

Научная статья

УДК: 332.02; 334.021

DOI: 10.17323/1999-5431-2024-0-3-187-210

ПРАКТИКИ ПОДДЕРЖКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Ривчун Татьяна Евгеньевна¹
Вапнярская Ольга Игоревна²
Платонова Наталья Алексеевна³

^{1, 2, 3} Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»;
101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

¹ Доктор экономических наук, заместитель декана, факультет креативных индустрий;
rivchun@hse.ru; ORCID: 0000-0002-7673-8947

² Кандидат экономических наук, доцент, заместитель директора, Институт развития
креативных индустрий; ovarnyarskaya@hse.ru; ORCID: 0000-0003-3276-6003

³ Доктор экономических наук, профессор, Школа дизайна; na.platonova@hse.ru;
ORCID: 0000-0003-4589-176X

Аннотация. В настоящей статье изучаются практики поддержки креативных индустрий на региональном уровне. В субъектах Российской Федерации складываются различные подходы к работе с креативными индустриями. Цель исследования – обобщение опыта поддержки креативных индустрий на региональном уровне и выявление перспективных механизмов стимулирования творческого предпринимательства. Основными методами исследования был кабинетный анализ отечественной и зарубежной научной литературы и нормативно-правовых актов, а также сравнительно-сопоставительный анализ практик работы институтов развития креативных индустрий, частных и общественных инициатив по данным из открытых источников. Авторы подтвердили гипотезу о разнообразии подходов к поддержке креативных индустрий. Это связано с неопределенностью креативной специализации регионов, а также с отсутствием ясных целей развития этой сферы для региональной экономики. Исследование показало, что наиболее перспективными мерами поддержки креативного предпринимательства являются: стимулирование экспорта; программы акселерации и инкубирования творческих проектов; поддержка творческих проектов, имеющих предпринимательский потенциал, но еще не вышедших на рынок. Но именно эти меры крайне редко применяются в настоящее время или не применяются вообще. По мнению авторов, практическое значение проведенного исследования заключается в возможности использования его результатов для совершенствования работы по поддержке креативных индустрий на региональном уровне.

Ключевые слова: креативные индустрии, регион, поддержка, институт развития, нормативно-правовой акт.

Для цитирования: Ривчун Т.Е., Вапнярская О.И., Платонова Н.А. Практики поддержки креативных индустрий на региональном уровне // Вопросы государственного и муниципального управления. 2024. № 3. С. 187–210. DOI: 10.17323/1999-5431-2024-0-3-187-210

Original article

PRACTICES OF SUPPORTING CREATIVE INDUSTRIES AT THE REGIONAL LEVEL

Tatiana E. Rivchun¹,
Olga I. Vapnyarskaya²,
Natalia A. Platonova³

^{1,2,3} National Research University Higher School of Economics (HSE University); 20 Myasnitskaya Str., 101000 Moscow, Russia.

¹ Doctor of Economics, Deputy Dean, Faculty of Creative Industries; rivchun@hse.ru; ORCID: 0000-0002-7673-8947

² PhD (in Economics), Associate Professor, Deputy Director, Institute for Creative Industries Development; ovapnyarskaya@hse.ru; ORCID: 0000-0003-3276-6003

³ Doctor of Economics, Professor, Professor, HSE Art and Design School; na.platonova@hse.ru; ORCID: 0000-0003-4589-176X

Abstract. This article examines the practices of supporting creative industries at the regional level. In the Russian Federation regions, different approaches to working with creative industries are emerging. The purpose of the study was to summarize the experience of supporting creative industries at the regional level and to identify promising areas for the implementation of measures aimed at stimulating creative entrepreneurship. The research implemented desk analysis of Russian and foreign scientific literature and regulations, as well as comparative analysis of the practices of creative industries development institutions, private and public initiatives based on data from open sources. The authors confirmed the hypothesis about the diversity of approaches to supporting creative industries which is due to the uncertainty of the creative specialization of the regions, as well as the lack of clear development goals of creative industries for the regional economy. The study showed that the most promising areas for the development of measures to support creative entrepreneurship, which are rarely used at present or not applied at all, are measures to stimulate exports, acceleration and incubation programs for creative projects, to support creative projects that have entrepreneurial potential, but have not yet entered the market. According to the authors, the practical significance of the study lies in the possibility of using its results to improve the work to support creative industries at the regional level.

Keywords: creative industries, region, support, development institution, regulatory act.

For citation: Rivchun, T.E., Vapnyarskaya, O.I. and Platonova, N.A. (2024) 'Practices of supporting creative industries at the regional level', *Public Administration Issues*, 3, pp. 187–210 (In Russian). DOI: 10.17323/1999-5431-2024-0-3-187-210

JEL Classification: R11, R58, Z11.

Введение

Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.¹ (далее – Концепция) определила приоритетность творческих индустрий, значимость креативного предпринимательства, а также целевые показатели и условия развития креативной экономики. Содержание Концепции и плана мероприятий по ее реализации ориентируют администрации субъектов Российской Федерации на увеличение доли креативного предпринимательства в региональной экономике, на включение креативных индустрий в число перспективных экономических специализаций регионов, а также на обеспечение полноты и доступности механизмов поддержки на всех стадиях предпринимательского процесса. Поэтому в субъектах Российской Федерации активизировались усилия по интеграции креативных индустрий в правовое поле и поиску форм поддержки креативного предпринимательства. Вопросы поиска механизмов государственного участия и поддержки креативных индустрий, условия их применения и потенциальная результативность рассматривались многими исследователями через призму устойчивого развития отдельных территорий и рынков, вклада креативных индустрий в экономику и определения границ этого сектора.

Важность и результативность развития креативных индустрий на региональном уровне не нуждается в излишних доказательствах; между тем вопросы выбора мер поддержки не получили типовых решений, хотя представители предпринимательского сообщества, органов государственного и муниципального управления признают необходимость выработки единых подходов. В Российской Федерации перспективы развития креативных индустрий оцениваются высоко (см.: Абанкина, Николаенко, Романов, Щербак, 2021), но при этом динамика изменений самих креативных индустрий, цифровизация экономики и другие факторы усложняют задачи стимулирования их развития (см.: Антонова, Елисеева, 2021; Шкаркина, 2022).

Большинство исследований вклада креативных индустрий в городскую экономику, экономику сельских территорий или периферийных регионов, региональную и/или национальную экономики так или иначе указывают

¹ Утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. N 2613-р.

на необходимость поддержки творческого предпринимательства на различных стадиях процесса – от создания бизнеса до решения экспортных задач (Collins, Mahon, Murtagh, 2018; Oyekunle, Sirayi, 2018). Разнообразие моделей развития новых продуктов, основанных на культурных ресурсах и локальном наследии, привлекательных для местного населения и туристов, увеличивает число различных практик кооперации и взаимодействия субъектов рынка как между собой, так и с государственными институциями (см. об этом: Abankina, 2013), а также требует участия городских и региональных администраций, в том числе в вопросах развития местных брендов (см. об этом: Bassols, Leicht, 2020). При этом, как правило, исследования региональных экосистем креативной экономики сопровождаются рекомендациями по активизации сотрудничества регуляторов и правительственных учреждений с креативным сообществом по вопросам повышения качества товаров и услуг, диверсификации рынков, в том числе экспортных, развития инновационных подходов и дизайна, транспортной и распределительной инфраструктуры, обучения, продвижения и маркетинга на новых рынках (Munawar, Munawar, Tarmidi, 2023). К вопросам стратегического регулирования этого сектора обращаются и отечественные эксперты (см., например: Бровинская, Залевская, Морданов, 2022), указывая на необходимость комплексных подходов и активной роли региональных администраций.

Высокая эффективность акселерации, просвещения и финансирования новых креативных междисциплинарных и межотраслевых предприятий и проектов отмечается исследователями опыта Австрии и Словении (Purg, Sacchiatore, Gerbec, 2023, p. 125). Центр креативности – Институт развития креативных индустрий Словении – своей целью поставил поддержку «создания большого количества новых стартапов, продуктов или услуг, которые будут коммерчески жизнеспособными, для того чтобы развивать экономически устойчивую креативную индустрию» (Ibid.: p. 126). Тем самым активизация предпринимательства в креативном секторе, как показывает зарубежный опыт, является не только средством увеличения количества субъектов рынка и создания новых продуктов, но и системообразующим фактором. В России эти процессы получили практические доказательства на примере роста капитализации объектов культурного наследия (Абанкина, Гнедовский, 2017).

Теме акселерации и инкубации креативных проектов посвящен целый ряд работ, в которых показано, как творческий акселератор, фокусирующийся на доработке творческой составляющей проекта, помогает институтам развития креативных индустрий отбирать потенциально устойчивые и успешные проекты, а самим креаторам – дорабатывать проекты до стадии стартапа и выхода на рынок (см., например: de Klerk, Hodge, 2021).

Исследователи отечественного опыта традиционно отмечают высокую значимость и особую роль регулирования развития креативных индустрий, которые образуют не только устойчивый рынок, но и занимают свое место в числе экспортеров (Gavrilova, Gershman, Thurner, 2023). Панельный анализ взаимосвязи развития креативных индустрий и экономики города доказывает, что стратегические усилия городских и региональных администраций

должны быть сосредоточены на увеличении разнообразия креативных индустрий (Yum, 2016), тогда как фокусирование на специализации не дает сравнительно высоких результатов.

Здесь целесообразно упомянуть продолжающийся дискурс о границах креативных индустрий. Отечественные исследователи также придают особую важность измерению креативных индустрий и определению их границ в рамках экономики (Тургель, Баскакова, Чукавина, Дербенева, 2022). Стратегическое картографирование по модели концентрических кругов, модели Тросби позволяет выделить первичные искусства (музыка, театр, танец, изобразительное искусство и литература) и определить их влияние на развитие творческого предпринимательства (Casciatiore, Panozzo, 2022). С таким подходом можно выстраивать более детализированный процесс формирования креативного проекта и подбирать меры поддержки для каждой его составляющей.

Важной точкой приложения усилий местных администраций по развитию креативных индустрий должно стать создание и управление профессиональным творческим комьюнити. В работе Ю. Картланда и Ст. Мараса (Cartland, Maras, 2023) доказано, что концентрация креативного бизнеса, стартап-сообществ создает особую систему социального обучения – одну из составляющих экосистемы креативных индустрий, накапливающую и распространяющую знания, позволяющую создавать новые эффективные проекты с высокой степенью согласованности, вовлеченности и креативности. Исследователи креативной экономики предлагают использовать потенциал творческого поиска в рамках отдельных успешных решений локальных задач для формирования инновационного капитала, тиражирования и масштабирования этих решений посредством построения экосистемы обмена знаниями (Frommherz, Narayan, 2023; Santos Vieira de Jesus, 2020). В реализации этого механизма российские исследователи видят большую роль поддержки креативного предпринимательства в финансовом, правовом направлениях, а также в снижении административно-правовых барьеров (Еремина, 2022; Мартынов, Ширеева, Головизнина, 2022). На примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры показана значимость регуляторного воздействия (Лебедева, 2022).

Культурные и креативные индустрии обладают способностью внедрять инновации в традиционные отрасли, обеспечивая реализацию региональных инновационных стратегий через создание совершенно новых креативных продуктов и рынков (Штайн, 2023). Креативные индустрии могут взять на себя роль посредников между классическими продуктами и требованиями устойчивого развития (Gerlitz, Prause, 2021). Этот процесс увеличивает число объектов управления в сфере креативных индустрий и смежных отраслях. От системы управления требуется, с одной стороны, оптимизировать менеджмент креативных сообществ и кластеров, а с другой – стимулировать межкластерные и иные внешние взаимосвязи (Lazzeretti, Cinti, 2009).

При этом креативные индустрии стремятся к высокой концентрации в креативных пространствах и к формированию собственной экосистемы. Но такой подход ограничивает их развитие. Более значимые перспективы

для креативного предпринимательства открывают интеграция и сотрудничество с широким бизнес-сообществом. Взаимное обогащение в большей степени способствует развитию региональной экономики (Fleischmann, Daniel, Welters, 2017). Еще большие перспективы для развития креативных индустрий открывают международное сотрудничество и экспорт продуктов креативных индустрий (Oyekunle, Sirayi, 2018).

Анализ литературы, в том числе вышеприведенных источников, позволяет выдвинуть гипотезу о значительном многообразии мер поддержки креативных индустрий в регионах Российской Федерации. Однако применяемые механизмы поддержки не всегда соответствуют перспективам развития творческого предпринимательства: в большинстве регионов не определена креативная специализация, не разработана стратегия развития креативных индустрий, не поставлены измеримые цели и задачи. В связи с этим была сформулирована проблема данного исследования: определение актуальных направлений развития мер поддержки креативных индустрий на основе обобщения практик стимулирования креативной экономики на региональном уровне.

Основными теоретическими аспектами данной проблемы являются: группировка мер поддержки креативных индустрий и идентификация условий, позволяющих реализовать такие меры или же сдерживающих их разработку и внедрение. В качестве практического аспекта авторы поставили задачу при разработке региональных мер поддержки креативных индустрий учесть положения, значимое влияние которых доказано учеными и практиками, в том числе в работах, упомянутых выше:

- растущая динамика в развитии креативных индустрий;
- растущая скорость цифровизации экономики;
- потребность в поддержке креативного предпринимательства на всех стадиях вплоть до экспорта;
- развитие практик коллабораций и взаимодействия между субъектами рынка, местными администрациями, населением, креативными лидерами;
- высокая результативность акселерационных и инкубационных программ по развитию креативных междисциплинарных проектов и межотраслевых предприятий;
- формирование профессионального комьюнити, способного к социальному обучению;
- расширение креативных практик в традиционных отраслях.

Авторы согласны с тем, что эффективность мер поддержки может быть определена только по истечении определенного периода. Кроме того, такие оценки окажутся полезнее для конкретных креативных индустрий. Исследования показали (см.: Teti, Tomasi, Barchitta, 2019), что один и тот же инструмент может быть значимым стимулом развития одной индустрии и практически не оказывать влияния на прирост другой.

В связи с этим были поставлены следующие исследовательские вопросы:

- Определить, как происходит интеграция креативных индустрий в правовое поле субъектов Российской Федерации, какие механизмы используют органы государственной власти для создания нормативной базы поддержки креативных индустрий.

- Выявить условия, определяющие результативность региональных практик поддержки креативного предпринимательства.
- Определить наиболее значимые точки развития инфраструктуры поддержки креативных индустрий на основе обобщения опыта государственных, муниципальных, общественных и частных инициатив.

Анализируя практики работы институтов развития креативных индустрий, частных и общественных инициатив, реализуемых в регионах Российской Федерации, авторы пользовались сравнительно-сопоставительным методом. Информационную базу составили отечественные и зарубежные публикации с результатами проведенных исследований по проблеме, нормативно-правовые акты, а также статистические и иные данные из открытых источников, опубликованных в сети Интернет. Авторами было проведено собственное исследование в форме опроса с формированием неслучайной выборки экспертов в сфере креативных индустрий. Всего было опрошено 35 экспертов из различных структур, обеспечивающих развитие креативных индустрий в своих регионах. Опрос проводился в марте-апреле 2024 года.

Интеграция креативных индустрий в правовое поле региона

Введение креативных индустрий в региональное правовое поле, как показывает практика, осуществляется несколькими подходами: их можно условно разделить на прямые и косвенные. Первые формируют, по сути, отраслевое законодательство. Вторые вводят понятие креативных индустрий в имеющиеся нормативно-правовые документы. Вне зависимости от подхода эта деятельность преследует цель формирования нормативной базы для разработки механизмов поддержки субъектов бизнеса и проектов в сфере творческого предпринимательства.

К прямым подходам интеграции креативных индустрий в нормативно-правовое поле региона относится принятие законов, концепций, программ развития креативных индустрий или креативной экономики. Принятие закона о креативных индустриях позволяет явно и однозначно закрепить основные положения, регламентирующие понимание феномена креативных индустрий, состав субъектов креативных индустрий, направления и условия предоставления поддержки.

В Ханты-Мансийском автономном округе – Югре (ХМАО-ЮГРА)², в Самарской³ и Новгородской⁴ областях такие законы действовали к концу 2023 г. Законодатели Ханты-Мансийского автономного округа – Югры и Новгородской области непосредственно в документе определили состав креативных индустрий, а также закрепили необходимость вхождения

² Закон Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 27 июля 2020 г. N 70-оз «О креативных индустриях в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре».

³ Закон Самарской области от 13 января 2022 г. N 8-ГД «О развитии творческих (креативных) индустрий в Самарской области».

⁴ Закон Новгородской области от 28 февраля 2023 г. N 280-ОЗ «О креативных (творческих) индустриях в Новгородской области».

в реестр(ы) субъектов креативных индустрий для получения какой-либо поддержки. Разработчики закона Самарской области ограничили состав креативных индустрий перечнем видов экономической деятельности, который должен быть закреплен подзаконным актом. Сходство данных документов видится в принципах и направлениях (финансовой, имущественной, информационно-консультационной и пр.) поддержки креативных индустрий, а также включении самозанятых лиц в состав субъектов креативных индустрий. Существенные отличия заключаются в идентификации состава креативных индустрий, а также способов его закрепления.

Во многих регионах присутствует практика разработки программных или стратегических документов: концепций развития креативных индустрий (экономики) отдельных креативных индустрий⁵, планов (дорожных карт) по развитию креативных индустрий, комплексов мер по их поддержке⁶, нормативно-правовых документов о развитии и поддержке креативных индустрий⁷. Отметим, что, в отличие от концепций, дорожные карты и иные документы, определяющие дальнейшее развитие креативных индустрий, подразумевают разработку и реализацию конкретных мероприятий по предоставлению тех или иных мер поддержки.

Вместе с тем если в федеральной Концепции представлено девять основных направлений мер поддержки, призванных решить имеющиеся проблемы в развитии творческого предпринимательства, то в региональных документах таких направлений существенно меньше. Подавляющее число реализуемых мероприятий представляет собой копию архитектуры поддержки других отраслей – субсидии и гранты на традиционные статьи затрат, обучение в различных форматах, консультационную и информационную помощь. Крайне ограничена практика поддержки создающимся бизнесам, практически невозможно получить софинансирование затрат, связанных с оплатой труда.

Практика создания пилотных, ведомственных, региональных и иных проектов⁸ с принятием специальных нормативно-правовых актов, закрепляющих статус и содержание таких проектов, дают возможность регионам осуществлять деятельность более сфокусированную и решающую конкретный узкий перечень задач в сравнении с реализацией стратегий, программ и дорожных карт. Такая практика часто связана с развитием отдельных инфраструктурных элементов – креативных кластеров и пространств, а также с решением определенных задач развития территорий с помощью креативных индустрий, поддержки местного населения. Тем самым региональные администрации принимают на себя задачи, которые более свойственны са-

⁵ Белгородская область (2022 г.), Новосибирская область (2021 г.), Омская область (2022 г.), Республика Саха (Якутия) (2018 г., 2023 г.), Республика Северная Осетия – Алания (2023 г.), Ханты-Мансийский автономный округ – Югра (2023 г.).

⁶ Иркутская область (2022 г.), Новгородская область (2023 г.), Омская область (2023 г.), Республика Коми (2023 г.), Томская область (2023 г.), Чувашская Республика (2022 г.).

⁷ Нижегородская область (2022 г.).

⁸ Москва (2022 г.), Кабардино-Балкарская Республика (2022 г.), Приморский край (2021 г.), Псковская область (2022–2023 гг.), Чеченская Республика (2018 г.).

мим креаторам. Вследствие такой практики может встать вопрос о дальнейшем существовании подобных структур.

Косвенные подходы к интеграции креативных индустрий в региональное нормативно-правовое поле заключаются в имплементации креативных индустрий в стратегические документы. Чаще всего встречается присутствие креативных индустрий в стратегиях социально-экономического развития региона, планах мероприятий по реализации стратегий⁹, а также в перечне основных направлений деятельности правительства региона¹⁰. При этом присутствие варьируется от простого упоминания в числе наиболее важных или приоритетных сегментов региональной экономики до включения вопросов развития креативных индустрий в задачи, сценарии, мероприятия документа.

Несколько реже креативные индустрии включают в программы развития культуры, туризма, сохранения наследия, а также в программы о культурных пространствах¹¹. Очевидно, что это обусловлено идентификацией в первую очередь тех креативных индустрий, которые тесно связаны с использованием культурного и исторического наследия региона.

Разнообразие подходов вызвано неопределенностью в отношении состава и структуры креативных индустрий, их роли в региональной экономике и в выборе специализации региона. Так, в Самарской области до сих пор не принят подзаконный акт, регламентирующий перечень креативных индустрий, что делает принятый закон практически не действующим. Интеграция вопросов развития креативных индустрий в те или иные программы развития (культуры, туризма и пр.) говорит о стремлении региона использовать их как инструмент повышения туристической привлекательности и развития культурных практик. Такой подход, равно как и интеграция данных вопросов в стратегии социально-экономического развития регионов, не всегда способствует развитию самих креативных индустрий. Создание специальных проектов превращает регион в постоянного финансового донора, оставляя нерешенными задачи коммерциализации этих проектов. Разработка программных или стратегических документов в области креативных индустрий представляется наиболее важным шагом, поскольку определяет ключевые целевые параметры развития креативных индустрий и механизмы достижения этих показателей.

Таким образом, заметен тренд на создание в регионах механизмов поддержки и развития креативных индустрий. Это, во-первых, нормативно-правовой документ, закрепляющий понятие креативных индустрий и/или

⁹ Алтайский край (2021 г.), Вологодская область (2016 г.), Краснодарский край (2019 г.), Курская область (2020 г.), Новгородская область (2019 г.), Оренбургская область (2021 г.), Приморский край (2022 г.), Республика Адыгея (2018 г.), Республика Саха (Якутия) (2019 г.), Республика Татарстан (2015 г.), Тюменская область (2020 г.).

¹⁰ Тульская область (2016 г.).

¹¹ Белгородская область (2013 г.), Владимирская область (2021 г.), Калининградская область (2022 г.), Калужская область (2019 г.), Кировская область (2019 г.), Липецкая область (2013 г.), Орловская область (2019 г.), Ульяновская область (2019 г.), Республика Башкортостан (2023 г.), Ханты-Мансийский автономный округ – Югра (2021 г.).

креативную специализацию региона, во-вторых, система мер поддержки креативных индустрий и, в-третьих, институт развития креативных индустрий (агентство, фонд, департамент или другое образование). Однако эта практика свойственна не всем регионам: в некоторых из них созданы только два из перечисленных трех элементов, в других – только один. Поэтому для соотнесения результатов развития креативных индустрий и совершенствования механизма их поддержки можно условно выделить три группы субъектов (см. табл. 1):

- регионы, в которых построен системный механизм поддержки и развития креативных индустрий;
- регионы, в которых есть отдельные элементы механизма развития креативных индустрий (два из трех, перечисленных выше);
- регионы, в которых есть только один элемент механизма развития креативных индустрий.

В число анализируемых регионов не включены Москва и Санкт-Петербург из-за высоких показателей, значительно отличающихся от других регионов.

Таблица 1

Показатели развития креативных индустрий в регионах с различными составляющими механизма поддержки

Субъект Российской Федерации	Вклад в ВРП, 2020, %*	Вклад в ВРП, 2022, %**	Изменение вклада в ВРП, п.п.	Вклад в выручку региона, %***	Доля организаций, задействованных в креативных индустриях, %****	Доля среднестатистической численности организаций, задействованных в креативных индустриях, %*****
<i>Субъекты Российской Федерации с системным механизмом развития креативных индустрий (присутствуют все три составляющие)</i>						
Калининградская область	4,2	7,6	3,4	2,5	10,5	5,2
Тюменская область	8,9	11,8	2,9	9,8	11,7	8,4
Ульяновская область	3	5,5	2,5	4	10,3	4,5
Республика Татарстан	4,1	5,5	1,4	2,7	10,1	4,2
Новосибирская область	5,4	6,6	1,2	3,1	10,8	5
Нижегородская область	3,7	4,7	1	2,4	9,5	3,4
Ивановская область	3,5	4,3	0,8	1,7	8,3	3,3
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	2,1	2,8	0,7	0,7	9,9	2,9
Краснодарский край	3,4	4	0,6	1,8	8,6	2,8
Самарская область	4,3	4,7	0,4	1,4	9,3	3,8
Новгородская область	1,6	2	0,4	1	9,9	1,3

Субъект Российской Федерации	Вклад в ВРП, 2020, %*	Вклад в ВРП, 2022, %**	Изменение вклада в ВРП, п.п.	Вклад в выручку региона, %***	Доля организаций, задействованных в креативных индустриях, %****	Доля среднесписочной численности сотрудников организаций, задействованных в креативных индустриях, %*****
Курская область	1,2	1,5	0,3	0,8	8,8	1
Ростовская область	3,2	3,5	0,3	1,8	8,8	2,8
Вологодская область	3,3	3,5	0,2	1,4	7,9	2,9
Республика Саха (Якутия)	1,6	1,8	0,2	2,4	10,5	1,8
Приморский край	2,2	2,4	0,2	1,7	8	1,8
Липецкая область	2,6	2,7	0,1	1,1	8,3	2,6
Республика Северная Осетия – Алания	1,1	1,2	0,1	1,5	9,7	1
Красноярский край	2,7	2,7	0	1,6	9,7	2,5
Иркутская область	2,6	2,3	-0,3	1,7	9,7	2,2
Тульская область	3,8	3,3	-0,5	1,9	9,8	2,4
Субъекты Российской Федерации, где действуют отдельные элементы механизма развития креативных индустрий (присутствуют две составляющие)						
Свердловская область	3,7	5,4	1,7	2,4	10,2	4,1
Пермский край	3,5	5	1,5	2,6	9,6	4,2
Алтайский край	2	3	1	1,3	9,9	2,2
Ленинградская область	1,9	2,6	0,7	1,2	10,9	1,4
Камчатский край	0,9	1,6	0,7	1,9	9,8	1,3
Челябинская область	2,8	3,4	0,6	1,7	9,4	2,6
Республика Марий Эл	3	3,6	0,6	2,6	9,5	2,5
Владимирская область	2,6	3,2	0,6	1,8	9,2	2,3
Республика Карелия	2,2	2,7	0,5	1,8	10,4	2,2
Воронежская область	3,1	3,6	0,5	1,8	8,8	2,6
Рязанская область	2,8	3,3	0,5	1,9	9,9	3
Кировская область	1,8	2,3	0,5	1,3	9,2	1,7
Республика Бурятия	1,4	1,8	0,4	1,6	15,9	1,6
Хабаровский край	2,2	2,6	0,4	1,7	8,6	2,2
Карачаево-Черкесская Республика	0,6	0,9	0,3	1	7,7	0,6
Орловская область	1,7	2	0,3	1	8,4	1,7

Субъект Российской Федерации	Вклад в ВРП, 2020, %*	Вклад в ВРП, 2022, %**	Изменение вклада в ВРП, п.п.	Вклад в выручку региона, %***	Доля организаций, задействованных в креативных индустриях, %****	Доля среднесписочной численности сотрудников организаций, задействованных в креативных индустриях, %*****
Московская область	4,7	5	0,3	2,2	12,3	3,4
Пензенская область	2,7	3	0,3	2,2	9,7	2,4
Саратовская область	2,8	3	0,2	1,8	9,1	2,2
Республика Хакасия	1,2	1,4	0,2	1,2	10,5	1,1
Тверская область	2,8	2,9	0,1	1,5	9,5	2,4
Омская область	3	3,1	0,1	2,7	9,9	2,4
Чеченская Республика	0,6	0,7	0,1	3,4	6,6	0,5
Архангельская область	1,3	1,4	0,1	1,5	10	1,1
Оренбургская область	1,6	1,7	0,1	0,8	8,3	1,3
Белгородская область	2,3	2,3	0	1	7,9	1,9
Кемеровская область	1,9	1,8	-0,1	0,7	9,8	5,2
Амурская область	1,9	1,8	-0,1	2,4	8	1,7
Мурманская область	1,8	1,7	-0,1	1,9	11,5	1,5
Томская область	5,2	5	-0,2	1,9	11,7	5
Республика Башкортостан	4,5	4	-0,5	1,7	9,5	3,1
<i>Субъекты Российской Федерации, где отсутствуют или реализован только один из элементов механизма развития креативных индустрий</i>						
Ярославская область	4,7	5,8	1,1	2,9	10,2	5,4
Республика Мордовия	1,1	2,1	1	1,5	12,3	1,7
Удмуртская Республика	3	3,9	0,9	2,5	10,5	3,2
Курганская область	1,4	2	0,6	5,4	8,5	1,7
Волгоградская область	2,1	2,6	0,5	1,5	9,1	2
Астраханская область	1,9	2,4	0,5	1,1	8,2	1,6
Республика Адыгея	0,9	1,4	0,5	1,3	7,3	1
Республика Калмыкия	0,7	1,1	0,4	4,4	8,1	0,8
Калужская область	2,5	2,9	0,4	5,7	9,4	2,4
Республика Крым	1,9	2,2	0,3	1,3	8,6	1,3
Брянская область	1,9	2,2	0,3	1,2	8,1	1,6
Псковская область	1,5	1,8	0,3	1,2	9,1	1,3

Субъект Российской Федерации	Вклад в ВРП, 2020, %*	Вклад в ВРП, 2022, %**	Изменение вклада в ВРП, п.п.	Вклад в выручку региона, %***	Доля организаций, задействованных в креативных индустриях, %****	Доля среднесписочной численности сотрудников организаций, задействованных в креативных индустриях, %*****
Смоленская область	3,2	3,5	0,3	2,2	8,5	2,7
Чувашская Республика – Чувашия	3	3,3	0,3	3,7	8	2,7
Чукотский автономный округ	1,3	1,5	0,2	3,7	10,6	1,4
Кабардино-Балкарская Республика	1	1,1	0,1	0,2	7,4	0,9
Республика Тыва	0,7	0,8	0,1	11,7	9,3	0,7
Республика Дагестан	0,7	0,8	0,1	3,5	6,8	0,5
Республика Алтай	1,2	1,3	0,1	0,7	9,3	1,2
Еврейская автономная область	0,6	0,7	0,1	0,7	9,8	0,5
Тамбовская область	1,8	1,9	0,1	1	8,1	1,7
Ставропольский край	2,2	2,2	0	1,7	7,5	1,7
Ямало-Ненецкий автономный округ	1,2	1,1	-0,1	3,6	8,9	1,1
Севастополь	4,4	4,3	-0,1	2,4	11,5	3,4
Республика Коми	1,8	1,6	-0,2	0,7	9,7	1,3
Забайкальский край	1,5	1,3	-0,2	3,4	7,8	1,2
Магаданская область	1,9	1,7	-0,2	1,2	9,3	2,1
Республика Ингушетия	0,6	0,4	-0,2	1,4	6,8	0,4
Сахалинская область	2,5	2	-0,5	2,1	8,4	1,9
Костромская область	7	6	-1	9,2	10	5,8

Источники: *URL: <https://100gorodov.ru/creativeindustries/>;

**URL: <https://asi.ru/library/main/192164/>;

***URL: <https://asi.ru/library/main/192164/>;

****URL: <https://asi.ru/library/main/192164/>;

*****URL: <https://asi.ru/library/main/192164/>

Согласно представленным данным видно, что в первой группе, где реализован системный механизм поддержки, показатели развития креативных индустрий выше, снижение вклада креативных индустрий в ВРП наблюдается только в двух из 21 региона или в 9%. А рост больше 1% имеет место в 29% регионов. Во второй группе показатели несколько ниже, а снижение вклада креативных индустрий в ВРП отмечалось чаще: в пяти из 31 региона (16%). Рост вклада в ВРП больше 1% присутствует в 10% регионов. В третьей группе также ниже показатели по сравнению с первой группой, а снижение вклада креативных индустрий в ВРП происходит еще

чаще: в восьми из 30 регионов (26%). Рост вклада в ВРП наблюдается только в 62 регионах (6%).

В целом полученная картина соответствует общемировым тенденциям и выводам, сделанным учеными и исследователями, о значительном влиянии местных и региональных администраций на развитие креативных индустрий, о необходимости и важности вовлечения государственных институций в поддержку креативного предпринимательства. Однако следует учитывать относительно недавнее возникновение практики поддержки креативных индустрий в России. В ряде регионов меры поддержки и институции развития были созданы в 2022–2023 гг.: соответственно, результаты их деятельности еще не полностью отразились в статистических показателях.

Региональные практики поддержки креативного предпринимательства

В 2021–2023 г. большинство субъектов Российской Федерации приступили к реализации мер поддержки креативных индустрий, которые условно можно объединить в следующие группы:

- Акселерационные программы для стартап-проектов креативных индустрий (Иркутская область и др.).
- Грантовые программы (Курская, Мурманская области, Республика Хакасия, ХМАО – Югра и др.).
- Субсидии на реализацию креативных проектов, в том числе некоммерческим организациям (Приморский край, Мурманская область и др.).
- Финансирование (субсидирование) деятельности институтов развития креативных индустрий (Калининградская, Ростовская, Рязанская, Тюменская, Ульяновская области, Красноярский край и др.).
- Мероприятия по развитию креативных территорий и кластеров (Орловская, Свердловская области, Республика Крым и др.).
- Комплекс мероприятий в рамках плана мер по реализации законов, концепций и прочих нормативно-правовых актов в сфере креативных индустрий (Новгородская, Омская, Томская области, Республика Коми, Чувашская Республика).

Следует отметить, что найти сведения о возможностях поддержки творческих предпринимательских проектов в общедоступном информационном поле достаточно сложно. Все нормативно-правовые акты, рассмотренные выше, представлены на порталах региональных администраций, в информационно-правовых системах. Единое региональное информационное пространство, где была бы размещена информация о возможности получить субсидию или принять участие в конкурсе для креативных индустрий, отсутствует. Это создает определенные сложности для предпринимателей из креативных индустрий, которые зачастую обладают небольшим предпринимательским опытом и/или ограниченными управленческими компетенциями.

Акселерационные программы для творческих проектов являются наиболее редкой формой поддержки креативного предпринимательства. При этом именно такая форма вызывает наибольший интерес среди раз-

работчиков творческих продуктов, желающих монетизировать свой труд и реализоваться в роли предпринимателя. Традиционные практики бизнес-инкубаторов и акселераторов, стартап-школ и аналогичных организаций требуют значительной адаптации и пересмотра подходов для работы на рынках креативных индустрий.

Грантовые программы, как показывает опыт регионов, представляют большой интерес для творческих предпринимателей. Включение самозанятых граждан в число конкурсантов – претендентов на грантовую поддержку в разы увеличивает число участников. Такая форма поддержки позволяет также выявить перспективные и развивающиеся креативные проекты. Регулярные грантовые программы помогают формировать креативное сообщество предпринимателей, стимулируют развитие экономической активности в креативных индустриях.

Субсидии на реализацию креативных проектов, в том числе некоммерческим организациям в регионах, выделяются чаще. Как показывает анализ условий предоставления субсидий, они носят более сфокусированный характер, чем грантовые программы. Так, например, грантовые конкурсы проводятся по широкому спектру креативных индустрий, а субсидия, как правило, предназначена для поддержки проектов и предпринимателей определенного направления творческой деятельности. Поэтому данная практика позволяет решить задачи развития отдельных секторов креативных индустрий.

Мероприятия по развитию креативных пространств и кластеров также являются узконаправленной мерой и следствием позиции администрации, видящей необходимость создания определенного инфраструктурного элемента для креативных индустрий. Здесь может возникнуть вопрос о будущем коммерческом развитии данных проектов. Исследование, проведенное авторами, говорит о том, что такие проблемы уже возникают в регионах.

Финансирование (субсидирование) деятельности институтов развития креативных индустрий представляет собой скорее косвенную поддержку креативного предпринимательства. Чаще всего реализуется комплекс мер по продюсированию и консультированию творческих предпринимательских проектов. Безусловно, данные меры важны для креативных индустрий и способствуют формированию комьюнити. Более того, эта практика видится более результативной, чем только грантовые программы. Креативные территории и кластеры создают площадки для взаимодействия и привлечения потребителей (выставки, витрины, галереи, реестры и пр.). Консультирование, предоставление информационной и иной поддержки, которые позволяют креативным предпринимателям решать конкретные проблемы, знакомиться с актуальными вопросами организации предпринимательской деятельности, способствуют повышению предпринимательской активности и развитию проектов.

Кроме того, в ряде регионов креативные территории и кластеры действуют в различных направлениях (в том числе в сфере дополнительного образования детей (школы креативных индустрий) и взрослых), внедряют акселерационные программы для креативных проектов, осуществляют цифровизацию информационных ресурсов креативных индустрий и т.д. (Воронежская, Калининградская области).

Опыт государственных, муниципальных, общественных и частных инициатив в развитии креативных индустрий в регионах

Формирование организационного механизма развития креативных индустрий закономерно предполагает создание какого-либо института развития, ответственного за комплекс или часть мер поддержки креативных индустрий.

Обзор практики субъектов Российской Федерации по созданию таких организаций показывает, что а) это неотъемлемая часть ведения политики по развитию креативных индустрий, б) форма и функционал зависят от понимания специализации региона на определенных креативных индустриях, в) создание уполномоченной организации не означает отказа от вовлечения в инфраструктуру поддержки креативных индустрий иных специальных институций – частных и общественных инициатив.

Рассмотрим направления деятельности региональных институтов развития креативных индустрий. В Таблице 2 представлена информация о различных подходах, реализуемых такими организациями.

Таблица 2

Примеры подходов государственных, общественных и частных институций развития креативных индустрий

Институция развития креативных индустрий в регионе	Реализуемые подходы к поддержке креативных индустрий
<i>Государственные структуры и структуры, созданные с государственным участием</i>	
Вологодский областной информационно-аналитический центр культуры	Информационное сопровождение. Методическая помощь. Помощь в подготовке проектов к участию в конкурсах. Формирование информационно-справочных материалов и интерактивных пользовательских сервисов
Фонд развития креативной экономики в Великом Новгороде	Грантовая поддержка креативных предпринимателей. Консультации по развитию маркетинга, финансам и управлению
АНО «Центр развития креативных индустрий» в Рязанской области	Работа с инвесторами по ревалоризации объектов культурного наследия и исторической недвижимости. Разработка инвестиционных предложений и бизнес-концепций для инвесторов и резидентов. Помощь креативным предпринимателям в поиске инвесторов. Помощь инвесторам в выборе перспективных направлений для инвестирования в креативное предпринимательство. Развитие и адаптация народных художественных промыслов Рязанской области

Институция развития креативных индустрий в регионе	Реализуемые подходы к поддержке креативных индустрий
АНО «Агентство Городского Развития» в г. Череповце	Бизнес-школа креативных индустрий – образовательный проект, направленный на увеличение доли молодых предпринимателей с развитым творческим мышлением
Фонд грантов губернатора Пермского края	Поддержка креативных проектов в рамках грантового направления «Развитие креативных индустрий»
Пермский центр «Мой бизнес»	Проведение встреч с предпринимателями Перми и Пермского края «Придуманно в Перми» по ряду креативных индустрий в целях формирования сообщества представителей креативных индустрий, создания новой платформы для коммуникации, участия в диалоге о возможностях, перспективах и барьерах отрасли, карте ресурсов и мерах поддержки
Центр креативных индустрий в Новосибирской области	<p>Информационная поддержка: получение информации (и обмен ею) о событиях в сфере креативных индустрий, полезных ресурсах, поиск единомышленников, грантовых программ.</p> <p>Культурно-просветительская поддержка: привлечение к участию в креативных проектах, организация культурно-досуговых и информационно-методических мероприятий.</p> <p>Объединение креативных предпринимателей для эффективного развития и поддержки, нетворкинга и обмена опытом, организация встреч, создание творческих проектов, проведение консультаций.</p> <p>Инфраструктурная поддержка: предоставление пространств для проведения мероприятий</p>
Министерство культуры Новосибирской области и Центр креативных индустрий	<p>Проведение регионального конкурса проектов в сфере креативных индустрий Новосибирской области, где победители получили возможность:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обратиться за сопровождением проекта; – принять участие в Сибирской венчурной ярмарке в рамках Международного форума технологического развития «Технопром»; – участвовать на льготных условиях в мероприятиях «Российской креативной недели – Новосибирск»
«Центр 800», Нижний Новгород	<p>Проведение грантового конкурса.</p> <p>Формирование онлайн-витрины креативных продуктов.</p> <p>Конкурс промышленного дизайна.</p> <p>Поддержка создания арт-резиденции и креативных пространств</p>
<i>Практики частных и общественных институций развития креативных индустрий</i>	
Галерея «Буксир», Липецк	<p>Поддержка современных художников и просветительская деятельность.</p> <p>Создание Школы цифрового искусства и Арт-резиденции креативного мышления для привлечения молодежной аудитории к современному искусству и созданию прикладных проектов</p>

Институция развития креативных индустрий в регионе	Реализуемые подходы к поддержке креативных индустрий
Проект «Заповедные кварталы», Нижний Новгород	Создание на базе старинного квартала церкви Трех Святителей культурно-туристического кластера в центре Нижнего Новгорода
Арт-резиденция REACTOR, Республика Татарстан	<p>Возможность реализовать свои идеи до готового прототипа, творческого продукта или креативного бизнеса.</p> <p>Бесплатное обучение с актуальной информацией по направлениям: музыка, цифровой медиаконтент, мода и дизайн, современное искусство, поэзия.</p> <p>Ресурсная и экспертная поддержка для улучшения творческого продукта, комьюнити, продюсирование, помощь в трудоустройстве, получении призов, грантов, ресурсов, в развитии</p>
Общественная организация «Развитие анимационного искусства» и проект «Анимационный кластер Хабаровского края»	Поддержка развития проектов анимационного искусства

Источники: составлена авторами.

Приведенный в Таблице 2 перечень институций, конечно, далеко не полон. Однако он достаточен для иллюстрации разницы в реализуемых подходах. Региональные агентства и фонды в целом стараются решить пять основных задач – выявление и продюсирование креативных проектов, формирование сообщества и стимулирование коммуникаций, привлечение инвестиций. Что касается деятельности частных и общественных инициатив, то следует отметить их ярко выраженную специализацию на конкретной индустрии и/или проекте. Очевидно, что это связано с различным целеполаганием в их работе. Однако стоит отметить некоторое несоответствие реализуемых подходов и тех инструментов, которые, согласно выводам исследователей зарубежного опыта, доказали свою эффективность. Это акселерационные программы, реализация экосистемного подхода в развитии креативных индустрий и другие.

В марте-апреле 2024 г. был проведен экспертный опрос специалистов касательно эффективных инструментов развития креативных индустрий. В состав экспертной группы вошли представители региональных институций развития креативных индустрий, общественных и частных инициатив (35 человек). Более 50% респондентов из всех трех подгрупп подтвердили важность совместных усилий государственной власти, частного бизнеса и креативного сообщества: совместная работа государственных и частных инициатив дает возможностькратно увеличивать доходы предпринимателей. На стыках запроса бизнеса, общественности и региона возникают интересные решения, способствующие росту и развитию отраслей и территории в целом. Представители государственных органов власти особенно подчеркивали важность постоянного и точечного (адресного) контакта с профессиональным сообществом. Такой подход позволяет отслеживать

потребности предпринимательского сообщества, эффект влияния отдельных действий государственных инициатив.

Респонденты из числа участников частных и общественных инициатив по развитию креативных индустрий подчеркивали, что креативные индустрии взаимодополняют друг друга, коллаборации и объединения дают возможность использовать мультикультурный подход и максимально погружать человека в интересующую его тему. При этом к современному креативному продукту предъявляются высокие требования органичного совмещения творческого подхода и использования современных цифровых технологий. Креативные индустрии обладают высоким потенциалом межрегиональной и экспортной торговли, способностью привлекать инвестиции и увеличивать поток туристов в регион. Представители частных корпоративных индустрий отмечали, что поддержка креативных индустрий – инструмент партнерства с государством в решении задач повышения уровня жизни населения. Показателями результативности деятельности институций развития креативных индустрий являются: количество новых субъектов МСП, создание новых рабочих мест и новых сценариев занятости; создание новых прототипов или продуктов, выход на маркетплейсы и иные продающие площадки.

Выводы

Проведенное исследование, результаты которого частично представлены в настоящей статье, показало, что применяемые в различных регионах России подходы к поддержке креативных индустрий зависят от ряда факторов: от способов введения креативных индустрий в нормативно-правовое поле региона, от оценки перспективности развития креативных индустрий для региональной экономики, от поставленных целей развития креативных индустрий.

Регионы России накопили достаточный опыт в использовании механизмов поддержки креативных индустрий. В их числе: поиск лучших форм кооперации и взаимодействия субъектов рынка как между собой, так и с государственными институциями, активное сотрудничество регуляторов с креативными комьюнити, грантовая и иная финансовая поддержка творческих проектов.

При этом есть ряд направлений поддержки креативного предпринимательства, обозначенных в федеральной Концепции, но используемых регионами крайне редко или не используемых ими совсем. Из них наиболее перспективными являются: стимулирование экспорта креативных продуктов, акселерация и инкубирование творческих проектов, стимулирование стартапинга.

Благодарности:

данная статья была написана с использованием материалов, подготовленных в рамках совместного проекта Института развития креативных индустрий НИУ ВШЭ и Всероссийского научно-исследовательского центра R&C.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Абанкина Т.В., Гнедовский В.М. Управленческие практики капитализации культурного наследия в креативной экономике // Вопросы государственного и муниципального управления. 2017. № 3. С. 181–206.
2. Абанкина Т.В. и др. Креативные индустрии России: тенденции и перспективы развития. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2021.
3. Антонова В.Г., Елисеева Ю.А. Реализация политики развития креативных индустрий в условиях цифровизации экономики // Петербургский экономический журнал. 2021. № 2. С. 66–73.
4. Боровинская Д.Н., Залевская М.А., Морданов М.А. Стратегические инструменты развития креативных индустрий в регионе // Социально-гуманитарные знания. 2022. № 3. С. 377–389.
5. Еремина Е.А. К вопросу о финансово-правовом стимулировании развития креативных и творческих индустрий // Безопасность бизнеса. 2022. № 3. С. 14–18.
6. Лебедева Е.Е. Государственное регулирование и поддержка развития креативных индустрий в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре // Исследования. Инновации. Практика. 2022. Т. 4, № 4. С. 26–30.
7. Мартынов А.В., Ширеева Е.В., Головизнина Ю.И. К вопросу о видах административно-правовых барьеров развития креативных индустрий в Российской Федерации // Правовая политика и правовая жизнь. 2022. № 4. С. 131–141.
8. Тургель И.Д. и др. Методологические подходы к измерению креативных индустрий // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2022. Т. 168, № 6. С. 19–28.
9. Шкарина В.С. Особенности развития креативных индустрий в современной экономической политике // Государственное управление. Электронный вестник. 2022. № 94. С. 133–144.
10. Штайн М. Креативная эволюция: как форматы и подходы меняют индустрию // Университетская книга. 2023. № 7. С. 70–75.
11. Abankina T. Regional Development Models Using Cultural Heritage Resources // International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research. 2013. Vol. 7, no. 1. P. 2–16. DOI: 10.1108/17506181311301318
12. Bassols N., Leicht Th. Exploring destination brand disengagement in a top-down policy context. Lessons learned from Cartagena, Colombia // Journal of Place Management and Development. 2020. Vol. 3, no. 13. P. 347–363. URL: <https://doi.org/10.1108/JPM-06-2019-0040> (дата обращения: 27.08.2024).
13. Cacciatore S., Panozzo F. Strategic mapping of cultural and creative industries. The case of the Veneto region // Creative Industries Journal. 2022. URL: <https://doi.org/10.1080/17510694.2022.2026059> (дата обращения: 27.08.2024).

14. Cartland Y., Maras St. Re-contextualising start-up communities as social learning systems // *Creative Industries Journal*. 2023. Vol. 16, no. 2. P. 146–162. URL: <https://doi.org/10.1080/17510694.2021.1975075> (дата обращения: 27.08.2024).
15. Collins P., Mahon M., Murtagh A. Creative industries and the creative economy of the West of Ireland: evidence of sustainable change? // *Creative Industries Journal*. 2018. Vol. 11, no. 1. P. 70–86. URL: <https://doi.org/10.1080/17510694.2018.1434359> (дата обращения: 27.08.2024).
16. de Klerk S., Hodge S. The case of the creative accelerator // *Creative Industries Journal*. 2021. Vol. 14, no. 2. P. 169–189. URL: <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1813480> (дата обращения: 27.08.2024).
17. Fleischmann K., Daniel R., Welters R. Developing a regional economy through creative industries: innovation capacity in a regional Australian city // *Creative Industries Journal*. 2017. Vol. 10, no. 2. P. 119–138. URL: <https://doi.org/10.1080/17510694.2017.1282305> (дата обращения: 27.08.2024).
18. Frommherz G., Narayan A. New Zealand's creative economy: in search of research // *Creative Industries Journal*. 2023. URL: <https://doi.org/10.1080/17510694.2023.2234894> (дата обращения: 27.08.2024).
19. Gavrilova N., Gershman M., Thurner Th.W. Policy challenges and recommendations in support of Moscow's creative industries – viewpoints of practitioners // *Creative Industries Journal*. 2023. Vol. 16, no. 2. P. 222–237. URL: <https://doi.org/10.1080/17510694.2022.2062946> (дата обращения: 27.08.2024).
20. Gerlitz L., Prause G. Cultural and Creative Industries as Innovation and Sustainable Transition Brokers in the Baltic Sea Region: A Strong Tribute to Sustainable Macro-Regional Development // *Sustainability*. 2021. Vol. 13. URL: <https://doi.org/10.3390/su13179742> (дата обращения: 27.08.2024).
21. Lazzaretti L., Cinti T. Governance-specific Factors and Cultural Clusters: The Case of the Museum Clusters in Florence // *Creative Industries Journal*. 2009. Vol. 2, no. 1. P. 19–35. URL: <https://doi.org/10.1386/cij.2.1.19/1> (дата обращения: 27.08.2024).
22. Munawar F., Munawar Gh., Tarmidi D. Study of the Potentials and Challenges of Exporting Craft Industry Products to the Global Market (Case Study: West Java, Indonesia) // *International Journal of Science Engineering and Management*. 2023. Vol. 10, no. 9. P. 2456–1304. URL: https://www.researchgate.net/publication/373979035_Study_of_the_Potentials_and_Challenges_of_Exporting_Craft_Industry_Products_to_the_Global_Market_Case_Study_West_Java_Indonesia (дата обращения: 27.08.2024).
23. Oyekunle Ol. A. Ab., Sirayi Mz. The role of creative industries as a driver for a sustainable economy: a case of South Africa // *Creative Industries Journal*. 2018. Vol. 11, no. 3. P. 225–244. URL: <https://doi.org/10.1080/17510694.2018.1480850> (дата обращения: 27.08.2024).
24. Purg P., Cacciatore S., Gerbec J.Č. Establishing ecosystems for disruptive innovation by cross-fertilizing entrepreneurship and the arts // *Creative Industries Journal*. 2023. Vol. 16, no. 2. P. 115–145. URL: <https://doi.org/10.1080/17510694.2021.1969804> (дата обращения: 27.08.2024).

25. Santos Vieira de Jesus D. Creative Economy, Manufacturing Industry, and Agribusiness in the New Era of Globalization // *International Relations and Diplomacy*. 2020. Vol. 8, no. 9. DOI: 10.17265/2328-2134/2020.09.002
26. Teti E., Tomasi G., Barchitta F. Public tax credits and the film industry: an analysis of the Italian system // *Creative Industries Journal*. 2019. Vol. 12, no. 1. P. 48–65. URL: <https://doi.org/10.1080/17510694.2018.1553479> (дата обращения: 27.08.2024).
27. Yum S. The economic growth of creative industries in the Miami metropolitan area // *Creative Industries Journal*. 2016. Vol. 9, no. 2. P. 130–145. URL: <https://doi.org/10.1080/17510694.2016.1206358> (дата обращения: 27.08.2024).

REFERENCES

1. Abankina, T.V. and Gnedovskij, V.M. (2017) 'Management practices of capitalization of cultural heritage in the creative economy', *Public Administration Issues*, 3, pp. 181–206. (In Russian).
2. Abankina, T.V., Nikolaenko, E.A., Romanova, V.V. and Shcherbakova, I.V. (2021) *Creative industries of Russia: development trends and prospects*. Moscow. (In Russian).
3. Antonova, V.G. and Eliseeva, Yu.A. (2021) 'Implementation of policies for the development of creative industries in the context of economic digitalization', *St. Petersburg Economic Journal*, 2, pp. 66–73. (In Russian).
4. Borovinskaya, D.N., Zalevskaya, M.A. and Mordanov, M.A. (2022) 'Strategic instruments for the development of creative industries in the region', *Social and humanitarian knowledge*, 3, pp. 377–389. (In Russian).
5. Eremina, E.A. (2022) 'On the issue of financial and legal stimulation of development of creative and creative industries', *Bezopasnost' biznesa*, 3, pp. 14–18. (In Russian).
6. Lebedeva, E.E. (2022) 'Government regulation and support for development of creative industries in the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Yugre', *Issledovaniya. Innovatsii. Praktika*, 4(4), pp. 26–30. (In Russian).
7. Martynov, A.V., Shireeva, E.V. and Goloviznina, Yu.I. (2022) 'On the issue of types of administrative-legal barriers to the development of creative industries in the Russian Federation', *Pravovaya politika i pravovaya zhizn'*, 4, pp. 131–141. (In Russian).
8. Turgel', I.D., Baskakova, I.V., Chukavina, K.V. and Derbeneva, V.V. (2022) 'Methodological approaches to measuring creative industries', *Economics and Management: a scientific and practical journal*, 6(168), pp. 19–28. (In Russian).
9. Shkarina, V.S. (2022) 'Features of the development of creative industries in modern economic policy', *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyy vestnik*, 94, pp. 133–144. (In Russian).

10. Shtajn, M. (2023) 'Creative evolution: how formats and approaches change the industry', *Universitetskaya kniga*, 7, pp. 70–75. (In Russian).
11. Abankina, T. (2013) 'Regional development models using cultural heritage resources', *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(1), pp. 2–16. DOI: 10.1108/17506181311301318
12. Bassols, N. and Leicht, Th. (2020) 'Exploring destination brand disengagement in a top-down policy context. Lessons learned from Cartagena, Colombia', *Journal of Place Management and Development*, 3(13), pp. 347–363. DOI: 10.1108/JPMD-06-2019-0040
13. Cacciatore, S. and Panozzo, F. (2022) 'Strategic mapping of cultural and creative industries. The case of the Veneto region', *Creative Industries Journal*. DOI: 10.1080/17510694.2022.2026059
14. Cartland, Y. and Maras, St. (2023) 'Re-contextualising start-up communities as social learning systems', *Creative Industries Journal*, 16(2), pp. 146–162. DOI: 10.1080/17510694.2021.1975075
15. Collins, P., Mahon, M. and Murtagh, A. (2018) 'Creative industries and the creative economy of the West of Ireland: evidence of sustainable change?', *Creative Industries Journal*, 11(1), pp. 70–86. DOI: 10.1080/17510694.2018.1434359
16. de Klerk, S. and Hodge, S. (2021) 'The case of the creative accelerator', *Creative Industries Journal*, 14(2), pp. 169–189. DOI: 10.1080/17510694.2020.1813480
17. Fleischmann, K., Daniel, R. and Welters, R. (2017) 'Developing a regional economy through creative industries: innovation capacity in a regional Australian city', *Creative Industries Journal*, 10(2), pp. 119–138. DOI: 10.1080/17510694.2017.1282305
18. Frommherz, G. and Narayan, A. (2023) 'New Zealand's creative economy: in search of research', *Creative Industries Journal*. DOI: 10.1080/17510694.2023.2234894
19. Gavrilova, N., Gershman, M. and Thurner, Th.W. (2023) 'Policy challenges and recommendations in support of Moscow's creative industries – viewpoints of practitioners', *Creative Industries Journal*, 16(2), pp. 222–237. DOI: 10.1080/17510694.2022.2062946
20. Gerlitz, L. and Prause, G. (2021) 'Cultural and creative industries as innovation and sustainable transition brokers in the Baltic Sea region: A strong tribute to sustainable macro-regional development', *Sustainability*, 13. DOI: 10.3390/su13179742
21. Lazzeretti, L. and Cinti, T. (2009) 'Governance-specific factors and cultural clusters: the case of the museum clusters in Florence', *Creative Industries Journal*, 2(1), pp. 19–35. DOI: 10.1386/cij.2.1.19/1
22. Munawar, F., Munawar, Gh. and Tarmidi, D. (2023) 'Study of the potentials and challenges of exporting craft industry products to the global market (Case study: West Java, Indonesia)', *International Journal of Science Engineering and Management*, 10(9), pp. 2456–1304. Available at: https://www.researchgate.net/publication/373979035_Study_of_the_Potentials_and_Challenges_of_Exporting_Craft_Industry_Products_to_the_Global_Market_Case_Study_West_Java_Indonesia (accessed 27 August 2024).

23. Oyekunle, Ol. A. Ab. and Sirayi, Mz. (2018) 'The role of creative industries as a driver for a sustainable economy: a case of South Africa', *Creative Industries Journal*, 11(3), pp. 225–244. DOI: 10.1080/17510694.2018.1480850
24. Purg, P., Cacciatore, S. and Gerbec, J.Č. (2023) 'Establishing ecosystems for disruptive innovation by cross-fertilizing entrepreneurship and the arts', *Creative Industries Journal*, 16(2), pp. 115–145. DOI: 10.1080/17510694.2021.1969804
25. Santos Vieira de Jesus D. (2020) 'Creative economy, manufacturing industry, and agribusiness in the new era of globalization', *International Relations and Diplomacy*, 8(9). DOI: 10.17265/2328-2134/2020.09.002
26. Teti, E., Tomasi, G. and Barchitta, F. (2019) 'Public tax credits and the film industry: an analysis of the Italian system', *Creative Industries Journal*, 12(1), pp. 48–65. DOI: 10.1080/17510694.2018.1553479
27. Yum, S. (2016) 'The economic growth of creative industries in the Miami metropolitan area', *Creative Industries Journal*, 9(2), pp. 130–145. DOI: 10.1080/17510694.2016.1206358

Статья поступила в редакцию 26.01.2024;
одобрена после рецензирования 17.06.2024;
принята к публикации 25.09.2024.