

pISSN 2073-1477  
eISSN 2311-8733

*Регион в национальной экономике*

## КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК ОБЪЕКТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ В РЕГИОНАХ: ВОПРОС ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРИОРИТЕТОВ

Анастасия Владимировна ПОГОРЕВИЧ <sup>a,\*</sup>,  
Алексей Сергеевич НОВИКОВ <sup>b</sup>,  
Наталья Викторовна ВЫДРЫЧ <sup>c</sup>,  
Антонина Викторовна АНДРЕЕВА <sup>d</sup>

<sup>a</sup> кандидат экономических наук, доцент,  
кафедра рекламы и социально-культурной деятельности,  
Гуманитарный институт, Сибирский федеральный университет (СФУ),  
Красноярск, Российская Федерация  
Savina1979@mail.ru  
<https://orcid.org/0000-0001-7866-9909>  
SPIN-код: 3698-7243

<sup>b</sup> кандидат философских наук, магистр психологии,  
директор ООО «Технологии социальных исследований» (учредитель),  
Красноярск, Российская Федерация  
asnovikov@gmail.com  
ORCID: отсутствует  
SPIN-код: 8720-1837

<sup>c</sup> магистр управления инвестиционными проектами, старший преподаватель,  
заведующая лабораторией рекламы,  
кафедра рекламы и социально-культурной деятельности,  
Гуманитарный институт, Сибирский федеральный университет (СФУ),  
Красноярск, Российская Федерация  
nvydrych@yandex.ru  
<https://orcid.org/0009-0007-4016-763X>  
SPIN-код: 3880-6790

<sup>d</sup> кандидат философских наук, доцент,  
кафедра рекламы и социально-культурной деятельности,  
Гуманитарный институт, Сибирский федеральный университет (СФУ),  
Красноярск, Российская Федерация  
schelling@mail.ru  
<https://orcid.org/0000-0003-2728-9177>  
SPIN-код: 1359-2997

\* Ответственный автор

### История статьи:

Рег. № 529/2023

Получена 23.10.2023

Получена в

### Аннотация

**Предмет.** Раскрытие творческого потенциала, государственная поддержка малого и среднего бизнеса.

**Цели.** Определение отраслей экономики, наиболее перспективных

доработанном виде с точки зрения развития предпринимательства.  
25.11.2023  
Одобрена 09.12.2023  
Доступна онлайн  
15.01.2024

**Методология.** Применены социологические методы исследования.  
**Результаты.** Установлено, что наиболее предпочтительными с точки зрения получения основного и дополнительного дохода являются такие виды деятельности, как дизайн, реклама и связи с общественностью, гастрономия, деятельность в сети Интернет, фотография.  
**Специальность:** 5.2.3  
**Выводы.** Принятие решений о государственной поддержке креативной индустрии должно происходить с учетом особенностей конкретного региона, уровня социально-экономического развития.

УДК 332.1:339.13:346.7  
JEL: R11, R58

**Ключевые слова:**

креативная экономика,  
развитие регионов,  
государственная  
поддержка,  
маркетинговые  
исследования

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2023

---

**Для цитирования:** Погоревич А.В., Новиков А.С., Выдрыч Н.В., Андреева А.В. Креативные индустрии как объект государственной поддержки в регионах: вопрос определения приоритетов // Региональная экономика: теория и практика. – 2024. – Т. 22, № 1. – С. 4 – 22.  
<https://doi.org/10.24891/re.22.1.4>

---

Политика креативных индустрий связана с коммерциализацией производства в культурной сфере и превращением работающих в ней людей в креативный класс (аналогично рабочему классу, классу крестьян и т.д.), что в конечном счете формирует креативную экономику [1, 2]. Как отмечал Р.З. Хестанов [3], появление креативных кластеров, имеющих региональную привязку, приводит к образованию конкурирующих центров производства, а реализация на внутригосударственном уровне обязательств в рамках политики креативных индустрий создает самостоятельный глобальный креативный рынок, активное участие в котором является существенным преимуществом и точкой роста для любого государства в условиях снижающейся доходности добывающего и обрабатывающего секторов экономики.

Одним из первых исследователей, предпринявших попытку приспособить доктрину креативных индустрий к политике правительства, был Алан Фриман. Более 20 лет назад британский экономист писал, что творческие индустрии представляют собой важный источник экономического роста и развития как Лондона, так и Великобритании в целом и других стран.

Как утверждал А. Фриман, творческие индустрии предлагают уникальную возможность создавать ценность из идей, инноваций и отмечал, что эти отрасли могут обеспечить рабочие места, стимулировать экономическую активность и способствовать социальной сплоченности, культурному разнообразию и международному взаимопониманию. Правительства должны поддерживать творческие отрасли, направляя в них инвестиции, и создавать среду, в которой они могут процветать<sup>1, 2</sup> [4].

Призывы А. Фримана были услышаны: в последние годы все большее внимание уделяется креативным индустриям как движущей силе экономического роста. В ряде стран созданы специальные министерства или агентства для развития соответствующих творческих секторов, разработаны налоговые льготы для компаний, работающих в этих секторах. Креативные индустрии в России развиваются с упором на цифровые технологии. Лидирующими сферами креативной экономики по уровню доходности в нашей стране [5] являются:

- инновационные технологии;
- программное обеспечение и компьютерные услуги;
- реклама и маркетинг;
- издательская деятельность.

Приоритетными задачами развития креативных индустрий в России определены следующие [6]:

- формирование законодательной базы, правовых и организационных основ отрасли;
- формирование методологической базы, определение критериев и мониторинг развития;
- формирование интеллектуального капитала, подготовка и переподготовка кадров;
- создание и развитие информационной и коммуникационной инфраструктуры;
- экономическая поддержка (льготы, субсидии, гранты);

<sup>1</sup> Creativity: London's Core Business. URL: <https://alan-freeman.org/creativity-londons-core-business/>

<sup>2</sup> Freeman A. Is Creation an Industry? A Constructive Critique of the Economics of the Cultural and Creative Industries. URL: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2074338>

– развитие системы государственно-частного партнерства.

В то же время В. Петрова указывает, что перед государственным управлением в сфере креативных индустрий стоят три глобальные цели: повышение уровня импортозамещения и доведение его до положительного сальдо экспорта и импорта, рост числа занятых в креативных индустриях к 2030 г. с 4,7% до 15%, повышение вклада креативных индустрий в валовой внутренний продукт к 2030 г. с 2,2% до 6%<sup>3</sup>.

Стоит отметить, что в настоящее время правительство вкладывает значительные средства в развитие креативной экономики, в том числе за счет налоговых льгот, грантов и другой финансовой поддержки. Если ранее, по мнению В.А. Литвиненко и И.А. Герасимова [7], особое внимание государства распространялось на федеральные и муниципальные учреждения культуры с фокусом на классическое и народное искусство, то сейчас разработана программа, целью которой является всесторонняя помощь коммерческим формам креативной деятельности. Так, согласно Распоряжению Правительства Российской Федерации<sup>4</sup>, программа государственной поддержки, разработанная в рамках Концепции развития креативных индустрий<sup>5</sup> (далее – Концепция), включает следующие направления:

- правовое обеспечение креативных индустрий;
- развитие образования и человеческого капитала;
- развитие инфраструктуры;
- финансовое обеспечение и инвестиции<sup>6</sup>.

Правительство Российской Федерации также создало ряд специальных зон, посвященных развитию творческих индустрий, таких как «Медиа Сити

---

<sup>3</sup> Петрова В., Вислогузов В. Креативной индустрии подбирают институт.  
URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5457790>

<sup>4</sup> План мероприятий по реализации в 2022–2024 годах Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.08.2022 № 2290-р). URL: <http://government.ru/docs/all/142659/>

<sup>5</sup> Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 № 2613-р).  
URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf>

<sup>6</sup> Петрова В. Из чего состоит план правительства по поддержке креативных индустрий.  
URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5524175>

Москва»<sup>7</sup> и Инновационный центр «Сколково». Эти зоны привлекают множество международных компаний и инвесторов, стремящихся воспользоваться преимуществами креативной экономики России. Отдельно стоит выделить «Президентский фонд культурных инициатив», в рамках которого проводится грантовый конкурс на проекты в сфере культуры, искусства, креативных (творческих) индустрий. Объем финансирования проектов-победителей – от 500 тыс. и до 10 и более млн руб. Например, на 2023 г. были заявлены следующие тематические направления: «Нация созидателей», «Великое русское слово», «Я горжусь», «Место силы», «Культурный код», «Молодые лидеры», «История страны: история преодолений и побед. Вехи», «Многонациональный народ», «Мы вместе». В качестве грантовых заявителей могут выступать некоммерческие и коммерческие организации, а также индивидуальные предприниматели.

Но, несмотря на работу государства по формированию креативного сектора экономики, существуют проблемы. Авторы И.Б. Королева и И.Л. Соколова в работе [8] выделяют основные проблемы, связанные с развитием креативной экономики в России:

- методологическую проблему (отсутствие единой терминологии, критериев сбора и обработки статистических данных);
- проблему институциональной поддержки (меры государственной поддержки разработаны только в технологической сфере, которая включает информационные технологии, медицину, фармацевтику, энергетику, и не учитывается специфика креативных индустрий);
- координационную проблему (отсутствие единого института власти на федеральном уровне, отвечающего за формирование и развитие креативных индустрий);
- законодательную проблему (налоговое законодательство не учитывает механизмы поощрения авторов и особенности формирования добавленной стоимости в креативных индустриях);
- инфраструктурную проблему (неразвитость инфраструктуры для творческого предпринимательства);

---

<sup>7</sup> В «Москва-Сити» запустили рекламный хаб.  
URL: <https://plus.rbc.ru/partners/641da4b87a8aa93d0aa104f2?ysclid=lqv8lgju5w704765391>

- проблему авторского права (недостаточно развиты инструменты заключения лицензионных договоров, механизмы отслеживания нарушений исключительных прав и законодательная база в этой сфере);
- финансовую проблему (объем грантовых и возвратных средств недостаточен для ускоренного развития креативного предпринимательства);
- кадровую проблему (рассредоточенность специалистов, обладающих необходимыми компетенциями в сфере креативного предпринимательства, препятствует созданию целостного и успешного бизнеса).

По мнению авторов, негибкая система начального образования ориентирована на три направления (точные, естественные и гуманитарные науки), где не уделено должного внимания творческому ручному труду и искусствам, составляющим основу креативных индустрий. Следует также выделить ориентацию государства на взаимодействие с финансово-промышленными группами в ущерб малому и среднему предпринимательству, а формирование гражданского общества в нашей стране находится на начальной стадии. Все это в совокупности существенным образом осложняет развитие креативной экономики в России.

Если государственные и муниципальные учреждения культуры получают достаточный объем финансирования, в том числе за счет программ корпоративной социальной ответственности (КСО), реализуемых крупными промышленными корпорациями, то малое и среднее предпринимательство в сфере креативных индустрий пока находится без должного внимания. По мнению Е.В. Зеленцовой [9] главной причиной является неоднородность сектора креативных индустрий, что затрудняет идентификацию товарных и денежных оборотов.

В соответствии с общепринятыми классификациями (базовая модель Дж. Хокинса [10]; классификация ЮНЕСКО<sup>8</sup>; классификация, обозначенная в Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.) сформирован обширный перечень креативных индустрий, среди которых:

- индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия (народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность);

---

<sup>8</sup> Creative Economy Report 2013.

URL: <https://en.unesco.org/creativity/publication/creative-economy-report-2013>

- индустрии, основанные на искусстве (театр, музыка, кино, анимация, живопись, деятельность галерей и др.);
- современные медиа и производство цифрового контента (кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блоггерство, реклама и пр.);
- прикладные творческие индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, гастрономическая индустрия и т.п.).

Очевидно, что поддерживать все направления одновременно не представляется возможным, и возникает вопрос о приоритетах. Принятие решений о государственной поддержке креативных индустрий должно происходить с учетом особенностей конкретного региона, уровня социально-экономического развития. По мнению авторов статьи, развитие креативного сектора в традиционно промышленных зонах, таких как Красноярский край, имеет особый смысл с точки зрения повышения привлекательности региона для жизни и работы.

По информации аудиторско-консалтинговой компании FinExpertiza<sup>9</sup>, при росте количества занятых в российской экономике на 1 млн чел. с 2010 г. по 2021 г. общее количество работников младше 30 лет уменьшилось на 33,7% (5,96 млн чел.). При этом в Красноярском крае количество работников младше 30 лет только за 2022 г. сократилось на 12,8% и составило 212,9 тыс. чел. В настоящее время наш край находится в середине списка территорий Российской Федерации по доле молодых сотрудников в общем объеме рабочей силы региона, которая равна 15,5%<sup>10</sup>.

В неблагоприятных демографических условиях (в трудоспособный возраст вступают рожденные в середине 1990-х–начале 2000-х гг., а этот период соответствует «демографической яме») и с учетом «среднего» варианта прогноза Росстата, предполагающего снижение численности населения России к 2036 г. до 142,9 млн чел., особенно важно повышать привлекательность регионов для молодежи за счет развития креативной экономики и предпринимательства<sup>11</sup>. По словам директора АНО «Сибирский институт развития креативных индустрий» (АНО «СИРКИ»)

---

<sup>9</sup> За год Россия потеряла полмиллиона молодых работников.

URL: <https://finexpertiza.ru/press-service/researches/2022/polmil-molod-rabot/>

<sup>10</sup> Рынок труда Красноярского края теряет молодежь.

URL: <https://krasnoyarsk.dk.ru/news/237182586>

<sup>11</sup> Росстат представил уточненный демографический прогноз до 2036 года.

URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/72529>

А.И. Черникова, для Красноярского края разворот в сторону креативного предпринимательства связан с борьбой за человеческий капитал<sup>12</sup>.

По данным исследования Агентства стратегических инициатив, в Красноярском крае в креативной индустрии в 2021 г. было задействовано 11,5 тыс. организаций (8,2% от общего числа организаций региона), в которых занято 19 тыс. чел. (2,7% от общей численности занятого населения края)<sup>13</sup>. Выручка организаций, связанных с креативной индустрией региона, составила 64 млрд руб. (1,4% от суммарной выручки всех организаций Красноярского края). Вместе с тем общий вклад креативной индустрии региона в валовой региональный продукт приближенно оценивается в 2,7%, и этот показатель далек от планируемых 6% (вклад креативной индустрии в целом в валовой внутренний продукт России).

Согласно данным того же исследования, основные отрасли креативной индустрии Красноярского края – это архитектура (1 892 организации со среднесписочной численностью занятых 10 174 чел. и суммарной выручкой 41 463 млн руб.), разработка программного обеспечения (1 671 организации со среднесписочной численностью занятых 2 402 чел. и суммарной выручкой 6 175 млн руб.) и научно-исследовательские разработки (со среднесписочной численностью занятых 1 750 чел. и суммарной выручкой 5 390 млн руб.).

Сравнивая эту информацию с результатами междисциплинарного исследования креативных индустрий Красноярска<sup>14</sup>, проведенного в 2010 г. в рамках проекта Гуманитарного института Сибирского федерального университета, реализованного в партнерстве с агентством «Творческие индустрии» (г. Москва), отметим изменения, произошедшие под влиянием цифровизации. В 2010 г. в креативной индустрии лидирующую позицию по количеству организаций занимала издательская и полиграфическая деятельность (30% от 699 организаций по данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю), далее следовали архитектура и дизайн (24%), деятельность художников и оформителей (18%)<sup>15</sup>. Можно утверждать, что произошел существенный

<sup>12</sup> Креативные индустрии как новая экономика. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5941070>

<sup>13</sup> Креативные индустрии Красноярского края. URL: <https://100gorodov.ru/attachments/1/e8/776c6c-587c-41ae-9a7b-05d1ae3a27f2/Krasnoyarsk.pdf>

<sup>14</sup> Румянцев М.В., Лантева М.А., Зеленцова Е.В. и др. Междисциплинарное исследование креативных индустрий и творческой экономики Красноярска // *Культурологический журнал*. 2012. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdistsiplinarnoe-issledovanie-kreativnyh-industriy-i-tvorcheskoj-ekonomiki-krasnoyarska>



сдвиг в структуре креативного сектора, и прогнозировать дальнейший рост креативных индустрий в цифровой среде.

В настоящее время в регионе ведется активная работа по развитию креативного сектора. Так, созданный в 2022 г. по инициативе правительства Красноярского края «Сибирский институт развития креативных индустрий» (АНО «СИРКИ») стал ресурсным центром для бизнеса в творческой среде. В 2022 г. при поддержке этого института в регионе были организованы и проведены масштабные события федерального уровня: фест-форум «Российская креативная неделя – Сибирь», «Gastro Forum 2022», вручение независимой ресторанной премии «WHERETOЕAT SIBERIA 2022», первая неделя моды «Сибирские бренды». Также было создано арт-пространство «Квадрат», где разместились первые 22 резидента и продюсерский центр, занимающийся продвижением брендов<sup>16</sup>.

По независимой оценке Фонда культурных инициатив (ФКИ), в 2022 г. Красноярский край стал одним из лидеров по созданию условий для развития креативного предпринимательства и вошел в шорт-лист премии Russian Creative Awards-2022 в номинации «Креативный регион года». Согласно официальной информации, в целях выстраивания системной работы, с учетом сложившихся предпосылок определен ряд приоритетных направлений: мода и легкая промышленность, дизайн, гастрономия, креативные агентства, архитектура.

По мнению авторов статьи, одной из отправных точек для выявления приоритетных направлений поддержки может быть мнение населения по поводу перспектив создания и развития бизнеса в креативных индустриях. Так, в июле–августе 2022 г. в Красноярском крае было проведено терминологическое исследование [11, 12], одной из задач которого являлось выявление видов деятельности, привлекательных с точки зрения получения основного и дополнительного дохода, развития малого и среднего бизнеса, самозанятости. Метод исследования – анкетный опрос с использованием стандартизированной анкеты. Выборка – простая случайная. Численность опрошенных – 401 чел.

Респондентам предложили выбрать из сформированного перечня виды деятельности, наиболее предпочтительные с точки зрения получения

<sup>15</sup> Креативные индустрии как сектор инновационной экономики города Красноярска.  
URL: <https://hi.sfu-kras.ru/vsem/nashi-proekty/kreativnye-industrii-kak-sektor-innovacionnoj-ekonomiki-goroda-krasnoyarka>

<sup>16</sup> В Красноярске определили приоритеты развития креативных индустрий в крае.  
URL: <https://www.creative-russia.ru/news/v-krasnoyarske-opredelili-prioritety-razvitiya-kreativnyh-industriy-v-krasnoyarske>

основного и дополнительного дохода. Перечень видов деятельности был составлен на основе классификаций ЮНЕСКО и Концепции:

- услуги по сохранению наследия;
- школы искусств, литература, музыка;
- изобразительное искусство, исполнительское искусство (театральное и эстрадное);
- фотография, индустрия кино и видео, визуальное и графическое искусство, анимация, звукозапись;
- реклама и связи с общественностью;
- дизайн (промышленный, графический, ландшафтный, модный, интерьерный, коммуникационный);
- архитектура;
- мода;
- музеи, галереи;
- архивы, библиотеки;
- зоопарки;
- спортивные мероприятия и спортивный досуг, фестивали;
- народно-художественные промыслы, ремесла;
- производство (ювелирных украшений, музыкальных инструментов, бытовой электроники, товаров для дома, игрушек, одежды и обуви);
- гастрономическая индустрия;
- телевидение и радио;
- издательское дело;
- Интернет (разработка сайтов, онлайн-курсов, платформ для хранения и обмена информацией и т.д.), интерактивные медиа, компьютерные игры и видеоигры, виртуальная и дополненная реальность, блоггерство;
- рынок искусства и антиквариата (включая аукционы).

Анализ ответов респондентов на вопрос о наиболее предпочтительных видах деятельности с точки зрения получения основного дохода выявил, что опрошиваемые выбирают такие направления, как дизайн (40,8% опрошенных), реклама и связи с общественностью (30,8%), Интернет (26,8%), индустрия моды (21%), фотография (21%), блоггерство (20%) и индустрия кино и видео (20%). Ответы на вопрос о наиболее предпочтительных видах деятельности с точки зрения получения дополнительного дохода распределились иначе: лидерами стали фотография (29,3%), блоггерство (28,3%), дизайн (22%).

Наименее привлекательными для получения как основного, так и дополнительного дохода опрошенные считают такие направления, как производство игрушек, музеи, галереи, издательское дело, производство товаров бытовой электроники, рынок искусства и антиквариата, школы искусств, народно-художественные промыслы, библиотеки, услуги по сохранению наследия, производство музыкальных инструментов, зоопарки и архивы. Эти направления вызвали интерес менее чем у 10% опрошенных.

На диаграмме (*рис. 1*) представлено процентное распределение ответов респондентов на вопрос о предпочтительных направлениях самостоятельной предпринимательской деятельности в системе малого и среднего бизнеса (представлены виды деятельности, которые выбрали более 10% респондентов). Наиболее перспективным направлением предпринимательской деятельности в системе малого и среднего бизнеса респонденты считают дизайн (33,3%), далее следуют реклама и связи с общественностью (22,5%), гастрономия (20,3%), деятельность в Интернет-среде (20%), производство одежды и обуви (19%). В то же время открыть дело в качестве самозанятого (*рис. 2*) опрошенные предпочитают по таким направлениям, как дизайн (29,5%), фотография (26,5%) блоггерство (24,5%) (представлены виды деятельности, которые выбрали более 10% респондентов).

Таким образом, основываясь на полученных результатах, можно указать приоритетные сферы, где внимание государства с точки зрения правового регулирования, поддержки образования и привлечения инвестиций может принести быстрый результат в виде создания рабочих мест и увеличения налоговых поступлений – это дизайн, реклама и связи с общественностью, гастрономия, деятельность в сети Интернет, индустрия моды, фотография и блоггерство.

Особое внимание, по мнению авторов, стоит обратить на блоггерство: по разным данным, обороты на блоггерском рынке в России составляют

от 8 млрд руб. до 15 млрд руб. и прогнозируется их дальнейший рост, что говорит о необходимости приложения государством усилий по увеличению прозрачности этого сектора экономики<sup>17</sup>. Предстоит решить много вопросов, связанных, например, с государственной регистрацией, ведением единого реестра, лицензированием блогерской деятельности [13, 14].

Анализируя перечень приоритетных креативных индустрий, определенных АНО «СИРКИ» в Красноярском крае (мода и легкая промышленность, дизайн, гастрономия, креативные агентства, архитектура), можно видеть некоторый разрыв между предпочтениями населения и направлениями государственной политики: в частности, не приняты во внимание такие сферы, как деятельность в сети Интернет, фотография и блогерство.

В то же время опрошенные в большинстве случаев упоминают креативные специальности и направления, распространенные и известные по причине сравнительно высокого «паблисити» и сравнительной легкости в освоении («низкого порога вхождения»). Широкая представленность этих направлений в массовом сознании означает, что они столь же широко представлены и в экономике. На наш взгляд, это является ловушкой, порождающей основную проблему, которая может быть связана с государственной поддержкой креативных отраслей: со стороны граждан востребована поддержка не столько максимально значимых, сколько широко представленных отраслей с низким порогом вхождения.

На наш взгляд, граждане не ориентируются на нормативные документы, они руководствуются исключительно собственным впечатлением о том, какая отрасль более значима, а какая – менее. Следовательно, организация государственной поддержки креативных индустрий исключительно в соответствии с предпочтениями граждан может привести к нежелательному эффекту, когда уже востребованные отрасли получают большую поддержку, чем все отрасли, которые могут быть более приоритетными. Но в то же время ориентация на мнение населения способна улучшить позиции тех отраслей, которые по каким-то причинам остались без внимания правительства.

<sup>17</sup> Блогеры-универсалы: как изменился рынок инфлюенс-маркетинга за 2022 год.

URL: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/490607-blogery-universaly-kak-izmenilsa-rynok-influens-marketinga-za-2022-god>; Блогеры импортозаместили рекламные доходы: рынок инфлюенс-маркетинга потерял 5% по итогам 2022 года, но уже восстанавливается.

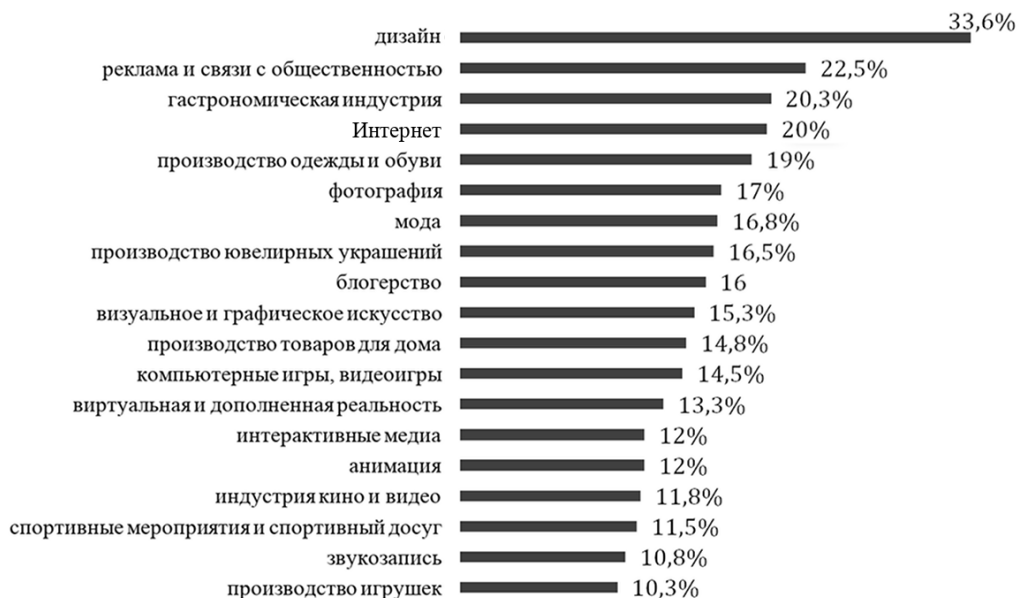
URL: <https://adpass.ru/blogery-importozamestili-reklamnye-dohody/>

**Рисунок 1**

**Процентное распределение ответов респондентов на вопрос о предпочтительных направлениях самостоятельной предпринимательской деятельности в системе малого и среднего бизнеса**

**Figure 1**

**Percentage distribution of respondents' answers to the question about preferred areas of independent entrepreneurship in the system of small and medium-sized businesses**



*Источник:* авторская разработка

*Source:* Authoring

## Рисунок 2

Процентное распределение ответов респондентов на вопрос о предпочтительных направлениях деятельности в качестве самозанятого

Figure 2

Percentage distribution of respondents' answers to the question about preferred areas of activity as a self-employed person



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

## Список литературы

1. *Florida R.* The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York, Basic Books, 2004, 434 p.
2. *Miller T.* From Creative to Cultural Industries. *Cultural Studies*, 2009, vol. 23, iss. 1, pp. 88–99. URL: <https://doi.org/10.1080/09502380802326660>
3. *Хестанов Р.З.* Креативные индустрии – модели развития // Социологическое обозрение. 2018. Т. 17. № 3. С. 173–196. URL: <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2018-3-173-196>
4. *Freeman A.* Twilight of the Machinocrats: Creative Industries, Design, and the Future of Human Labour. In: Van der Pijl K. (ed.) Handbook of the International Political Economy of Production. Cheltenham, Edward Elgar, pp. 352–375. URL: <https://doi.org/10.4337/9781783470211.00032>

5. *Новикова С.К.* Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт // *Новые технологии*. 2019. № 2. С. 175–184.  
URL: <https://doi.org/10.24411/2072-0920-2019-10217>
6. *Мальцева Е.С.* Креативная индустрия в российской экономике // *Бизнес и дизайн ревью*. 2021. № 1. URL: <https://obe.ru/journal/vypusk-2021-1-mart/maltseva-e-s-kreativnaya-industriya-v-rossijskoj-ekonomike/>
7. *Литвиненко В.А., Герасимова И.А.* Event-технологии как инструмент реализации социально-культурных проектов в креативных индустриях // *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*. 2018. № 2. С. 181–192.  
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/event-tehnologii-kak-instrument-realizatsii-sotsialno-kulturnyh-proektov-v-kreativnyh-industriyah/viewer>
8. *Королева И.Б., Соколова И.Л.* Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием // *Baikal Research Journal*. 2022. Т. 13. № 3.  
URL: [https://doi.org/10.17150/2411-6262.2022.13\(3\).14](https://doi.org/10.17150/2411-6262.2022.13(3).14)
9. *Зеленцова Е.В.* Государственная поддержка креативных индустрий // *Международный журнал исследований культуры*. 2017. № 1. С. 73–80.  
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-podderzhka-kreativnyh-industriy>
10. *Howkins J.* *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London, Penguin Books Limited, 2002, 288 p.
11. *Погоревич А.В., Бутова Т.Г., Выдрыч Н.В. и др.* Подходы к определению сущности понятия креативных индустрий // *Северные Архивы и Экспедиции*. 2022. Т. 6. № 3. С. 226–240.  
URL: <https://doi.org/10.31806/2542-1158-2022-6-3-226-240>
12. *Погоревич А.В., Выдрыч Н.В.* Креативные товары и услуги в коммерческой деятельности // *Торговля, сервис, индустрия питания*. 2023. Т. 3. № 2. С. 149–159.  
URL: <https://research.sfu-kras.ru/publications/publication/54156002?ysclid=lqvgjqln1c169511568>
13. *Мухачев С.В.* Особенности правового регулирования блогосферы // *Вестник Уральского юридического института МВД России*. 2015. № 1.

С. 20–23. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-pravovogo-regulirovaniya-blogosfery/viewer>

14. *Бегалиев Е.Н.* О некоторых вопросах правового регулирования института блоггинга // Вестник Восточно-Сибирского института МВД России. 2021. № 1. С. 70–77.

URL: <https://doi.org/10.24412/2312-3184-2021-1-70-77>

### **Информация о конфликте интересов**

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.



## CREATIVE INDUSTRIES AS AN OBJECT OF STATE SUPPORT IN THE REGIONS: THE ISSUE OF SETTING PRIORITIES

Anastasiya V. POGOREVICH <sup>a,\*</sup>,  
Aleksi S. NOVIKOV <sup>b</sup>,  
Natal'ya V. VYDRYCH <sup>c</sup>,  
Antonina V. ANDREEVA <sup>d</sup>

<sup>a</sup> Siberian Federal University (SibFU),  
Krasnoyarsk, Russian Federation  
Savina1979@mail.ru  
<https://orcid.org/0000-0001-7866-9909>

<sup>b</sup> OOO Tekhnologii sotsial'nykh issledovaniy (Social Research Technologies),  
Krasnoyarsk, Russian Federation  
asnovikov@gmail.com  
ORCID: not available

<sup>c</sup> Siberian Federal University (SibFU),  
Krasnoyarsk, Russian Federation  
nvydrych@yandex.ru  
<https://orcid.org/0009-0007-4016-763X>

<sup>d</sup> Siberian Federal University (SibFU),  
Krasnoyarsk, Russian Federation  
schelling@mail.ru  
<https://orcid.org/0000-0003-2728-9177>

\* Corresponding author

### Article history:

Article No. 529/2023  
Received 23 Oct 2023  
Received in revised  
form 25 Nov 2023  
Accepted 9 Dec 2023  
Available online  
15 January 2024

### JEL classification:

R11, R58

**Keywords:** creative  
economy, regional  
development, public  
support, marketing  
research

### Abstract

**Subject.** This article discusses the issues of unlocking creative potential, and public support for small and medium-sized businesses.

**Objectives.** The article aims to identify the sectors of the economy that are the most promising from the point of view of entrepreneurship development.

**Methods.** For the study, we used sociological research methods.

**Results.** The article finds that the most preferable activities from the point of view of obtaining basic and additional income are such activities as design, advertising, public relations, gastronomy, Internet activities, and photography.

**Conclusions.** Decisions on government support for the creative industry should take into account the specifics of a particular region and the level of socio-economic development.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2023

**Please cite this article as:** Pogorevich A.V., Novikov A.S., Vydrych N.V., Andreeva A.V. Creative Industries as an Object of State Support in the Regions: The Issue of Setting Priorities. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2024, vol. 22, iss. 1, pp. 4–22. <https://doi.org/10.24891/re.22.1.4>

---

## References

1. Florida R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York, Basic Books, 2004, 434 p.
2. Miller T. From Creative to Cultural Industries. *Cultural Studies*, 2009, vol. 23, iss. 1, pp. 88–99.  
URL: <https://doi.org/10.1080/09502380802326660>
3. Khestanov R.Z. [Creative industries – models of development]. *Sotsiologicheskoe obozrenie = The Russian Sociological Review*, 2018, vol. 17, no. 3, pp. 173–196. (In Russ.)  
URL: <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2018-3-173-196>
4. Freeman A. Twilight of the Machinocrats: Creative Industries, Design, and the Future of Human Labour. In: Van der Pijl K. (ed.) *Handbook of the International Political Economy of Production*. Cheltenham, Edward Elgar, pp. 352–375. URL: <https://doi.org/10.4337/9781783470211.00032>
5. Novikova S.K. [Creative economy as a growth driver: world and Russian experience]. *Novye tekhnologii = New Technologies*, 2019, no. 2, pp. 175–184. (In Russ.)  
URL: <https://doi.org/10.24411/2072-0920-2019-10217>
6. Maltseva E.S. [Creative industry in the Russian economy]. *Biznes i dizain revyu*, 2021, no. 1. (In Russ.) URL: <https://obe.ru/journal/vypusk-2021-1-mart/maltseva-e-s-kreativnaya-industriya-v-rossijskoj-ekonomike/>
7. Litvinenko V.A., Gerasimova I.A. [Event-technologies as a tool for the implementation of social and cultural projects in the creative industry]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv = Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts*, 2018, no. 2, pp. 181–192. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/event-tehnologii-kak-instrument-realizatsii-sotsialno-kulturnyh-proektov-v-kreativnyh-industriyah/viewer> (In Russ.)
8. Koroleva I.B., Sokolova I.L. [Creative industries in Russia and the world: state, trends and problems of development management]. *Baikal Research*

- Journal*, 2022, vol. 13, iss. 3. (In Russ.)  
URL: [https://doi.org/10.17150/2411-6262.2022.13\(3\).14](https://doi.org/10.17150/2411-6262.2022.13(3).14)
9. Zelentsova E.V. [Governmental support for the creative industries]. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kul'tury*, 2017, no. 1, pp. 73–80. (In Russ.) URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-podderzhka-kreativnyh-industriy>
  10. Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London, Penguin Books Limited, 2002, 288 p.
  11. Pogorevich A.V., Butova T.G., Vydrych N.V. et al. [Approaches to defining the essence of the concept of creative industries]. *Severnye Arkhivy i Ekspeditsii = Northern Archives and Expeditions*, 2022, vol. 6, no. 3, pp. 226–240. (In Russ.)  
URL: <https://doi.org/10.31806/2542-1158-2022-6-3-226-240>
  12. Pogorevich A.V., Vydrych N.V. [Creative goods and services in commercial activity]. *Torgovlya, servis, industriya pitaniya*, 2023, vol. 3, no. 2, pp. 149–159. (In Russ.)  
URL: <https://research.sfu-kras.ru/publications/publication/54156002?ysclid=lqvgjqln1c169511568>
  13. Mukhachev S.V. [Peculiarities of law regulation of the blogosphere]. *Vestnik Ural'skogo yuridicheskogo instituta MVD Rossii = Bulletin of Ural Law Institute of Ministry of Interior of Russian Federation*, 2015, no. 1, pp. 20–23. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-pravovogo-regulirovaniya-blogosfery/viewer> (In Russ.)
  14. Begaliev E.N. [On some issues of legal regulation of the blogging institute]. *Vestnik Vostochno-Sibirskogo instituta MVD Rossii = Vestnik Eastern Siberia Institute of Ministry of Interior of Russian Federation*, 2021, no. 1, pp. 70–77. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.24412/2312-3184-2021-1-70-77>

### **Conflict-of-interest notification**

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.