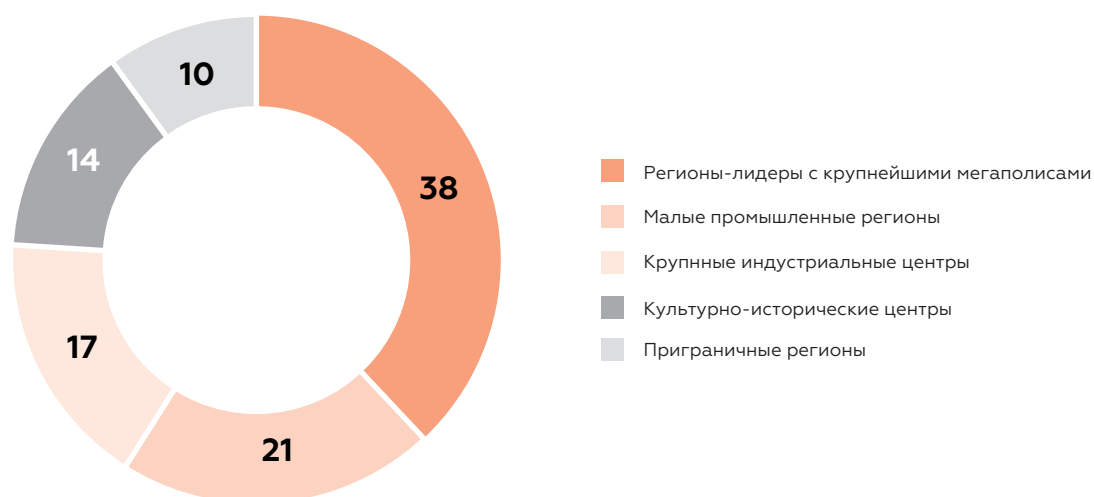
# 4. ЭКОНОМИКА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

## Где в цене индивидуальная креативность

Из 29 регионов, в которых среднемесячная заработная плата в креативном секторе превосходит среднюю по экономике, 11 (38%) относятся к регионам-лидерам с крупнейшими мегаполисами, а каждый пятый – к малым промышленным регионам (рис. 9). В южных республиках и регионах Арктики заработная плата работников креативного сектора не превышает средней по экономике в целом.

В топ-10 субъектов с самыми высокими заработными платами в креативном секторе относительно средних значений по регионам из числа «миллионников» входят Новосибирская область (1-е место), Республика Татарстан (3-е), Санкт-Петербург (4-е), Нижегородская область (6-е), Москва (7-е) и Краснодарский край (8-е).

Рис. 9. Распределение субъектов Российской Федерации со среднемесячной заработной платой в креативном секторе, превышающей среднюю заработную плату в регионе, по группам: 2024, %



Примечание: среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций креативного сектора – по данным за 2023 г.

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ ПО ДАННЫМ РОССТАТА, ЕМИСС.

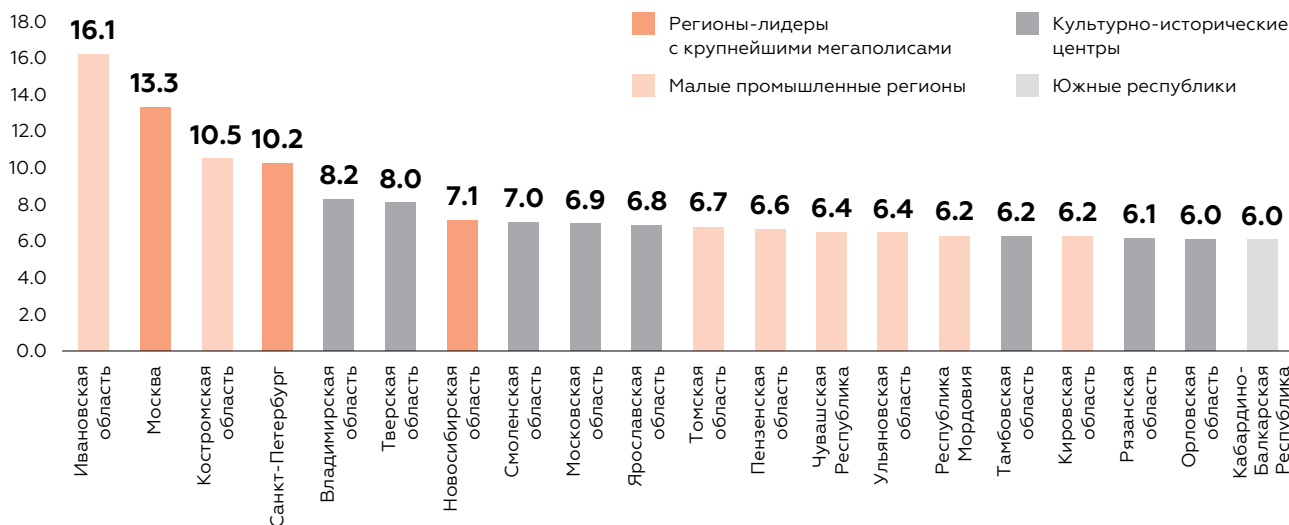
## Кадры решают всё

Семь регионов из топ-10 по значению РРИКИ входят в первую десятку по доле работников или уровню заработной платы в креативном секторе.

Вследствие относительно небольшого масштаба и диверсификации<sup>1</sup> региональных экономик креативный сектор может играть в них важную роль для сохранения стабильности на рынках труда.

**Среди топ-20 регионов по вкладу креативного сектора в общую численность работников большинство составляют малые промышленные регионы и культурно-исторические центры (рис. 10).**

Рис. 10. Топ-20 регионов по вкладу креативного сектора в общую численность работников: 2023, %



ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ ПО ДАННЫМ РОССТАТА, ЕМИСС.

## В 2 раза

выше доля работников креативного сектора топ-10 регионов по значению РРИКИ по сравнению с остальными регионами (8.3% против 4.6%)

<sup>1</sup> В 12 из 13 малых промышленных регионов (в частности в Ивановской, Калужской и Вологодской областях) индекс Херфиндаля-Хиршмана, рассчитанный по данным о структуре их ВДС, превышает медианный уровень в стране, что указывает на более высокую концентрацию в них отдельных видов деятельности. В группе культурно-исторических центров насчитывается пять таких регионов (например, Владимирская, Тамбовская и Орловская области).

## Креативный цех

В шести российских регионах уровень развития сопутствующих видов деятельности опережает уровень развития креативных индустрий более чем в 1.4 раза: это Удмуртская Республика, Ивановская, Пензенская, Ульяновская, Владимирская и Ленинградская области. Высокий уровень развития в этих регионах в большинстве случаев имеют не один, а несколько сегментов сопутствующих видов деятельности. Так, Владимирская, Ленинградская и Пензенская области выделяются заметным вкладом в экономику таких креативных сегментов, как производство оборудования и материалов для креативных индустрий (производство компьютеров и периферийного оборудования, полиграфия, производство текстильных изделий) и дизайн-интенсивные производства (производство дизайнерской мебели).

## Организация выставок и мероприятий помогает всем креативным индустриям

Сегмент сопутствующих видов деятельности «Организация выставок и мероприятий» сложно отнести к какой-либо конкретной индустрии, поскольку он способствует развитию разных отраслей. Теснее всего организация выставок и мероприятий связана с такими креативными индустриями, как реклама и пиар, программное обеспечение и видеоигры; кино, сериалы и анимация; дизайн; книжное дело, медиа и СМИ.

Наиболее выражена специализация в данном сегменте у Москвы, Санкт-Петербурга, Камчатского края, Курской и Свердловской областей. В Москве и Санкт-Петербурге организация выставок и мероприятий тесно связана со всеми названными индустриями. В Курской области указанный сегмент в большей степени способствует развитию кино, сериалов и анимации, а в Свердловской области – программного обеспечения и видеоигр, рекламы и пиара.







# 5. ПОДДЕРЖКА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

## В российских регионах сложились четыре модели поддержки креативных индустрий

В зависимости от преобладающих мер политики можно выделить четыре модели поддержки креативных индустрий в регионах: «сбалансированную», «стимулирующую», «вовлекающую» и «интегрированную» (табл. 13).

В регионах, реализующих **«сбалансированную»** модель, на высоком уровне находятся все виды поддержки – от качественной нормативной правовой базы до участия в федеральных программах. Такая модель присуща регионам-лидерам с крупнейшими мегаполисами (9 из 14 регионов группы).

Субъекты Российской Федерации со **«стимулирующей»** моделью поддержки креативных индустрий отличаются менее развитым организационным и нормативным правовым обеспечением при широкой распространенности региональных налоговых льгот. Таким образом, данная модель ориентирована в большей мере на креативные бизнесы и поддержку предпринимательской инициативы, нежели на некоммерческие организации. Она чаще всего встречается в крупных индустриальных центрах.

**«Вовлекающая»** модель отличается от «сбалансированной» меньшей распространенностью региональных налоговых льгот при столь же высоком уровне организационного и нормативного правового обеспечения.

В остальных регионах реализуется **«интегрированная»** модель. В целом уровень развития мер поддержки в них невысок по сравнению с регионами рассмотренных групп, однако они менее всего отстают по степени интеграции в федеральные программы. Подобная модель преобладает в малых промышленных регионах (11 из 19 регионов), культурно-исторических центрах (9 из 11), приграничных регионах (8 из 12) и южных республиках (5 из 9).

Табл. 13. Особенности региональных моделей поддержки креативных индустрий

Модель	Средние значения субиндексов				Число регионов в группе
	4.1. Нормативная правовая база	4.2. Организационное обеспечение	4.3. Региональные финансовые льготы	4.4. Участие в федеральных программах	
<b>«Сбалансированная»</b>	0.51	0.66	0.74	0.23	19
Москва, Санкт-Петербург, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Нижегородская область, Свердловская область, Томская область, Красноярский край, Новгородская область, Челябинская область, Новосибирская область, Тюменская область, Ульяновская область, Архангельская область, Пермский край, Республика Мордовия, Республика Крым, Приморский край, Липецкая область, Краснодарский край					
<b>«Стимулирующая»</b>	0.23	0.08	0.73	0.12	10
Калужская область, Ивановская область, Карачаево-Черкесская Республика, Тульская область, Оренбургская область, Ленинградская область, Волгоградская область, Севастополь, Саратовская область, Ямало-Ненецкий автономный округ					
<b>«Вовлекающая»</b>	0.50	0.63	0.25	0.19	12
Республика Саха (Якутия), Иркутская область, Республика Карелия, Орловская область, Калининградская область, Белгородская область, Пензенская область, Рязанская область, Республика Бурятия, Республика Северная Осетия – Алания, Республика Ингушетия, Воронежская область					
<b>«Интегрированная»</b>	0.36	0.06	0.23	0.15	44
Чувашская Республика, Ярославская область, Мурманская область, Вологодская область, Омская область, Республика Коми, Псковская область, Кировская область, Удмуртская Республика, Тамбовская область, Республика Татарстан, Ростовская область, Республика Башкортостан, Ненецкий автономный округ, Самарская область, Республика Калмыкия, Астраханская область, Курская область, Камчатский край, Ставропольский край, Брянская область, Кемеровская область, Владимирская область, Республика Хакасия, Алтайский край, Костромская область, Чеченская Республика, Амурская область, Республика Марий Эл, Магаданская область, Смоленская область, Тверская область, Хабаровский край, Чукотский автономный округ, Еврейская автономная область, Республика Тыва, Сахалинская область, Республика Адыгея, Московская область, Республика Алтай, Кабардино-Балкарская Республика, Курганская область, Забайкальский край, Республика Дагестан					

ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

## За год число институтов поддержки креативных индустрий выросло почти на треть

**Сегодня в российских регионах функционируют 29 институтов поддержки креативных индустрий (фондов, агентств и др.).**

На топ-20 регионов по значению РРИКИ приходится чуть более половины институтов поддержки – 16; оставшиеся 13 расположены в субъектах Российской Федерации, занимающих позиции между 21-й и 69-й.

Институты развития креативных индустрий, как правило, создаются по инициативе регионального правительства. Исключение составляет учрежденное Администрацией города Тюмени Тюменское агентство развития креативных индустрий (ТАРКИ). Другая ситуация – создание институтов развития в результате трансформации агентств по развитию культуры. Например, ГБУ «Центр театра, кино и креативных индустрий» в Республике Ингушетия было образовано в 2011 г. путем изменения и расширения функционала существующего ранее государственного учреждения «Культурно-технический центр».

Как правило, институты развития в форме агентств, центров, фондов создаются специально для поддержки креативных индустрий в регионе и наделяются для этого соответствующим функционалом. Структуру такого типа представляет собой Агентство креативных индустрий, созданное Правительством Москвы в 2020 г. Вместе с тем институты поддержки креативных индустрий – это не всегда самостоятельные организации. Например, в 2019 г. на базе АО «Корпорация развития Республики Саха (Якутия)» была создана Лаборатория «Креативная Якутия». В Липецкой области на базе Липецкого областного фонда поддержки малого и среднего предпринимательства открылся Центр развития креативных индустрий.

Некоторые региональные институты развития креативных индустрий выполняют задачи по поддержке культуры и смежных направлений. Так, Самарский фонд развития культуры и креативных индустрий, помимо реализации проектов в сфере творческих видов деятельности, ведет работу по развитию образования и науки.

## 3К: Калейдоскоп Креативных Кластеров

Еще более распространенной организационной формой поддержки креативных индустрий являются кластеры. Только за последние два года их число выросло почти на 20%. Широко распространены креативные кластеры в регионах-лидерах с крупнейшими мегаполисами (созданы в 12 из 13 регионов группы), на которые приходится почти треть от их общего числа; на втором месте по их концентрации – малые промышленные регионы (в 10 из 19), на территории которых действуют 20% кластеров страны.

# 60%

российских регионов  
сформировали креативные  
кластеры

# с 74 до 88

выросло число креативных  
кластеров за последние  
два года

Креативные кластеры примечательны своим многообразием, и уже сегодня можно выделить три их разновидности.

- Кластеры, создаваемые по принципу единой цепочки создания стоимости. В них относятся, например, Льняной кластер, созданный в 2018 г. в Смоленской области<sup>1</sup>. Производство льнопродукции в нем основано на принципе «от поля – до прилавка». Мероприятия и услуги для участников креативного кластера финансируются региональным Центром кластерного развития. Наличие функциональных цепочек является обязательным принципом формирования креативного кластера Тюменской области, куда вошли более 30 организаций<sup>2</sup>.
- Кластеры-ассоциации, где организации одной креативной индустрии объединены преимущественно горизонтальными связями. Участники таких кластеров могут находиться в разных городах, но при этом взаимодействовать друг с другом. Например, с 2012 г. в Омской области действует ИТ-Кластер Сибири, куда входят участники из Омска и Москвы<sup>3</sup>. Другой пример кластера-ассоциации – ИКТ-кластер «Интех-Дон» (Ростовская область), в состав которого входят участники из Ростова-на-Дону, Новочеркасска и города Шахты<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Официальный сайт Инвестиционного портала Смоленской области. Режим доступа: <https://smolinvest.ru/platforms/clusters/linen/> (дата обращения: 22.11.2024).

<sup>2</sup> В Тюменский кластер креативных индустрий входят 33 компании. Режим доступа: <https://t-l.ru/369600.html> (дата обращения: 22.11.2024).

<sup>3</sup> ИТ-Кластер Сибири. Режим доступа: <https://itclustersib.ru/> (дата обращения: 22.11.2024).

<sup>4</sup> Участники ИКТ-кластера. Режим доступа: <https://intehdon.ru/events/ict-cluster/participants.php> (дата обращения: 22.11.2024).

- Кластеры, объединенные единым пространством, например, территорией объекта промышленного наследия. Для подобных кластеров характерно наличие совместной инфраструктуры. Так, арт-завод «Доренберг», расположенный в Иркутске на территории бывшего пиво-медоваренного завода, размещает у себя предпринимателей из различных креативных индустрий и предоставляет им доступ к совместной инфраструктуре: открытым и закрытым площадкам для проведения мероприятий, мастерским и др.<sup>1</sup> Якутский кластер «Квартал труда», открытый в комплексе зданий бывшего мясокомбината, обладает целым набором редких инфраструктурных сервисов, таких как XR и хромакей-студии, кибер-арена и др.<sup>2</sup>

## Арктические регионы демонстрируют разнообразие мер поддержки, активно используя федеральные возможности

В пяти из восьми регионов группы (Архангельская область, Ямало-Ненецкий автономный округ, Республика Карелия, Республика Саха (Якутия), Мурманская область) действуют региональные кинокомиссии и системы рибейта. Чукотский автономный округ занял первое место в России по числу проектов – победителей Всероссийского конкурса лучших проектов создания комфортной городской среды в расчете на 10 тыс. человек населения. В первую тройку по числу инклюзивных творческих лабораторий в пересчете на численность населения вошли два региона российской Арктики – Ненецкий (2-е место) и Чукотский (3-е) автономные округа. Пять арктических регионов оказались в топ-20 по числу центров концентрации талантов «Гений места» в расчете на 10 тыс. человек населения – Архангельская область (4-е место), Ямало-Ненецкий автономный округ (5-е), Республика Коми (7-е), Республика Саха (Якутия) (9-е) и Мурманская область (17-е).

## Нелинейный отклик креативных индустрий в ответ на поддержку

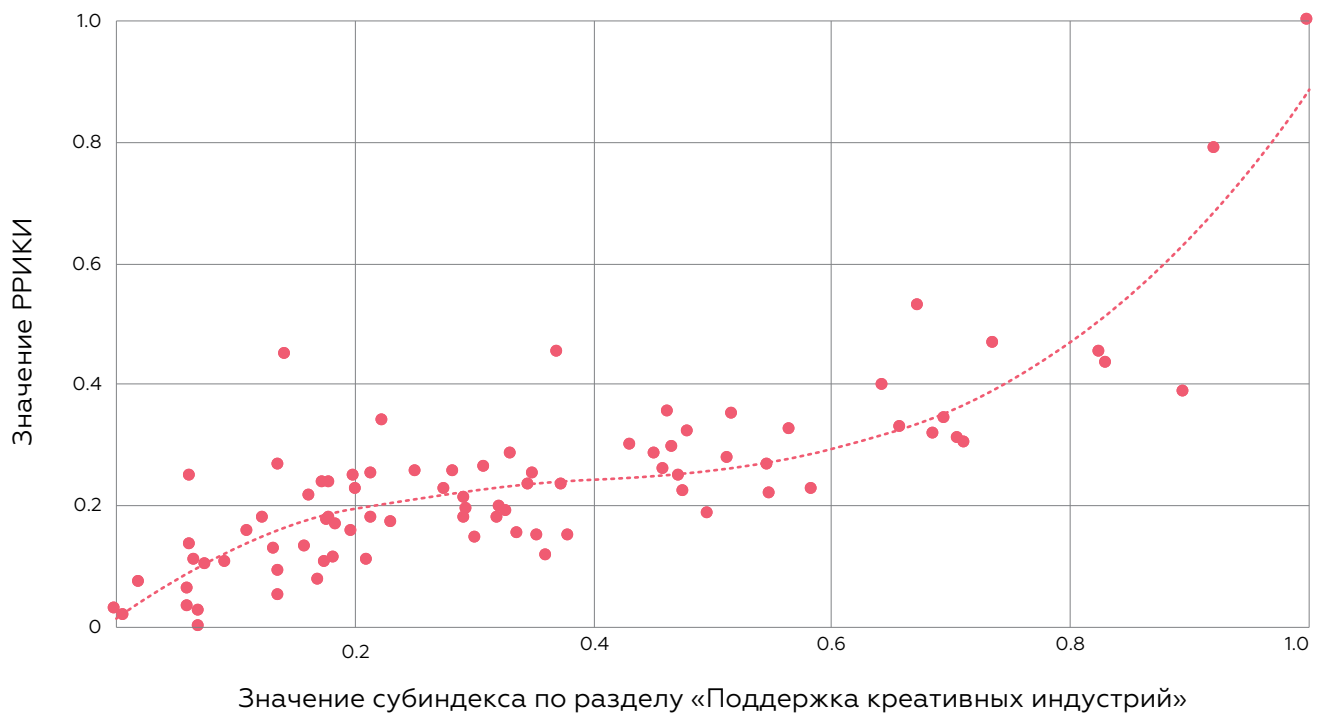
На начальном этапе даже незначительная поддержка креативных индустрий может привести к их быстрому росту (рис. 11). Со временем регион достигает «плато» – фазы, когда вовлечение дополнительных финансовых, трудовых, организационных и лоббистских ресурсов уже не оказывает значительного эффекта на развитие индустрий. Вместе с тем в регионах – лидерах рейтинга наблюдается разнообразие соответствующих мер политики в сфере креа-

<sup>1</sup> Арт-завод Доренберг. Режим доступа: <https://dorenberg.ru/art-zavod> (дата обращения: 22.11.2024).

<sup>2</sup> Квартал труда. Режим доступа: <https://truda1.ru/> (дата обращения: 22.11.2024).

тивных индустрий. Вероятно, в их случае связь высокого уровня развития креативного сектора и разнообразия мер политики объясняется фактором времени: инициативы должны созреть, а проекты – реализоваться. Возможен и другой сценарий, при котором развитые индустрии сами формируют спрос на повышение качества профильных политик.

**Рис. 11. Зависимость значений РРИКИ и субиндекса по разделу «Поддержка креативных индустрий»: нормированные значения**



ИСТОЧНИК: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

## Москва занимается всесторонним развитием креативных индустрий и регулярно запускает новые меры поддержки

Комплексная система развития креативных индустрий в столице имеет сильную институциональную поддержку. Специально созданное Агентство креативных индустрий (АКИ), с одной стороны, ориентируется на поступающие запросы отраслей, а с другой – выступает драйвером создания новых партнерств между различными индустриями. Целенаправленная политика Москвы по наращиванию креативного потенциала сопровождается успешным поиском новых инструментов поддержки. Например, новой программой поддержки предпринимателей, занятых в креативном секторе, стал «Креативный маркет» – серия тематических ярмарок<sup>1</sup>. Политика развития креативных индустрий в Москве имеет свои особенности.

<sup>1</sup> Серия ярмарок «Креативный маркет» пройдет в Москве. Режим доступа: <https://www.mos.ru/news/item/146049073/> (дата обращения: 22.11.2024).



**Фокус на международное сотрудничество.** Третья Московская неделя моды в очередной раз ознаменовалась участием зарубежных дизайнеров и возможностями инициирования кооперации с потенциальными партнерами в рамках бизнес-шоурума. В BRICS+ Fashion Summit в Москве приняли участие представители более 100 стран, на форуме была подписана декларация о создании Международной модной федерации БРИКС<sup>1</sup>. Первый международный форум «Культура. Медиа. Цифра», прошедший в ноябре 2024 г. на территории кинозавода «Москино», собрал свыше 5 тыс. участников – экспертов и ведущих специалистов в области кино, видеоигр, медиа, технологических и креативных индустрий из 16 стран<sup>2</sup>.

**Последовательная работа по достижению инфраструктурной обеспеченности.** В 2024 г. в Москве продолжают разворачиваться масштабные проекты по созданию инфраструктуры для киноиндустрии. Две ключевые площадки для создания фильмов находятся в процессе модернизации – Киностудия им. М. Горького и кинозавод «МЕТМАШ» на базе реконструированных цехов Всероссийского научно-исследовательского и проектно-конструкторского института металлургического машиностроения (ВНИИТМЕТМАШ). Кинопарк «Москино» в Краснопахорском поселении Новой Москвы возводится с нуля, первая очередь была открыта в 2024 г.<sup>3</sup> Площадки Московского кинокластера имеют ряд особенностей. Киностудия им. М. Горького – историческая локация, основанная более века назад, предлагает услуги студии цифрового контента и павильона расширенной реальности. Кинозавод «МЕТМАШ» совмещает инфраструктуру для киноиндустрии и моды. На его территории расположен Центр моды и дизайна, объединяющий зону материалов, швейные цеха, коворкинг и др. Кинопарк «Москино» предназначен преимущественно для натуральных съемок. В 2025 г. в столице планируется открытие первого в России кластера видеоигр и анимации<sup>4</sup>. На площади около 40 тыс. кв. м в инновационном центре «Сколково» компании – разработчики видеоигр и анимационные студии смогут создавать продукты любой сложности благодаря высокотехнологичному оборудованию. Резидентам кластера будут доступны студия захвата движения и звукозаписи, кинозал, конференц-зал, выставочная зона и лекторий.

**Вложения в акселерационные и обучающие программы.** В 2024 г. запущен образовательный акселератор «Фабрика видеоигр», направленный на поддержку начинающих разработчиков<sup>5</sup>. Образовательная поддерж-

---

<sup>1</sup> В Москве подписана декларация о создании Международной модной федерации БРИКС. Режим доступа: <https://www.mos.ru/news/item/144933073/> (дата обращения: 22.11.2024).

<sup>2</sup> Чем запомнился первый международный форум «Культура. Медиа. Цифра». Режим доступа: <https://hightech.plus/2024/11/15/chem-zapomnilsya-pervii-mezhdunarodnii-forum-kultura-media-cifra> (дата обращения: 22.11.2024).

<sup>3</sup> Президент России и Мэр Москвы торжественно открыли кинопарк «Москино». Режим доступа: <https://www.mos.ru/mayor/themes/11705050/> (дата обращения: 22.11.2024).

<sup>4</sup> Первый в России инновационный кластер видеоигр откроется в «Сколково» в 2025 году. Режим доступа: <https://createdin.moscow/news/b85f1b825c8e467a8c6a1a7f3deb96ff> (дата обращения: 22.11.2024).

<sup>5</sup> В Москве стартовал проект для разработчиков «Фабрика видеоигр». Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/21071219> (дата обращения: 22.11.2024).

ка представителей креативных индустрий, обеспечиваемая АКИ, охватывает как основы авторского и интеллектуального права, так и инструменты продвижения<sup>1</sup>. На территории упомянутого кластера видеоигр и анимации будет работать обучающая площадка для молодых специалистов. Москва признает важность создания образовательных программ в онлайн- и офлайн-формате. Яркими примерами таких проектов стали «Арт.Практикум», «ПРО.Креатус» и «Креатус Онлайн».

---

<sup>1</sup> Образование для индустрии. Режим доступа: <https://createdin.moscow/education> (дата обращения: 22.11.2024).

# Выводы

Предлагаемый читателям рейтинг стал продолжением первого выпуска Рейтинга креативных регионов России, опубликованного в 2023 г. В новом рейтинге сохранены прежняя структура и методология расчета Российского регионального индекса креативных индустрий (РРИКИ), субиндексов по разделам и показателей по рубрикам рейтинга. Преимущество подхода позволило рассмотреть креативный сектор регионов в динамике, выявить движущие силы роста лидеров, отследить ключевые тенденции в креативной экономике, культурной среде и поддержке креативных индустрий.

Благодаря ряду новшеств, связанных с углублением эмпирической базы данных и использованием новой собирательной классификационной группировки видов экономической деятельности, появилась возможность детальнее изучить экономику креативных индустрий, оценить развитие конкретных креативных индустрий в регионах – лидерах РРИКИ, точнее определить параметры креативной экономики.

Анализ динамики рейтинговых позиций лидеров показал, что драйвером их роста выступают экономика креативных индустрий, цифровизация, интеллектуальная собственность и сфера культуры. Примеры ряда небольших по численности населения субъектов Российской Федерации показывают, что конкурировать с крупнейшими регионами-лидерами можно за счет развития института интеллектуальной собственности – активной регистрации патентов на изобретения, полезные модели и промышленные образцы, а также товарных знаков.

Важной тенденцией в динамике креативных индустрий стало усиление разрыва между лидерами и регионами, замыкающими рейтинг. Неравномерность усилилась по всем направлениям, однако особенно заметным водоразделом стала экономика креативных индустрий.

В рейтинге 2024 г. применена усовершенствованная типология групп регионов со схожими паттернами развития креативности. Новый подход, основанный на демографических, экономико-географических и историко-культурных факторах, позволил сформировать группы однородных регионов и определить устойчивые аспекты моделей развития креативного сектора в них.

Развитие креативных индустрий в регионах-лидерах с крупнейшими мегаполисами происходит в благоприятных условиях, сочетающих высокий уровень образования, масштабную цифровизацию, эксклюзивную культуру и активную организационную поддержку. Это позволяет регионам достигать заметных результатов в креативном секторе.

Крупные индустриальные центры демонстрируют особый стиль, который отличается наличием развитых региональных налоговых льгот и особых форматов

инфраструктуры креативных индустрий. Здесь преимущество имеют отрасли обрабатывающей и добывающей промышленности, преобладают массовые направления культуры.

Малые промышленные регионы, несмотря на невысокие показатели благосостояния в пересчете на численность населения по сравнению с крупными индустриальными центрами, опережают последних по среднему значению РРИКИ, отличаются высокой патентной активностью и внушительными результатами креативного сектора. Это свидетельствует об их особом, оптимизирующем стиле развития креативности.

Культурно-исторические центры выделяются прежде всего своей культурной средой – значительной концентрацией исторических поселений, объектов культурного наследия и самой высокой посещаемостью музеев. Экономические специализации таких регионов соответствуют их культурной среде: существенный вклад в региональную занятость вносит индустрия народных художественных промыслов и ремесел.

Регионам Арктики присущи забота о создании комфортной культурной и городской среды для своих жителей и активное использование федеральных возможностей для поддержки креативных индустрий.

В южных республиках зафиксированы сравнительно высокие показатели регистрации отдельных видов интеллектуальной собственности и значительный человеческий потенциал.

Приграничные регионы обладают более узким набором креативных специализаций в сравнении с другими. Однако имеющиеся точки роста не случайны: так, развитие туризма в них тесно связано с развитием гастрономии.

Новый выпуск дополнен профилями креативного сектора регионов, позволяющими детально рассмотреть индивидуальные особенности развития каждого из них и положение относительно лидера. Расширенные профили регионов, входящих в топ-20 по значению РРИКИ, могут служить информационной базой для определения их креативных специализаций.

Полученные результаты будут полезны руководителям федеральных, региональных и муниципальных органов власти, предпринимателям в сфере креативных индустрий, исследователям, преподавателям вузов, экспертам и всем, кто интересуется вопросами развития креативных индустрий.



# ПРОФИЛИ РЕГИОНОВ



## Социально-экономические условия

1.0000

РАНГ  
1

1.1	Благосостояние и экономика	2
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	13
1.1.2	Городское население	1–2
1.1.3	Доходы населения	4
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	1
1.2	Образование	1
1.2.1	Ведущие университеты	1
1.2.2	Численность студентов	1
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	1
1.3	Интеллектуальная собственность	1
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	1
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	2
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	1
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	2
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	1
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	3–4
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	2
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	1
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	2

## Культурная среда

0.4197

РАНГ  
16

2.1	Охват населения музеями	13
2.2	Охват населения театрами	3
2.3	Охват населения концертными организациями	8
2.4	Охват населения библиотеками	85
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	85
2.6	Охват населения цирками	1
2.7	Число объектов культурного наследия	47
2.8	Учащиеся школ искусств	81

## Экономика креативных индустрий

0.9665

РАНГ  
2

3.1	Активы креативных индустрий	6
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	13
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	5
3.2	Кадры креативных индустрий	1
3.2.1	Доля работников креативного сектора	2
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	7
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	1
3.3	Продукция креативных индустрий	3
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	4
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	2

## Поддержка креативных индустрий

1.0000

РАНГ  
1

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	1
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	1
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	1
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	4
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	12
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	–
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	1
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	78–85
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	1
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	1–6
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	75–85
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	85
4.4.11	Центры прототипирования	14
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

⬇️ ⬆️ – изменение ранга

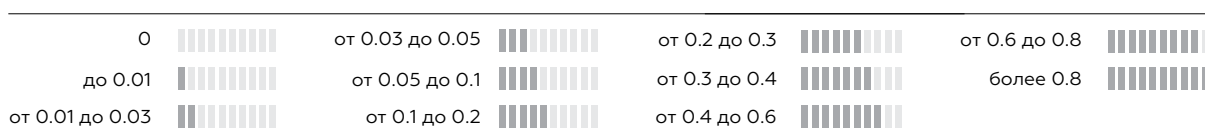
# Москва

1.0000

РАНГ **1**

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.



## Социально-экономические условия

0.6899

РАНГ  
2

1.1	Благосостояние и экономика	5
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	6
1.1.2	Городское население	1–2
1.1.3	Доходы населения	8
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	8
1.2	Образование	2
1.2.1	Ведущие университеты	2
1.2.2	Численность студентов	3
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	4
1.3	Интеллектуальная собственность	3
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	3
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	5
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	3
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	3
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	2
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	8–9
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	4
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	4
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	1

## Культурная среда

0.5642

РАНГ  
4

2.1	Охват населения музеями	1
2.2	Охват населения театрами	1
2.3	Охват населения концертными организациями	15
2.4	Охват населения библиотеками	83
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	84
2.6	Охват населения цирками	7
2.7	Число объектов культурного наследия	14
2.8	Учащиеся школ искусств	77

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.6940

РАНГ  
5

3.1	Активы креативных индустрий	24
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	35
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	18
3.2	Кадры креативных индустрий	2
3.2.1	Доля работников креативного сектора	4
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	4
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	2
3.3	Продукция креативных индустрий	5
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	16
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	3

## Поддержка креативных индустрий

0.9215

РАНГ  
2

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	2–3
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	2–3
4.3	Региональные финансовые льготы	1–6
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	2
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	5
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	19
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	–
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	2
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	78–85
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	21
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	1–6
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	75–85
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	83
4.4.11	Центры прототипирования	20
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

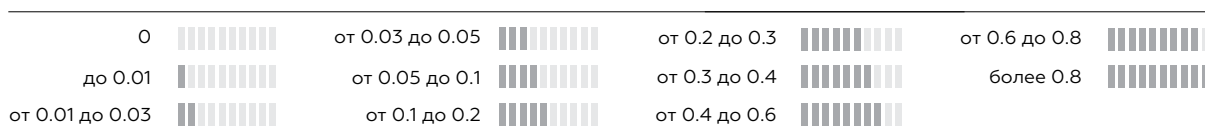
# Санкт-Петербург

0.7890

РАНГ  
- **2**

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

# Новосибирская область

0.5274

РАНГ



3

## Социально-экономические условия

0.2743

РАНГ

9

1.1	Благополучие и экономика	30
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	34
1.1.2	Городское население	17–18
1.1.3	Доходы населения	25
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	64
1.2	Образование	14
1.2.1	Ведущие университеты	4–6
1.2.2	Численность студентов	8
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	35
1.3	Интеллектуальная собственность	16
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	5
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	15
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	33
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	5
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	8
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	11–12
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	22
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	7
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	62

## Культурная среда

0.2295

РАНГ

61

2.1	Охват населения музеями	74
2.2	Охват населения театрами	6
2.3	Охват населения концертными организациями	56–67
2.4	Охват населения библиотеками	63
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	69
2.6	Охват населения цирками	16
2.7	Число объектов культурного наследия	76
2.8	Учащиеся школ искусств	41

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.7840

РАНГ

4

3.1	Активы креативных индустрий	3
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	10
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	2
3.2	Кадры креативных индустрий	3
3.2.1	Доля работников креативного сектора	7
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	1
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	4
3.3	Продукция креативных индустрий	6
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	8
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	4

## Поддержка креативных индустрий

0.6726

РАНГ

11

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	16–23
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	27
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	6
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	24
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	11
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	46
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	16
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	46
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	18
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	73
4.4.11	Центры прототипирования	11
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

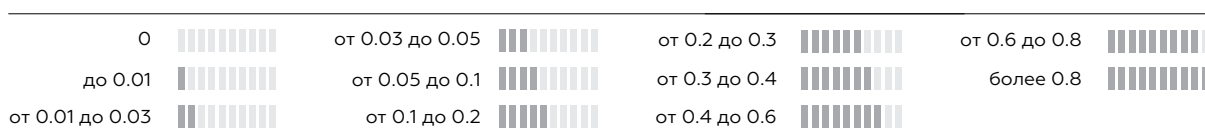
# Новосибирская область

0.5274

РАНГ  
3

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

# Томская область

0.4668

РАНГ



4

## Социально-экономические условия

0.3349

РАНГ  
6

1.1	Благополучие и экономика	31
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	25
1.1.2	Городское население	44
1.1.3	Доходы населения	46
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	23–24
1.2	Образование	3
1.2.1	Ведущие университеты	3
1.2.2	Численность студентов	2
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	39
1.3	Интеллектуальная собственность	6
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	2
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	6
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	36
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	31
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	22
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	75–76
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	16
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	19
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	3

## Культурная среда

0.2583

РАНГ  
55

2.1	Охват населения музеями	32
2.2	Охват населения театрами	28
2.3	Охват населения концертными организациями	58
2.4	Охват населения библиотеками	46
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	67
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	46
2.8	Учащиеся школ искусств	17

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.3984

РАНГ  
12

3.1	Активы креативных индустрий	29
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	37
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	22
3.2	Кадры креативных индустрий	4
3.2.1	Доля работников креативного сектора	11
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	16
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	3
3.3	Продукция креативных индустрий	16
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	41
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	9

## Поддержка креативных индустрий

0.7363

РАНГ  
6

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	8–15
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	13
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	2
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	27
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	48
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	24
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	10
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	12
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	40
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

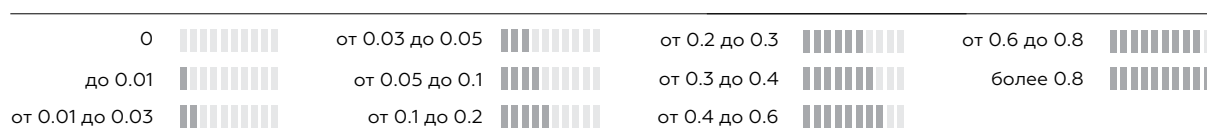
# Томская область

0.4668

РАНГ **4**

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

# Свердловская область

0.4530

РАНГ



5

## Социально-экономические условия

0.2697

РАНГ

11

1.1	Благосостояние и экономика	13
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	23
1.1.2	Городское население	8
1.1.3	Доходы населения	15
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	55
1.2	Образование	27
1.2.1	Ведущие университеты	4–6
1.2.2	Численность студентов	25
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	63
1.3	Интеллектуальная собственность	13
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	10
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	10
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	7
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	16
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	11
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	25–27
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	12
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	8
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	35

## Культурная среда

0.2475

РАНГ

58

2.1	Охват населения музеями	36
2.2	Охват населения театрами	18
2.3	Охват населения концертными организациями	39
2.4	Охват населения библиотеками	67
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	48
2.6	Охват населения цирками	20
2.7	Число объектов культурного наследия	66–67
2.8	Учащиеся школ искусств	39

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.3483

РАНГ

17

3.1	Активы креативных индустрий	16
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	22
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	15
3.2	Кадры креативных индустрий	12
3.2.1	Доля работников креативного сектора	30
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	14
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	8
3.3	Продукция креативных индустрий	27
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	28
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	20

## Поддержка креативных индустрий

0.8262

РАНГ

5

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	2–3
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	2–3
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	10
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	11
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	47
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	28
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	3
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	58
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	14
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	1–6
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	63
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	66
4.4.11	Центры прототипирования	18
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

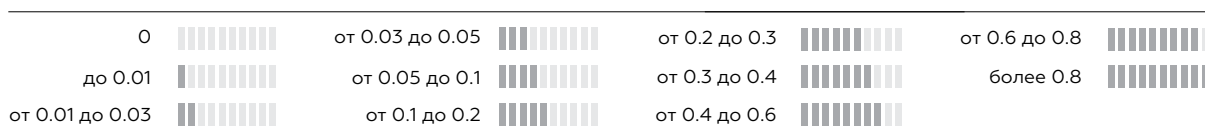
# Свердловская область

0.4530

▲ РАНГ  
**5**

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.



# Ивановская область

0.4527

РАНГ

6

## Социально-экономические условия

0.1522

РАНГ  
48

1.1	Благосостояние и экономика	40
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	80
1.1.2	Городское население	13
1.1.3	Доходы населения	56
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	58–59
1.2	Образование	63
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	33
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	79
1.3	Интеллектуальная собственность	33
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	48–49
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	51–53
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	12
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	7
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	40
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	54
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	35–36
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	78
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	9

## Культурная среда

0.3032

РАНГ  
40

2.1	Охват населения музеями	34
2.2	Охват населения театрами	12–14
2.3	Охват населения концертными организациями	63
2.4	Охват населения библиотеками	42
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	55
2.6	Охват населения цирками	12
2.7	Число объектов культурного наследия	36
2.8	Учащиеся школ искусств	63

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▲ ▼ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

1.0000

РАНГ  
1

3.1	Активы креативных индустрий	2
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	1
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	8
3.2	Кадры креативных индустрий	5
3.2.1	Доля работников креативного сектора	1
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	40
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	48
3.3	Продукция креативных индустрий	2
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	1
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	25

## Поддержка креативных индустрий

0.3712

РАНГ  
31

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	19
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	48
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	1
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	10
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	64
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	33
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

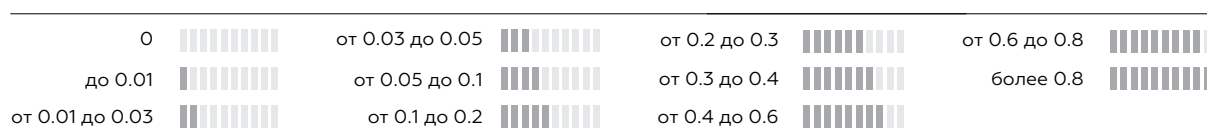
# Ивановская область

0.4527

РАНГ **6**

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

# Костромская область

0.4505

РАНГ



7

## Социально-экономические условия

0.1693

РАНГ

38

1.1	Благосостояние и экономика	39
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	71
1.1.2	Городское население	37
1.1.3	Доходы населения	48
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	36
1.2	Образование	75
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	68
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	77
1.3	Интеллектуальная собственность	11
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	12
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	20–21
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	4
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	8
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	58
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	55–57
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	51
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	66
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	17

## Культурная среда

1.0000

РАНГ

1

2.1	Охват населения музеями	18
2.2	Охват населения театрами	39
2.3	Охват населения концертными организациями	1–2
2.4	Охват населения библиотеками	1
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	4
2.6	Охват населения цирками	3
2.7	Число объектов культурного наследия	1
2.8	Учащиеся школ искусств	7

## Экономика креативных индустрий

0.9319

РАНГ

3

3.1	Активы креативных индустрий	1
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	5
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	1
3.2	Кадры креативных индустрий	6
3.2.1	Доля работников креативного сектора	3
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	13
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	41
3.3	Продукция креативных индустрий	4
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	2
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	49

## Поддержка креативных индустрий

0.1418

РАНГ

67

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	74
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	75
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	30
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	14
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	53
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	20
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ – изменение ранга

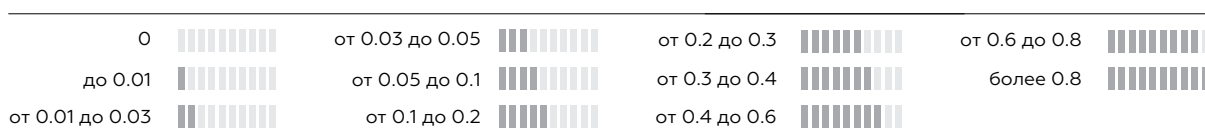
# Костромская область

0.4505

РАНГ  
**7**

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

# Нижегородская область

0.4346

РАНГ



8

## Социально-экономические условия

0.2065

РАНГ

22

1.1	Благосостояние и экономика	20
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	41
1.1.2	Городское население	15
1.1.3	Доходы населения	21
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	50
1.2	Образование	24
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	26
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	28
1.3	Интеллектуальная собственность	39
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	26
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	33
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	45
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	26
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	17
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	35–36
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	18
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	21
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	19

## Культурная среда

0.2654

РАНГ

53

2.1	Охват населения музеями	26
2.2	Охват населения театрами	22
2.3	Охват населения концертными организациями	66
2.4	Охват населения библиотеками	38
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	62
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	23
2.8	Учащиеся школ искусств	30

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.3625

РАНГ

15

3.1	Активы креативных индустрий	43
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	32
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	45
3.2	Кадры креативных индустрий	9
3.2.1	Доля работников креативного сектора	32
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	6
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	12
3.3	Продукция креативных индустрий	9
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	37
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	7

## Поддержка креативных индустрий

0.8304

РАНГ

4

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	1–5
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	8–15
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	1–6
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	30
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	12
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	32
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	9
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	63
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	30
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	49
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	41
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	76
4.4.11	Центры прототипирования	12
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

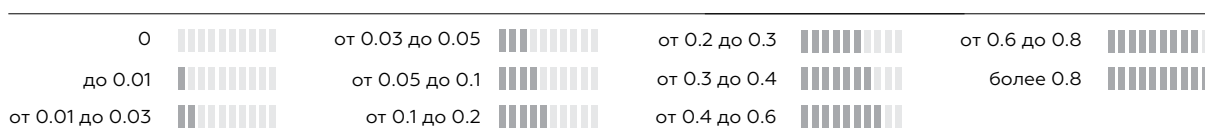
# Нижегородская область

0.4346

РАНГ  
8

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

# Ульяновская область

0.3984

РАНГ



9

## Социально-экономические условия

0.2026

РАНГ  
25

1.1	Благосостояние и экономика	57
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	65
1.1.2	Городское население	29
1.1.3	Доходы населения	66
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	62
1.2	Образование	35
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	18
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	59
1.3	Интеллектуальная собственность	7
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	7
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	4
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	23
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	45
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	64
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	61
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	41
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	38
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	72

## Культурная среда

0.2172

РАНГ  
66

2.1	Охват населения музеями	38
2.2	Охват населения театрами	63
2.3	Охват населения концертными организациями	77
2.4	Охват населения библиотеками	45
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	49
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	48
2.8	Учащиеся школ искусств	21

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

## Экономика креативных индустрий

0.4678

РАНГ  
7

3.1	Активы креативных индустрий	12
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	33
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	7
3.2	Кадры креативных индустрий	11
3.2.1	Доля работников креативного сектора	14
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	5
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	51
3.3	Продукция креативных индустрий	8
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	20
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	5

## Поддержка креативных индустрий

0.6433

РАНГ  
13

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	4–7
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	4–9
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	15
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	29
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	18
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	33
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	4
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	29
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	29
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	49
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	5

↕ ↗ – изменение ранга

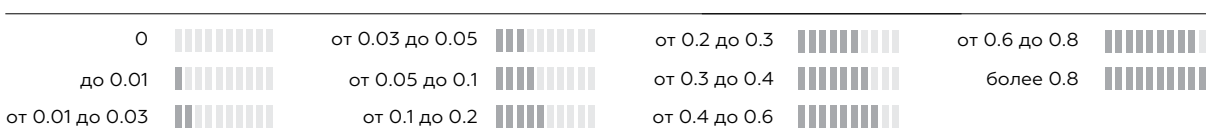
# Ульяновская область

0.3984

РАНГ **9**

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.



## Социально-экономические условия

0.2843 РАНГ 8

1.1	Благосостояние и экономика	4
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	3
1.1.2	Городское население	6
1.1.3	Доходы населения	9
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	7
1.2	Образование	56
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	78
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	21
1.3	Интеллектуальная собственность	68
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	78
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	67–68
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	71–72
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	81
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	11–12
1.4	Цифровизация	5
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	6
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	11
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	25
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	12

## Культурная среда

0.2145 РАНГ 67

2.1	Охват населения музеями	72
2.2	Охват населения театрами	71
2.3	Охват населения концертными организациями	6
2.4	Охват населения библиотеками	74
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	65
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	83
2.8	Учащиеся школ искусств	57

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0332 РАНГ 78

3.1	Активы креативных индустрий	77
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	76
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	66
3.2	Кадры креативных индустрий	70
3.2.1	Доля работников креативного сектора	81
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	53
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	77
3.3	Продукция креативных индустрий	83
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	83
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	66

## Поддержка креативных индустрий

0.8968 РАНГ 3

4.1	Нормативная правовая база	1–2
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	1–5
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	16–23
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	1–6
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	52
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	33
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	31
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	67
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	15
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	20
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	60
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	8

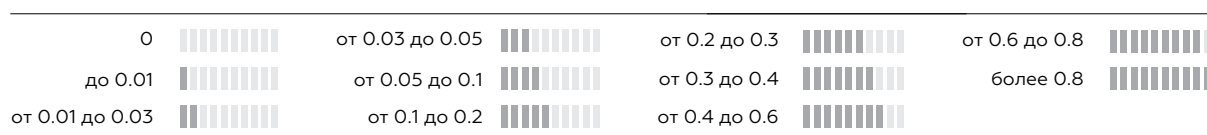
# Ханты-Мансийский автономный округ – Югра

0.3884

▲ РАНГ  
**10**

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

# Калужская область

0.3540

РАНГ

▲ 11

## Социально-экономические условия

0.2138

РАНГ  
▲ 18

1.1	Благосостояние и экономика	45
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	45
1.1.2	Городское население	35–36
1.1.3	Доходы населения	43
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	48–49
1.2	Образование	54
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	59–60
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	43
1.3	Интеллектуальная собственность	8
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	11
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	27–28
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	10–11
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	21
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	9–10
1.4	Цифровизация	36
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	75–76
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	3
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	60
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	58

## Культурная среда

0.3387

РАНГ  
▼ 30

2.1	Охват населения музеями	19
2.2	Охват населения театрами	59
2.3	Охват населения концертными организациями	54–55
2.4	Охват населения библиотеками	12
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	38
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	42
2.8	Учащиеся школ искусств	9

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.4424

РАНГ  
▼ 8

3.1	Активы креативных индустрий	4
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	9
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	3
3.2	Кадры креативных индустрий	38
3.2.1	Доля работников креативного сектора	25
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	38
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	66
3.3	Продукция креативных индустрий	36
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	26
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	45

## Поддержка креативных индустрий

0.4641

РАНГ  
▼ 25

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	1–6
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	1–3
4.4	Участие в федеральных программах	45
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	40
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	11
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	15
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	13
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	39
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	42
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

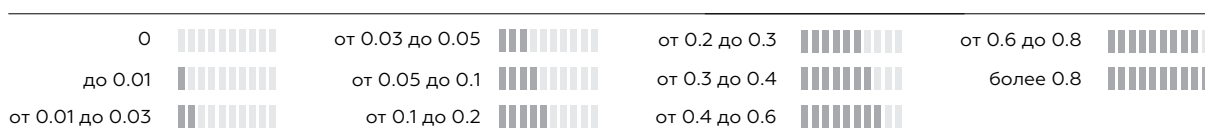
# Калужская область

0.3540

РАНГ  
▲ 11

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

## Социально-экономические условия

0.2702

РАНГ  
10

1.1	Благополучие и экономика	70
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	73
1.1.2	Городское население	66
1.1.3	Доходы населения	81
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	25
1.2	Образование	19
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	11
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	27
1.3	Интеллектуальная собственность	2
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	35–36
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	1
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	37–38
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	14–15
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	1–2
1.4	Цифровизация	80
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	82
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	45
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	79
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	33

## Культурная среда

0.5228

РАНГ  
5

2.1	Охват населения музеями	67
2.2	Охват населения театрами	19
2.3	Охват населения концертными организациями	4
2.4	Охват населения библиотеками	13
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	9
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	17
2.8	Учащиеся школ искусств	10

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▲ ▼ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.2123

РАНГ  
40

3.1	Активы креативных индустрий	15
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	34
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	12
3.2	Кадры креативных индустрий	56
3.2.1	Доля работников креативного сектора	15
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	72
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	47
3.3	Продукция креативных индустрий	38
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	45
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	19

## Поддержка креативных индустрий

0.5181

РАНГ  
18

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	24–29
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	21
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	4
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	16
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	19
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	21
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	11
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	30
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

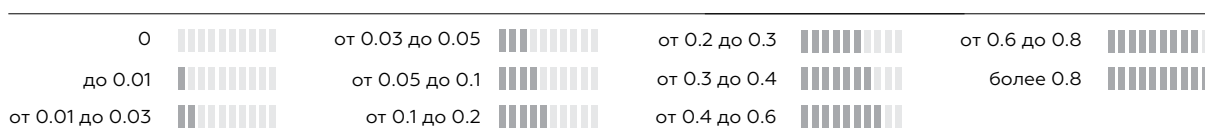
# Республика Мордовия

0.3507

РАНГ  
▲ 12

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

# Новгородская область

0.3421

РАНГ

▲ 13

## Социально-экономические условия

0.1035

РАНГ  
▲ 70

1.1	Благосостояние и экономика	52
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	28
1.1.2	Городское население	39
1.1.3	Доходы населения	52
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	56–57
1.2	Образование	84
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	72
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	82
1.3	Интеллектуальная собственность	38
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	51
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	36–37
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	13
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	47
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	62
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	83
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	5
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	57
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	23

## Культурная среда

0.5019

РАНГ  
▼ 6

2.1	Охват населения музеями	6
2.2	Охват населения театрами	78
2.3	Охват населения концертными организациями	19
2.4	Охват населения библиотеками	8
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	8
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	3
2.8	Учащиеся школ искусств	56

## Экономика креативных индустрий

0.2345

РАНГ  
▲ 35

3.1	Активы креативных индустрий	37
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	19
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	58
3.2	Кадры креативных индустрий	42
3.2.1	Доля работников креативного сектора	44
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	36
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	59
3.3	Продукция креативных индустрий	15
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	6
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	36

## Поддержка креативных индустрий

0.6959

РАНГ  
▲ 9

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	1–5
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	16–23
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	14
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	10
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	10
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	13
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	8
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	12
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	54
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	21
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

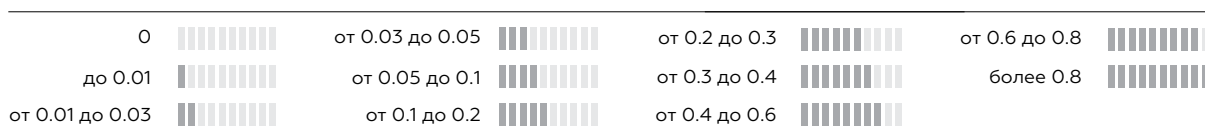
# Новгородская область

0.3421

РАНГ  
▲ 13

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.



## Социально-экономические условия

0.3517

РАНГ  
5

1.1	Благосостояние и экономика	10
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	12
1.1.2	Городское население	31
1.1.3	Доходы населения	17
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	10
1.2	Образование	7
1.2.1	Ведущие университеты	4–6
1.2.2	Численность студентов	7
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	15
1.3	Интеллектуальная собственность	9
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	4
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	7
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	24
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	13
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	6
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	15
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	13
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	18
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	10

## Культурная среда

0.6405

РАНГ  
2

2.1	Охват населения музеями	5
2.2	Охват населения театрами	15
2.3	Охват населения концертными организациями	7
2.4	Охват населения библиотеками	32
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	13
2.6	Охват населения цирками	2
2.7	Число объектов культурного наследия	72
2.8	Учащиеся школ искусств	27

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.3327

РАНГ  
20

3.1	Активы креативных индустрий	31
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	39
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	23
3.2	Кадры креативных индустрий	7
3.2.1	Доля работников креативного сектора	35
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	3
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	9
3.3	Продукция креативных индустрий	23
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	32
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	13

## Поддержка креативных индустрий

0.2237

РАНГ  
50

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	36
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	7
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	33
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	15
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	69
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	15
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	33
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	61
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	79
4.4.11	Центры прототипирования	16
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	15

# Республика Татарстан

0.3396

РАНГ  
14

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

## Социально-экономические условия

0.2128 РАНГ 20

1.1	Благополучие и экономика	17
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	9
1.1.2	Городское население	57
1.1.3	Доходы населения	36
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	17
1.2	Образование	28
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	21
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	42
1.3	Интеллектуальная собственность	32
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	29
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	39
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	25
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	18
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	20
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	35–36
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	20
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	35
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	30

## Культурная среда

0.4323 РАНГ 12

2.1	Охват населения музеями	10
2.2	Охват населения театрами	24
2.3	Охват населения концертными организациями	70–71
2.4	Охват населения библиотеками	16
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	7
2.6	Охват населения цирками	8–10
2.7	Число объектов культурного наследия	52
2.8	Учащиеся школ искусств	58

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1070 РАНГ 57

3.1	Активы креативных индустрий	57
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	61
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	43
3.2	Кадры креативных индустрий	53
3.2.1	Доля работников креативного сектора	41
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	54
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	62
3.3	Продукция креативных индустрий	55
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	53
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	48

## Поддержка креативных индустрий

0.6576 РАНГ 12

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	16–23
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	40
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	9
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	15
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	18
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	66
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	32
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	33
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	58
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

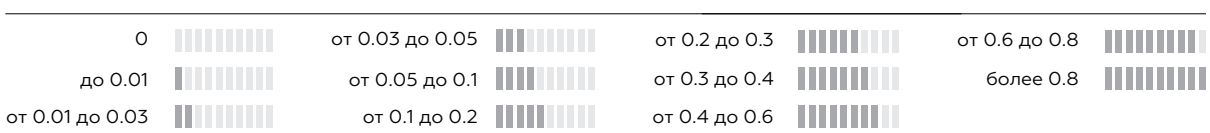
# Тюменская область

0.3307

РАНГ **15**

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

## Социально-экономические условия

0.2005 РАНГ ▲ 26

1.1	Благосостояние и экономика	21
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	22
1.1.2	Городское население	34
1.1.3	Доходы населения	32
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	26
1.2	Образование	66
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	48
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	76
1.3	Интеллектуальная собственность	14
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	6
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	13–14
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	8–9
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	37
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	35
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	62
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	8–9
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	6
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	40

## Культурная среда

0.3032 РАНГ ▼ 41

2.1	Охват населения музеями	60
2.2	Охват населения театрами	12–14
2.3	Охват населения концертными организациями	34–35
2.4	Охват населения библиотеками	31
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	27
2.6	Охват населения цирками	23–24
2.7	Число объектов культурного наследия	45
2.8	Учащиеся школ искусств	64

## Экономика креативных индустрий

0.2673 РАНГ ▲ 29

3.1	Активы креативных индустрий	54
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	66
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	40
3.2	Кадры креативных индустрий	14
3.2.1	Доля работников креативного сектора	33
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	15
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	6
3.3	Продукция креативных индустрий	26
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	40
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	11

## Поддержка креативных индустрий

0.5652 РАНГ ▲ 15

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	8–15
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	44
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	13
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	49
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	31
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	55
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	27
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	31
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	71
4.4.11	Центры прототипирования	10
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

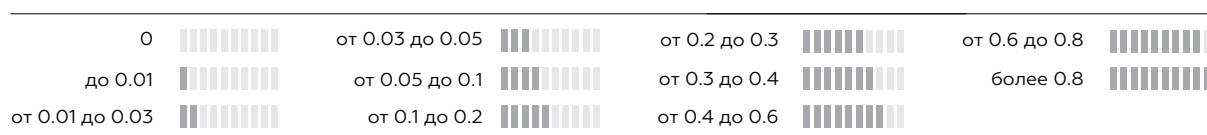
# Пермский край

0.3267

РАНГ  
▲ 16

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

## Социально-экономические условия

0.1756

РАНГ  
35

1.1	Благополучие и экономика	16
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	43
1.1.2	Городское население	32
1.1.3	Доходы населения	51
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	15
1.2	Образование	47
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	49
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	40
1.3	Интеллектуальная собственность	43
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	55
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	58
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	13–14
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	12
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	37
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	30
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	47
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	43
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	38

## Культурная среда

0.3856

РАНГ  
20

2.1	Охват населения музеями	4
2.2	Охват населения театрами	57
2.3	Охват населения концертными организациями	1–2
2.4	Охват населения библиотеками	76
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	81
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	38
2.8	Учащиеся школ искусств	32

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.3458

РАНГ  
18

3.1	Активы креативных индустрий	25
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	56
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	17
3.2	Кадры креативных индустрий	17
3.2.1	Доля работников креативного сектора	24
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	12
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	37
3.3	Продукция креативных индустрий	13
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	42
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	8

## Поддержка креативных индустрий

0.4800

РАНГ  
21

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	8–15
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	17
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	22
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	42
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	14
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	9
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	8
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	67
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	39
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	3

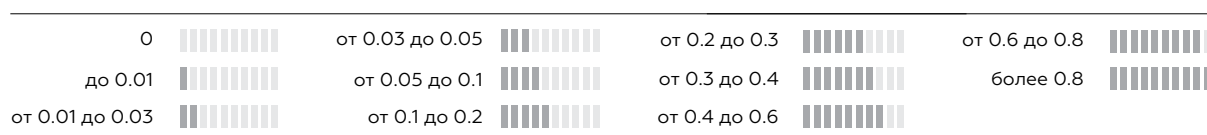
# Калининградская область

0.3217

РАНГ  
17

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.



# Челябинская область

0.3167

РАНГ

▲ 18

## Социально-экономические условия

0.1955

РАНГ  
▼ 27

1.1	Благополучие и экономика	27
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	32
1.1.2	Городское население	12
1.1.3	Доходы населения	59
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	46
1.2	Образование	29
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	37
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	24
1.3	Интеллектуальная собственность	44
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	52–53
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	30–31
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	26
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	34
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	16
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	42
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	17
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	34
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	8

## Культурная среда

0.1931

РАНГ  
▲ 69

2.1	Охват населения музеями	78
2.2	Охват населения театрами	52
2.3	Охват населения концертными организациями	31
2.4	Охват населения библиотеками	58
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	76
2.6	Охват населения цирками	21
2.7	Число объектов культурного наследия	75
2.8	Учащиеся школ искусств	49

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

## Экономика креативных индустрий

0.1510

РАНГ  
▼ 48

3.1	Активы креативных индустрий	51
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	44
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	47
3.2	Кадры креативных индустрий	46
3.2.1	Доля работников креативного сектора	66
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	42
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	36
3.3	Продукция креативных индустрий	37
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	51
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	14

## Поддержка креативных индустрий

0.6855

РАНГ  
▲ 10

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	8–15
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	1–6
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	1–3
4.4	Участие в федеральных программах	51
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	40
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	51
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	15
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	14
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	49
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	38
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	47
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	59
4.4.11	Центры прототипирования	15
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	14

▼ ▲ – изменение ранга

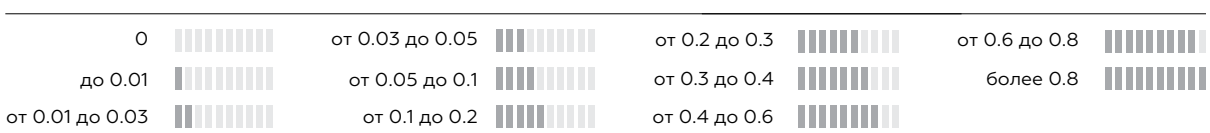
# Челябинская область

0.3167

РАНГ **18**

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

## Социально-экономические условия

0.1577

РАНГ  
42

1.1	Благосостояние и экономика	12
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	14
1.1.2	Городское население	17–18
1.1.3	Доходы населения	23
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	27
1.2	Образование	51
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	41
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	56
1.3	Интеллектуальная собственность	35
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	19
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	22
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	44
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	42
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	75
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	66
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	61
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	12
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	27

## Культурная среда

0.3074

РАНГ  
36

2.1	Охват населения музеями	28
2.2	Охват населения театрами	8
2.3	Охват населения концертными организациями	27
2.4	Охват населения библиотеками	28
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	34
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	59
2.8	Учащиеся школ искусств	65

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1088

РАНГ  
55

3.1	Активы креативных индустрий	67
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	69
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	55
3.2	Кадры креативных индустрий	48
3.2.1	Доля работников креативного сектора	54
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	47
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	34
3.3	Продукция креативных индустрий	58
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	64
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	41

## Поддержка креативных индустрий

0.7062

РАНГ  
8

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	4–7
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	4–9
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	63
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	18
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	52
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	12
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	59
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	35
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	47
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	51
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	74
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	12

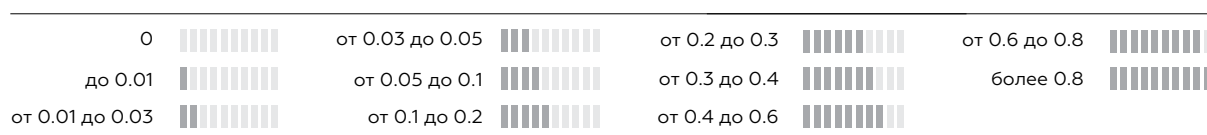
# Красноярский край

0.3092

РАНГ  
19

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.

# Республика Саха (Якутия)

0.3042

РАНГ

20

## Социально-экономические условия

0.1667

РАНГ  
40

1.1	Благосостояние и экономика	47
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	5
1.1.2	Городское население	58
1.1.3	Доходы населения	11
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	83
1.2	Образование	34
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	42
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	29
1.3	Интеллектуальная собственность	52
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	28
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	46–47
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	40
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	76
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	19
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	2
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	80
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	14
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	36

## Культурная среда

0.3193

РАНГ  
34

2.1	Охват населения музеями	46
2.2	Охват населения театрами	45
2.3	Охват населения концертными организациями	75–76
2.4	Охват населения библиотеками	33
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	46
2.6	Охват населения цирками	6
2.7	Число объектов культурного наследия	49
2.8	Учащиеся школ искусств	45

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

⬇️ ⬆️ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0653

РАНГ  
67

3.1	Активы креативных индустрий	70
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	70
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	60
3.2	Кадры креативных индустрий	65
3.2.1	Доля работников креативного сектора	63
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	77
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	28
3.3	Продукция креативных индустрий	68
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	68
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	55

## Поддержка креативных индустрий

0.7131

РАНГ  
7

4.1	Нормативная правовая база	1–2
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	1–5
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	8–15
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	23
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	16
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	73
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	7
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	9
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	15
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	2

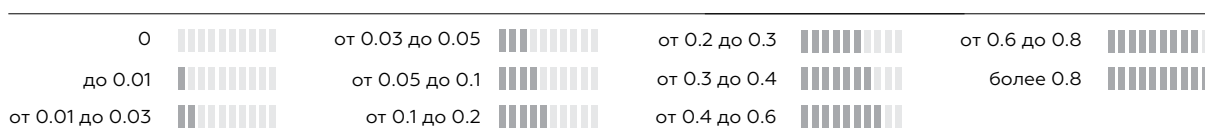
# Республика Саха (Якутия)

0.3042

РАНГ  
20

	ВЫРУЧКА	РАБОТНИКИ	ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА	НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ
<b>Креативный сектор</b>				
<b>Креативные индустрии</b>				
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия				
Кино, сериалы и анимация				
Программное обеспечение и видеоигры				
Книжное дело, медиа и СМИ				
Реклама и пиар				
Народные художественные промыслы и ремесла				
Культурное наследие, отдых и развлечения				
Дизайн				
Архитектура и урбанистика				
Мода				
Ювелирное дело				
Гастрономия				
<b>Сопутствующие виды деятельности</b>				
Оборудование и материалы				
Дизайн-интенсивные производства				
Специализированное образование				
Организация выставок и мероприятий				

Доля креативного сектора в показателе (нормированное значение):



Примечание: пороговые значения относятся к верхним границам интервалов.



## Социально-экономические условия

0.1746

РАНГ  
36

1.1	Благосостояние и экономика	43
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	48
1.1.2	Городское население	43
1.1.3	Доходы населения	57
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	31
1.2	Образование	36
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	28–29
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	46
1.3	Интеллектуальная собственность	19
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	13
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	8
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	13–14
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	36
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	71
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	79
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	30
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	16
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	60

## Культурная среда

0.3930

РАНГ  
18

2.1	Охват населения музеями	17
2.2	Охват населения театрами	34
2.3	Охват населения концертными организациями	56–67
2.4	Охват населения библиотеками	19
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	28
2.6	Охват населения цирками	14
2.7	Число объектов культурного наследия	43
2.8	Учащиеся школ искусств	20

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.3254

РАНГ  
22

3.1	Активы креативных индустрий	21
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	15
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	24
3.2	Кадры креативных индустрий	24
3.2.1	Доля работников креативного сектора	18
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	21
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	54
3.3	Продукция креативных индустрий	17
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	7
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	37

## Поддержка креативных индустрий

0.4320

РАНГ  
28

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	16–23
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	20
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	25
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	50
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	7
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	26
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	3
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	16
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	43
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Белгородская область

0.2972

 РАНГ  
 22

## Социально-экономические условия

0.1544

 РАНГ  
 46

1.1	Благополучие и экономика	26
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	19
1.1.2	Городское население	62
1.1.3	Доходы населения	24
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	20
1.2	Образование	21
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	14
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	30
1.3	Интеллектуальная собственность	29
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	16
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	41
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	19–20
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	63
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	82
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	84
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	42
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	80
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	63

## Культурная среда

0.4366

 РАНГ  
 11

2.1	Охват населения музеями	29
2.2	Охват населения театрами	73
2.3	Охват населения концертными организациями	61–62
2.4	Охват населения библиотеками	22
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	1
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	25
2.8	Учащиеся школ искусств	14

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.2827

 РАНГ  
 27

3.1	Активы креативных индустрий	17
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	42
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	10
3.2	Кадры креативных индустрий	16
3.2.1	Доля работников креативного сектора	48
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	10
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	21
3.3	Продукция креативных индустрий	63
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	65
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	53

## Поддержка креативных индустрий

0.4672

 РАНГ  
 24

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	8–15
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	22
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	32
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	3
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	26
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	21
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	29
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	20
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	21
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	56
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85



# Пензенская область

0.2840

РАНГ  
23

## Социально-экономические условия

0.1196 РАНГ 58

1.1	Благополучие и экономика	67
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	59
1.1.2	Городское население	51–52
1.1.3	Доходы населения	70
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	45
1.2	Образование	31
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	34
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	31
1.3	Интеллектуальная собственность	27
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	38
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	16
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	17
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	30
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	83
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	77
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	74
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	77
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	32

## Культурная среда

0.3063 РАНГ 37

2.1	Охват населения музеями	45
2.2	Охват населения театрами	66
2.3	Охват населения концертными организациями	40
2.4	Охват населения библиотеками	23
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	39
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	69
2.8	Учащиеся школ искусств	6

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▲ ▼ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.3567 РАНГ 16

3.1	Активы креативных индустрий	19
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	12
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	26
3.2	Кадры креативных индустрий	20
3.2.1	Доля работников креативного сектора	12
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	17
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	25
3.3	Продукция креативных индустрий	18
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	11
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	21

## Поддержка креативных индустрий

0.4527 РАНГ 27

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	4–7
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	4–9
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	64
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	55
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	24
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	54
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	26
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	15
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	52
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Ярославская область

0.2833

 РАНГ  
 ▲ 24

## Социально-экономические условия

 0.2083
 РАНГ  
▲ 21

1.1	Благополучие и экономика	19
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	49
1.1.2	Городское население	14
1.1.3	Доходы населения	30
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	29–30
1.2	Образование	33
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	28–29
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	44
1.3	Интеллектуальная собственность	22
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	20
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	12
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	21–22
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	11
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	38
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	58
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	19
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	54
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	41

## Культурная среда

 0.4402
 РАНГ  
▲ 10

2.1	Охват населения музеями	3
2.2	Охват населения театрами	25
2.3	Охват населения концертными организациями	38
2.4	Охват населения библиотеками	52
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	52
2.6	Охват населения цирками	8–10
2.7	Число объектов культурного наследия	20
2.8	Учащиеся школ искусств	52

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

 0.3036
 РАНГ  
▲ 23

3.1	Активы креативных индустрий	27
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	16
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	29
3.2	Кадры креативных индустрий	15
3.2.1	Доля работников креативного сектора	10
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	25
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	10
3.3	Продукция креативных индустрий	25
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	18
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	35

## Поддержка креативных индустрий

 0.3324
 РАНГ  
▼ 37

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	32–38
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	6
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	1
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	17
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	8
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	34
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	13
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	30
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	19
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	50
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Орловская область

0.2791

РАНГ

25

## Социально-экономические условия

0.1072

РАНГ  
66

1.1	Благополучие и экономика	68
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	42
1.1.2	Городское население	60
1.1.3	Доходы населения	50
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	56–57
1.2	Образование	17
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	6
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	41
1.3	Интеллектуальная собственность	61
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	42–43
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	42
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	78
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	69–70
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	76
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	81
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	39
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	53
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	77

## Культурная среда

0.2737

РАНГ  
49

2.1	Охват населения музеями	57
2.2	Охват населения театрами	17
2.3	Охват населения концертными организациями	54–55
2.4	Охват населения библиотеками	48
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	75
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	7
2.8	Учащиеся школ искусств	33

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.3029

РАНГ  
24

3.1	Активы креативных индустрий	9
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	40
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	6
3.2	Кадры креативных индустрий	35
3.2.1	Доля работников креативного сектора	19
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	59
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	11
3.3	Продукция креативных индустрий	47
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	49
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	24

## Поддержка креативных индустрий

0.5138

РАНГ  
19

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	30–31
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	4–9
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	4
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	3
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	34
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	5
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	18
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	38
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	26
4.4.11	Центры прототипирования	1
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Республика Карелия

0.2679

 РАНГ  
 - 26

## Социально-экономические условия

0.1019

 РАНГ  
 ▾ 71

1.1	Благополучие и экономика	35
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	44
1.1.2	Городское население	16
1.1.3	Доходы населения	22
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	73
1.2	Образование	64
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	50
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	70
1.3	Интеллектуальная собственность	49
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	39
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	24
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	57
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	20
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	81
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	63–64
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	75
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	36
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	64

## Культурная среда

0.3768

 РАНГ  
 ▲ 23

2.1	Охват населения музеями	11
2.2	Охват населения театрами	9
2.3	Охват населения концертными организациями	18
2.4	Охват населения библиотеками	62
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	72
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	4
2.8	Учащиеся школ искусств	25

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▾ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1915

 РАНГ  
 ▲ 42

3.1	Активы креативных индустрий	74
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	74
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	58
3.2.1	Доля работников креативного сектора	49
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	66
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	44
3.3	Продукция креативных индустрий	10
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	43
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	6

## Поддержка креативных индустрий

0.5466

 РАНГ  
 ▲ 17

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	4–7
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	4–9
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	9
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	8
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	2
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	10
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	7
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	11
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	25
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	17
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

РАНГ  
0.1170 ▼ 59

1.1	Благосостояние и экономика	65 ▲
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	69
1.1.2	Городское население	50
1.1.3	Доходы населения	80
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	33
1.2	Образование	43 ▼
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	31
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	52
1.3	Интеллектуальная собственность	31 ▼
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	15
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	30–31
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	37–38
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	48
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	77 ▲
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	70–72
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	63
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	20
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	70

## Культурная среда

РАНГ  
0.4022 ▲ 17

2.1	Охват населения музеями	22
2.2	Охват населения театрами	2
2.3	Охват населения концертными организациями	70–71
2.4	Охват населения библиотеками	26
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	6
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	24
2.8	Учащиеся школ искусств	46

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.6089 ▲ РАНГ 6

3.1	Активы креативных индустрий	23 ▼
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	20
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	21
3.2	Кадры креативных индустрий	26 ▼
3.2.1	Доля работников креативного сектора	21
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	32
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	16
3.3	Продукция креативных индустрий	1 ▲
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	21
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	1

## Поддержка креативных индустрий

0.1364 ▲ РАНГ 70

4.1	Нормативная правовая база	3–20 ▲
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85 ▼
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85 ▼
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	80 ▼
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	70
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	78–85
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	4
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	36
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	24
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Омская область

0.2617

 РАНГ  
 ▲ 28

## Социально-экономические условия

0.2373

 РАНГ  
 ▲ 16

1.1	Благосостояние и экономика	41
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	54
1.1.2	Городское население	38
1.1.3	Доходы населения	41
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	42
1.2	Образование	20
1.2.1	Ведущие университеты	7
1.2.2	Численность студентов	4
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	60
1.3	Интеллектуальная собственность	50
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	31
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	13–14
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	73–75
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	57
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	4
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	17–18
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	28
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	2
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	76

## Культурная среда

0.3769

 РАНГ  
 ▲ 22

2.1	Охват населения музеями	42
2.2	Охват населения театрами	16
2.3	Охват населения концертными организациями	26
2.4	Охват населения библиотеками	37
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	20
2.6	Охват населения цирками	13
2.7	Число объектов культурного наследия	57
2.8	Учащиеся школ искусств	61

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.2373

 РАНГ  
 ▲ 33

3.1	Активы креативных индустрий	39
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	29
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	44
3.2	Кадры креативных индустрий	23
3.2.1	Доля работников креативного сектора	47
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	19
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	15
3.3	Продукция креативных индустрий	30
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	31
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	22

## Поддержка креативных индустрий

0.3089

 РАНГ  
 ▼ 41

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	71
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	34
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	43
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	44
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	33
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	39
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	56
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	62
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.1556

РАНГ  
▼ 44

1.1	Благополучие и экономика	51
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	30
1.1.2	Городское население	75
1.1.3	Доходы населения	14
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	35
1.2	Образование	65
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	66–67
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	55
1.3	Интеллектуальная собственность	36
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	33
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	46–47
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	32
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	6
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	21
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	24
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	40
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	58
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	15

## Культурная среда

0.1991

РАНГ  
▼ 68

2.1	Охват населения музеями	63
2.2	Охват населения театрами	80
2.3	Охват населения концертными организациями	44
2.4	Охват населения библиотеками	73
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	15
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	30
2.8	Учащиеся школ искусств	37

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.2591

РАНГ  
▼ 31

3.1	Активы креативных индустрий	36
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	47
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	27
3.2	Кадры креативных индустрий	18
3.2.1	Доля работников креативного сектора	50
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	8
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	35
3.3	Продукция креативных индустрий	39
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	52
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	16

## Поддержка креативных индустрий

0.4592

РАНГ  
▲ 26

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	24–29
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	70
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	36
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	69
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	75
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	37
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	48
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	73
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	84
4.4.11	Центры прототипирования	21
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	13

# Удмуртская Республика

0.2555

 РАНГ  
 ▲ 30

## Социально-экономические условия

 0.1551
 РАНГ  
▲ 45

1.1	Благополучие и экономика	58
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	29
1.1.2	Городское население	61
1.1.3	Доходы населения	64
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	29–30
1.2	Образование	48
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	24
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	72
1.3	Интеллектуальная собственность	26
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	21
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	26
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	27–29
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	14–15
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	48
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	53
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	48
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	70
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	14

## Культурная среда

 0.2669
 РАНГ  
▼ 51

2.1	Охват населения музеями	37
2.2	Охват населения театрами	23
2.3	Охват населения концертными организациями	37
2.4	Охват населения библиотеками	34
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	29
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	77
2.8	Учащиеся школ искусств	54–55

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

 0.4086
 РАНГ  
▲ 9

3.1	Активы креативных индустрий	10
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	2
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	30
3.2	Кадры креативных индустрий	22
3.2.1	Доля работников креативного сектора	23
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	23
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	17
3.3	Продукция креативных индустрий	11
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	5
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	26

## Поддержка креативных индустрий

 0.2833
 РАНГ  
▼ 46

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	3
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	14
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	1
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	60
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	1–6
4.4.8	Школы креативных индустрий	34
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	46
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	55
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	7



# Воронежская область

0.2543

РАНГ

31

## Социально-экономические условия

0.2392

РАНГ  
15

1.1	Благосостояние и экономика	54
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	51
1.1.2	Городское население	54–55
1.1.3	Доходы населения	27
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	44
1.2	Образование	11
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	5
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	20
1.3	Интеллектуальная собственность	24
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	8
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	11
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	34
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	35
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	13
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	25–27
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	15
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	46
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	21

## Культурная среда

0.2483

РАНГ  
57

2.1	Охват населения музеями	59
2.2	Охват населения театрами	51
2.3	Охват населения концертными организациями	46
2.4	Охват населения библиотеками	56
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	66
2.6	Охват населения цирками	18
2.7	Число объектов культурного наследия	31
2.8	Учащиеся школ искусств	26

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

## Экономика креативных индустрий

0.3258

РАНГ  
21

3.1	Активы креативных индустрий	33
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	21
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	38
3.2	Кадры креативных индустрий	8
3.2.1	Доля работников креативного сектора	36
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	11
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	5
3.3	Продукция креативных индустрий	21
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	25
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	15

## Поддержка креативных индустрий

0.2513

РАНГ  
48

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	16–23
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	66
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	38
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	68
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	50
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	43
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	52
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	68
4.4.11	Центры прототипирования	8
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

↕ ↗ – изменение ранга

# Ростовская область

0.2525

 РАНГ  
 ▲ 32

## Социально-экономические условия

0.1941

 РАНГ  
 ▲ 28

1.1	Благосостояние и экономика	48
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	61
1.1.2	Городское население	56
1.1.3	Доходы населения	26
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	41
1.2	Образование	18
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	13
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	22
1.3	Интеллектуальная собственность	34
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	35–36
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	38
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	21–22
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	28
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	33
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	31
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	35–36
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	23
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	37

## Культурная среда

0.3569

 РАНГ  
 ▲ 27

2.1	Охват населения музеями	56
2.2	Охват населения театрами	60
2.3	Охват населения концертными организациями	47
2.4	Охват населения библиотеками	44
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	2
2.6	Охват населения цирками	26
2.7	Число объектов культурного наследия	65
2.8	Учащиеся школ искусств	40

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.3793

 РАНГ  
 ▲ 14

3.1	Активы креативных индустрий	14
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	6
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	50
3.2	Кадры креативных индустрий	19
3.2.1	Доля работников креативного сектора	22
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	22
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	7
3.3	Продукция креативных индустрий	12
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	17
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	10

## Поддержка креативных индустрий

0.2155

 РАНГ  
 ▲ 51

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	32–38
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	76
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	16
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	67
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	33
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	71
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	40
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	42
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	62
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	81
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.2057

РАНГ  
23

1.1	Благополучие и экономика	36
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	39
1.1.2	Городское население	40
1.1.3	Доходы населения	45
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	34
1.2	Образование	38
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	45–46
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	33
1.3	Интеллектуальная собственность	21
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	40
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	49
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	51–52
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	58
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	5–8
1.4	Цифровизация	29
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	39
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	23
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	63
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	46

## Культурная среда

0.2867

РАНГ  
46

2.1	Охват населения музеями	9
2.2	Охват населения театрами	46–47
2.3	Охват населения концертными организациями	48
2.4	Охват населения библиотеками	65
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	73
2.6	Охват населения цирками	15
2.7	Число объектов культурного наследия	29
2.8	Учащиеся школ искусств	36

## Экономика креативных индустрий

0.2350

РАНГ  
34

3.1	Активы креативных индустрий	28
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	25
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	25
3.2	Кадры креативных индустрий	25
3.2.1	Доля работников креативного сектора	27
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	28
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	18
3.3	Продукция креативных индустрий	42
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	38
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	31

## Поддержка креативных индустрий

0.3510

РАНГ  
34

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	32–38
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	1–3
4.4	Участие в федеральных программах	67
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	79
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	25
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	9
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	39
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	18
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	35
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	71
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	12
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

# Московская область

0.2498

РАНГ

34

## Социально-экономические условия

0.3697

РАНГ

4

1.1	Благополучие и экономика	9
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	18
1.1.2	Городское население	24
1.1.3	Доходы населения	12
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	13
1.2	Образование	22
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	81
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	7
1.3	Интеллектуальная собственность	10
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	22
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	20–21
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	5
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	4
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	3
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	11–12
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	1
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	3
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	16

## Культурная среда

0.0971

РАНГ

80

2.1	Охват населения музеями	23
2.2	Охват населения театрами	79
2.3	Охват населения концертными организациями	61–62
2.4	Охват населения библиотеками	82
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	74
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	51
2.8	Учащиеся школ искусств	38

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

– изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.3934

РАНГ

13

3.1	Активы креативных индустрий	8
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	8
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	9
3.2	Кадры креативных индустрий	29
3.2.1	Доля работников креативного сектора	9
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	24
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	78
3.3	Продукция креативных индустрий	14
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	9
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	18

## Поддержка креативных индустрий

0.0626

РАНГ

80

4.1	Нормативная правовая база	80–85
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	80–85
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	68
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	24
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	78
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	16
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	6
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	74
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	41
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	74
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	82
4.4.11	Центры прототипирования	19
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.2849 РАНГ 7

1.1	Благосостояние и экономика	80
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	63
1.1.2	Городское население	81
1.1.3	Доходы населения	83
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	19
1.2	Образование	6
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	10
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	9
1.3	Интеллектуальная собственность	4
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	70
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	75
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	2
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	1
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	14
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	3–4
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	57
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	84
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	81–85

## Культурная среда

0.2664 РАНГ 52

2.1	Охват населения музеями	81
2.2	Охват населения театрами	42
2.3	Охват населения концертными организациями	30
2.4	Охват населения библиотеками	6
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	53
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	85
2.8	Учащиеся школ искусств	62

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

## Экономика креативных индустрий

0.2851 РАНГ 26

3.1	Активы креативных индустрий	71
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	71
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	49
3.2.1	Доля работников креативного сектора	60
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	48
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	27
3.3	Продукция креативных индустрий	7
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	3
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	77

## Поддержка креативных индустрий

0.1997 РАНГ 55

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	25
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	46
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	1–2
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	3
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	75–85
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	8
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

▲ ▼ – изменение ранга

# Липецкая область

0.2474

 РАНГ  
 36

## Социально-экономические условия

0.0986

 РАНГ  
 72

1.1	Благосостояние и экономика	59
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	26
1.1.2	Городское население	68
1.1.3	Доходы населения	29
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	40
1.2	Образование	58
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	71
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	38
1.3	Интеллектуальная собственность	65
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	67
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	36–37
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	76
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	50
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	52
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	78
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	8–9
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	26
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	65

## Культурная среда

0.3198

 РАНГ  
 33

2.1	Охват населения музеями	79
2.2	Охват населения театрами	62
2.3	Охват населения концертными организациями	22
2.4	Охват населения библиотеками	35
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	19
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	44
2.8	Учащиеся школ искусств	18

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.2296

 РАНГ  
 37

3.1	Активы креативных индустрий	18
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	45
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	11
3.2	Кадры креативных индустрий	31
3.2.1	Доля работников креативного сектора	57
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	18
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	63
3.3	Продукция креативных индустрий	57
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	60
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	47

## Поддержка креативных индустрий

0.4727

 РАНГ  
 23

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	24–29
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	60
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	26
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	57
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	12
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	27
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	26
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	75–85
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	44
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Саратовская область

0.2382

РАНГ

37

## Социально-экономические условия

0.1861

РАНГ  
31

1.1	Благополучие и экономика	38
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	50
1.1.2	Городское население	30
1.1.3	Доходы населения	75
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	32
1.2	Образование	32
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	22
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	49
1.3	Интеллектуальная собственность	55
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	34
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	32
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	61–63
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	66
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	9
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	13–14
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	34
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	50
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	6

## Культурная среда

0.2888

РАНГ  
45

2.1	Охват населения музеями	49
2.2	Охват населения театрами	33
2.3	Охват населения концертными организациями	74
2.4	Охват населения библиотеками	50
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	44
2.6	Охват населения цирками	8–10
2.7	Число объектов культурного наследия	60
2.8	Учащиеся школ искусств	35

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

## Экономика креативных индустрий

0.4077

РАНГ  
10

3.1	Активы креативных индустрий	5
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	4
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	4
3.2	Кадры креативных индустрий	37
3.2.1	Доля работников креативного сектора	42
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	33
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	53
3.3	Продукция креативных индустрий	44
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	35
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	40

## Поддержка креативных индустрий

0.1803

РАНГ  
59

4.1	Нормативная правовая база	80–85
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	80–85
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	73
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	80
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	52
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	45
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	55
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	69
4.4.11	Центры прототипирования	9
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

↕ ↗ – изменение ранга

## Владимирская область

0.2360

РАНГ

▲ 38

## Социально-экономические условия

0.1803

РАНГ  
▲ 32

1.1	Благосостояние и экономика	25
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	56
1.1.2	Городское население	27
1.1.3	Доходы населения	63
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	21
1.2	Образование	59
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	59–60
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	51
1.3	Интеллектуальная собственность	28
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	14
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	54
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	27–29
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	17
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	24
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	55–57
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	6
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	75
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	13

## Культурная среда

0.3166

РАНГ  
▲ 35

2.1	Охват населения музеями	12
2.2	Охват населения театрами	82
2.3	Охват населения концертными организациями	23
2.4	Охват населения библиотеками	51
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	45
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	10
2.8	Учащиеся школ искусств	23

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.4036

РАНГ  
▲ 11

3.1	Активы креативных индустрий	7
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	3
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	13
3.2	Кадры креативных индустрий	30
3.2.1	Доля работников креативного сектора	5
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	44
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	50
3.3	Продукция креативных индустрий	20
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	14
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	17

## Поддержка креативных индустрий

0.1741

РАНГ  
▼ 63

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	49
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	26
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	5
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	35
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	17
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	59
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	54
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85



## Социально-экономические условия

0.1292

РАНГ  
55

1.1	Благополучие и экономика	69
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	62
1.1.2	Городское население	63
1.1.3	Доходы населения	77
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	38
1.2	Образование	39
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	17
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	68
1.3	Интеллектуальная собственность	41
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	62
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	17–19
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	27–29
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	32
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	51
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	73
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	10
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	33
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	79

## Культурная среда

0.4200

РАНГ  
14

2.1	Охват населения музеями	65
2.2	Охват населения театрами	7
2.3	Охват населения концертными организациями	16
2.4	Охват населения библиотеками	3
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	63
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	50
2.8	Учащиеся школ искусств	19

## Экономика креативных индустрий

0.2380

РАНГ  
32

3.1	Активы креативных индустрий	34
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	24
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	32
3.2	Кадры креативных индустрий	27
3.2.1	Доля работников креативного сектора	13
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	31
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	33
3.3	Продукция креативных индустрий	29
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	27
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	28

## Поддержка креативных индустрий

0.3468

РАНГ  
35

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	32–38
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	69
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	41
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	32
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	28
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	42
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	22
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ – изменение ранга

# Республика Северная Осетия – Алания

0.2340

РАНГ

40

## Социально-экономические условия

0.2577

РАНГ

12

1.1	Благосостояние и экономика	55
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	77
1.1.2	Городское население	67
1.1.3	Доходы населения	72
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	14
1.2	Образование	5
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	19–20
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	6
1.3	Интеллектуальная собственность	15
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	32
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	69–71
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	16
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	65
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	5–8
1.4	Цифровизация	27
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	8–9
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	66
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	83
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	80

## Культурная среда

0.0967

РАНГ

81

2.1	Охват населения музеями	83
2.2	Охват населения театрами	20–21
2.3	Охват населения концертными организациями	53
2.4	Охват населения библиотеками	80
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	79
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	22
2.8	Учащиеся школ искусств	75

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1527

РАНГ

47

3.1	Активы креативных индустрий	63
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	53
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	40
3.2.1	Доля работников креативного сектора	29
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	52
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	22
3.3	Продукция креативных индустрий	40
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	36
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	33

## Поддержка креативных индустрий

0.3747

РАНГ

30

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	24–29
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	35
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	53
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	6
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	7
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	4
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	60
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	25
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Самарская область

0.2266

РАНГ

41

## Социально-экономические условия

0.2408

РАНГ  
14

1.1	Благополучие и экономика	22
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	27
1.1.2	Городское население	19
1.1.3	Доходы населения	31
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	39
1.2	Образование	9
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	12
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	11
1.3	Интеллектуальная собственность	20
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	18
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	23
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	6
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	29
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	45
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	63–64
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	21
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	22
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	34

## Культурная среда

0.2500

РАНГ  
56

2.1	Охват населения музеями	55
2.2	Охват населения театрами	29
2.3	Охват населения концертными организациями	43
2.4	Охват населения библиотеками	59
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	64
2.6	Охват населения цирками	27
2.7	Число объектов культурного наследия	55
2.8	Учащиеся школ искусств	12

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.2801

РАНГ  
28

3.1	Активы креативных индустрий	35
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	28
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	31
3.2	Кадры креативных индустрий	13
3.2.1	Доля работников креативного сектора	51
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	9
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	13
3.3	Продукция креативных индустрий	31
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	46
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	12

## Поддержка креативных индустрий

0.2011

РАНГ  
54

4.1	Нормативная правовая база	3
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	1–5
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	56
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	15
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	39
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	13
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	64
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	31
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	37
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	68
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	77
4.4.11	Центры прототипирования	13
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Архангельская область

0.2263

РАНГ

42

## Социально-экономические условия

0.0931

РАНГ

73

1.1	Благосостояние и экономика	32
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	47
1.1.2	Городское население	23
1.1.3	Доходы населения	20
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	67
1.2	Образование	70
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	61
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	71
1.3	Интеллектуальная собственность	67
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	46–47
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	63
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	71–72
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	68
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	61
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	50
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	59
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	62
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	73

## Культурная среда

0.3023

РАНГ

43

2.1	Охват населения музеями	14
2.2	Охват населения театрами	32
2.3	Охват населения концертными организациями	59–60
2.4	Охват населения библиотеками	41
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	56
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	8
2.8	Учащиеся школ искусств	43

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0450

РАНГ

72

3.1	Активы креативных индустрий	80
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	80
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	65
3.2	Кадры креативных индустрий	75
3.2.1	Доля работников креативного сектора	64
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	73
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	74
3.3	Продукция креативных индустрий	67
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	66
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	52

## Поддержка креативных индустрий

0.5851

РАНГ

14

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	16–23
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	11
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	20
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	7
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	22
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	11
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	7
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	4
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	35
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.2132 РАНГ 19

1.1	Благосостояние и экономика	14
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	75
1.1.2	Городское население	5
1.1.3	Доходы населения	47
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	37
1.2	Образование	4
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	32
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	2
1.3	Интеллектуальная собственность	47
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	45
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	27–28
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	41
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	27
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	68
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	51–52
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	70
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	41
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	24

## Культурная среда

0.1683 РАНГ 72

2.1	Охват населения музеями	8
2.2	Охват населения театрами	10
2.3	Охват населения концертными организациями	84–85
2.4	Охват населения библиотеками	72
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	80
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	9
2.8	Учащиеся школ искусств	82

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.2666 РАНГ 30

3.1	Активы креативных индустрий	41
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	38
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	35
3.2	Кадры креативных индустрий	10
3.2.1	Доля работников креативного сектора	40
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	2
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	42
3.3	Продукция креативных индустрий	41
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	33
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	42

## Поддержка креативных индустрий

0.2764 РАНГ 47

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	65
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	6
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	78–85
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	27
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	19
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Приморский край

0.2223

РАНГ

- 44

## Социально-экономические условия

0.1417

РАНГ

49

1.1	Благополучие и экономика	34
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	37
1.1.2	Городское население	21
1.1.3	Доходы населения	16
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	72
1.2	Образование	42
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	38
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	45
1.3	Интеллектуальная собственность	56
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	41
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	59
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	54
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	22
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	41
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	46
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	37–38
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	11
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	47

## Культурная среда

0.1930

РАНГ

70

2.1	Охват населения музеями	76
2.2	Охват населения театрами	20–21
2.3	Охват населения концертными организациями	81
2.4	Охват населения библиотеками	69
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	24
2.6	Охват населения цирками	25
2.7	Число объектов культурного наследия	35
2.8	Учащиеся школ искусств	54–55

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1261

РАНГ

52

3.1	Активы креативных индустрий	64
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	58
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	64
3.2	Кадры креативных индустрий	47
3.2.1	Доля работников креативного сектора	59
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	49
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	24
3.3	Продукция креативных индустрий	51
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	44
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	34

## Поддержка креативных индустрий

0.4766

РАНГ

22

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	24–29
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	55
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	54
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	78–85
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	20
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	38
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	24
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	61
4.4.11	Центры прототипирования	6
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Иркутская область

0.2179

РАНГ

45

## Социально-экономические условия

0.1248

РАНГ  
56

1.1	Благополучие и экономика	50
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	15
1.1.2	Городское население	28
1.1.3	Доходы населения	42
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	76
1.2	Образование	46
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	27
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	67
1.3	Интеллектуальная собственность	58
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	57
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	69–71
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	31
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	51
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	44
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	34
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	62
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	30
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	22

## Культурная среда

0.1212

РАНГ  
77

2.1	Охват населения музеями	64
2.2	Охват населения театрами	41
2.3	Охват населения концертными организациями	78
2.4	Охват населения библиотеками	64
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	60
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	64
2.8	Учащиеся школ искусств	71

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▲ ▼ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0849

РАНГ  
63

3.1	Активы креативных индустрий	61
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	67
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	46
3.2	Кадры креативных индустрий	64
3.2.1	Доля работников креативного сектора	74
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	69
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	30
3.3	Продукция креативных индустрий	52
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	57
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	32

## Поддержка креативных индустрий

0.5488

РАНГ  
16

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	8–15
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	58
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	28
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	37
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	42
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	34
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	44
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	14
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	48
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Ямало-Ненецкий автономный округ

0.2160

РАНГ

▲ 46

## Социально-экономические условия

0.3829

РАНГ

⊖ 3

1.1	Благосостояние и экономика	1	⊖
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	2	
1.1.2	Городское население	9	
1.1.3	Доходы населения	1	
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	5	
1.2	Образование	53	⬇
1.2.1	Ведущие университеты	7–85	
1.2.2	Численность студентов	84	
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	10	
1.3	Интеллектуальная собственность	54	▲
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	24	
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	25	
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	80–81	
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	74	
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85	
1.4	Цифровизация	7	⬇
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	21	
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	37–38	
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	17	
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	4	

## Культурная среда

0.3411

РАНГ

▲ 29

2.1	Охват населения музеями	48	
2.2	Охват населения театрами	83–85	
2.3	Охват населения концертными организациями	12	
2.4	Охват населения библиотеками	60	
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	12	
2.6	Охват населения цирками	28–85	
2.7	Число объектов культурного наследия	84	
2.8	Учащиеся школ искусств	1	

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

⬇ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0411

РАНГ

⬇ 75

3.1	Активы креативных индустрий	66	⬇
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	68	
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	56	
3.2	Кадры креативных индустрий	67	⬇
3.2.1	Доля работников креативного сектора	83	
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	30	
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	84	
3.3	Продукция креативных индустрий	85	⊖
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	85	
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	76	

## Поддержка креативных индустрий

0.1627

РАНГ

▲ 65

4.1	Нормативная правовая база	80–85	⬇
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85	
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85	
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	80–85	⬇
4.2	Организационное обеспечение	58–85	⬇
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85	
4.2.2	Креативные кластеры	52–85	▲
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29	▲
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57	
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85	
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19	
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85	▲
4.4	Участие в федеральных программах	57	▲
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85	
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	59	
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85	
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85	
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	23	
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85	
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85	
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85	
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	5	
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	16	
4.4.11	Центры прототипирования	22–85	
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85	



# Кировская область

0.2125

РАНГ

47

## Социально-экономические условия

0.1242

РАНГ  
57

1.1	Благосостояние и экономика	53
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	68
1.1.2	Городское население	20
1.1.3	Доходы населения	61
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	63
1.2	Образование	67
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	47
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	78
1.3	Интеллектуальная собственность	30
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	61
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	17–19
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	19–20
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	10
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	66
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	45
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	65
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	71
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	67

## Культурная среда

0.4228

РАНГ  
13

2.1	Охват населения музеями	40
2.2	Охват населения театрами	46–47
2.3	Охват населения концертными организациями	29
2.4	Охват населения библиотеками	2
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	37
2.6	Охват населения цирками	23–24
2.7	Число объектов культурного наследия	53
2.8	Учащиеся школ искусств	15

## Экономика креативных индустрий

0.2249

РАНГ  
39

3.1	Активы креативных индустрий	20
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	23
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	16
3.2	Кадры креативных индустрий	50
3.2.1	Доля работников креативного сектора	17
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	64
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	58
3.3	Продукция креативных индустрий	28
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	15
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	57

## Поддержка креативных индустрий

0.2930

РАНГ  
45

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	32–38
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	16
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	23
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	2
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	29
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	11
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	50
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	46
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

# Вологодская область

0.1988

РАНГ

48

## Социально-экономические условия

0.1133

РАНГ

61

1.1	Благосостояние и экономика	46
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	20
1.1.2	Городское население	41–42
1.1.3	Доходы населения	49
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	51
1.2	Образование	82
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	70
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	80
1.3	Интеллектуальная собственность	37
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	25
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	29
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	35
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	44
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	56
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	47–49
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	56
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	28
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	57

## Культурная среда

0.3435

РАНГ

28

2.1	Охват населения музеями	15
2.2	Охват населения театрами	35
2.3	Охват населения концертными организациями	49
2.4	Охват населения библиотеками	21
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	35
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	27
2.8	Учащиеся школ искусств	16

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1933

РАНГ

41

3.1	Активы креативных индустрий	32
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	55
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	20
3.2	Кадры креативных индустрий	34
3.2.1	Доля работников креативного сектора	31
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	29
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	67
3.3	Продукция креативных индустрий	49
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	56
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	23

## Поддержка креативных индустрий

0.3218

РАНГ

39

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	32–38
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	8
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	27
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	11
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	3
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	28
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	10
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	27
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	69
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	45
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	4

## Социально-экономические условия

0.1780

РАНГ  
34

1.1	Благополучие и экономика	28
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	57
1.1.2	Городское население	26
1.1.3	Доходы населения	67
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	23–24
1.2	Образование	23
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	39
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	17
1.3	Интеллектуальная собственность	53
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	27
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	34
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	64–65
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	71
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	25
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	20
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	46
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	67
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	53

## Культурная среда

0.2213

РАНГ  
64

2.1	Охват населения музеями	7
2.2	Охват населения театрами	55
2.3	Охват населения концертными организациями	51–52
2.4	Охват населения библиотеками	66
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	50
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	34
2.8	Учащиеся школ искусств	51

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

## Экономика креативных индустрий

0.1656

РАНГ  
45

3.1	Активы креативных индустрий	44
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	30
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	57
3.2	Кадры креативных индустрий	36
3.2.1	Доля работников креативного сектора	45
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	37
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	39
3.3	Продукция креативных индустрий	45
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	34
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	44

## Поддержка креативных индустрий

0.2954

РАНГ  
43

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	83
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	39
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	45
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	30
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	53
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	75–85
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	70
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

↕ ↗ – изменение ранга

# Мурманская область

0.1918

 РАНГ  
 ▲ 50

## Социально-экономические условия

0.2181

 РАНГ  
 ▲ 17

1.1	Благосостояние и экономика	8
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	7
1.1.2	Городское население	4
1.1.3	Доходы населения	10
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	60
1.2	Образование	57
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	79–80
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	19
1.3	Интеллектуальная собственность	57
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	65
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	60
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	42–43
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	9
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	10
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	10
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	32
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	32
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	18

## Культурная среда

0.3045

 РАНГ  
 ▲ 39

2.1	Охват населения музеями	44
2.2	Охват населения театрами	56
2.3	Охват населения концертными организациями	72
2.4	Охват населения библиотеками	4
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	42
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	70
2.8	Учащиеся школ искусств	13

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0265

 РАНГ  
 ▼ 80

3.1	Активы креативных индустрий	76
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	75
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	70
3.2	Кадры креативных индустрий	76
3.2.1	Доля работников креативного сектора	78
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	62
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	79
3.3	Продукция креативных индустрий	80
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	79
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	74

## Поддержка креативных индустрий

0.3275

 РАНГ  
 ▲ 38

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	54
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	25
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	13
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	17
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	10
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.0661

РАНГ  
79

1.1	Благосостояние и экономика	82
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	81
1.1.2	Городское население	79
1.1.3	Доходы населения	76
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	53–54
1.2	Образование	45
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	65
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	25
1.3	Интеллектуальная собственность	69
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	68–69
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	55
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	61–63
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	40
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	47
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	41
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	54
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	13
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	42

## Культурная среда

0.1427

РАНГ  
75

2.1	Охват населения музеями	21
2.2	Охват населения театрами	50
2.3	Охват населения концертными организациями	51–52
2.4	Охват населения библиотеками	77
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	71
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	15
2.8	Учащиеся школ искусств	80

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1085

РАНГ  
56

3.1	Активы креативных индустрий	45
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	49
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	37
3.2	Кадры креативных индустрий	55
3.2.1	Доля работников креативного сектора	75
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	35
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	68
3.3	Продукция креативных индустрий	66
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	61
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	62

## Поддержка креативных индустрий

0.4961

РАНГ  
20

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	30–31
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	4–9
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	82
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	35
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	77
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	68
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	22
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	72
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	64
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Республика Башкортостан

0.1808

 РАНГ  
 ▲ 52

## Социально-экономические условия

0.1738

 РАНГ  
 ▼ 37

1.1	Благополучие и экономика	49
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	38
1.1.2	Городское население	69
1.1.3	Доходы населения	44
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	18
1.2	Образование	50
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	35–36
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	62
1.3	Интеллектуальная собственность	40
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	17
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	35
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	49–50
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	46
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	12
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	25–27
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	14
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	27
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	26

## Культурная среда

0.3060

 РАНГ  
 ▼ 38

2.1	Охват населения музеями	70
2.2	Охват населения театрами	38
2.3	Охват населения концертными организациями	41
2.4	Охват населения библиотеками	7
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	10
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	78
2.8	Учащиеся школ искусств	60

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1755

 РАНГ  
 ▼ 44

3.1	Активы креативных индустрий	52
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	54
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	39
3.2	Кадры креативных индустрий	28
3.2.1	Доля работников креативного сектора	37
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	20
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	43
3.3	Продукция креативных индустрий	56
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	62
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	39

## Поддержка креативных индустрий

0.2154

 РАНГ  
 ▼ 52

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	43
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	31
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	30
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	32
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	70
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	39
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	41
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	26
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	80
4.4.11	Центры прототипирования	17
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	10

# Смоленская область

0.1808

РАНГ

53

## Социально-экономические условия

0.1097

РАНГ  
63

1.1	Благосостояние и экономика	56
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	58
1.1.2	Городское население	41–42
1.1.3	Доходы населения	40
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	53–54
1.2	Образование	44
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	30
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	53
1.3	Интеллектуальная собственность	60
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	60
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	64
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	46
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	24
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	60
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	65
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	27
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	39
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	75

## Культурная среда

0.3842

РАНГ  
21

2.1	Охват населения музеями	25
2.2	Охват населения театрами	70
2.3	Охват населения концертными организациями	73
2.4	Охват населения библиотеками	17
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	23
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	6
2.8	Учащиеся школ искусств	5

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.3370

РАНГ  
19

3.1	Активы креативных индустрий	11
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	7
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	19
3.2	Кадры креативных индустрий	33
3.2.1	Доля работников креативного сектора	8
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	39
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	57
3.3	Продукция креативных индустрий	19
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	10
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	30

## Поддержка креативных индустрий

0.1243

РАНГ  
72

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	32–38
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	10–24
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	48
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	17
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	66
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	18
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	5
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	44
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	31
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Псковская область

0.1808

 РАНГ  
 ▲ 54

## Социально-экономические условия

0.0283

 РАНГ  
 ▼ 82

1.1	Благополучие и экономика	75
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	74
1.1.2	Городское население	45–46
1.1.3	Доходы населения	60
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	79
1.2	Образование	77
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	55
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	81
1.3	Интеллектуальная собственность	77
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	73
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	61–62
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	67–69
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	62
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	74
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	68
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	50
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	40
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	54

## Культурная среда

0.4781

 РАНГ  
 ▲ 7

2.1	Охват населения музеями	2
2.2	Охват населения театрами	61
2.3	Охват населения концертными организациями	79–80
2.4	Охват населения библиотеками	61
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	16
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	2
2.8	Учащиеся школ искусств	8

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.2282

 РАНГ  
 ▼ 38

3.1	Активы креативных индустрий	22
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	11
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	28
3.2	Кадры креативных индустрий	39
3.2.1	Доля работников креативного сектора	26
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	41
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	61
3.3	Продукция креативных индустрий	34
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	24
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	58

## Поддержка креативных индустрий

0.2933

 РАНГ  
 ▼ 44

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	7
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	13
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	14
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	9
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	16
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	28
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	23
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	1



# Ленинградская область

0.1784

РАНГ  
55

## Социально-экономические условия

0.1525 РАНГ 47

1.1	Благосостояние и экономика	18
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	21
1.1.2	Городское население	59
1.1.3	Доходы населения	28
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	12
1.2	Образование	79
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	82
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	34
1.3	Интеллектуальная собственность	48
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	64
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	51–53
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	10–11
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	19
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	30
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	40
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	25
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	9
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	43

## Культурная среда

0.1499 РАНГ 73

2.1	Охват населения музеями	24
2.2	Охват населения театрами	75
2.3	Охват населения концертными организациями	79–80
2.4	Охват населения библиотеками	79
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	59
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	13
2.8	Учащиеся школ искусств	29

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▲ ▼ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1459 РАНГ 51

3.1	Активы креативных индустрий	40
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	27
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	54
3.2	Кадры креативных индустрий	62
3.2.1	Доля работников креативного сектора	52
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	34
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	85
3.3	Продукция креативных индустрий	24
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	13
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	56

## Поддержка креативных индустрий

0.3208 РАНГ 40

4.1	Нормативная правовая база	80–85
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	80–85
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	1–6
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	62
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	37
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	56
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	27
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	37
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	66
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	65
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	9

# Ставропольский край

0.1779

 РАНГ  
 ▲ 56

## Социально-экономические условия

0.1795

 РАНГ  
 ▲ 33

1.1	Благосостояние и экономика	63
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	76
1.1.2	Городское население	70
1.1.3	Доходы населения	78
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	16
1.2	Образование	40
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	44
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	37
1.3	Интеллектуальная собственность	25
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	52–53
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	72
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	51–52
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	25
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	5–8
1.4	Цифровизация	31
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	29
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	29
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	47
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	55

## Культурная среда

0.2194

 РАНГ  
 ▼ 65

2.1	Охват населения музеями	52
2.2	Охват населения театрами	77
2.3	Охват населения концертными организациями	21
2.4	Охват населения библиотеками	55
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	57
2.6	Охват населения цирками	17
2.7	Число объектов культурного наследия	41
2.8	Учащиеся школ искусств	68

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.2340

 РАНГ  
 ▲ 36

3.1	Активы креативных индустрий	13
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	17
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	14
3.2	Кадры креативных индустрий	51
3.2.1	Доля работников креативного сектора	53
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	56
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	32
3.3	Продукция креативных индустрий	32
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	23
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	50

## Поддержка креативных индустрий

0.1786

 РАНГ  
 ▲ 60

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	75
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	72
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	21
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	61
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	36
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	32
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	75
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.1896 РАНГ ▲ 30

1.1	Благосостояние и экономика	61
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	66
1.1.2	Городское население	48
1.1.3	Доходы населения	39
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	48–49
1.2	Образование	60
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	52
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	57
1.3	Интеллектуальная собственность	5
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	68–69
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	3
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	77
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	52
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	3–4
1.4	Цифровизация	72
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	80
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	26
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	76
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	61

## Культурная среда

0.3732 РАНГ ▼ 24

2.1	Охват населения музеями	33
2.2	Охват населения театрами	67–68
2.3	Охват населения концертными организациями	20
2.4	Охват населения библиотеками	43
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	14
2.6	Охват населения цирками	22
2.7	Число объектов культурного наследия	11
2.8	Учащиеся школ искусств	28

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1497 РАНГ ▼ 50

3.1	Активы креативных индустрий	48
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	43
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	41
3.2	Кадры креативных индустрий	43
3.2.1	Доля работников креативного сектора	43
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	45
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	40
3.3	Продукция креативных индустрий	48
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	39
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	38

## Поддержка креативных индустрий

0.1778 РАНГ ▲ 61

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	77
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	64
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	23
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	31
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	70
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	47
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Тамбовская область

0.1737

 РАНГ  
 ▲ 58

## Социально-экономические условия

0.1037

 РАНГ  
 ▲ 69

1.1	Благосостояние и экономика	74
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	64
1.1.2	Городское население	71
1.1.3	Доходы населения	53
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	58–59
1.2	Образование	37
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	15
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	66
1.3	Интеллектуальная собственность	42
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	30
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	69–71
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	82
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	80
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	9–10
1.4	Цифровизация	73
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	69
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	49
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	52
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	39

## Культурная среда

0.4703

 РАНГ  
 ▼ 8

2.1	Охват населения музеями	35
2.2	Охват населения театрами	40
2.3	Охват населения концертными организациями	10
2.4	Охват населения библиотеками	15
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	18
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	40
2.8	Учащиеся школ искусств	2

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1651

 РАНГ  
 ▲ 46

3.1	Активы креативных индустрий	42
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	31
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	42
3.2	Кадры креативных индустрий	41
3.2.1	Доля работников креативного сектора	16
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	61
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	20
3.3	Продукция креативных индустрий	43
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	30
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	51

## Поддержка креативных индустрий

0.2319

 РАНГ  
 ▲ 49

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	12
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	21
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	58
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	12
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	23
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	1–6
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	34
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	36
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.1905 РАНГ 29

1.1	Благополучие и экономика	66
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	36
1.1.2	Городское население	53
1.1.3	Доходы населения	33
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	68
1.2	Образование	12
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	9
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	16
1.3	Интеллектуальная собственность	23
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	9
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	40
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	8–9
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	53
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	57
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	51–52
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	53
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	73
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	44

## Культурная среда

0.4197 РАНГ 15

2.1	Охват населения музеями	39
2.2	Охват населения театрами	48–49
2.3	Охват населения концертными организациями	36
2.4	Охват населения библиотеками	18
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	41
2.6	Охват населения цирками	5
2.7	Число объектов культурного наследия	18
2.8	Учащиеся школ искусств	34

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▲ ▼ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1007 РАНГ 58

3.1	Активы креативных индустрий	58
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	48
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	61
3.2	Кадры креативных индустрий	54
3.2.1	Доля работников креативного сектора	38
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	60
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	38
3.3	Продукция креативных индустрий	64
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	63
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	59

## Поддержка креативных индустрий

0.1846 РАНГ 57

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	39
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	23
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	21
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	25
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	25
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	6
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	41
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Тверская область

0.1591

 РАНГ  
 ▲ 60

## Социально-экономические условия

0.1060

 РАНГ  
 ▲ 67

1.1	Благосостояние и экономика	42
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	60
1.1.2	Городское население	33
1.1.3	Доходы населения	38
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	47
1.2	Образование	80
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	58
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	84
1.3	Интеллектуальная собственность	45
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	48–49
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	48
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	18
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	39
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	63
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	74
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	24
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	48
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	52

## Культурная среда

0.3348

 РАНГ  
 ▼ 31

2.1	Охват населения музеями	27
2.2	Охват населения театрами	12–14
2.3	Охват населения концертными организациями	75–76
2.4	Охват населения библиотеками	30
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	61
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	5
2.8	Учащиеся школ искусств	24

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.3011

 РАНГ  
 ▲ 25

3.1	Активы креативных индустрий	26
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	14
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	49
3.2	Кадры креативных индустрий	21
3.2.1	Доля работников креативного сектора	6
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	27
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	31
3.3	Продукция креативных индустрий	22
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	12
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	46

## Поддержка креативных индустрий

0.1107

 РАНГ  
 ▼ 73

4.1	Нормативная правовая база	80–85
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	80–85
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	26
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	60
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	4
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	5
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	17
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	75–85
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	51
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	6

# Астраханская область

0.1582

РАНГ



61

## Социально-экономические условия

0.1404

РАНГ  
50

1.1	Благополучие и экономика	62
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	24
1.1.2	Городское население	65
1.1.3	Доходы населения	71
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	28
1.2	Образование	25
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	19–20
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	36
1.3	Интеллектуальная собственность	62
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	46–47
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	50
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	67–69
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	72
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	34
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	23
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	43
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	69
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	66

## Культурная среда

0.4550

РАНГ  
9

2.1	Охват населения музеями	54
2.2	Охват населения театрами	26
2.3	Охват населения концертными организациями	3
2.4	Охват населения библиотеками	40
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	21
2.6	Охват населения цирками	11
2.7	Число объектов культурного наследия	21
2.8	Учащиеся школ искусств	74

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1005

РАНГ  
59

3.1	Активы креативных индустрий	46
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	57
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	33
3.2	Кадры креативных индустрий	52
3.2.1	Доля работников креативного сектора	71
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	57
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	14
3.3	Продукция креативных индустрий	75
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	73
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	67

## Поддержка креативных индустрий

0.1986

РАНГ  
56

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	59
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	19
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	71
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	47
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	6
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	22
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	65
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	34
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Оренбургская область

0.1534

 РАНГ  
 ▲ 62

## Социально-экономические условия

0.1309

 РАНГ  
 ▲ 54

1.1	Благосостояние и экономика	71
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	17
1.1.2	Городское население	72
1.1.3	Доходы населения	69
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	52
1.2	Образование	55
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	45–46
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	61
1.3	Интеллектуальная собственность	51
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	59
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	51–53
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	49–50
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	75
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	11–12
1.4	Цифровизация	23
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	22
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	31
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	55
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	51

## Культурная среда

0.1858

 РАНГ  
 ▼ 71

2.1	Охват населения музеями	75
2.2	Охват населения театрами	53–54
2.3	Охват населения концертными организациями	64–65
2.4	Охват населения библиотеками	25
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	54
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	62–63
2.8	Учащиеся школ искусств	69–70

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0552

 РАНГ  
 ▲ 71

3.1	Активы креативных индустрий	69
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	65
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	59
3.2	Кадры креативных индустрий	68
3.2.1	Доля работников креативного сектора	77
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	63
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	60
3.3	Продукция креативных индустрий	72
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	71
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	61

## Поддержка креативных индустрий

0.3372

 РАНГ  
 ▼ 36

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	18
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	35
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	20
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	45
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	1–6
4.4.8	Школы креативных индустрий	40
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	30
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	63
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85



# Карачаево-Черкесская Республика

0.1510

РАНГ

63

## Социально-экономические условия

0.1097 РАНГ 64

1.1	Благосостояние и экономика	78
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	82
1.1.2	Городское население	83
1.1.3	Доходы населения	84
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	6
1.2	Образование	10
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	43
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	8
1.3	Интеллектуальная собственность	73
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	75–76
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	77
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	53
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	41
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	49
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	28
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	68
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	72
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	45

## Культурная среда

0.1182 РАНГ 78

2.1	Охват населения музеями	85
2.2	Охват населения театрами	81
2.3	Охват населения концертными организациями	82
2.4	Охват населения библиотеками	36
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	70
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	56
2.8	Учащиеся школ искусств	59

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0864 РАНГ 62

3.1	Активы креативных индустрий	62
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	64
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	51
3.2	Кадры креативных индустрий	77
3.2.1	Доля работников креативного сектора	56
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	85
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	49
3.3	Продукция креативных индустрий	33
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	19
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	65

## Поддержка креативных индустрий

0.3545 РАНГ 33

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	7–29
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	1–24
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	32
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	36
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	4
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	20
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	2
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	6
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	75–85
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	13
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Республика Бурятия

0.1505

РАНГ

64

## Социально-экономические условия

0.0553

РАНГ

81

1.1	Благосостояние и экономика	79
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	52
1.1.2	Городское население	73
1.1.3	Доходы населения	58
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	75
1.2	Образование	52
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	51
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	48
1.3	Интеллектуальная собственность	75
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	66
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	65
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	80–81
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	54
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	54
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	37–38
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	67
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	49
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	59

## Культурная среда

0.2825

РАНГ

47

2.1	Охват населения музеями	58
2.2	Охват населения театрами	36
2.3	Охват населения концертными организациями	16
2.4	Охват населения библиотеками	20
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	47
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	19
2.8	Учащиеся школ искусств	76

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0661

РАНГ

66

3.1	Активы креативных индустрий	49
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	36
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	67
3.2	Кадры креативных индустрий	73
3.2.1	Доля работников креативного сектора	67
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	83
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	26
3.3	Продукция креативных индустрий	61
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	59
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	68

## Поддержка креативных индустрий

0.3804

РАНГ

29

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	24–29
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	31
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	62
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	8
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	76
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	8
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	23
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	48
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	37
4.4.11	Центры прототипирования	3
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.1333 РАНГ 52

1.1	Благополучие и экономика	24
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	11
1.1.2	Городское население	25
1.1.3	Доходы населения	18
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	69
1.2	Образование	69
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	62
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	69
1.3	Интеллектуальная собственность	46
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	50
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	9
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	60
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	49
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	59
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	44
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	64
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	74
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	20

## Культурная среда

0.2353 РАНГ 60

2.1	Охват населения музеями	50
2.2	Охват населения театрами	27
2.3	Охват населения концертными организациями	64–65
2.4	Охват населения библиотеками	24
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	40
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	68
2.8	Учащиеся школ искусств	47

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0414 РАНГ 74

3.1	Активы креативных индустрий	55
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	50
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	53
3.2	Кадры креативных индустрий	79
3.2.1	Доля работников креативного сектора	72
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	82
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	52
3.3	Продукция креативных индустрий	70
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	69
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	64

## Поддержка креативных индустрий

0.3015 РАНГ 42

4.1	Нормативная правовая база	3–20
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	1–17
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	46
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	22
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	38
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	17
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	7
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	27
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Республика Адыгея

0.1352

РАНГ

66

## Социально-экономические условия

0.2436

РАНГ

13

1.1	Благосостояние и экономика	64
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	40
1.1.2	Городское население	80
1.1.3	Доходы населения	35
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	11
1.2	Образование	15
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	23
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	13
1.3	Интеллектуальная собственность	12
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	72
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	73
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	47–48
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	33
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	1–2
1.4	Цифровизация	15
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	16
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	33
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	29
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	56

## Культурная среда

0.2231

РАНГ

63

2.1	Охват населения музеями	71
2.2	Охват населения театрами	64
2.3	Охват населения концертными организациями	24
2.4	Охват населения библиотеками	53
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	26
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	37
2.8	Учащиеся школ искусств	66–67

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1156

РАНГ

53

3.1	Активы креативных индустрий	56
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	46
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	45
3.2.1	Доля работников креативного сектора	28
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	55
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	46
3.3	Продукция креативных индустрий	60
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	55
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	70

## Поддержка креативных индустрий

0.0634

РАНГ

79

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	34
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	74
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	6
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	2
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	8
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	14
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.1087 РАНГ ▲ 65

1.1	Благосостояние и экономика	83
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	78
1.1.2	Городское население	74
1.1.3	Доходы населения	65
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	80
1.2	Образование	62
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	35–36
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	75
1.3	Интеллектуальная собственность	18
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	54
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	45
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	64–65
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	38
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	3–4
1.4	Цифровизация	70
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	60
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	52
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	68
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	50

## Культурная среда

0.2354 РАНГ ▼ 59

2.1	Охват населения музеями	77
2.2	Охват населения театрами	48–49
2.3	Охват населения концертными организациями	67
2.4	Охват населения библиотеками	39
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	22
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	16
2.8	Учащиеся школ искусств	50

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1862 РАНГ ▲ 43

3.1	Активы креативных индустрий	38
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	26
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	52
3.2	Кадры креативных индустрий	32
3.2.1	Доля работников креативного сектора	61
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	26
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	29
3.3	Продукция креативных индустрий	50
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	50
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	27

## Поддержка креативных индустрий

0.1586 РАНГ ▼ 66

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	1–19
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	61
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	65
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	29
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	72
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	25
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	43
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	67
4.4.11	Центры прототипирования	7
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Магаданская область

0.1282

РАНГ

68

## Социально-экономические условия

0.2052

РАНГ  
24

1.1	Благополучие и экономика	6
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	8
1.1.2	Городское население	3
1.1.3	Доходы населения	5
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	81
1.2	Образование	26
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	56
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	14
1.3	Интеллектуальная собственность	80
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	82–83
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	66
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	67–69
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	56
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	28
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	7
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	73
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	24
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	81–85

## Культурная среда

0.3701

РАНГ  
26

2.1	Охват населения музеями	80
2.2	Охват населения театрами	11
2.3	Охват населения концертными организациями	34–35
2.4	Охват населения библиотеками	10
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	68
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	80
2.8	Учащиеся школ искусств	3

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0085

РАНГ  
84

3.1	Активы креативных индустрий	78
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	77
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	82
3.2.1	Доля работников креативного сектора	70
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	74
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	81
3.3	Продукция креативных индустрий	82
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	82
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	77

## Поддержка креативных индустрий

0.1325

РАНГ  
71

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	5
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	14
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	43
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	1
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	2
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	4
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.0678 РАНГ 78

1.1	Благосостояние и экономика	44
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	85
1.1.2	Городское население	77
1.1.3	Доходы населения	85
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	3
1.2	Образование	13
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	73
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	3
1.3	Интеллектуальная собственность	83
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	84
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	67–68
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	83–85
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	84
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	84
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	70–72
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	83
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	85
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	81–85

## Культурная среда

0.0961 РАНГ 82

2.1	Охват населения музеями	30
2.2	Охват населения театрами	53–54
2.3	Охват населения концертными организациями	5
2.4	Охват населения библиотеками	84
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	83
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	58
2.8	Учащиеся школ искусств	85

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▲ ▼ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0344 РАНГ 77

3.1	Активы креативных индустрий	82
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	82
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	80
3.2.1	Доля работников креативного сектора	34
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	81
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	82
3.3	Продукция креативных индустрий	62
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	58
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	77

## Поддержка креативных индустрий

0.3613 РАНГ 32

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	16–23
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	1–29
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	81
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	81
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	78–85
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	9
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	23
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	7
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Камчатский край

0.1147

РАНГ

70

## Социально-экономические условия

0.1321

РАНГ

53

1.1	Благополучие и экономика	15
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	35
1.1.2	Городское население	22
1.1.3	Доходы населения	7
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	78
1.2	Образование	30
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	74
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	12
1.3	Интеллектуальная собственность	71
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	71
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	61–62
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	58–59
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	55
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	67
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	43
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	76
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	15
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	28

## Культурная среда

0.3715

РАНГ

25

2.1	Охват населения музеями	41
2.2	Охват населения театрами	31
2.3	Охват населения концертными организациями	9
2.4	Охват населения библиотеками	14
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	33
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	81
2.8	Учащиеся школ искусств	22

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0107

РАНГ

83

3.1	Активы креативных индустрий	81
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	81
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	71
3.2	Кадры креативных индустрий	83
3.2.1	Доля работников креативного сектора	79
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	79
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	72
3.3	Продукция креативных индустрий	79
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	78
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	77

## Поддержка креативных индустрий

0.1824

РАНГ

58

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	41
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	5
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	41
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	10
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	9
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85



## Социально-экономические условия

0.1689

РАНГ

39

1.1	Благосостояние и экономика	7
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	4
1.1.2	Городское население	11
1.1.3	Доходы населения	6
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	61
1.2	Образование	73
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	79–80
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	50
1.3	Интеллектуальная собственность	81
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	81
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	76
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	58–59
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	69–70
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	18
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	13–14
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	60
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	5
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	49

## Культурная среда

0.3924

РАНГ

19

2.1	Охват населения музеями	20
2.2	Охват населения театрами	43–44
2.3	Охват населения концертными организациями	11
2.4	Охват населения библиотеками	29
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	32
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	71
2.8	Учащиеся школ искусств	11

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0643

РАНГ

68

3.1	Активы креативных индустрий	53
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	41
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	72
3.2	Кадры креативных индустрий	66
3.2.1	Доля работников креативного сектора	58
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	51
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	80
3.3	Продукция креативных индустрий	76
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	80
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	43

## Поддержка креативных индустрий

0.0667

РАНГ

78

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	33
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	76
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	36
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	45
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	1
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Ненецкий автономный округ

0.1096

 РАНГ  
 - 72

## Социально-экономические условия

0.1628

 РАНГ  
 ▲ 41

1.1	Благополучие и экономика	3
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	1
1.1.2	Городское население	35–36
1.1.3	Доходы населения	3
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	43
1.2	Образование	81
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	85
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	26
1.3	Интеллектуальная собственность	74
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	75–76
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	83–85
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	39
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	61
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	85
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	85
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	82
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	82
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	81–85

## Культурная среда

0.1324

 РАНГ  
 ▲ 76

2.1	Охват населения музеями	51
2.2	Охват населения театрами	83–85
2.3	Охват населения концертными организациями	84–85
2.4	Охват населения библиотеками	57
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	25
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	28
2.8	Учащиеся школ искусств	31

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0158

 РАНГ  
 ▼ 81

3.1	Активы креативных индустрий	84–85
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	84–85
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	81
3.2.1	Доля работников креативного сектора	69
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	68
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	83
3.3	Продукция креативных индустрий	81
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	81
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	77

## Поддержка креативных индустрий

0.2112

 РАНГ  
 ▼ 53

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	50
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	8
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	78–85
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	75–85
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	2
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.1575

РАНГ  
43

1.1	Благополучие и экономика	23
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	46
1.1.2	Городское население	10
1.1.3	Доходы населения	13
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	71
1.2	Образование	16
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	16
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	18
1.3	Интеллектуальная собственность	66
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	63
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	43
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	73–75
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	60
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	50
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	37–38
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	71
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	45
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	11

## Культурная среда

0.3026

РАНГ  
42

2.1	Охват населения музеями	69
2.2	Охват населения театрами	43–44
2.3	Охват населения концертными организациями	33
2.4	Охват населения библиотеками	75
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	36
2.6	Охват населения цирками	4
2.7	Число объектов культурного наследия	66–67
2.8	Учащиеся школ искусств	78

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0796

РАНГ  
64

3.1	Активы креативных индустрий	59
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	51
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	63
3.2	Кадры креативных индустрий	61
3.2.1	Доля работников креативного сектора	73
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	70
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	19
3.3	Продукция креативных индустрий	59
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	54
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	60

## Поддержка креативных индустрий

0.0915

РАНГ  
74

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	39–57
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	25–51
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	42
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	30
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	38
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	77
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	28
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	31
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	57
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	53
4.4.11	Центры прототипирования	4
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Кемеровская область

0.1069

РАНГ  
74

## Социально-экономические условия

0.1052

РАНГ  
68

1.1	Благополучие и экономика	29
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	16
1.1.2	Городское население	7
1.1.3	Доходы населения	62
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	74
1.2	Образование	72
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	66–67
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	73
1.3	Интеллектуальная собственность	64
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	42–43
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	56
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	61–63
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	73
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	46
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	70–72
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	7
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	56
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	31

## Культурная среда

0.2746

РАНГ  
48

2.1	Охват населения музеями	47
2.2	Охват населения театрами	65
2.3	Охват населения концертными организациями	68
2.4	Охват населения библиотеками	49
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	5
2.6	Охват населения цирками	19
2.7	Число объектов культурного наследия	79
2.8	Учащиеся школ искусств	44

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0693

РАНГ  
65

3.1	Активы креативных индустрий	50
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	62
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	36
3.2	Кадры креативных индустрий	69
3.2.1	Доля работников креативного сектора	62
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	71
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	64
3.3	Продукция креативных индустрий	65
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	77
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	29

## Поддержка креативных индустрий

0.1761

РАНГ  
62

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	47
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	63
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	56
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	32
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	58
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	72
4.4.11	Центры прототипирования	5
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	11

# Чукотский автономный округ

0.1034

РАНГ  
75

## Социально-экономические условия

РАНГ 62

0.1127	1.1	Благосостояние и экономика	11
	1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	10
	1.1.2	Городское население	49
	1.1.3	Доходы населения	2
	1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	85
	1.2	Образование	85
	1.2.1	Ведущие университеты	7–85
	1.2.2	Численность студентов	83
	1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	47
	1.3	Интеллектуальная собственность	82
	1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	85
	1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	83–85
	1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	47–48
	1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	83
	1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
	1.4	Цифровизация	32
	1.4.1	Доля активных пользователей интернета	1
	1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	85
	1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	10
	1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	81–85

## Культурная среда

РАНГ 3

0.5774	2.1	Охват населения музеями	16
	2.2	Охват населения театрами	83–85
	2.3	Охват населения концертными организациями	13
	2.4	Охват населения библиотеками	11
	2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	3
	2.6	Охват населения цирками	28–85
	2.7	Число объектов культурного наследия	62–63
	2.8	Учащиеся школ искусств	4

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▲ ▼ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

РАНГ 79

0.0319	3.1	Активы креативных индустрий	75
	3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	78
	3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	62
	3.2	Кадры креативных индустрий	72
	3.2.1	Доля работников креативного сектора	85
	3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	46
	3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	73
	3.3	Продукция креативных индустрий	84
	3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	84
	3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	71

## Поддержка креативных индустрий

РАНГ 75

0.0753	4.1	Нормативная правовая база	21–79
	4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
	4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
	4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
	4.2	Организационное обеспечение	58–85
	4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
	4.2.2	Креативные кластеры	52–85
	4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
	4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
	4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
	4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
	4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
	4.4	Участие в федеральных программах	24
	4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
	4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	85
	4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
	4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
	4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	1–2
	4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
	4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
	4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
	4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	75–85
	4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	3
	4.4.11	Центры прототипирования	22–85
	4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Чеченская Республика

0.0913

РАНГ  
▲ 76

## Социально-экономические условия

0.1367 РАНГ ▼ 51

1.1	Благосостояние и экономика	77 ▲
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	84
1.1.2	Городское население	84
1.1.3	Доходы населения	68
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	9
1.2	Образование	8
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	40
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	5
1.3	Интеллектуальная собственность	76 ▲
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	74
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	79
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	55
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	43
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13
1.4	Цифровизация	26 ▼
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	5
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	79
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	37
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	69

## Культурная среда

0.0000 РАНГ ▲ 85

2.1	Охват населения музеями	73
2.2	Охват населения театрами	72
2.3	Охват населения концертными организациями	25
2.4	Охват населения библиотеками	78
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	82
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	54
2.8	Учащиеся школ искусств	84

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1139 РАНГ ▲ 54

3.1	Активы креативных индустрий	60 ▼
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	52
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	57 ▼
3.2.1	Доля работников креативного сектора	76
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	58
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	23 ▲
3.3	Продукция креативных индустрий	46 ▲
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	29
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	73

## Поддержка креативных индустрий

0.1366 РАНГ ▼ 68

4.1	Нормативная правовая база	21–79 ▼
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79 ▼
4.2	Организационное обеспечение	58–85 ▼
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85 ▼
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68 ▼
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85 ▼
4.4	Участие в федеральных программах	78 ▼
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	82
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	10
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	22
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	36
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	49
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	57
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.0683

РАНГ

77

1.1	Благополучие и экономика	73
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	31
1.1.2	Городское население	51–52
1.1.3	Доходы населения	74
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	70
1.2	Образование	78
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	75
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	74
1.3	Интеллектуальная собственность	59
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	79
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	17–19
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	42–43
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	67
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	53
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	47–49
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	55
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	81
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	25

## Культурная среда

0.2232

РАНГ

62

2.1	Охват населения музеями	31
2.2	Охват населения театрами	37
2.3	Охват населения концертными организациями	32
2.4	Охват населения библиотеками	54
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	31
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	82
2.8	Учащиеся школ искусств	66–67

## Экономика креативных индустрий

0.0439

РАНГ

73

3.1	Активы креативных индустрий	73
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	73
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	74
3.2.1	Доля работников креативного сектора	68
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	67
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	75
3.3	Продукция креативных индустрий	71
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	70
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	77

## Поддержка креативных индустрий

0.1694

РАНГ

64

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	53
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	20
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	24
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	12
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	13
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	18
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Курганская область

0.0736

 РАНГ  
 ▲ 78

## Социально-экономические условия

0.1164

 РАНГ  
 ▲ 60

1.1	Благосостояние и экономика	76
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	55
1.1.2	Городское население	64
1.1.3	Доходы населения	73
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	65
1.2	Образование	83
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	57
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	85
1.3	Интеллектуальная собственность	17
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	44
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	44
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	30
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	64
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	5–8
1.4	Цифровизация	65
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	59
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	44
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	42
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	74

## Культурная среда

0.3018

 РАНГ  
 ▼ 44

2.1	Охват населения музеями	53
2.2	Охват населения театрами	69
2.3	Охват населения концертными организациями	59–60
2.4	Охват населения библиотеками	5
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	11
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	39
2.8	Учащиеся школ искусств	48

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0967

 РАНГ  
 ▲ 61

3.1	Активы креативных индустрий	47
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	60
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	34
3.2	Кадры креативных индустрий	60
3.2.1	Доля работников креативного сектора	65
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	50
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	71
3.3	Продукция креативных индустрий	53
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	48
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	63

## Поддержка креативных индустрий

0.0201

 РАНГ  
 ▼ 83

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	72
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	29
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	40
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	22
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	29
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85



## Социально-экономические условия

0.0805

РАНГ  
76

1.1	Благосостояние и экономика	60
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	83
1.1.2	Городское население	78
1.1.3	Доходы населения	54
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	4
1.2	Образование	49
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	64
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	32
1.3	Интеллектуальная собственность	63
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	23
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	74
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	67–69
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	79
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	78
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	47–49
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	81
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	61
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	48

## Культурная среда

0.1054

РАНГ  
79

2.1	Охват населения музеями	62
2.2	Охват населения театрами	58
2.3	Охват населения концертными организациями	42
2.4	Охват населения библиотеками	71
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	78
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	61
2.8	Учащиеся школ искусств	73

## Экономика креативных индустрий

0.1498

РАНГ  
49

3.1	Активы креативных индустрий	65
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	59
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	68
3.2	Кадры креативных индустрий	44
3.2.1	Доля работников креативного сектора	20
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	43
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	76
3.3	Продукция креативных индустрий	35
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	22
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	72

## Поддержка креативных индустрий

0.0602

РАНГ  
82

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	38
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	83
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	19
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	19
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	75–85
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	32
4.4.11	Центры прототипирования	2
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

⬇️ ⬆️ – изменение ранга

## Амурская область

0.0517

РАНГ

▲ 80

## Социально-экономические условия

0.0850

РАНГ  
▲ 75

1.1	Благосостояние и экономика	72
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	33
1.1.2	Городское население	54–55
1.1.3	Доходы населения	19
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	82
1.2	Образование	61
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	53
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	58
1.3	Интеллектуальная собственность	70
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	56
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	57
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	79
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	59
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	39
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	17–18
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	72
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	59
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	78

## Культурная среда

0.1468

РАНГ  
▲ 74

2.1	Охват населения музеями	43
2.2	Охват населения театрами	67–68
2.3	Охват населения концертными организациями	50
2.4	Охват населения библиотеками	68
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	30
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	33
2.8	Учащиеся школ искусств	79

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0000

РАНГ  
– 85

3.1	Активы креативных индустрий	83
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	83
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	85
3.2.1	Доля работников креативного сектора	84
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	84
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	69
3.3	Продукция креативных индустрий	73
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	74
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	54

## Поддержка креативных индустрий

0.1365

РАНГ  
▼ 69

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	79
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	61
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	51
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	19
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	40
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	28
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.0022

РАНГ  
84

1.1	Благополучие и экономика	85
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	72
1.1.2	Городское население	85
1.1.3	Доходы населения	79
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	66
1.2	Образование	74
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	77
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	64
1.3	Интеллектуальная собственность	78
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	82–83
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	78
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	56
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	23
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	42
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	32–33
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	58
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	44
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	29

## Культурная среда

0.3216

РАНГ  
32

2.1	Охват населения музеями	66
2.2	Охват населения театрами	74
2.3	Охват населения концертными организациями	14
2.4	Охват населения библиотеками	9
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	43
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	26
2.8	Учащиеся школ искусств	42

## Экономика креативных индустрий

0.0638

РАНГ  
69

3.1	Активы креативных индустрий	84–85
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	84–85
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	59
3.2.1	Доля работников креативного сектора	46
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	65
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	56
3.3	Продукция креативных индустрий	78
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	76
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	77

## Поддержка креативных индустрий

0.0604

РАНГ  
81

4.1	Нормативная правовая база	80–85
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	80–85
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	30–68
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	1–57
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	37
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	9
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	78–85
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	3
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	6
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

# Республика Дагестан

0.0303

 РАНГ  
 82

## Социально-экономические условия

0.0920

 РАНГ  
 74

1.1	Благосостояние и экономика	37
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	79
1.1.2	Городское население	82
1.1.3	Доходы населения	55
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	2
1.2	Образование	68
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	69
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	65
1.3	Интеллектуальная собственность	79
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	58
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	80
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	73–75
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	77
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	43
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	19
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	78
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	51
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	71

## Культурная среда

0.0633

 РАНГ  
 83

2.1	Охват населения музеями	82
2.2	Охват населения театрами	76
2.3	Охват населения концертными организациями	69
2.4	Охват населения библиотеками	70
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	77
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	12
2.8	Учащиеся школ искусств	83

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.1002

 РАНГ  
 60

3.1	Активы креативных индустрий	30
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	18
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	48
3.2	Кадры креативных индустрий	71
3.2.1	Доля работников креативного сектора	55
3.2.2	Зарплата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	76
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	65
3.3	Продукция креативных индустрий	54
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	47
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	75

## Поддержка креативных индустрий

0.0000

 РАНГ  
 85

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	85
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	84
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	17
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	65
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	75–85
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	78
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Социально-экономические условия

0.0000

РАНГ  
85

1.1	Благосостояние и экономика	84
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	70
1.1.2	Городское население	76
1.1.3	Доходы населения	82
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	77
1.2	Образование	41
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	63
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	23
1.3	Интеллектуальная собственность	85
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	77
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	81
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	83–85
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	85
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	79
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	32–33
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	84
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	65
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	68

## Культурная среда

0.2641

РАНГ  
54

2.1	Охват населения музеями	84
2.2	Охват населения театрами	5
2.3	Охват населения концертными организациями	45
2.4	Охват населения библиотеками	47
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	17
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	74
2.8	Учащиеся школ искусств	69–70

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0588

РАНГ  
70

3.1	Активы креативных индустрий	72
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	72
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	63
3.2.1	Доля работников креативного сектора	39
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	75
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	55
3.3	Продукция креативных индустрий	74
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	72
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	77

## Поддержка креативных индустрий

0.0695

РАНГ  
77

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	29
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	28
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	3
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	5
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	37
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	11
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

## Забайкальский край

0.0194

РАНГ

84

## Социально-экономические условия

0.0597

РАНГ  
80

1.1	Благосостояние и экономика	33
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	53
1.1.2	Городское население	47
1.1.3	Доходы населения	34
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	22
1.2	Образование	76
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	54
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	83
1.3	Интеллектуальная собственность	84
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	80
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	82
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	83–85
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	78
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	55
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	55–57
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	69
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	64
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	7

## Культурная среда

0.2724

РАНГ  
50

2.1	Охват населения музеями	68
2.2	Охват населения театрами	30
2.3	Охват населения концертными организациями	28
2.4	Охват населения библиотеками	27
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	51
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	32
2.8	Учащиеся школ искусств	53

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

▼ ▲ – изменение ранга

## Экономика креативных индустрий

0.0128

РАНГ  
82

3.1	Активы креативных индустрий	79
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	79
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	69
3.2	Кадры креативных индустрий	84
3.2.1	Доля работников креативного сектора	82
3.2.2	Заработная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	78
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	70
3.3	Продукция креативных индустрий	77
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	75
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	77

## Поддержка креативных индустрий

0.0077

РАНГ  
84

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	84
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	73
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	62
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	24
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	35
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	38
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

# Еврейская автономная область

0.0000

РАНГ

85

## Социально-экономические условия

0.0247

РАНГ  
83

1.1	Благосостояние и экономика	81
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого	67
1.1.2	Городское население	45–46
1.1.3	Доходы населения	37
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни	84
1.2	Образование	71
1.2.1	Ведущие университеты	7–85
1.2.2	Численность студентов	76
1.2.3	Взрослое население с высшим образованием	54
1.3	Интеллектуальная собственность	72
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения	37
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели	83–85
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы	66
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	82
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	13–85
1.4	Цифровизация	69
1.4.1	Доля активных пользователей интернета	67
1.4.2	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	77
1.4.3	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	31
1.4.4	Затраты на сквозные цифровые технологии	5

## Культурная среда

0.0318

РАНГ  
84

2.1	Охват населения музеями	61
2.2	Охват населения театрами	4
2.3	Охват населения концертными организациями	83
2.4	Охват населения библиотеками	81
2.5	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	58
2.6	Охват населения цирками	28–85
2.7	Число объектов культурного наследия	73
2.8	Учащиеся школ искусств	72

## Экономика креативных индустрий

0.0389

РАНГ  
76

3.1	Активы креативных индустрий	68
3.1.1	Доля креативных индустрий в стоимости основных средств	63
3.1.2	Доля креативных индустрий в стоимости нематериальных активов	73–85
3.2	Кадры креативных индустрий	78
3.2.1	Доля работников креативного сектора	80
3.2.2	Зароботная плата работников креативных индустрий в процентах к средней по региону	80
3.2.3	Численность студентов креативных специальностей	45
3.3	Продукция креативных индустрий	69
3.3.1	Доля креативных индустрий в общем объеме выручки	67
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	69

## Поддержка креативных индустрий

0.0700

РАНГ  
76

4.1	Нормативная правовая база	21–79
4.1.1	Региональный закон о креативных индустриях	6–85
4.1.2	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	18–85
4.1.3	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	1–79
4.2	Организационное обеспечение	58–85
4.2.1	Институты поддержки креативных индустрий	30–85
4.2.2	Креативные кластеры	52–85
4.3	Региональные финансовые льготы	69–85
4.3.1	Льготная ставка налога на имущество	58–85
4.3.2	Льготная ставка налога на прибыль	25–85
4.3.3	Наличие системы рибейтов	20–85
4.3.4	Социальная поддержка работников организаций индустрии ИТ	4–85
4.4	Участие в федеральных программах	28
4.4.1	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	41–85
4.4.2	Проекты – победители грантовых конкурсов Президентского фонда культурных инициатив	44
4.4.3	Организации народных художественных промыслов и ремесел, получающие федеральную поддержку	34–85
4.4.4	Кинопроизводители, получившие федеральную поддержку	16–85
4.4.5	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	57
4.4.6	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	42–85
4.4.7	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	7–85
4.4.8	Школы креативных индустрий	50–85
4.4.9	Точки концентрации талантов «Гений места»	1
4.4.10	Инклюзивные творческие лаборатории	5
4.4.11	Центры прототипирования	22–85
4.4.12	Колледжи креативных индустрий	16–85

Положение относительно региона-лидера

0.XXX – значение индекса

↕ ↗ – изменение ранга





# Список литературы

НИУ ВШЭ (2021) Креативная экономика Москвы в цифрах. М.: НИУ ВШЭ.

НИУ ВШЭ (2022a) Креативный класс России: портрет в цифрах // Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала. Научный дайджест. Спецвыпуск. <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/807171541.pdf> (дата обращения: 06.11.2024).

НИУ ВШЭ (2022b) Креативные специализации российских городов // Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала. Научный дайджест. Спецвыпуск. [https://www.hse.ru/data/2022/02/17/1747882405/Human\\_Capital\\_NCMU\\_Digest\\_Special\\_Issue\\_Creative\\_Cities\\_02-2022.pdf](https://www.hse.ru/data/2022/02/17/1747882405/Human_Capital_NCMU_Digest_Special_Issue_Creative_Cities_02-2022.pdf) (дата обращения: 06.11.2024).

НИУ ВШЭ (2023a) Рейтинг креативных регионов России. Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала. Научный дайджест. Спецвыпуск № 3. <https://issek.hse.ru/news/872668632.html> (дата обращения: 06.11.2024).

НИУ ВШЭ (2023b) Креативная экономика Москвы: актуальное состояние и динамика развития за период 2019–2022. <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/864025672.pdf> (дата обращения: 27.11.2024).

Higgs P., Cunningham S., Bakhsh H. (2008) Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom. NESTA. [https://media.nesta.org.uk/documents/beyond\\_the\\_creative\\_industries\\_report.pdf](https://media.nesta.org.uk/documents/beyond_the_creative_industries_report.pdf) (дата обращения: 06.11.2024).

UNCTAD (2022) Creative Industry 4.0: Towards a New Globalized Creative Economy. [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3_en.pdf) (дата обращения: 06.11.2024).

UNESCO (2022) Reshaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good. Paris: UNESCO.

UNESCO Institute for Statistics (2024) data on cultural employment. On-line database. <https://data.uis.unesco.org/> (дата обращения: 24.09.2024).

World Bank Group (2024) Creative Industries Sector. <https://www.ifc.org/en/what-we-do/sector-expertise/creative-industries> (дата обращения: 24.09.2024).

# ПРИЛОЖЕНИЯ

# Приложение 1.

## Собирательная классификационная группировка креативного сектора

Виды экономической деятельности, включенные в Собирательную группировку – 2024, представлены в таблице П1.

Табл. П1. Собирательная классификационная группировка видов экономической деятельности «Креативный сектор» на основе ОКВЭД2

	Код	Наименование
<b>I. Креативные индустрии</b>		
Музыка	47.63	Торговля розничная музыкальными и видеозаписями в специализированных магазинах
	59.20	Деятельность в области звукозаписи и издания музыкальных произведений
	90.03.1	Деятельность композиторов
Исполнительские искусства	74.90.8	Деятельность агентств и агентов, действующих от имени физических лиц, и обычно связанную с заключением контрактов (договоров) на участие в кинофильмах, театральных постановках и других развлекательных или спортивных мероприятиях, а также с предложением книг, пьес, предметов изобразительного искусства, фотографий и аналогичных предметов издателям, продюсерам
	79.90.31	Деятельность по бронированию билетов на культурно-развлекательные мероприятия
	90.01	Деятельность в области исполнительских искусств
	90.02	Деятельность вспомогательная, связанная с исполнительскими искусствами
	90.04	Деятельность учреждений культуры и искусства
Кино и сериалы	59.11.9	Производство прочих кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ
	59.12	Деятельность монтажно-компоновочная в области производства кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ
	59.13	Деятельность по распространению кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ
	59.14	Деятельность в области демонстрации кинофильмов
Анимация	59.11.1	Производство анимационных фильмов
Видеоигры	58.21	Издание компьютерных игр

(продолжение)

	Код	Наименование
Программное обеспечение	46.51.2	Торговля оптовая программным обеспечением
	47.41.2	Торговля розничная программным обеспечением в специализированных магазинах
	58.29	Издание прочих программных продуктов
	62.01	Разработка компьютерного программного обеспечения
	62.02	Деятельность консультативная и работы в области компьютерных технологий
Медиа и СМИ	46.49.32	Торговля оптовая газетами и журналами
	47.62.1	Торговля розничная газетами и журналами в специализированных магазинах
	58.13	Издание газет
	58.14	Издание журналов и периодических изданий
	60.10	Деятельность в области радиовещания
	60.20	Деятельность в области телевизионного вещания
	63.12	Деятельность веб-порталов
	63.91	Деятельность информационных агентств
Книжное дело	46.49.31	Торговля оптовая книгами
	47.61	Торговля розничная книгами в специализированных магазинах
	47.79.2	Торговля розничная букинистическими книгами
	58.11	Издание книг
	58.12	Издание адресных справочников и списков адресатов
	58.19	Виды издательской деятельности прочие
	74.30	Деятельность по письменному и устному переводу
Реклама и пиар	70.21	Деятельность в сфере связей с общественностью
	73.11	Деятельность рекламных агентств
	73.12	Представление в средствах массовой информации
Арт-индустрия	47.78.5	Деятельность коммерческих художественных галерей, торговля розничная произведениями искусства в коммерческих художественных галереях
	47.79.1	Торговля розничная предметами антиквариата
	47.79.4	Деятельность аукционных домов по розничной торговле

(продолжение)

Код	Наименование	
47.91.3	Торговля розничная через интернет-аукционы	
74.20	Деятельность в области фотографии	
90.03.2	Деятельность художников	
90.03.9	Деятельность в области художественного творчества прочая	
Народные художественные промыслы и ремесла	32.99.8	Производство изделий народных художественных промыслов
	47.78.3	Торговля розничная сувенирами, изделиями народных художественных промыслов
Культурное наследие, отдых, развлечения	79.90.22	Деятельность самостоятельных экскурсоводов и гидов по предоставлению экскурсионных туристических услуг
	91.01	Деятельность библиотек и архивов
	91.02	Деятельность музеев
	91.03	Деятельность по охране исторических мест и зданий, памятников культуры
	93.21	Деятельность парков культуры и отдыха и тематических парков
Дизайн	74.10	Деятельность специализированная в области дизайна
Архитектура и урбанистика	71.11	Деятельность в области архитектуры
Мода	14.11	Производство одежды из кожи
	14.13	Производство прочей верхней одежды
	14.14	Производство нательного белья
	14.19	Производство прочей одежды и аксессуаров одежды
	14.2	Производство меховых изделий
	14.3	Производство вязаных и трикотажных изделий одежды
	15.12	Производство чемоданов, дамских сумок и аналогичных изделий из кожи и других материалов; производство шорно-седельных и других изделий из кожи
	15.2	Производство обуви
	46.16.2	Деятельность агентов по оптовой торговле одеждой, изделиями из меха и обувью
	46.16.3	Деятельность агентов по оптовой торговле изделиями из кожи и дорожными принадлежностями
	46.42	Торговля оптовая одеждой и обувью;

(продолжение)

Код	Наименование	
46.49.44	Торговля оптовая изделиями из кожи и дорожными аксессуарами	
47.51.2	Торговля розничная галантерейными изделиями в специализированных магазинах	
47.71	Торговля розничная одеждой в специализированных магазинах	
47.72	Торговля розничная обувью и изделиями из кожи в специализированных магазинах	
47.82	Торговля розничная в нестационарных торговых объектах и на рынках текстилем, одеждой и обувью	
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
	32.12.5	Производство ювелирных изделий, медалей из драгоценных металлов и драгоценных камней
	32.12.6	Изготовление ювелирных изделий и аналогичных изделий по индивидуальному заказу населения
	32.12.7	Обработка янтаря и производство изделий из янтаря
	32.13	Производство бижутерии и подобных товаров
	46.48.2	Торговля оптовая ювелирными изделиями
	47.77.2	Торговля розничная ювелирными изделиями в специализированных магазинах
	47.91.21	Торговля розничная ювелирными изделиями из драгоценных металлов и/или драгоценных камней дистанционным способом посредством сети Интернет
Гастрономия	56.10.1	Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания

## II. Сопутствующие виды деятельности

Оборудование и материалы	13.1	Подготовка и прядение текстильных волокон
	13.2	Производство текстильных тканей
	13.3	Отделка тканей и текстильных изделий
	13.91	Производство трикотажного и вязаного полотна
	13.95	Производство нетканых текстильных материалов и изделий из них, кроме одежды

(продолжение)

Код	Наименование	
13.96	Производство прочих технических и промышленных текстильных изделий	
13.99	Производство прочих текстильных изделий, не включенных в другие группировки	
15.11	Дубление и выделка кожи, выделка и крашение меха	
18.1	Деятельность полиграфическая и предоставление услуг в этой области	
25.99.25	Производство фурнитуры из недрагоценных металлов для одежды, обуви, кожгалантереи и прочих изделий, в том числе крючков, пряжек, застежек, петелек, колечек, трубчатых и раздвоенных заклепок и др.	
26.2	Производство компьютеров и периферийного оборудования	
26.30.17	Производство радио- и телевизионной передающей аппаратуры	
26.30.18	Производство телевизионных камер	
26.30.5	Производство запасных частей и комплектующих радио- и телевизионной передающей аппаратуры и телевизионных камер	
26.4	Производство бытовой электроники	
26.70.1	Производство фото- и кинооборудования	
26.70.7	Производство пленочных и цифровых фото- и кинокамер	
26.8	Производство незаписанных магнитных и оптических технических носителей информации	
32.12.3	Обработка алмазов	
32.2	Производство музыкальных инструментов	
77.39.24	Аренда и лизинг профессиональной радио- и телевизионной аппаратуры и аппаратуры связи	
Дизайн-интенсивные производства	13.92	Производство готовых текстильных изделий, кроме одежды
	13.93	Производство ковров и ковровых изделий
	14.12	Производство спецодежды
	16.29.13	Производство деревянных статуэток и украшений из дерева, мозаики и инкрустированного дерева, шкатулок, футляров для ювелирных изделий или ножей
	16.29.14	Производство деревянных рам для картин, фотографий, зеркал или аналогичных предметов и прочих изделий из дерева

Код	Наименование
16.29.3	Изготовление изделий из дерева, пробки, соломки и материалов для плетения, корзиночных и плетеных изделий по индивидуальному заказу населения
23.13.5	Производство украшений для интерьера и аналогичных изделий из стекла или хрустала
23.41.3	Производство статуэток и прочих декоративных керамических изделий
25.99.24	Производство статуэток, рам для фотографий, картин, зеркал и прочих декоративных изделий из недрагоценных металлов
25.99.3	Изготовление готовых металлических изделий хозяйственного назначения по индивидуальному заказу населения
31.02.2	Изготовление кухонной мебели по индивидуальному заказу населения
31.09.2	Изготовление прочей мебели и отдельных мебельных деталей, не включенных в другие группировки по индивидуальному заказу населения
32.3	Производство спортивных товаров
32.4	Производство игр и игрушек
Специализированное образование	85.41.2 Образование в области культуры
Организация выставок и мероприятий	82.3 Деятельность по организации конференций и выставок
	94.99.6 Деятельность организаций по проведению культурных и развлекательных мероприятий

ИСТОЧНИК: СОСТАВЛЕНО АВТОРАМИ.

Собирательная группировка – 2024 отличается высоким уровнем детализации видов экономической деятельности и построена на кодах ОКВЭД2, задаваемых четырьмя и пятью знаками (т.е. на видах экономической деятельности и подгруппах ОКВЭД2).

В связи с низкой представленностью статистических данных по видам экономической деятельности и подгруппам ОКВЭД2 в разрезе субъектов Российской Федерации, на основе Собирательной группировки – 2024 была разработана укрупненная классификационная группировка «Креативный сектор в регионах России», включающая преимущественно коды ОКВЭД2, задаваемые тремя знаками (группы ОКВЭД2) (табл. П2). Укрупненная классификационная группировка «Креативный сектор в регионах России» использовалась при расчете следующих показателей:



- 3.1.1. Удельный вес организаций креативного сектора в общей стоимости внеоборотных активов юридических лиц;
- 3.1.2. Удельный вес организаций креативного сектора в общей стоимости нематериальных активов юридических лиц;
- 3.2.1. Удельный вес организаций креативного сектора в общей численности работников;
- 3.2.2. Отношение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников организаций креативного сектора к среднемесячной начисленной заработной плате в регионе;
- 3.3.1. Удельный вес организаций креативного сектора в общем объеме выручки от продажи товаров, продукции, работ, услуг по данным бухгалтерской отчетности.

Табл. П2. Укрупненная классификационная группировка «Креативный сектор в регионах России»

	Код	Вид деятельности
<b>I. Креативные индустрии</b>		
Музыка, исполнительские искусства и арт-индустрия	59.2	Деятельность в области звукозаписи и издания музыкальных произведений
	90	Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений
	47.63	Торговля розничная музыкальными и видеозаписями в специализированных магазинах
	74.90.8	Деятельность агентств и агентов, действующих от имени физических лиц, и обычно связанную с заключением контрактов (договоров) на участие в кинофильмах, театральных постановках и других развлекательных или спортивных мероприятиях, а также с предложением книг, пьес, предметов изобразительного искусства, фотографий и аналогичных предметов издателям, продюсерам
	74.2	Деятельность в области фотографии
	47.78.5	Деятельность коммерческих художественных галерей, торговля розничная произведениями искусства в коммерческих художественных галереях
	47.79.1	Торговля розничная предметами антиквариата
	47.79.4	Деятельность аукционных домов по розничной торговле
Кино, сериалы и анимация	59.1	Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ

(продолжение)

	Код	Вид деятельности
Программное обеспечение и видеоигры	62	Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги
	58.2	Издание программного обеспечения
	46.51.2	Торговля оптовая программным обеспечением
	47.41.2	Торговля розничная программным обеспечением в специализированных магазинах
Книжное дело, медиа и СМИ	58.1	Издание книг, периодических публикаций и другие виды издательской деятельности
	60	Деятельность в области телевизионного и радиовещания
	63.1	Деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации, деятельность порталов в информационно-коммуникационной сети Интернет
	46.49.3	Торговля оптовая книгами, газетами и журналами, писчебумажными и канцелярскими товарами
	47.62	Торговля розничная газетами и канцелярскими товарами в специализированных магазинах
	74.3	Деятельность по письменному и устному переводу
	47.61	Торговля розничная книгами в специализированных магазинах
	47.79.2	Торговля розничная букинистическими книгами
Реклама и пиар	70.21	Деятельность в сфере связей с общественностью
	73.1	Деятельность рекламная
Народные художественные промыслы и ремесла	32.99.8	Производство изделий народных художественных промыслов
	47.78.3	Торговля розничная сувенирами, изделиями народных художественных промыслов
Культурное наследие, отдых и развлечения	79.9	Услуги по бронированию прочие и сопутствующая деятельность
	91	Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры
	93.2	Деятельность в области отдыха и развлечений
Дизайн	74.1	Деятельность специализированная в области дизайна
Архитектура и урбанистика	71.11	Деятельность в области архитектуры

(продолжение)

	Код	Вид деятельности
Мода	14	Производство одежды
	15	Производство кожи и изделий из кожи
	46.16	Деятельность агентов по оптовой торговле текстильными изделиями, одеждой, обувью, изделиями из кожи и меха
	46.42	Торговля оптовая одеждой и обувью
	46.48	Торговля оптовая часами и ювелирными изделиями
	46.49.4	Торговля оптовая прочими потребительскими товарами
	47.51	Торговля розничная текстильными изделиями в специализированных магазинах
	47.71	Торговля розничная одеждой в специализированных магазинах
	47.72	Торговля розничная обувью и изделиями из кожи в специализированных магазинах
	47.82	Торговля розничная в нестационарных торговых объектах и на рынках текстилем, одеждой и обувью
	47.91	Торговля розничная по почте или по информационно-коммуникационной сети Интернет
Ювелирное дело	47.77.2	Торговля розничная ювелирными изделиями в специализированных магазинах
	32.1	Производство ювелирных изделий, бижутерии и подобных товаров
Гастрономия	56.10.1	Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания

## II. Сопутствующие виды деятельности

Оборудование и материалы	32.2	Производство музыкальных инструментов
	26.4	Производство бытовой электроники
	26.7	Производство оптических приборов, фото- и кинооборудования
	26.8	Производство незаписанных магнитных и оптических технических носителей информации
	26.2	Производство компьютеров и периферийного оборудования
	26.30.1	Производство коммуникационной аппаратуры, радио- и телевизионной передающей аппаратуры, телевизионных камер
	26.30.5	Производство запасных частей и комплектующих радио- и телевизионной передающей аппаратуры и телевизионных камер

Код	Вид деятельности	
77.39.24	Аренда и лизинг профессиональной радио- и телевизионной аппаратуры и аппаратуры связи	
18.1	Деятельность полиграфическая и предоставление услуг в этой области	
13	Производство текстильных изделий	
25.99.25	Производство фурнитуры из недрагоценных металлов для одежды, обуви, кожгалантереи и прочих изделий, в том числе крючков, пряжек, застежек, петелек, колечек, трубчатых и раздвоенных заклепок и др.	
Дизайн-интенсивные производства	16.29	Производство прочих деревянных изделий; производство изделий из пробки, соломки и материалов для плетения
	23.13	Производство полых стеклянных изделий
	23.41	Производство хозяйственных и декоративных керамических изделий
	25.99	Производство прочих готовых металлических изделий, не включенных в другие группировки
	31.02	Производство кухонной мебели
	31.09	Производство прочей мебели
	32.3	Производство спортивных товаров
	32.4	Производство игр и игрушек
Специализированное образование	85.41.2	Образование в области культуры
Организация выставок и мероприятий	82.3	Деятельность по организации конференций и выставок
	94.99.6	Деятельность организаций по проведению культурных и развлекательных мероприятий

## Приложение 2. Система показателей рейтинга

Разработанная в 2023 г. система показателей рейтинга креативных регионов России была усовершенствована за счет внесения ряда изменений.

1. Показатель «ВРП на душу населения» заменен на показатель «ВРП в расчете на одного занятого в экономике региона».
2. Показатель «Удельный вес населения, имеющего высшее образование, в общей численности рабочей силы в возрасте 15 лет и старше» в связи с отсутствием данных за новый период заменен на показатель «Удельный вес населения в возрасте 25–64 лет, имеющего высшее образование, в общей численности населения данной возрастной группы».
3. В тематический раздел «Культурная среда» для более полного отражения уровня развития культурного сектора региональной экономики добавлен показатель «Численность зрителей цирковых представлений в тысячах в расчете на 10 тыс. чел. населения».
4. Показатель «Наличие пониженной налоговой ставки налога на совокупный доход в рамках упрощенной системы налогообложения» исключен из тематического раздела «Поддержка креативных индустрий» в связи с наличием такой льготы у большинства регионов.
5. Показатель «Наличие особых экономических зон технико-внедренческого типа, специализированных на развитии креативных индустрий» исключен в связи с отсутствием специализированных ОЭЗ для организаций креативных индустрий (за исключением сферы информационных технологий, частично пересекающейся с креативными индустриями).
6. В рубрику «Региональные налоговые льготы» добавлен показатель «Наличие функционирующей системы рибейта», что связано с расширением практики рибейтов и ростом киноиндустрии в целом.
7. В рубрику «Региональные налоговые льготы» добавлен показатель «Наличие мер социальной поддержки для работников организаций в области информационных технологий» в связи с наличием регионов, субсидирующих ставку по ипотеке для сотрудников организаций ИТ.
8. Для более полного охвата государственной поддержки в индустрии кино и сериалов показатель «Число организаций, прошедших отбор на получение субсидий Минкультуры России на производство игровых и неигровых фильмов, в расчете на 10 тыс. чел. населения» заменен

на показатель «Число организаций индустрии кино и сериалов, получивших поддержку Минкультуры России и (или) Фонда кино, в расчете на 10 тыс. чел. населения».

9. В рубрику «Участие в федеральных программах» добавлен показатель «Число центров прототипирования» в связи с появлением новой федеральной меры поддержки, направленной на создание таких центров.
10. В рубрику «Участие в федеральных программах» добавлен показатель «Число колледжей креативных индустрий и образовательных программ, реализованных в рамках программы "Профессионалитет"» в связи с появлением новой федеральной меры поддержки, направленной на развитие среднего профессионального образования в области креативных индустрий.

**Табл. ПЗ. Перечень показателей рейтинга креативных регионов России по рубрикам и тематическим разделам**

№	Полное наименование показателя	Краткое наименование показателя	Источник данных	Год
<b>1. Социально-экономические условия</b>				
1.1. Благосостояние и экономика				
1.1.1	ВРП в расчете на одного занятого в экономике региона, тыс. руб.	ВРП на одного занятого	Росстат, ЕМИСС	2022
1.1.2	Удельный вес городского населения в общей численности населения, %	Городское население	Росстат, ЕМИСС	2023
1.1.3	Среднедушевые денежные доходы населения, руб.	Доходы населения	Росстат	2023
1.1.4	Ожидаемая продолжительность жизни при рождении (прогноз) в 2030 году, лет	Ожидаемая продолжительность жизни	Росстат	2023
1.2. Образование				
1.2.1	Число образовательных организаций высшего образования, входящих в топ-500 Московского международного рейтинга вузов «Три миссии университета», ед.	Ведущие университеты	Официальный сайт Московского международного рейтинга вузов «Три миссии университета»	2023

(продолжение)

№	Полное наименование показателя	Краткое наименование показателя	Источник данных	Год
1.2.2	Численность студентов государственных, муниципальных и негосударственных образовательных организаций, реализующих программы высшего образования, в расчете на 10 тыс. чел. населения, чел.	Численность студентов	Минобрнауки России, форма № ВПО-1	2023
1.2.3	Удельный вес населения в возрасте 25–64 лет, имеющего высшее образование, в общей численности населения данной возрастной группы, %	Взрослое население с высшим образованием	Росстат, выборочное обследование рабочей силы	2023
<b>1.3. Интеллектуальная собственность</b>				
1.3.1	Число патентных заявок на изобретения, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет, ед.	Число патентных заявок на изобретения	Роспатент	2023
1.3.2	Число патентных заявок на полезные модели, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет, ед.	Число патентных заявок на полезные модели	Роспатент	2023
1.3.3	Число патентных заявок на промышленные образцы, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет, ед.	Число патентных заявок на промышленные образцы	Роспатент	2023
1.3.4	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания, поданных в Роспатент, в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет, ед.	Число заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания	Роспатент	2023
1.3.5	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров в расчете на 10 тыс. чел. занятых в экономике в возрасте 15–72 лет, ед.	Число географических указаний и наименований мест происхождения товаров	Роспатент, Открытый реестр географических указаний и наименований мест происхождения товаров	2023

(продолжение)

№	Полное наименование показателя	Краткое наименование показателя	Источник данных	Год
<b>1.4. Цифровизация</b>				
1.4.1	Удельный вес активных пользователей интернета в общей численности населения в возрасте 15–72 лет, %	Доля активных пользователей интернета	Росстат, форма № 1-ИТ	2023
1.4.2	Удельный вес организаций, имеющих широкополосный доступ к интернету с максимальной скоростью передачи данных выше 100 Мбит/с, в общем числе организаций, %	Доля организаций с доступом к высокоскоростному интернету	Росстат, форма № 3-информ	2022
1.4.3	Затраты организаций на обучение сотрудников цифровым навыкам в расчете на одного работника, тыс. руб.	Затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам	Росстат, форма № 3-информ	2022
1.4.4	Затраты организаций на сквозные (передовые) цифровые технологии в расчете на одного работника, тыс. руб.	Затраты на сквозные цифровые технологии	Росстат, форма № 3-информ	2022
<b>2. Культурная среда</b>				
2.1	Число посещений музея в расчете на 10 тыс. чел. населения, ед.	Охват населения музеями	Минкультуры России, форма № 8-НК	2023
2.2	Численность зрителей театров в расчете на 10 тыс. чел. населения, чел.	Охват населения театрами	Минкультуры России, форма № 9-НК	2023
2.3	Численность зрителей концертов и иных мероприятий, включая виртуальные, проведенных концертными организациями в пределах своего региона, в расчете на 10 тыс. чел. населения, чел.	Охват населения концертными организациями	Минкультуры России, форма № 12-НК	2023
2.4	Число посещений библиотеки в расчете на 10 тыс. чел. населения, ед.	Охват населения библиотеками	Минкультуры России, форма № 6-НК	2023
2.5	Число посещений культурно-массовых мероприятий в тысячах в расчете на 10 тыс. чел. населения, ед.	Охват населения культурно-досуговыми учреждениями	Минкультуры России, форма № 7-НК	2023



(продолжение)

№	Полное наименование показателя	Краткое наименование показателя	Источник данных	Год
2.6	Численность зрителей цирковых представлений в тысячах в расчете на 10 тыс. чел. населения, чел.	Охват населения цирками	Минкультуры России, форма № 13-НК	2023
2.7	Число объектов культурного наследия регионального и федерального значения, ед.	Число объектов культурного наследия	Минкультуры России, форма № 1-ОПИК	2023
2.8	Удельный вес учащихся школ искусств в общей численности населения в возрасте от 7 до 15 лет, %	Учащиеся школ искусств	Минкультуры России, форма № 1-ДШИ	2023

### 3. Экономика креативных индустрий

#### 3.1. Активы креативных индустрий

3.1.1	Удельный вес организаций креативного сектора в общей стоимости основных средств юридических лиц, %	Доля креативного сектора в стоимости основных средств	Росстат, ЕМИСС, расчеты Росстата на основе формы № П-3	2023
3.1.2	Удельный вес организаций креативного сектора в общей стоимости нематериальных активов юридических лиц, %	Доля креативного сектора в стоимости нематериальных активов	Росстат, ЕМИСС, расчеты Росстата на основе формы № П-3	2023

#### 3.2. Кадры креативных индустрий

3.2.1	Удельный вес организаций креативного сектора в общей численности работников, %	Доля работников креативного сектора	Росстат, ЕМИСС, формы № 1-Т, П-4, ПМ, МП (микро)	2023
3.2.2	Отношение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников организаций креативного сектора к среднемесячной начисленной заработной плате в регионе, %	Заработная плата работников креативного сектора в процентах к средней в регионе	Росстат, ЕМИСС, формы № МП (микро), 1-Т (условия труда), П-4, ПМ	2023
3.2.3	Численность студентов государственных, муниципальных и негосударственных образовательных учреждений, реализующих программы высшего и среднего профессионального образования, обучающихся по специальностям в сфере креативных индустрий, в расчете на 10 тыс. чел. населения, чел.	Численность студентов по специальностям в сфере креативных индустрий	Росстат, формы № ВПО-1, № СПО-1	2023

(продолжение)

№	Полное наименование показателя	Краткое наименование показателя	Источник данных	Год
<b>3.3. Продукция креативных индустрий</b>				
3.3.1	Удельный вес организаций креативного сектора в общем объеме выручки от продажи товаров, продукции, работ, услуг по данным бухгалтерской отчетности, %	Доля креативного сектора в общем объеме выручки от продажи товаров, продукции, работ, услуг	Росстат, ЕМИСС, расчеты Росстата по данным ФНС России	2023
3.3.2	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг частным лицам в сфере культуры и отдыха, тыс. долл. США в расчете на 1 тыс. руб. ВРП	Экспорт телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг и услуг в сфере культуры и отдыха	Банк России	2023
<b>4. Поддержка креативных индустрий</b>				
<b>4.1. Нормативная правовая база</b>				
4.1.1	Наличие специализированного законодательного акта, определяющего основные принципы, направления и меры государственной поддержки креативных индустрий	Региональный закон о креативных индустриях	Открытые источники: интернет-ресурсы органов государственной власти субъектов Российской Федерации, специализированные базы региональных правовых актов	2023
4.1.2	Наличие стратегии, концепции или дорожной карты развития креативных индустрий	Стратегии, концепции, дорожные карты развития креативных индустрий	Открытые источники: интернет-ресурсы органов государственной власти субъектов Российской Федерации, специализированные базы региональных правовых актов	2023
4.1.3	Наличие креативных индустрий (как группы, так и отдельных) в приоритетах, целях, задачах и направлениях социально-экономической политики	Цели и задачи развития креативных индустрий в стратегии	Действующие стратегии социально-экономического развития субъектов Российской Федерации	2023
<b>4.2. Организационное обеспечение</b>				
4.2.1	Наличие институтов поддержки креативных индустрий (фондов, агентств)	Институты поддержки креативных индустрий	Открытые источники: интернет-ресурсы органов государственной власти субъектов Российской Федерации, специализированные базы региональных правовых актов	2024

(продолжение)

№	Полное наименование показателя	Краткое наименование показателя	Источник данных	Год
4.2.2	Число креативных кластеров, ед.	Креативные кластеры	Открытые источники: интернет-ресурсы органов государственной власти субъектов Российской Федерации, специализированные базы региональных правовых актов, база данных ЕГРЮЛ, официальные сайты центров кластерного развития, официальные сайты региональных органов исполнительной власти	2024
<b>4.3. Региональные льготы</b>				
4.3.1	Наличие пониженной налоговой ставки налога на имущество для организаций креативных индустрий	Льготная ставка налога на имущество	ФНС России	2024
4.3.2	Наличие пониженной налоговой ставки налога на совокупный доход для организаций креативных индустрий	Льготная ставка налога на прибыль	ФНС России	2024
4.3.3	Наличие функционирующей системы рибейта	Кинокомиссии и рибейты	Официальные сайты региональных органов исполнительной власти	2024
4.3.4	Наличие мер социальной поддержки для работников организаций в области информационных технологий	Социальная поддержка для работников организаций в области информационных технологий	Правовая система КонсультантПлюс	2024
<b>4.4. Участие в федеральных программах</b>				
4.4.1	Число организаций – получателей грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов в рамках федерального проекта «Цифровые технологии» в расчете на 10 тыс. чел. населения, ед.	Организации – получатели грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов	Минцифры России	2023

(продолжение)

№	Полное наименование показателя	Краткое наименование показателя	Источник данных	Год
4.4.2	Число креативных проектов – победителей специального конкурса (отбора) на предоставление грантов Президента Российской Федерации на реализацию проектов в области культуры, искусства и креативных (творческих) индустрий в расчете на 10 тыс. чел. населения, ед.	Проекты – победители грантовых конкурсов Президента Российского фонда культурных инициатив	Президентский фонд культурных инициатив	2021 – 2023
4.4.3	Число организаций народных художественных промыслов, получающих поддержку из средств федерального бюджета, в расчете на 10 тыс. чел. населения, ед.	Организации народных художественных промыслов, получающие федеральную поддержку	Минпромторг России	2023
4.4.4	Число организаций индустрии кино и сериалов, получивших поддержку Минкультуры России и (или) Фонда кино, в расчете на 10 тыс. чел. населения	Получатели поддержки Минкультуры России и (или) Фонда кино	Минкультуры России	2023
4.4.5	Число проектов – победителей Всероссийского конкурса лучших проектов создания комфортной городской среды в расчете на 10 тыс. чел. населения, ед.	Победители конкурса проектов создания комфортной городской среды	Сайт Всероссийского конкурса лучших проектов создания комфортной городской среды	2018 – 2023
4.4.6	Число организаций-получателей субсидий в области электронных СМИ в расчете на 10 тыс. чел. населения, ед.	Электронные СМИ, получающие федеральную поддержку	Минцифры России	2023
4.4.7	Наличие некоммерческих организаций, получивших субсидии на оказание государственной поддержки (грантов) независимым театральным и музыкальным коллективам для реализации творческих проектов	Некоммерческие организации, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам	Минкультуры России	2023
4.4.8	Число школ креативных индустрий, ед.	Школы креативных индустрий	Минкультуры России	2023
4.4.9	Число центров концентрации талантов «Гений места», ед.	Центры концентрации талантов	Минкультуры России	2023

(окончание)

№	Полное наименование показателя	Краткое наименование показателя	Источник данных	Год
4.4.10	Число центров прототипирования, ед.	Центры прототипирования	Минкультуры России	2023
4.4.11	Число колледжей креативных индустрий и образовательных программ, реализованных в рамках программы «Профессионалитет», ед.	Колледжи креативных индустрий и образовательные программы «Профессионалитет»	Минпросвещения России	2023

## Приложение 3. Методика расчета РРИКИ

А. Оценка значений показателей, входящих в РРИКИ (перечень показателей приведен в таблице П2 Приложения 2).

Б. Нормирование значений показателей РРИКИ по формуле:

$$\tilde{x}_{i,\text{норм}}^r = \frac{\tilde{x}_i^r - \tilde{x}_i^{\min}}{\tilde{x}_i^{\max} - \tilde{x}_i^{\min}}, \quad (1)$$

где

$\tilde{x}_i^r$  – значение  $i$ -го показателя в регионе  $r$ ;

$\tilde{x}_i^{\min}$  – минимальное значение  $i$ -го показателя;

$\tilde{x}_i^{\max}$  – максимальное значение  $i$ -го показателя.

В. Расчет показателя для каждой рубрики как среднее арифметическое входящих в них нормированных значений показателей:

$$I^r = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \tilde{x}_{i,\text{норм}}^r, \quad (2)$$

где

$I^r$  – показатель региона  $r$  по рубрике;

$n$  – число показателей в рубрике.

Г. Расчет РРИКИ как среднего арифметического значений показателей рубрик:

$$\text{РРИКИ}^r = \frac{1}{12} \sum_{i=1}^{12} I_j^r, \quad (3)$$

где

$\text{РРИКИ}^r$  – значение РРИКИ для региона  $r$ ;

$I_j^r$  – показатель региона  $r$  по рубрике  $j$ .

Д. Расчет показателя для каждого раздела как среднее арифметическое входящих в него нормированных значений показателей рубрик:

$$S^r = \frac{1}{4} \sum_j^4 I^r, \quad (4)$$

где

$S^r$  – показатель региона  $r$  по субиндексу «Социально-экономические условия»;

$I^r$  – показатель региона  $r$  по рубрике  $j$ . В расчет включаются показатели по рубрикам «Благосостояние и экономика», «Образование», «Интеллектуальная собственность», «Цифровизация»;

$$K^r = I^r , \quad (5)$$

где

$K^r$  – показатель региона  $r$  по субиндексу «Культурная среда»;

$I^r$  – показатель региона  $r$  по рубрике «Культурная среда»;

$$E^r = \frac{1}{3} \sum_j^3 I^r , \quad (6)$$

где

$E^r$  – показатель региона  $r$  по субиндексу «Экономика креативных индустрий»;

$I^r$  – показатель региона  $r$  по рубрике  $j$ . В расчет включаются показатели по рубрикам «Активы креативных индустрий», «Кадры креативных индустрий», «Продукция креативных индустрий»;

$$P^r = \frac{1}{4} \sum_j^4 I^r , \quad (7)$$

где

$P^r$  – показатель региона  $r$  по субиндексу «Поддержка креативных индустрий»;

$I^r$  – показатель региона  $r$  по рубрике  $j$ . В расчет включаются показатели по рубрикам «Нормативная правовая база», «Организационное обеспечение», «Региональные финансовые льготы», «Участие в федеральных программах».

## Рейтинг креативных регионов России: 2024

Редактор М. Ю. Соколова

Дизайн: О. В. Васильев, Г. В. Подзолкова, А. Г. Севоднева

Компьютерный макет и верстка: Т. Ю. Кольцова, В. В. Пучков



Для заметок