

оригинальная статья

<https://elibrary.ru/vsfcар>

## Рынок труда в креативных индустриях

Антонова Ирина Сергеевна

Томский политехнический университет, Россия, Томск  
Уральский федеральный университет им. первого Президента  
России Б. Н. Ельцина, Россия, Екатеринбург  
eLibrary Author SPIN: 3124-0232  
antonovais@tpu.ru

Оглезнева Елизавета Андреевна

Томский государственный университет, Россия, Томск

**Аннотация:** Обосновано рассмотрение рынка труда креативных индустрий в Томской области в качестве ключевого фактора развития креативных индустрий региона. Цель – предложить решения по совершенствованию подбора и отбора креативных специалистов в регионе на основе систематизации проблем в области рынка труда креативных индустрий. В процессе исследования проанализированы различные терминологические подходы к определению понятий *креативные индустрии*, *человеческий капитал* и *рынок труда*, и отражена их взаимосвязь. Обоснована значимость рынка труда для развития креативных индустрий. Оценены спрос и предложение на рынке труда креативных индустрий в регионе, а также качество образования и профессиональной подготовки кадров. Выявлены потенциальные проблемы, связанные с несоответствием требованиям рынка труда. Рекомендации по улучшению найма креативных специалистов с позиции креативных предприятий: проведение с кандидатами интервью, креативных тестов, кейсов, заданий; применение командных собеседований; реализация информационных кампаний о возможностях карьерного роста. Изучение тенденций изменения рынка труда креативных индустрий имеет актуальное значение в контексте роста креативного сектора экономики и его влияния на развитие региона.

**Ключевые слова:** креативные индустрии, человеческий капитал, рынок труда, креативная занятость, спрос на труд, предложение труда, найм

**Цитирование:** Антонова И. С., Оглезнева Е. А. Рынок труда в креативных индустриях. *Вестник Кемеровского государственного университета*. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2024. Т. 9. № 3. С. 381–397. <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2024-9-3-381-397>

Поступила в редакцию 22.05.2024. Принята после рецензирования 31.07.2024. Принята в печать 05.08.2024.

full article

## Labor Market in Creative Industries

Irina S. Antonova

Tomsk Polytechnic University, Russia, Tomsk  
Yeltsin Ural Federal University, Russia, Yekaterinburg  
eLibrary Author SPIN: 3124-0232  
antonovais@tpu.ru

Elizaveta A. Oglezneva

Tomsk State University, Russia, Tomsk

**Abstract:** The article describes a study of the labor market of creative industries in the Tomsk Region in order to substantiate its consideration as a key factor in the development of the local creative industries in the region. The authors systematized the existing problems to improve the selection and hiring of creative specialists. They analyzed various terminological approaches of the concepts of *creative industries*, *human capital*, and *labor market* in terminological interrelation. The supply and demand in the labor market of creative demonstrated its importance for the development of creative industries in the Tomsk Region. The analysis also involved quality of education and professional training in the field, which revealed some potential problems related to non-compliance with labor market requirements. Job interviews should include creative tests, and assignments, team work, and information campaigns about career opportunities. As the creative sector keeps growing, studying the current trends in the labor market of creative industries has become important in the context of economic growth and its impact on the regional development. The research opens up new prospects for regional studies in the sphere of creative labor market and possesses practical application.

**Keywords:** creative industries, human capital, labor market, creative employment, labor demand, labor supply, hiring

**Citation:** Antonova I. S., Oglezneva E. A. Labor Market in Creative Industries. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2024, 9(3): 381–397. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2024-9-3-381-397>

Received 22 May 2024. Accepted after review 31 Jul 2024. Accepted for publication 5 Aug 2024.

## Введение

В современном мире креативные индустрии приобретают все большую значимость в условиях глобализации, информатизации и развития цифровой экономики. Креативный сектор играет ключевую роль в экономическом развитии, способствуя увеличению ВВП, созданию новых рабочих мест и привлечению инвестиций. Особенность креативных индустрий – ориентация на создание уникальных продуктов, ценность которых может быть измерима не только функциональностью, но и использованием творчества, инноваций, креативности. Как и в любом другом секторе экономики, в креативных индустриях центральным элементом являются люди, создающие творческие продукты (результаты интеллектуальной деятельности). При этом, учитывая взаимосвязь динамичного развития отрасли и повышения мирового интереса к креативным продуктам, ситуация на рынке труда не может оставаться прежней. В связи с этим изучение тенденций изменения рынка труда креативных индустрий под влиянием роста данного сектора экономики является актуальной темой. Цель исследования – на основе систематизации проблем в области рынка труда креативных индустрий предложить решения по совершенствованию подбора и отбора креативных специалистов в Томской области.

Креативные индустрии представляют сектор экономики, с каждым годом увеличивающий свои масштабы [1]. В настоящее время многие страны уделяют особое внимание развитию данной отрасли, рассматривая ее как значимый фактор не только социокультурного, но и экономического прогресса. Существует множество определений термина *креативные индустрии*. Министерство культуры, СМИ и спорта Великобритании в документах по картированию креативных индустрий охарактеризовало

их как «те отрасли, которые берут начало в индивидуальном творчестве, навыках и таланте и которые имеют потенциал для создания богатства и рабочих мест посредством создания и эксплуатации интеллектуальной собственности»<sup>1</sup>. То есть креативные индустрии – отрасли, основанные на индивидуальном творчестве и способные использовать интеллектуальную собственность для создания благ.

Если рассматривать другое определение, данное Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС), то креативные индустрии – это «разнообразные группы видов деятельности, каждая из которых зависит в большей или меньшей степени от вклада в оригинальное производство и его защиты посредством различных прав интеллектуальной собственности»<sup>2</sup>. Определение ВОИС подчеркивает значимость прав создателей, отражая важность интеллектуальной собственности и защиты уникальных продуктов в креативных отраслях. В публикации Организации Объединенных Наций, выпущенной Конференцией Организации Объединенных Наций по торговле и развитию, креативные индустрии были определены как «циклы создания, производства и распространения товаров и услуг, которые используют творчество и интеллектуальный капитал в качестве основных ресурсов»<sup>3</sup>. Подобный подход учитывает значимость творчества и интеллектуальной работы в процессе создания и продвижения креативных продуктов.

Стоит отметить, что содержание термина до сих пор оспаривается, и многие исследователи продолжают его изучение, например А. Ю. Трубецкая [2]. Однако в представленных на данный момент точках зрения все же есть общие характеристики, определяющие креативные индустрии как вид экономической деятельности, сочетающий творческий

<sup>1</sup> Creative industries mapping documents 1998. *GOV.UK*. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> (accessed 14 Mar 2024). Здесь и далее по тексту перевод выполнен авторами статьи.

<sup>2</sup> How to make a living in the creative industries. *WIPO*. URL: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_cr\\_2017\\_1.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_cr_2017_1.pdf) (accessed 14 Mar 2024).

<sup>3</sup> Creative Economy Outlook 2022. *UNCTAD*. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf) (accessed 14 Mar 2024).

и экономический процессы, заключающиеся в создании, производстве, продаже товаров или услуг, которые являются результатом интеллектуальной деятельности. Креативные индустрии представляют собой широкий спектр деятельности, объединенный творческими, инновационными и уникальными решениями. Определение границ их отраслей достаточно нечетко, что связано с динамичностью, разнообразием других областей экономики и пересечением с ними. Кроме того, с развитием технологий и изменением потребностей рынка появляются новые формы креативной деятельности. Министерство культуры, СМИ и спорта Великобритании в 2015 г. представило следующий список отраслей, относящихся к креативным индустриям: реклама и маркетинг; архитектура; дизайн; кинематография; радио; фотография; разработка ПО, сервисов и приложений; издательское дело и пресса; музеи; галереи; библиотеки; музыка; театр; искусство<sup>4</sup>. Перечень видов деятельности разнообразен, однако объединен одним – творческим подходом к производству продуктов.

Креативные индустрии не только вносят свой вклад в экономику, но и способствуют повышению международной известности и улучшению взаимоотношений между странами: креативные отрасли экономики имеют значение не только с точки зрения экономических выгод, но и в контексте культурного обмена и дипломатии [3]. Креативные индустрии в Российской Федерации (РФ) рассматриваются как важный сектор экономики, в связи с чем в 2023 г. был принят законопроект ФЗ № 474016-8, согласно которому креативные индустрии – «экономическая деятельность, непосредственно связанная с созданием, продвижением на внутреннем и внешнем рынках, распространением и (или) реализацией креативных продуктов, обладающих уникальностью и экономической ценностью»<sup>5</sup>. В нашем исследовании будем опираться на данную формулировку.

Первыми разработку классификации креативных индустрий в РФ начали Агентства стратегических инициатив<sup>6</sup>. В дальнейшем Институтом статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) была представлена публикация, содержащая классификацию креативных индустрий. Были выделены следующие

виды экономической деятельности, относящиеся к креативным: арт-индустрия; исполнительское искусство; музыка; кино и анимация; фотография; издательская деятельность; телерадиовещание; информационные технологии и видеоигры; реклама; архитектура; дизайн; мода; ювелирное дело; музеи; библиотеки; архивы; культурное наследие; образование в креативных индустриях. По мнению авторов, представленная классификация не является «жесткой»<sup>7</sup>, следовательно, может изменяться в процессе улучшения статистических методов классификации и корректировки приоритетов поддержки творческих отраслей со стороны государства.

Важной характеристикой креативных индустрий является способность к созданию креативных продуктов – результатов интеллектуальной деятельности, от которых зависит успех любой отрасли. В данном случае ключевой фактор – творческий потенциал людей, их навыки, знания и накопленный опыт, т.е. капитал. Он представляет собой совокупность материальных и нематериальных средств, используемых для производства благ и получения прибыли [4]. В зависимости от назначения выделяют различные виды капитала, однако основная цель, независимо от классификации, единая – приносить доход.

Нематериальным, неосязаемым капиталом является *человеческий капитал*. Впервые данный термин был применен Д. Минсером в 1958 г.: он пытался объяснить особенности персонального дохода через различия между людьми с точки зрения полученного ими образования [5; 6]. Далее, в 1980-х гг., понятие использовалось в работах Т. Шульца и Г. Беккера [7–9], определивших *человеческий капитал* как «приобретаемые человеком ценные качества, которые могут быть развиты и усилены с помощью определенных видов деятельности», а также как имеющийся у каждого индивида запас знаний, навыков и способностей, используемых им для получения дохода либо в других целях, формирующийся на основе инвестиций в образование, повышение квалификации, улучшение здоровья и т.д., которые будут компенсированы более высоким уровнем будущих доходов» [7; 8; 10]. В представленных научных трудах определяется прямая зависимость между человеческим капиталом и доходом: улучшению качества жизни населения и повышению его доходов способствуют инвестиции

<sup>4</sup> Creative industries economic estimates – January 2015. GOV.UK. URL: <https://www.gov.uk/government/statistics/creative-industries-economic-estimates-january-2015> (accessed 14 Mar 2024).

<sup>5</sup> О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации. Проект ФЗ № 474016-8 (в ред. от 31.10.2023). СПС КонсультантПлюс.

<sup>6</sup> Атлас креативных индустрий. Версия от 29.12.2022. Агентство стратегических инициатив. 29.12.2022. URL: <https://asi.ru/library/main/192164/> (дата обращения: 29.04.2024).

<sup>7</sup> Креативная экономика Москвы в цифрах, ред. Л. М. Гохберг. М.: НИУ ВШЭ. 2021. 108 с.

в образование, повышение квалификации, получение дополнительных видов образования, формирующих в свою очередь человеческий капитал [11].

В современном мире (особенно в условиях цифровой экономики) усиливается необходимость наращивания человеческого капитала, отмечается его прямое влияние на увеличение темпа производств и, как следствие, ускорение экономического роста. Если выделять креативные индустрии, то исследователи отмечают особое воздействие человеческого капитала на динамику развития данного сектора [12]. Взаимосвязь экономики и человеческого капитала наглядно отражена на рынке труда: чем большим человеческим капиталом обладает работник, тем более востребованным он становится.

Рынок труда представляет собой совокупность экономических отношений, основным элементом которых является формирование спроса и предложения на рабочую силу. Субъектами спроса на труд выступают бизнес и государство; субъектами предложения на труд – наемные работники. Рынок труда представляет собой некоторого рода взаимосвязь между покупателем, который готов купить рабочую силу, и продавцом, который готов ее продать [13]. Вследствие этого важно отметить, что рынок труда, устанавливая подобную взаимосвязь интересов работодателей и работников, способен наладить равновесие между оптимальной стоимостью рабочей силы и условиями труда.

Понятия *креативные индустрии*, *человеческий капитал* и *рынок труда* обладают определенной взаимосвязью, представленной на рисунке 1. Креативные индустрии основаны на творческом потенциале людей и находятся в зависимости от человеческого капитала, являющегося стратегическим ресурсом для креативных индустрий, т.к. он включает в себя навыки, образование, опыт людей, позволяющие создавать уникальные креативные продукты и развивать новые идеи [14]. Уровень человеческого капитала оказывает влияние не только на развитие креативного сектора экономики, но и на рынок труда: помогает в поиске работы специалистам, повышает / понижает конкурентоспособность, определяет уровень оплаты труда.

Связующим звеном между тремя понятиями является процесс создания и внедрения инновационных и креативных продуктов, возникающий в результате взаимодействия *креативных индустрий*, *человеческого капитала* и *рынка труда*. Потенциал роста креативных отраслей выше, чем в других секторах, и технологии играют ключевую роль в этом развитии, меняя творческий взгляд и способствуя появлению новых областей деятельности [15]. Инновационные



Рис. 1. Взаимосвязь понятий *креативные индустрии*, *человеческий капитал* и *рынок труда*

Fig. 1. Concepts *creative industries*, *human capital*, and *labor market*

подходы, технологический прогресс занимают центральное место в трансформации динамики рынка труда и способны не только создавать новые рабочие места, но и изменять спрос на отдельные профессии, влиять на востребованность определенных навыков специалистов. Этот процесс приводит к тому, что участники рынка труда должны адаптироваться к быстроменяющимся условиям, совершенствовать свои навыки и знания, чтобы оставаться конкурентоспособными.

Рынок труда в секторе экономики, основанном на творческом потенциале и инновациях, имеет ряд особенностей и характеристик, отличающих его от других сфер занятости: высокая динамичность отрасли, быстрая сменяемость трендов, сложность прогнозирования развития индустрии [16]. Это влечет за собой не только возможность появления финансовых рисков, но и нестабильность, неопределенность креативных индустрий, которые сказываются не только на предложении труда, но и на спросе.

В случае падения потребительского спроса на креативные продукты работодатели могут столкнуться с трудностями планирования производства, финансовыми потерями, вследствие чего потребность компаний в рабочей силе, задействованной в данной отрасли, снизится. Для функционирования рынка необходим потребитель, нацеленный на покупку креативной продукции. Особенность потребительского сегмента заключается в предпочтении продуктов не массового производства, а в выборе эксклюзивной творческой продукции

и наличии такой компетентности, как *насмотренность*. Данный тип потребителей, по оценкам экспертов, в России находится на стадии формирования, что оказывает влияние на развитие креативных индустрий [16].

Несмотря на особенность потребительского сегмента, по данным НИУ ВШЭ, в 2021 г. численность креативного класса в РФ составила 3,4 млн человек, или 4,8 % от общей численности занятых, т.е. с 2017 г. она увеличилась практически на треть. Так как современные реалии ставят новые задачи и условия перед участниками рынка труда, наиболее значимый вклад в развитие креативных индустрий вносят представители современных специальностей, деятельность которых заключается в создании уникальных и инновационных продуктов, тогда как деятельность представителей традиционных профессий, наоборот, является незначимой. Так, около половины всех занятых (43,4 %) приходится на специалистов по маркетингу и рекламе и разработчиков программного обеспечения, а на специалистов архивов и музеев – 3,5 % [17].

Профессии в сфере креативных индустрий имеют ключевое значение для современной экономики, поскольку они способствуют созданию новых рабочих мест и стимулируют экономический рост. Одной из основных тенденций на рынке труда в креативных индустриях является появление новых креативных направлений деятельности, связанных с быстрым развитием технологий. Новые креативные профессии – виды деятельности, появившиеся в результате включения инновационных технологий в рабочий процесс специалиста, среди них в сфере творчества можно выделить: виртуального стилиста, интерактивного дизайнера, виртуального архитектора, виртуального рекламиста и интернет-маркетолога [18].

Технологии не только изменяют формат работы, но и способны оказывать влияние на профессию [19]. Если рассматривать новую специальность *интернет-маркетолог*, то ключевое различие будет заключаться в сфере деятельности, находящейся в онлайн-среде. Благодаря технологиям, интернет-маркетологи способны достичь широкого охвата аудитории с помощью онлайн-каналов, точно создавать рекламные кампании для определенного сегмента целевой аудитории, улучшать взаимоотношения с клиентами и повышать лояльность, используя сетевое пространство [20]. Рынок труда в креативных индустриях отличается динамичностью, что, с одной стороны, позволяет расширить возможности для творческого самовыражения, а с другой – обязывает специалистов творческих профессий повышать квалификацию и совершенствовать навыки.

Стремительное развитие технологий, сменяемость трендов, изменение потребностей рынка – это факторы, влияющие не только на креативную деятельность, но и на рынок труда креативных индустрий с основной тенденцией на цифровизацию и технологические инновации, за счет которых расширяется и изменяется предложение в секторе креативных индустрий, создаются новые форматы деятельности, основанные на онлайн-сервисах [21].

Одновременно с этим трансформируется поведение потребителей и, соответственно, спрос, что приводит к появлению новых участников рынка и новых видов деятельности, а работа креативных специалистов требует особых компетенций и навыков у [22]. Результаты исследования, проведенного коллективом НИУ ВШЭ в 2021–2023 гг., свидетельствуют о росте потенциала развития креативных индустрий в Томской области [23]. За два года этот субъект РФ поднялся с 6 на 4 место, уступив только Москве, Санкт-Петербургу и Новосибирской области. Так Томская область становится объектом для проведения кейс-стади, позволяющего выявить новые, неочевидные факторы потенциала развития креативных индустрий, в частности рынка труда креативных индустрий.

Научная гипотеза данного исследования заключается в том, что в условиях сжатия рынок труда становится ключевым фактором формирования креативных индустрий региона, ядром которого выступают специальности в области цифровых технологий. Подтверждение гипотезы будет свидетельствовать о необходимости учета данного критерия в анализе креативных индустрий на региональном уровне, тогда как выявление специфики развития креативных индустрий в Томской области позволит охарактеризовать развитие индустрии в целом.

## Методы и материалы

Эффективное функционирование рынка труда требует постоянного анализа и оценки различных показателей, результаты которых позволяют получить не только объективную картину текущего состояния рынка, но и дают возможность прогнозировать потребность в дальнейших действиях. Например, со стороны государства это может проявляться в необходимости разработки государственных программ развития, со стороны бизнеса – в принятии управленческих решений в отношении планирования кадровых ресурсов и проч. При анализе рынка труда важно учитывать такие экономические категории, как спрос и предложение рабочей силы.

Анализ предложения труда – это исследование количества незанятых креативных специалистов,

отражение количества предложений труда в конкретных областях креативных индустрий. Однако следует отметить: в силу отраслевой специфики многие креативные специалисты находят свою профессиональную реализацию в таких организационно-правовых формах предприятий, как *самозанятость* или *индивидуальный предприниматель*, что может оказать влияние на конечный результат показателя [24].

В данном исследовании трудовые ресурсы предлагается оценивать через отношение показателей, отражающих общее количество резюме в креативных индустриях; соотношение количества всех опубликованных резюме к количеству резюме, относящихся к креативным сферам; соотношение количества резюме к количеству вакансий. Определять уровень предложения и актуальность отдельных специальностей можно с помощью сопоставления данных о количестве резюме в различных профессиональных видах деятельности. Кроме того, анализ таких основных характеристик профилей кандидатов, как пол, возраст, опыт работы, уровень образования, позволит оценить долю мужчин и женщин среди соискателей, возрастные группы, активно находящиеся в поиске работы, наиболее часто указываемый в резюме опыт работы и образовательный уровень специалистов креативных индустрий.

Основное значение анализа спроса на креативных специалистов заключается в возможности проанализировать его динамику на ту или иную профессию креативной индустрии, выявить популярные направления и предъявляемые требования к кандидатам. Показатель спроса на рабочую силу предлагается выражать через количество размещенных вакансий работодателей, соотношение их общего количества к количеству вакансий, относящихся к креативным индустриям. Оценку востребованности и актуальности определенных специальностей авторы далее проведут с помощью анализа количества вакансий в различных областях профессиональной деятельности. К тому же анализ спроса на рынке труда будет дополнен учетом данных об опыте работы и типе занятости, что позволит выявить, какой опыт работы наиболее востребован среди работодателей и какие типы занятости распространены в творческих специальностях. В настоящее время требования работодателей к работникам включают в себя [25]:

1) базовые компетенции (наличие соответствующего образования);

2) дополнительные компетенции (навыки для осуществления работы в пространстве цифровой среды, мультикультурализма, толерантности, здоровьесбережения);

3) универсальные компетенции (инструменты реализации рабочих функций).

В креативных индустриях заняты творческие специалисты, чья деятельность отличается от других отраслей экономики [26]. Следовательно, исследование требуемых от работодателей навыков и компетенций специалистов позволит определить уровень потребности в конкретных умениях кандидата. Наиболее востребованные навыки и компетенции предлагается выявить через количество упоминаний в вакансиях работодателей. Важным показателем рынка труда, который предлагается учесть, является заработная плата – результат взаимодействия спроса и предложения труда. Уровень оплаты труда может варьироваться в зависимости от вида деятельности, уровня образования и квалификации, опыта работы. Данный показатель способен выявить как высокооплачиваемые профессии, так и низкооплачиваемые, а также оценить, насколько совпадают интересы субъектов рынка труда в отношении уровня заработной платы.

Информационной базой исследования рынка труда креативных индустрий в Томской области стали данные резюме соискателей, опубликованные на цифровом портале российской компании интернет-рекрутмента *HeadHunter* (hh.ru)<sup>8</sup> и данные о вакансиях, размещенных в 2023–2024 гг. на портале «РосНавык», созданном для аналитики рынка труда: анализа востребованных профессий, навыков, предложений работодателей и общих тенденций рынка<sup>9</sup>.

Анализ методик выявления креативных индустрий, проведенный в предыдущем разделе, показал:

1) единого подхода к выявлению креативных индустрий на сегодня не разработано;

2) существующие подходы, преимущественно связанные с выделением перечня Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, имеют недостатки и критикуются научным сообществом;

3) данных для выявления креативных индустрий, креативного класса и творческих профессий крайне недостаточно (в т.ч. на основе доли занятых в творческих профессиях), в связи с чем зарубежный опыт выделения креативного класса ограничен;

<sup>8</sup> HeadHunter (hh.ru). URL: <https://hh.ru/> (дата обращения: 16.04.2024).

<sup>9</sup> РосНавык, мониторинг рынка труда. URL: <https://rosnavyk.ru/> (дата обращения: 12.04.2024).

4) следует признать и принять тот факт, что критика наличия критерия творчества или креативности в определенной деятельности полностью неустраима ввиду абстрактности и нематериальности самих понятий *творчество* и *креативность*.

Исходя из этого, предлагается авторский подход к выделению, сбору и анализу крайне ограниченных данных о креативных индустриях через вакансии на рынке труда, который устраняет нехватку данных для выделения креативного класса и творческих профессий в российской практике. Для этого на основе видов креативных индустрий, представленных НИУ ВШЭ, выявлены следующие вакансии, размещенные на портале «Роснавык» (табл. 1<sup>10</sup>).

Полученные результаты свидетельствуют о том, что вакансии креативных индустрий имеют свойство пересекаться с позицией видов деятельности (традиционного подхода к выделению креативных индустрий), тогда как с позицией вакансий имеют четкое отражение. В статье предлагается анализировать творческие профессии, которые в различной степени проявляются в креативных индустриях, вызывая проблему пересечения видов творческой деятельности (например, журналист в издательской и телевизионной деятельности). Кроме того, результаты полученных вакансий дают ценные данные о срезе креативных вакансий на рынке труда в современных условиях.

Предложение на рынке труда креативных индустрий оценивается через совокупность показателей, представленных в таблице 2<sup>11</sup>. Ввиду информационного содержания вакансий, для оценки спроса на креативный человеческий капитал в Томской области выделены такие параметры, как востребованность специальности, заработная плата, опыт работы, тип занятости, ключевые навыки и компетенции.

Табл. 1. Вакансии на рынке труда креативных индустрий  
Tab. 1. Vacancies in creative industries

Виды	Вакансии
Арт-индустрия	Арт-директор, креативный директор, художник
Народные промыслы	–
Музыка, исполнительное искусство, культурно-досуговые учреждения	Артист, актер, аниматор, режиссер, сценарист, фотограф
Кино и анимация	Артист, актер, режиссер, сценарист
Фотография	Фотограф, ретушер
Издательская деятельность	Журналист, корреспондент, копирайтер, редактор, корректор
Телерадиовещание	Журналист, корреспондент, редактор
IT и видеоигры	Гейм-дизайнер, программист, разработчик, BI-аналитик, аналитик данных, маркетолог-аналитик
Реклама	Event-менеджер, PR-менеджер, SMM-менеджер, контент-менеджер, директор по маркетингу и PR
Архитектура	Архитектор
Дизайн	Дизайнер
Мода	Швея, портной, закройщик
Библиотека, архивы, музеи и культурное наследие	Библиотекарь
Ювелирное дело	–
Наука и образование	Научный специалист, исследователь

Табл. 2. Показатели динамики предложения на рынке труда  
Tab. 2. Indicators of supply dynamics in labor market

Показатель	Характеристика показателя
hh.индекс	<ul style="list-style-type: none"> <li>отражает соотношение количества резюме к количеству вакансий на рынке в выбранной профессиональной области в сравнении с аналогичным месяцем предыдущего года</li> <li>уровень индекса определяет конкуренцию среди соискателей: низкий показатель характеризует дефицит соискателей и, соответственно, низкий уровень конкуренции; чем выше уровень показателя – тем выше конкуренция среди соискателей за рабочие места</li> </ul>
Динамика резюме	<ul style="list-style-type: none"> <li>выражает изменение количества опубликованных резюме соискателей в разрезе профессиональных областей в соотношении с аналогичным месяцем предыдущего года, предоставляя возможность оценить динамику предложения на рынке труда</li> </ul>

<sup>10</sup> Сост. по: Креативная экономика Москвы в цифрах...; РосНавык, мониторинг рынка труда... Вакансия *продавец* исключена.

<sup>11</sup> Таблицы 2 и 3, рисунки 2 и 3 составлены по: HeadHunter (hh.ru)...

## Результаты

Креативные индустрии – отрасль экономики, на которую оказывают особо сильное влияние мировые и общественные тенденции. Одна из них способствует интенсивному появлению на рынке труда новых креативных сфер деятельности, связанных прежде всего с динамичным развитием технологий. Появление новых креативных специальностей или популяризация уже существующих влияет как на изменение спроса работодателей, так и на предложение труда в этих областях.

По данным *hh.ru*, за 2023–2024 гг. в Томской области было опубликовано 5939 резюме, из которых 578 относятся к креативным сферам деятельности: информационные технологии, искусство, культура, научно-исследовательская деятельность, СМИ, маркетинг, реклама, ВТЛ, PR, дизайн, продюсирование, архитектура, проектирование, пошив, ремонт одежды и обуви, фото- и видеослужбы. Чтобы оценить актуальность профессии, необходимо сопоставить количество резюме по каждой отдельной креативной специальности с общим количеством резюме, относящимся к креативным индустриям.

Наибольшее количество опубликованных резюме в различных профессиональных областях размещено соискателями в сфере информационных технологий, дизайна, изобразительного искусства, научно-исследовательской деятельности и маркетинга (рис. 2). Низкое предложение отмечается в области искусства, а также в таких специальностях, как: швеи, портные, закройщики.

Анализ изменений количества резюме по отдельным профессиональным областям позволяет оценить, как изменилось предложение соискателей на рынке труда относительно аналогичного месяца предыдущего года. Показатель исчисляется в процентах, а в качестве сравнения представлен март 2023 г. Так, в сфере науки предложение труда увеличилось на 2 %; в сфере маркетинга, рекламы, PR – на 3 %; в области искусства, развлечения и массмедиа – на 4 %; в сфере информационных технологий – на 7 %.

Соотношение количества резюме к количеству вакансий на рынке труда и уровень конкуренции соискателей за рабочие места в отдельной профессиональной области представлены в таблице 3. Показатель, находящийся в диапазоне значений 4–7,9, определяет уровень конкуренции как *умеренный* (отсутствует дефицит и избыток соискателей). К таким сферам относятся информационные технологии и наука. Обратная ситуация наблюдается в следующих профессиональных областях: искусство, развлечения, массмедиа и маркетинг, реклама, PR. Показатель, выходящий за границы значения 12, определяет уровень конкуренции как *крайне высокий* (количество опубликованных резюме значительно превышает спрос работодателей).

Цифровая платформа для поиска специалистов и размещения резюме позволяет анализировать профили соискателей в зависимости от пола, возраста, опыта работы, уровня образования, желаемой заработной платы.



Рис. 2. Количество резюме в разрезе профессиональных областей  
Fig. 2. Resumes by professional area



Табл. 3. Показатель hh.индекса: уровень конкуренции  
Tab. 3. Indicators of hh.index: level of competition

Область деятельности	март 2023 г.	март 2024 г.
Информационные технологии	7,3	7
Искусство, развлечения, массмедиа	23,2	26,1
Маркетинг, реклама, PR	14,9	13,9
Наука, образование	5,8	7,8

На рисунке 3 отображены показатели распределения соискателей по возрасту, опыту работы и уровню образования в зависимости от пола. Наиболее активные кандидаты, находящиеся в поиске работы, – женщины в возрасте 30–40 лет и мужчины в возрасте 18–30 лет. Женщины в возрасте 18–30 лет и мужчины в возрасте 30–40 лет занимают вторую позицию активности среди желающих найти работу на цифровой платформе. Преимущественно кандидаты указывают в резюме опыт работы более 6 лет: мужчины – 64 %, женщины – 67 %. В основном на сайте встречаются резюме кандидатов с высшим образованием: мужчины – 76 %, женщины – 90 %. Вторую позицию занимают кандидаты с незаконченным высшим образованием и средним специальным. Наименьшее число соискателей имеет среднее образование: мужчины – 3 %, женщины – 2 %.

При выборе заработной платы кандидаты опираются на свои профессиональные навыки, опыт работы, финансовые потребности. Наибольшее количество соискателей указали желаемый уровень оплаты труда от 35 до 65 тыс. руб, на втором

месте – от 65 до 100 тыс. руб, наименьшее число резюме содержит информацию о предполагаемом доходе до 30 тыс. руб. и от 100 тыс. руб. Предложение креативных специалистов составляет около 10 % от общего числа опубликованных резюме в Томской области за последний год.

При анализе структуры резюме были выявлены следующие особенности предложения на рынке труда:

1. Наибольшее количество резюме зафиксировано в области информационных технологий, что связано с тенденцией развития технологий, мотивирующей работодателей проявлять высокий спрос на специалистов этой сферы. Из-за изменения спроса, меняется и предложение: кандидаты начинают сильнее ценить свои профессиональные компетенции, а значит, повышать трудовые требования к работодателю. Так информационные технологии – единственная креативная область, имеющая резюме соискателей с указанным желаемым доходом от 250 тыс. руб.

2. В областях, занимающих около 45 % от общего количества резюме, наблюдается крайне высокий уровень конкуренции. В таком случае соискателям свойственно занижать свои требования к работе, при этом продолжая увеличивать инвестиции в человеческий капитал. Например, среди соискателей, чья деятельность связана с искусством, наиболее желаемый доход находится в диапазоне 35–65 тыс. руб., а количество людей с высшим образованием совпадает с числом кандидатов, имеющих такой же уровень образования в сфере информационных технологий. То есть требования к условиям работы снижаются, а вклад в профессиональное развитие обретает ценность в повышении конкурентоспособности.

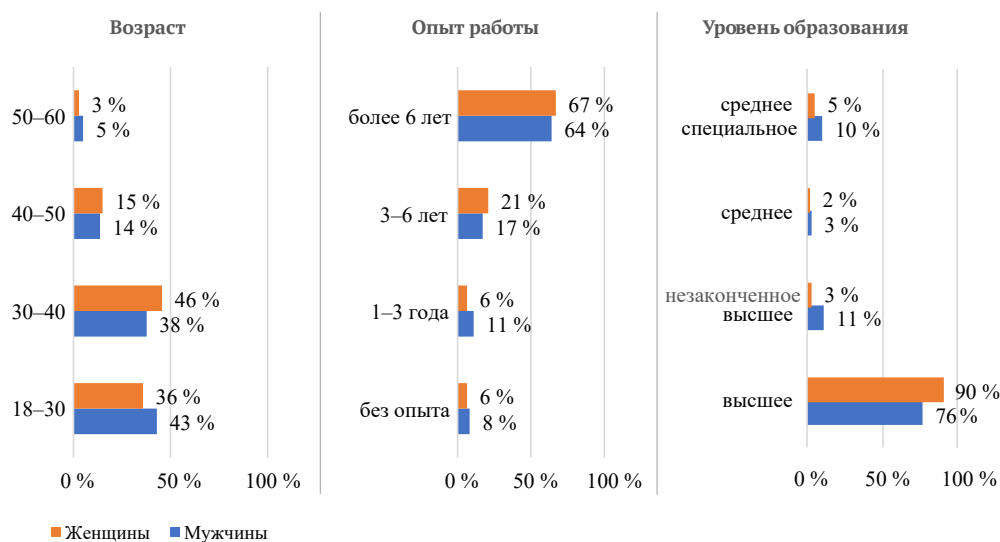


Рис. 3. Соотношение кандидатов на рабочие места по возрасту, опыту работы и уровню образования в зависимости от пола в 2023–2024 гг.  
Fig. 3. Candidates by gender, age, work experience, and education, 2023–2024

В настоящее время рынок труда креативных индустрий в Томской области характеризуется высоким предложением в сфере информационных технологий и низкой конкуренцией в данной области, связанной с высоким спросом. Обратная ситуация складывается в условиях низкого или умеренного спроса на специалистов: в подобных сферах деятельности уровень конкуренции оценивается как крайне высокий.

По данным платформы «РосНавык» в Томской области актуальных вакансий более 15 тыс., при этом за последний год опубликовано 93202 вакансии, среди которых более 3500 тыс. приходится на специалистов креативных индустрий, а количество открытых позиций на апрель 2024 г. составляет 645.

Вакансия работодателя содержит следующий набор характеристик:

- 1) название вакансии;
- 2) описание вакансии;
- 3) работодатель – наименование организации, опубликовавшей вакансию;
- 4) ключевые навыки – навыки, указанные в вакансии работодателем;
- 5) опыт работы;
- 6) график работы;
- 7) заработная плата;
- 8) вид трудоустройства.

Исходя из информационного содержания вакансий, для оценки спроса на креативный человеческий капитал в Томской области будут выделены такие параметры, как: востребованность специальности,

заработная плата, опыт работы, тип занятости, ключевые навыки и компетенции.

На рисунке 4<sup>12</sup> представлен спрос на специалистов в креативных сферах. Он растет в Томской области особенно динамично в сфере маркетинга, IT-сфере, науке. Наиболее востребованными специалистами являются маркетологи, интернет-маркетологи, научные специалисты, исследователи, а также программисты и разработчики. Менее высокий спрос прослеживается на SMM-менеджеров, контент-менеджеров, дизайнеров, художников и швей. Низкий – на такие специальности, как: режиссер, сценарист, event-менеджер, BI-аналитик. Одним из факторов, оказывающих влияние на формирование спроса, выступает развитие цифровых технологий, т.к. цифровизация создает потребность в специалистах, имеющих навыки работы в онлайн-среде.

Тенденция развития технологий влияет не только на востребованность отдельных специальностей, но и на уровень заработной платы. Так, у работников наиболее высокооплачиваемых профессий креативных индустрий (гейм-дизайнер, программист, разработчик, маркетолог) предлагаемая оплата труда начинается от 100 тыс. руб., хотя средний уровень заработной платы специалистов креативных индустрий в Томской области составляет 50 тыс. руб.

Для многих работодателей одним из основных факторов при принятии решения о выборе кандидата выступает опыт работы. В Томской области наибольшее число работодателей находится в поиске креативных сотрудников с опытом работы 1–3 года (52 %),



Рис. 4. Распределение вакансий в разрезе профессиональных областей  
Fig. 4. Vacancies by professional area

<sup>12</sup> Рисунок 4, таблицы 4 и 5 составлены по: РосНавык, мониторинг рынка труда...

специалистами без опыта работы либо с опытом работы 3–6 лет интересуется 22,6 % и 22,4 % работодателей соответственно, наименьшее число вакансий с требуемым опытом работы больше 6 лет (2,3 %). Достаточно высокий показатель желаемого работодателем опыта работы от 1 до 3 лет может быть объяснен не только выгодной составляющей для компании в виде низких затрат на заработную плату малоопытным сотрудникам, но и рядом преимуществ, отличающих молодых специалистов, у которых в силу возрастной категории небольшой опыт работы. Так, «молодые специалисты составляют перспективную группу из числа всего экономически активного населения», характеризующуюся высокой работоспособностью, высоким уровнем знаний в области информационных технологий, способностью к быстрой адаптации, а также свежими взглядами и идеями, что является особенно важным для креативных специалистов [27].

В таблице 4 представлены результаты сравнения специальностей с высоким, средним и низким уровнем востребованности на рынке труда креативных индустрий и выставляемыми требованиями работодателей по отношению к опыту работы кандидатов. Высокий спрос на отдельные специальности понижает требования, связанные с опытом работы. Работодатели готовы нанимать специалистов востребованных профессий, не акцентируя внимание на трудовом стаже.

Тип занятости определяет работодатель в зависимости от потребности в трудовых ресурсах. На рынке труда креативных индустрий в Томской области 89,1 % вакансий с требованием полной занятости, остальные (частичная, временная занятость и стажировка) занимают около 11 % от числа всех вакансий (7,4 %, 1,5 % и 2 % соответственно). Работодатели оценивают не только образование, опыт работы кандидатов, но и их умения, навыки, компетенции

и способности, определяющие эффективное выполнение обязанностей и являющиеся ключевым инструментом конкурентоспособности и успешной карьеры на рынке труда. Помимо профессиональных навыков, работодатели выделяют надпрофессиональные – универсальные навыки, личностные качества человека.

В таблице 5 показано, что наиболее востребованными считаются цифровые навыки и знания маркетинговых основ. Это подтверждается высоким спросом на специалистов в области маркетинга и IT-сферы, однако в состав креативных индустрий входят не только маркетологи и программисты. Творческая деятельность, не связанная с цифровыми тенденциями, характеризуется сниженной востребованностью на креативном рынке труда Томской области. С одной стороны, креативные индустрии Томской области следуют тенденции развития технологий, вследствие чего наиболее высокий спрос имеют специалисты, деятельность которых связана с цифровизацией и онлайн-средой, с другой – снижен спрос на креативный человеческий капитал в других областях креативных индустрий (искусство, кинематография). Вариативность спроса приводит к разнице в заработной плате, требуемом опыте работы, предложениях работодателей.

Наибольшее число работодателей стремится нанять сотрудников с небольшим опытом работы либо без опыта, но, если рассматривать показатели параметра *опыт работы*, исходя из данных, полученных при анализе предложения труда, наибольшее количество соискателей имеют опыт работы более 6 лет. Подобное противоречие может привести к тому, что соискателям потребуется больше времени на поиск работы, а работодателям – на принятие решения об изменении требований к кандидатам или о повышении условий труда, соответствующих ценности трудового ресурса.

Табл. 4. Соотношение требуемого опыта работы и востребованности специальности

Tab. 4. Required work experience vs. professional demand

Специальности	Общее количество вакансий	Уровень спроса	Опыт работы			
			без опыта	1–3 года	3–6 лет	более 6 лет
Маркетолог, интернет-маркетолог	103	высокий	27	59	17	–
Программист, разработчик	379	высокий	48	206	111	14
Научный специалист, исследователь	171	высокий	75	74	19	3
SMM-менеджер, контент-менеджер	59	средний	13	42	3	1
Дизайнер, художник	48	средний	10	33	4	1
Режиссер, сценарист	8	низкий	6	2	–	–

Табл. 5. Профессиональные и надпрофессиональные навыки

Tab. 5. Professional skills vs. soft skills

Профессиональные навыки	Количество упоминаний в вакансиях	Надпрофессиональные навыки	Количество упоминаний в вакансиях
Знание языка программирования	622	Работа в команде	297
Продвижение в социальных сетях	345	Грамотная речь	284
Знание основ в области маркетинга	326	Коммуникативная грамотность	278
Владение Adobe Photoshop	201	Креативное мышление	222
Проведение маркетинговых исследований	151	Организаторские навыки	215
Продажи	150	Информационная грамотность	145
Управление брендом	131	Ответственность	114
Разработка маркетинговых стратегий	117	Многозадачность	107
Базовые знания ПК	116	Аналитическое мышление	100
Графический дизайн	99	Обучаемость и адаптивность	94

На основе анализа спроса и предложения труда была выявлена проблема, связанная с высоким предложением в области дизайна и изобразительного искусства и низким спросом на соответствующие специальности. В ситуации избытка кадров возникла высокая конкуренция среди соискателей за рабочие места, что повлекло за собой повышение требований к кандидатам со стороны работодателей и увеличение ограничений у кандидатов, характеризующихся недостатком вариантов трудоустройства.

При этом, если рассматривать общие показатели (количество вакансий и резюме в креативных индустриях), спрос незначительно превышает предложение. Сложившаяся ситуация может оказывать следующие влияния:

- 1) положительное: улучшение условий труда, повышение зарплатных плат, в связи с увеличением конкуренции между работодателями за потенциальных сотрудников, а также создание обучающих программ, стажировок, стимулирующих привлечение специалистов в творческие отрасли;
- 2) отрицательное: превышение спроса над предложением может привести к уменьшению скорости роста и развития креативных индустрий.

В условиях динамичного развития креативных индустрий, быстроменяющихся мировых и общественных тенденций, высокой конкуренции на рынке труда отбор креативных специалистов становится ключевым фактором успеха для организаций в креативных сферах. Оценка креативных

способностей и потенциала кандидатов зачастую является субъективным процессом, т.к. представления о том, что является креативным или успешным в данной области различны. Креативные сотрудники способны выдвигать новаторские идеи, улучшать процессы и обеспечивать конкурентное преимущество, однако процесс отбора и подбора творческих специалистов может быть осложнен некоторыми факторами и требовать новых подходов.

Во-первых, творческий потенциал человека не всегда определяется лишь уровнем образования, количеством профессиональных переподготовок, повышений квалификаций. Уровень образования выступает для работодателя индикатором компетентности и квалификации специалиста, но для оценки креативной составляющей большее значение может иметь визуальный инструмент – профессиональное портфолио, в котором собраны работы, проекты, достижения специалиста, позволяющие продемонстрировать его творческий потенциал и стиль. Тем не менее профессиональное портфолио не всегда обеспечивает достоверность представленной кандидатом информации, поэтому может быть осуществлено внедрение в процедуру отбора с помощью проведения креативных тестов, кейсов и заданий: работодатели смогут справедливо оценить мышление, профессиональные знания, креативный потенциал – способность создавать новые продукты, генерировать идеи.

Во-вторых, основным видом собеседований является *индивидуальное* – процедурой отбора занимается специалист по подбору персонала, беседующий

с кандидатом лично. Вторую позицию по популярности занимает *групповое* собеседование, включающее проведение интервью одновременно с несколькими кандидатами. В большинстве случаев этот вид используется для экономии времени<sup>13</sup>. Учитывая, что наиболее востребованным навыком креативного специалиста для работодателей в Томской области является умение работать в команде, допустимо преобразовать формат групповых собеседований, предоставляя кандидатам возможность не только рассказать о своих достижениях, образовании, опыте работы, но и продемонстрировать навык командной работы в режиме реального времени. Подобное взаимодействие кандидатов позволит не только оценить навыки специалиста, его включенность в процесс, умение коммуницировать с незнакомыми людьми, но и указать на возможные недостатки. На рынке труда креативных индустрий Томской области наблюдается высокая конкуренция среди специалистов в области маркетинга, рекламы, искусства, массмедиа. Подобный способ проведения собеседований позволит сэкономить работодателям время на поиск сотрудника, отвечающего необходимым требованиям, и оценить, сравнить работу нескольких кандидатов одновременно.

В-третьих, в ходе анализа спроса и предложения на рынке труда креативных индустрий в Томской области выявлено несоответствие: большинство резюме соискателей с указанным опытом работы более 6 лет (65 %), но основная часть работодателей находится в поиске сотрудников с опытом работы до 3 лет (74,6 %). Подобная ситуация может быть вызвана следующими факторами:

1. Опытные сотрудники проявляют стремление получить новый профессиональный опыт и желание сменить место работы с целью карьерного роста, повышения уровня заработной платы. Исходя из накопленного человеческого капитала, требования специалистов с большим опытом к условиям работы возрастают, ведь и ценность такого сотрудника высока.

2. Работодателям выгоднее нанимать людей без опыта либо с небольшим опытом по двум причинам: молодые сотрудники в профессиональной сфере неотяжелены прошлым опытом, у них нет потребности в переобучении в отличие от многих опытных специалистов с устоявшимися методами работы, вызывающими сложности в адаптации в организации, использующей иные подходы. Молодых специалистов легче обучить, а отсутствие

опыта либо минимальный опыт работы позволит работодателям снизить затраты на оплату труда, т.к. таких сотрудников нанимают за невысокую заработную плату.

Исходя из перечисленного, разрешить сложившееся противоречие практически невозможно, однако избежать ситуации, когда у сотрудника возникнет потребность сменить место работы из-за отсутствия профессионального развития и возможности роста уровня заработной платы, можно. Привлечению и удержанию специалистов способствует представленная на этапе собеседования стратегия карьерного роста в данной организации. Например, если кандидат будет видеть, что помимо стандартных условий труда работодатель гарантирует профессиональное развитие сотрудника, а также демонстрирует, каким будет этот процесс и сколько усилий потребует со стороны кандидата, вероятность роста специалиста вместе с организацией повышается.

Итак, для процедуры отбора и подбора креативных специалистов недостаточно лишь стандартных оценок кандидатов (исключительно по уровню образования, опыту работы) или включения в процесс отбора разнообразных методов оценки (интерактива в командной работе, кейс-заданий, тестирования). Только их совместное использование, а также создание стимулирующей среды для проявления творческого потенциала и профессионального развития позволят сделать набор креативных специалистов эффективным.

## Заключение

Несмотря на то что в настоящее время термин *креативные индустрии* не имеет общепринятого определения и продолжает оспариваться многими исследователями, можно сформировать единое мнение из совокупности различных трактовок: креативные индустрии представляют собой молодой, но активно развивающийся сектор экономики, основными ресурсами которого являются творчество и интеллектуальный капитал. В связи с ростом и усиливающимся вкладом в экономику, государство рассматривает креативные отрасли как важный сектор экономики, предпринимая меры их стимуляции и поддержки на законодательном уровне.

Креативные индустрии находятся в зависимости от мировых трендов, а точнее – от скорости их сменяемости. В этом заключается сложность прогнозирования развития индустрии и, как следствие, предположения изменения ситуации на рынке

<sup>13</sup> Виды, типы и методы собеседования: обзор лучших практик. *HRTIME.RU*. URL: <https://hrtime.ru/contents/vidy-tipy-i-metody-sobesedovaniia-obzor-luchshikh-praktik/> (дата обращения: 23.04.2024).

труда. Увеличивающийся масштаб отрасли требует большого количества специалистов, обладающих высокой квалификацией, уникальными навыками и талантами, т.е. вкладывающихся в собственный человеческий капитал. Он является индикатором востребованности и конкурентоспособности специалиста на рынке труда.

В данном исследовании обоснована значимость рынка труда для развития креативных индустрий на примере Томской области, которая относится к числу лидеров по потенциалу их развития (4 место в рейтинге). В статье при решении задачи выявления особенностей рынка труда креативных индустрий были отражены основные показатели, определяющие ситуацию на рынке труда и способные отразить специфичность креативных отраслей. Определена тесная взаимосвязь между динамикой развития креативных индустрий и положением на рынке труда. Вследствие развития технологий, цифровизации появляются новые креативные профессии, сфера деятельности которых ориентирована на онлайн-среду. Изменению предложения на рынке труда соответствует динамика спроса, повышающегося на специалистов, использующих в работе сетевое пространство. Обратная ситуация – падение спроса – наблюдается с работниками традиционных профессий (специалисты архивов и музеев).

При решении задач оценки спроса и предложения и выявления проблем рынка труда креативных индустрий в работе было проведено исследование вакансий работодателей и резюме соискателей на креативные должности. Согласно представленным результатам, были сделаны выводы о динамике спроса и предложения труда и определены существующие сложности. Так, в Томской области на рынке труда креативных индустрий спрос превышает предложение, несмотря на прирост количества резюме в сравнении с мартом 2023 г. С одной стороны, превышение спроса над предложением может служить признаком того, что на рынке труда находится меньше квалифицированных специалистов, чем требуется работодателям. С другой – это повышает конкурентоспособность между работодателями, находящимися в поиске сотрудников, стимулируя их улучшать условия труда, повышать заработную плату, инвестировать в обучение и развитие специалистов.

Наиболее высокие показатели спроса и предложения зафиксированы в сфере информационных технологий, маркетинга и научно-исследовательской деятельности. На первый взгляд, это оказывает положительное влияние на креативные индустрии,

т.к. технологические тенденции требуют постоянного развития и совершенствования деятельности для успешной адаптации отрасли в современном мире, чему способствует рост потребности в специалистах, способных внедрять инновации в работу. Однако при этом снижается заинтересованность к менее востребованным специальностям, вследствие чего люди сталкиваются с трудностями при поиске работы.

Подобное несоответствие проявляется не только в рамках спроса, но и предложения труда. При его анализе было установлено, что между специалистами менее востребованных профессий присутствует высокая конкуренция. Соискатели вынуждены снижать требования к условиям работы, заработной плате, ощущая вместе с тем необходимость инвестировать в свое профессиональное развитие и рост. Заработная плата востребованных и менее востребованных специальностей креативных индустрий в Томской области может отличаться более чем на 100 тыс. руб., тогда как основные характеристики соискателей (уровень образования, возраст, опыт работы) могут быть идентичны.

При разработке предложений по совершенствованию найма креативных специалистов были выявлены особенности рынка труда креативных индустрий в Томской области, на основе которых выдвинуты предположения, способные улучшить процедуру отбора и подбора специалистов на креативные должности. Так как в креативных индустриях заняты творческие специалисты, чьи способности нельзя измерить стандартными показателями, то при процедуре подбора могут возникнуть сложности в объективности оценки творческого потенциала креативных специалистов. Люди, деятельность которых основана на творчестве, не всегда могут продемонстрировать свою уникальность, компетентность и креативность на традиционных собеседованиях. Также в креативных индустриях зачастую важным требованием выступает умение работать в команде, поэтому работодатели, выделяя навык командной работы как наиболее востребованный, обращают внимание на способность кандидата эффективно взаимодействовать с другими людьми в рабочем процессе, однако данная способность может быть полноценно выявлена лишь при вступлении в должность. Это создает для работодателя риски, прежде всего вызванные традиционной процедурой отбора.

Преобразование стандартных интервью с кандидатами в командный формат собеседований позволит нанимателям сформировать представления о коммуникативных способностях потенциального

сотрудника на первоначальном этапе. Для успешного найма таких специалистов требуется более гибкий и творческий подход к процессу отбора, позволяющий оценить не только основополагающие параметры кандидата, но и его мышление, способность генерировать новые идеи, находить нестандартные решения и подходы.

Результаты исследования имеют потенциал применения в дальнейших исследованиях рынка труда креативных индустрий, выявления специфики Томской области на основе сопоставления с другими регионами, а также управления креативными человеческими ресурсами. В практических целях могут быть использованы для оптимизации процедуры отбора и подбора креативных специалистов.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

**Финансирование:** Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00679 «Креативная реиндустриализация городов "второго эшелона" в условиях цифровой трансформации». <https://rscf.ru/project/22-18-00679/>

**Funding:** The research was supported by the Russian Science Foundation, Project No. 22-18-00679: Creative reindustrialization of the second-tier cities in context of digital transformation, <https://rscf.ru/en/project/22-18-00679/>

## Литература / References

1. Тургель И. Д., Дербенева В. В., Баскакова И. В., Чукавина К. В. Теоретические подходы к определению креативных индустрий. *Р-Экономика*. 2022. Т. 8. № 4. С. 310–326. [Turgel I. D., Derbeneva V. V., Baskakova I. V., Chukavina K. V. Theoretical approaches to identifying creative industries, *R-economy*, 2022, 8(4): 310–326. (In Russ.)] <http://dx.doi.org/10.15826/recon.2022.8.4.024>
2. Трубецкая А. Ю. Креативные индустрии: опыт применения практико-ориентированного подхода в российском современном образовании. *Обсерватория культуры*. 2019. Т. 16. № 3. С. 240–250. [Trubetskaya A. Yu. Creative industries: The experience of practice-oriented approach application in the modern Russian education. *Observatory of Culture*, 2019, 16(3): 240–250. (In Russ.)] <https://doi.org/10.25281/2072-3156-2019-16-3-240-250>
3. Wu H., Wu R. The impacts of emerging technologies and education to creative industry and the inspired economies. *ICSET 2019: Proc. 3rd Intern. Conf.*, Taipei, 15–17 Aug 2019. NY: ACM, 2019, 96–100. <https://doi.org/10.1145/3355966.3355987>
4. Butkova O. V. The definition of "capital" as an economic and accounting category. *INTERAGROMASH 2020: Proc. XIII Intern. Sci.-Prac. Conf.*, Rostov-on-Don, 26–28 Feb 2020. Rostov-on-Don: DSTU, 2020, vol. 175. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202017513011>
5. Mincer J. Investment in human capital and personal income distribution. *Journal of Political Economy*, 1958, 66(4): 281–302. <https://doi.org/10.1086/258055>
6. Григорьев К. Н. Трансформация понятия «человеческий капитал». *Социология*. 2020. № 3. С. 83–89. [Grigorev K. N. Transformation of the concept of «human capital», *Sotsiologiya*, 2020, (3): 83–89. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pfjras>
7. Schultz T. W. Capital formation by education. *Journal of Political Economy*, 1960, 68(6): 571–583. <https://doi.org/10.1086/258393>
8. Becker G. S. Human capital and the economy. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 1992, 136(1): 85–92.
9. Булина А. О., Мозговая К. А., Пахнин М. А. Человеческий капитал в теории экономического роста: классические модели и новые подходы. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика*. 2020. Т. 36. № 2. С. 163–188. [Bulina A. O., Mozgovaya K. A., Pakhnin M. A. Human capital in economic growth: Classical models and new approaches. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ekonomika*, 2020, 36(2): 163–188. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21638/spbu05.2020.201>

10. Иванов М. И. Основные положения теории человеческого капитала и их развитие. *Вестник Чеченского государственного университета им. А. А. Кадырова*. 2019. Т. 36. № 4. С. 92–97. [Ivanov M. I. The main provisions of the theory of human capital and their development. *Vestnik Chechenskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. A. Kadyrova*, 2019, 36(4): 92–97. (In Russ.)]
11. Юнусова Г. Р. Человеческий капитал в развитии экономики региона: высококачественное высшее образование как инвестиции в человеческий капитал. *Государственное управление. Электронный вестник*. 2021. № 88. С. 190–203. [Yunusova G. R. Human capital in the development of region's economy: High-quality higher education as investment in human capital. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik*, 2021, (88): 190–203. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24412/2070-1381-2021-88-190-203>
12. Krišiukenienė D., Pilinkienė V. Theoretical presumptions of the creative industries innovation productivity performance. *Creativity Studies*, 2023, 16(1): 91–107. <https://doi.org/10.3846/cs.2023.15958>
13. Измашкина О. А. Оценка эффективности функционирования рынка труда Владимирской области на основе макропоказателей многофакторной оценки состояния регионального рынка труда. *Вестник Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. Серия: Экономические науки*. 2023. № 4. С. 7–14. [Izmashkina O. A. Evaluation of the effectiveness of the functioning of the labor market of the Vladimir region on the basis of macro-indicators of a multifactorial assessment of the state of the regional labor market. *Vestnik Vladimirskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Aleksandra Grigorevicha i Nikolaia Grigorevicha Stoletovykh. Seriya: Ekonomicheskie nauki*, 2023, (4): 7–14. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uszfaw>
14. Pareja-Eastaway M. Creative Industries. *Journal of Evolutionary Studies on Business*, 2016, 1(1): 38–50.
15. Bujor A., Avsilcai S. Modern technologies and business performance in creative industries: A framework of analysis. *IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng*, 2016, 145. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/145/6/062001>
16. Труфанов Д. О., Ворошилов В. А., Борисюк Л. А., Малаховская А. М., Черепанова А. А., Сильвияйнен Д. С. Модель инфраструктуры подготовки кадров для креативных индустрий. *Экономика труда*. 2023. Т. 10. № 7. С. 1061–1078. [Trufanov D. O., Voroshilov V. A., Borisjuk L. A., Malakhovskaya A. M., Cherepanova A. A., Silviyaynen D. S. Training infrastructure model for creative industries. *Ekonomika truda*, 2023, 10(7): 1061–1078. (In Russ.)] <http://doi.org/10.18334/et.10.7.118661>
17. Гершман М. А., Демьянова А. В., Полякова Е. Ю. Креативный класс России: портрет в цифрах. Научный дайджест. Спецвыпуск. М.: НИУ ВШЭ, 2023. 17 с. [Gershman M. A., Demianova A. V., Poliakova E. Yu. *Creative community in Russia: A quantitative profile. Scientific digest. Special edition*. Moscow: HSE University, 2023, 17. (In Russ.)]
18. Жунусова Л. С. Креативные профессии в эпоху цифровых технологий: как новые инструменты воздействуют на выбор профессий и мир творчества. *Инновационная наука*. 2023. № 5-2. С. 68–72. [Zhunusova L. S. Creative professions in the digital age: How new tools affect the choice of professions and the world of creativity. *Innovatsionnaya nauka*, 2023, (5-2): 68–72. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zwwwug>
19. Dharmani P., Das S. Influence of technological changes on evolution trajectories: Evidence from creative industries. *Academy of management proceedings*, 2022, (1). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4487097>
20. Грохотова К. В., Винокурова М. В. Использование инструментов интернет-маркетинга в качестве механизма продвижения услуг. *Global & Regional Research*. 2021. Т. 3. № 2. С. 59–69. [Grokhotova K. V., Vinokurova M. V. Using the tools of internet marketing as a mechanism to promote services. *Global & Regional Research*, 2021, 3(2): 59–69. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xbccel>
21. Towse R. Digitization Internet and the economics of creative industries. *The Internet and Philosophy of Science*, 2022, 154–171. <http://dx.doi.org/10.4324/9781003250470-10>
22. Абанкина Т. В. Креативная экономика в России: новые тренды. *Журнал Новой экономической ассоциации*. 2022. № 2. С. 221–228. [Abankina T. V. Creative economy in Russia. *Zhurnal Novoi ekonomicheskoi assotsiatsii*, 2022, (2): 221–228. (In Russ.)] <https://doi.org/10.31737/2221-2264-2022-54-2-13>
23. Боос В. О., Гершман М. А., Гохберг Л. М., Куценко Е. С., Осташенко Т. В. Рейтинг креативных регионов России. Научный дайджест. Спецвыпуск № 3. М.: НИУ ВШЭ, 2023. 34 с. [Boos V. O., Gershman M. A., Gokhberg L. M., Kutsenko E. S., Ostashchenko T. V. *Rating of creative regions in Russia. Scientific digest. Special Issue No. 3*. Moscow: HSE University, 2023, 34. (In Russ.)]



24. Ипполитов С. С. Малый бизнес в творческой индустрии: оценка вклада в экономику. *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*. 2022. № 2. С. 143–153. [Ippolitov S. S. Small business in the creative industry: Assessment of contribution to the economy. *Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts*, 2022, (2): 143–153. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-2106-143-153>
25. Головчин М. А. Востребованность работника «нового типа» и его компетенций в российской экономике. *Вестник Гуманитарного университета*. 2019. № 4. С. 100–111. [Golovchin M. A. The demand for the "new type" employee and his competencies in the Russian economy. *Vestnik Gumanitarnogo universiteta*, 2019, (4): 100–111. (In Russ.)]
26. Джабраилова Л. Х., Хадуева Я. А. Креативные индустрии – основа новой экономической реальности. *Известия Чеченского государственного педагогического университета. Серия 1. Гуманитарные и общественные науки*. 2021. № 4. С. 184–192. [Dzhabrailova L. Kh., Khadueva Ya. A. Creative industries – the basis of a new economic reality. *Bulletin of Chechen State Pedagogical University. Series 1. Humane and Social Sciences*, 2021, (4): 184–192. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/yqbwnp>
27. Ткаченко Ю. Г. Мониторинг регионального молодежного рынка труда. *Управление в экономических и социальных системах*. 2020. № 1. С. 17–25. [Tkachenko Yu. G. Monitoring the regional youth labor market. *Management in Economic and Social Systems*, 2020, (1): 17–25. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/owkvxf>