

МЕНЕДЖМЕНТ И УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ

Научная статья
УДК 334.7

Менеджмент креативных индустрий: тенденции и проблемы развития

Виктория Евгеньевна Барковская¹, Вера Григорьевна Алексахина²,
Ирина Ивановна Чуева³

^{1,2,3} Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта
А.А. Леонова, Королев, Россия

¹ barkovskaya.ve@ut-mo.ru

² aleksakhina@ut-mo.ru

³ ii.chueva@mail.ru

Аннотация. В исследовании затронуты вопросы развития креативных индустрий в России в эпоху продвижения креативной экономики и экономики знаний. Развитие научно-технического прогресса и прорывных технологий определило новый тренд перехода креативных индустрий в самостоятельную отрасль экономики. В настоящее время основное внимание уделяется менеджменту и популяризации вклада креативного предпринимательства в экономику страны, в том числе в области импортозамещения и собственных технологий, укрепление российских ценностей. Особенно важным представляется создание более привлекательной сферы для привлечения молодежи, выращивания креативных талантов и приращения молодежного рынка труда. Развитие креативных индустрий требует и применения новых управленческих концепций в данной среде. В связи с этим авторами уточнено понятие «креативные индустрии» с учетом нормативно-правовой базы и исследовательских подходов, сделан эволюционный обзор креативной среды, определены проблемы и тенденции в менеджменте креативных индустрий и предложены мероприятия по поддержке и усилению направлений в сфере креативных инициатив. Ключевой аспект исследования заключается в расширении прикладных вопросов менеджмента креативных индустрий с целью развития научно-интеллектуального капитала молодых талантов и кадров нашей страны.

Ключевые слова: менеджмент, креативные индустрии, креативная экономика, управление креативным предпринимательством

Основные положения:

♦ представлено авторское определение понятия креативных индустрий, в основе которого заложены творческая и интеллектуальная составляющие, где креативный потенциал является ключевой компонентой современного производства. Систематизация научных подходов вызвана слабой теоретической базой исследования, практическим отсутствием нормативной документации по определению категорий субъектов, относимых к креативному предпринимательству;

♦ предложены направления по созданию проекта экосистемы креативных индустрий для формирования устойчивого механизма управления развитием креативных отраслей, в основу которых заложено закрепление специальных институтов и структур по стимулированию деятельности креативного предпринимательства, межотраслевых организаций по развитию творческих треков молодых кадров, экспертных советов по оценке и продвижению креативных проектов, что поможет привлечь финансирование и поддержку креативных стартапов;

♦ предложен подход к освоению управленческих компетенций в менеджменте креативных индустрий, что вызвано отставанием отечественного опыта в сфере освоения новых рынков и отсутствием стратегических механизмов по управлению креативной средой.

Для цитирования: Барковская В.Е., Алексахина В.Г., Чуева И.И. Менеджмент креативных индустрий: тенденции и проблемы развития // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2025. № 6 (248). С. 124–136.

MANAGEMENT AND BUSINESS MANAGEMENT

Original article

Management of creative industries: trends and development issues

Victoria E. Barkovskaya¹, Vera G. Aleksakhina², Irina I. Chueva³

^{1,2,3} Technological University named after Twice Hero of the Soviet Union, Cosmonaut A.A. Leonov, Korolev, Russia

¹ barkovskaya.ve@ut-mo.ru

² aleksakhina@ut-mo.ru

³ ii.chueva@mail.ru

Abstract. This study addresses the issues of the development of creative industries in Russia in the era of the promotion of the creative economy and the knowledge economy. The development of scientific and technological progress and breakthrough technologies have defined a new trend of creative industries into an independent branch of the economy. Currently, the main focus is on management and popularization of the contribution of creative entrepreneurship to the country's economy, including in the field of import substitution, proprietary technologies, and strengthening Russian values. It is especially important to create a more attractive sphere for attracting young people, cultivating creative talents and increasing the youth labor market. The development of creative industries also requires the application of new management concepts in this environment. In this regard, the authors clarified the concept of "creative industries" taking into account the regulatory framework and research approaches, made an evolutionary review of the creative environment, identified problems and trends in the management of creative industries and proposed measures to support and strengthen areas in the field of creative initiatives. The key aspect of the research is to expand the applied issues of creative industries management in order to develop the scientific and intellectual capital of young talents and personnel in our country.

Keywords: management, creative industries, creative economy, management of creative entrepreneurship

Highlights:

♦ the author's concepts of creative industries are proposed, which are based on creative and intellectual components, where creative potential is the main component of modern production. The systematization of scientific approaches is caused by the weak theoretical basis of research, the practical lack of regulatory documentation on the definition of categories of subjects related to creative entrepreneurship;

♦ the directions for creating an ecosystem of creative industries project for the formation of a sustainable mechanism for managing the development of creative industries are proposed, which are based on the consolidation of special institutions and structures to stimulate creative entrepreneurship, intersectoral organizations for the development of creative tracks for young personnel, expert councils for the evaluation and promotion of creative projects, which will help attract financing and support for creative startups;

♦ an approach to the development of managerial competencies in the management of creative industries is proposed, which is caused by the lag of domestic experience in the field of developing new markets and the lack of strategic mechanisms for managing the creative environment.

For citation: Barkovskaya V.E., Aleksakhina V.G., Chueva I.I. Management of creative industries: trends and development issues // Vestnik of Samara State University of Economics. 2025. No. 6 (248). Pp. 124–136. (In Russ.).

Введение

Развитие научно-технического прогресса и прорывных технологий определило новый тренд перехода креативных индустрий в самостоятельную отрасль экономики. В настоящее время креативные индустрии представляют собой самый развивающийся сектор отечественной экономики. Такие вызовы текущей ситуации в стране, как нарушение цепочек поставок, закрытие предприятий, сокращение рабочих мест, заморозка технологических процессов, задали новый курс в развитии национальной экономики. По мнению аналитика Дж. Хокинса, креативная индустрия и экономика не есть новое, это коммерциализация творческих продуктов, трансформация отношений внутри творчества, экономики, ценностей и культурного наследия. Новым здесь становится экономическая совместимость этих институтов, ведь центром данной деятельностью является роль творческой индивидуальности. В этой связи происходит переориентация и перемещение работы компаний в условиях ограниченности материальных ресурсов, понижения нормы прибыли, дефицита природных благ на глобализацию уникальных творческих идей и компетенций с целью их использования в производстве и увеличения нормы прибыли.

В развитых странах социально-экономический вклад креативного предпринимательства занимает значительную часть ВВП, достигая более 10%. Мировая капиталоемкость креативной экономики достигает 2,3 трлн долл. [1]. Россия, вступив в глобальную повестку развития креативных индустрий чуть позже, испытывает отставание на новых рынках, что в целом может снижать конкурентоспособность отечественной экономики. На данный момент отсутствуют стратегический и системный механизмы трансформации социально-гуманитарной сферы. Однако важно отметить, что приумножение культурно-нравственных ценностей является фундаментом развития и укрепления национальной безопасности страны.

Виды и классификация креативных индустрий в мировых подходах различаются. Классификации предлагаются американскими и британскими учеными, Всемирной организацией интеллектуальной собственности, но наиболее универсальной является классификационная модель креативных индустрий ЮНКТАД по отраслям наследия, искусства, медиа и творчества.

До недавнего времени нормативно-правовое регулирование креативных индустрий практически отсутствовало, однако в 2021 г. была разработана Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, а в 2024 г. был издан Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации».

Генассамблея ООН объявила 2021 г. Международным годом креативной экономики в целях устойчивого развития. В этой связи сформировались вызовы мировой экономики в аспекте интеграции и взаимодействия креативного предпринимательства с традиционными отраслями и получения уникальных профессиональных компетенций по управлению развитием креативной экономики. На макроуровне определена основная цель – наращивание и экспорт продуктов искусства, архитектуры, музыки, маркетинга, медиа и др.

Экспорт и получение от него прибыли представляются основными преимуществами в управлении развитием творческих и креативных индустрий для национальной экономики, так как произведенные продукты могут стать точкой притяжения во внешнеэкономической деятельности.

Креативная экономика задает ряд основных показателей для достижения субъектами РФ, среди которых создание рабочих мест, пополнение налогового бюджета, вклад креативных отраслей в увеличение ВРП, масштабирование экспорта продуктов креативных индустрий.

Упомянутые факты и события вызывают необходимость изыскания и апробации управленческих подходов и концепции менеджмента в сфере креативных индустрий, что подтверждает безусловную актуальность проблематики исследования.

Целью исследования является определение проблем в менеджменте креативных индустрий и поиск новых подходов к управлению отраслью, где особенно важным становится приращение креативных талантов и достижение устойчивости молодежного рынка труда.

В соответствии с поставленной целью требуется решить ряд научных задач:

- ◆ анализ появления и становления креативной среды;
- ◆ анализ и систематизация понятия креативных индустрий на основе результатов исследований;
- ◆ оценка государственного регулирования и мер поддержки креативного предпринимательства;
- ◆ анализ рынка креативных индустрий;
- ◆ выявление главных тенденций креативных индустрий в отечественной экономической практике;
- ◆ выявление проблем в отечественном менеджменте креативных индустрий;
- ◆ поиск мероприятий по поддержке креативных инициатив и развитию концепции менеджмента креативной среды.

Основополагающими работами по проблемам исследования креативной экономики являются научные изыскания Дж. Хокинса [2], где креативный труд рассматривается как неотъемлемый инструмент устойчивого развития мировой экономики.

Вопросам проектирования модели креативных индустрий в отечественной экономике и управления талантами посвящены исследования Е.В. Васильевой, А.В. Коршунова, Е.В. Останиной [3], Н.С. Безуглой, А.Ю. Сыщикова [4].

Государственное регулирование креативных индустрий и меры поддержки исследовали А.Е. Глумова [5], М.А. Сажина [6], Т.И. Каравеева, Л.В. Богданова, А.В. Попов [7].

Проблемы управления, состояние и тенденции развития отраслей креативных индустрий представлены в исследованиях Т.В. Абанкиной,

Е.А. Николаенко, В.В. Романовой, И.В. Щербачевой [8], И.Б. Королёвой, И.Л. Соколовой [9], В.С. Шкариной [10].

Методы

Методологический инструментарий основан на применении системного анализа, абстракции, логики, сравнения, статистического наблюдения, сбора и обработки информации, систематизации данных.

В ходе анализа применялись результаты трудов отечественных и зарубежных ученых.

Результаты

Первое научное исследование о креативных индустриях под названием «Креативная экономика» было опубликовано в 2000 г. П. Коем [11]. В нем выдвинута гипотеза о трансформации индустриальной экономики в экономику уникальных творческих идей. К подобным работам можно также отнести следующие: «Креативная экономика: как превратить идеи в деньги» Дж. Хокинса [2], «Креативный город: инструментарий для городских инноваторов» Ч. Лэндри [12] и др., где креативность позиционируется как основной ресурс для становления новой экономической модели.

Термин «креативные индустрии», который тесно связан с креативной экономикой, впервые был упомянут в 1998 г. в Великобритании одним из департаментов, регулирующих работу средств массовой информации и культуры. Понятие креативной экономики было введено в 2000 г. журналом BusinessWeek, где она выделялась как экономика знаний или экономика впечатлений, образующая сектор интеллектуальной деятельности. Основными характеристиками данного сектора стали:

- ◆ прорывные технологические модели;
- ◆ высокий уровень неопределенности внешней среды;
- ◆ использование опыта и бенчмаркинга с целью генерации новых идей и знаний.

По мнению Хокинса, отличительной чертой креативной экономики и креативных индустрий являются социально-экономические отношения, возникающие между творчеством и креативностью и самой экономикой, в основе которых лежит генерация и наращивание интеллектуального капитала.

Более локальный подход был представлен в 2000 г. Ч. Лэндри, сопоставляющим креативную экономику с креативным городом, инфраструктура, пространство и облик которого трансформируются под влиянием и внедрением творческих идей человеческого капитала [12].

Консолидация отраслей экономики, преобразованная в креативную экономику, выдвигает новые критерии креативности и талантов, а также квалификационные требования для топ-менеджмента. Отклик в управлении талантами можно найти еще в прошлом столетии, где было выделено отдельное направление – talent-менеджмент, или креативный менеджмент.

Сегодня креативные индустрии задают инвестиционную привлекательность городов и регионов, развивают социальные институты, сферу образования, являются драйвером науки. Несмотря на то что в настоящее время реализуется Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (далее – Концепция) [13], у

отечественных предпринимателей и молодежного сектора не в полной мере сформировалось представление о содержании и критериях отнесения субъектов к категории креативных индустрий. Концепция предлагает содержание понятий «креативный кластер» и «креативная экономика», где под креативным кластером понимаются территориально-инфраструктурные объединения, а в основе креативной экономики заложена коммерциализация интеллектуальной собственности.

Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон) [14] представляет креативные индустрии как экономическую деятельность по продвижению уникальных продуктов с экономической ценностью.

В целях анализа авторами проведена систематизация соответствующих определений (см. таблицу).

Данные таблицы демонстрируют следующие признаки креативных индустрий, которые можно объединить в единый перечень:

♦ в основе креативных индустрий заложены творческие навыки и творческий потен-

Подходы к определению понятия креативных индустрий

Автор(ы)	Содержание понятия
Е.В. Васильева, А.В. Коршунов, Е.В. Останина ¹⁾	Креативные индустрии – это отрасль творческого характера, которая направлена на коммерциализацию культурных материальных и нематериальных созданных объектов
Н.С. Безуглая, А.Ю. Сыщиков ²⁾	Креативные индустрии – это консолидация знаний, идей и проектов в экономическую деятельность по созданию и внедрению продуктов и услуг нового поколения, имеющих опережающий характер
Т.В. Абанкина, Е.А. Николаенко, В.В. Романова, И.В. Щербакова ³⁾	Креативные индустрии – это экономика знаний и экономика впечатлений
И.Б. Королёва, И.Л. Соколова ⁴⁾	Креативные индустрии – это творческие и культурные индустрии с индивидуальными компетенциями
В.С. Шкарина ⁵⁾	Креативные индустрии – это деятельность по приращению добавленной стоимости и выстраиванию нового вектора социально-экономического развития регионов

¹⁾ Васильева Е.В., Коршунов А.В., Останина Е.В. Проблемы проектирования модели развития креативных индустрий в России // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2022. № 3 (67). С. 9–14.

²⁾ Безуглая Н.С., Сыщиков А.Ю. Проблемы и перспективы управления талантами в креативных индустриях // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2021. Т. 12, № 3. С. 1–13. URL: <https://sfk.mn.ru/PDF/14SCSK321.pdf> (дата обращения: 20.02.2025).

³⁾ Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития / Т.В. Абанкина, Е.А. Николаенко, В.В. Романова, И.В. Щербакова. Москва : Grey Matter, 2021. 44 с.

⁴⁾ Королёва И.Б., Соколова И.Л. Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием // Baikal Research Journal. 2022. Т. 13, № 3. С. 1–15.

⁵⁾ Шкарина В.С. Особенности развития креативных индустрий в современной экономической политике // Государственное управление. Электронный вестник. 2022. № 94. С. 133–144.

циал, которые можно результировать в виде конечного продукта и объекта интеллектуальной собственности;

◆ устойчивое закрепление креативных индустрий в экономике страны невозможно без вклада и приращения человеческого капитала и творчества в производственном процессе;

◆ целью развития креативных индустрий является повышение качества жизни населения, наращивание добавленной стоимости, создание новых рабочих мест.

Резюмируя подходы исследователей, термины, предложенные нормативно-правовой базой, и признаки креативной среды, авторы представляют собственное определение понятия креативных индустрий. Так, креативные индустрии – это историко-культурные, прикладные, цифровые и творческие направления деятельности, результатом которых являются конечный оригинальный продукт, услуга, работа, объект интеллектуальной собственности, созданные человеком, обладающим уникальными передовыми профессиональными, над-профессиональными и метакомпетенциями, на основе созидательного и творческого труда.

Структура и виды креативных индустрий оставляют по сей день за собой много вопросов. В Концепции и ст. 6 Федерального закона

закреплены следующие виды креативных индустрий:

- ◆ историко-культурное наследие;
- ◆ искусство;
- ◆ медиа и цифровой контент;
- ◆ промышленный дизайн и мода [13; 14].

Виды творческих индустрий по территориальному критерию представлены на рис. 1.

Виды деятельности, заявленные предпринимателем в реестре, должны соответствовать предложенным в Федеральном законе видам креативных индустрий. Для физических лиц, как и традиционно, устанавливается налог для самозанятых. Однако налоговое законодательство РФ не предусматривает специфичность такого вида предпринимательства, где на момент проработки и создания продукта добавленная стоимость еще отсутствует, а прибыль формируется в процессе его потребления. На данный момент оптимального налогового режима для креативных индустрий не существует, в связи с чем активизируются риски санкций и штрафов. Кроме того, юридических критериев по организационно-правовой форме, численности работников и фиксированному предельному доходу в Федеральном законе также не представлено. Исходя из этого нет конкретного понимания, специальных кри-

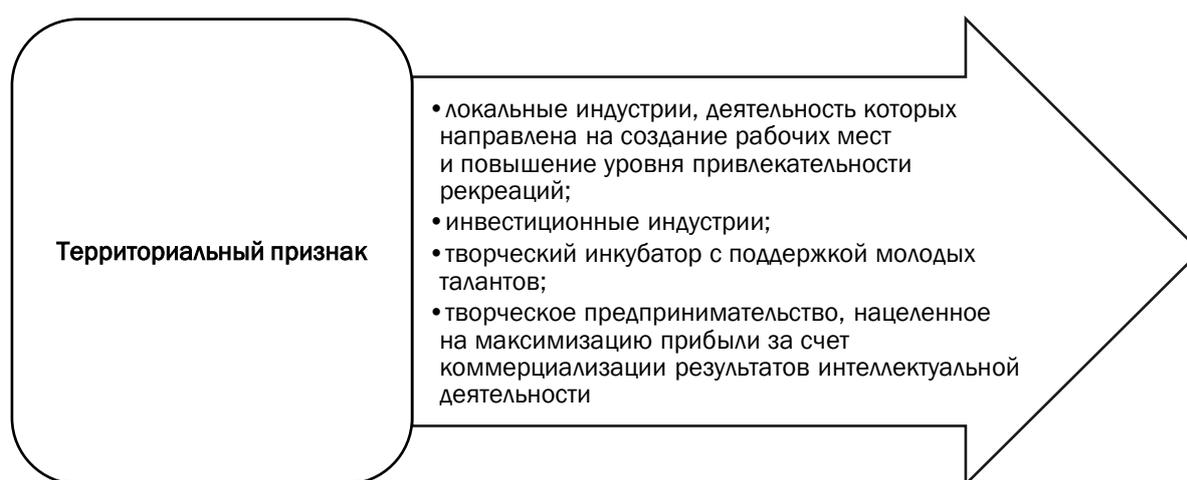


Рис. 1. Виды креативных индустрий по территориальному признаку*

* Составлено по: Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р (ред. от 26.01.2024) «Об утверждении Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/; Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580/ (дата обращения: 20.02.2025).

териев отнесения к субъектам, отдельного реестра для субъектов креативных индустрий и критериев для получения государственной финансовой и инфраструктурной поддержки.

Инфраструктура креативных индустрий включает в себя ряд объектов (рис. 2).

К дополнению Концепция определяет внедрение мер государственной поддержки, которые осуществляются по следующим направлениям:

- ◆ формирование социальной и специальной территориальной инфраструктуры для реализации конкретных видов деятельности;
- ◆ расширение базы творческих знаний, передаваемых от отечественных и зарубежных специалистов;
- ◆ развитие системы коммерческого и некоммерческого использования элементов наследия;
- ◆ грантовая поддержка, венчурное финансирование и коммерциализация креативных продуктов, образующие финансовую инфраструктуру;
- ◆ трансформация системы налогового администрирования и механизмов налогообложения;
- ◆ развитие механизмов охраны прав на интеллектуальную собственность;
- ◆ экспортное сопровождение результатов интеллектуальной деятельности на внешние рынки [13].

Федеральный закон предполагает финансовую, имущественную и образовательную поддержку [14].

Грантовая поддержка находит свое отражение в работе Фонда Потанина и Президент-

ского фонда культурных инициатив. В некоторых регионах также созданы специализированные организации, например, Фонд развития креативной экономики, Фонд креативных индустрий, Тюменское агентство развития креативных индустрий и др.

С 2021 г. в соответствии с постановлением Правительства РФ от 28.12.2020 № 2316 [15] предоставляется компенсация до 50% затрат при участии в ярмарках и выставках и компенсация для индивидуальных предпринимателей до 95% затрат на обучение своих сотрудников и др.

Для сравнения стоит привести и региональный опыт государственного регулирования креативных индустрий. Так, с 2020 г. в Ханты-Мансийском автономном округе реализуется программа развития и комплексной поддержки креативных индустрий и закон «О креативных индустриях в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре» [16]. Югра является примером лучших практик реализации поддержки креативных индустрий в стране. В 2022 г. в регионе были открыты IT-коворкинги, Центр молодежного инновационного творчества, Центр координации национальной технологической инициативы с размещением на площадках креативных проектов и онлайн-витрин креативных продуктов, а также проходят чемпионаты по информационной безопасности. Для применения и трансляции положений документов в другие субъекты РФ планируется проведение мониторинга реализации данных направлений.

Россия по валовой добавленной стоимости креативных индустрий, которая составляет

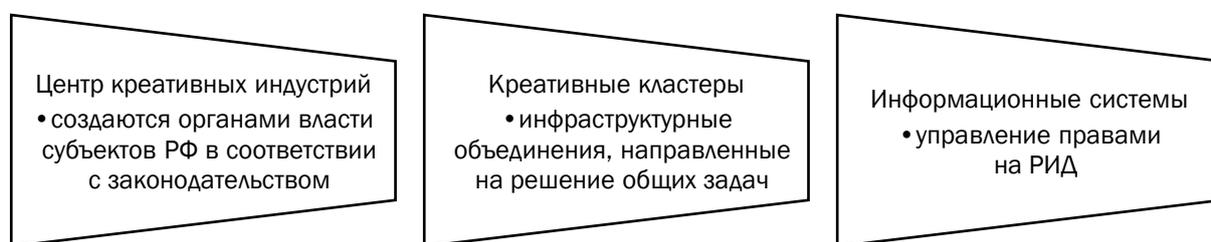


Рис. 2. Инфраструктурные составляющие креативных индустрий*

* Составлено по: Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р (ред. от 26.01.2024) «Об утверждении Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/; Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580/ (дата обращения: 20.02.2025).

2,7 трлн руб., отстает от некоторых ведущих стран. Последнее исследование было сделано в 2023 г. НИУ ВШЭ по результатам деятельности креативного предпринимательства на конец 2020 г. На рис. 3 представлена валовая добавленная стоимость креативных продуктов стран мира в процентах от ВВП.

В настоящее время Россия в рейтинге остается ниже, но близка к общемировому показателю по валовой добавленной стоимости, который составляет 3%. Наибольшее количество креативных талантов представлено в сфере литературы, моды и промышленного дизайна (рис. 4). К сравнению, креативный профиль в России сформирован в сфере литературы (2,7%) и рекламе и PR (2,2%). Это ключевые креативные специализации в стране. Вклад в промышленный дизайн, культуру и архитектуру мал, но сопоставим с общей численностью всех креативных направлений. Тем не менее набор трендов в креативных индустриях России сформирован и к ним следует отнести:

1. Искусственный интеллект используется для создания инновационных продуктов и услуг, а также в целях трансформации бизнес-процессов в креативных компаниях.

2. Виртуальная и дополненная реальность позволяет создавать захватывающие впечатления и расширять возможности обучения и развлечения.

3. Глобализация: креативные индустрии становятся все более глобальными, с растущим числом международных проектов и сотрудничеством между разными странами.

4. Устойчивое развитие: многие креативные компании уделяют все больше внимания устойчивым практикам и созданию экологически чистых продуктов, преследуя цели устойчивого развития.

5. Индивидуализация: потребители желают более персонализированные продукты и услуги, что стимулирует креативные индустрии к разработке инновационных подходов к кастомизации.

6. Кибербезопасность: по мере роста числа цифровых платформ и инструментов креативные индустрии сталкиваются с новыми угрозами кибербезопасности, что требует усиления мер безопасности.

Основная доля добавленной стоимости произведенных товаров и услуг в большинстве секторов экономики представлена именно за счет интеллектуальной и творческой деятельности. В последние годы в креативной индустрии активно распространяется формат дистанционной работы в связи с развитием информационно-коммуникационных технологий. Унификация и глобализация материальных производств, транспортных систем, логистики происходят по большей части в цифровой среде. Пандемия и кризис и связанные с ними изменение рынка занятости населения и цифровизация позволили форсировать рост сектора креативной экономики даже в условиях неопределенности внешней среды. Онлайн-рынки продолжают стремительно развиваться, но для отечественной креативной среды характерны недооцененность и недоиспользова-



Рис. 3. Валовая добавленная стоимость креативных продуктов стран мира*

* Составлено по данным Росстата. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 20.02.2025).

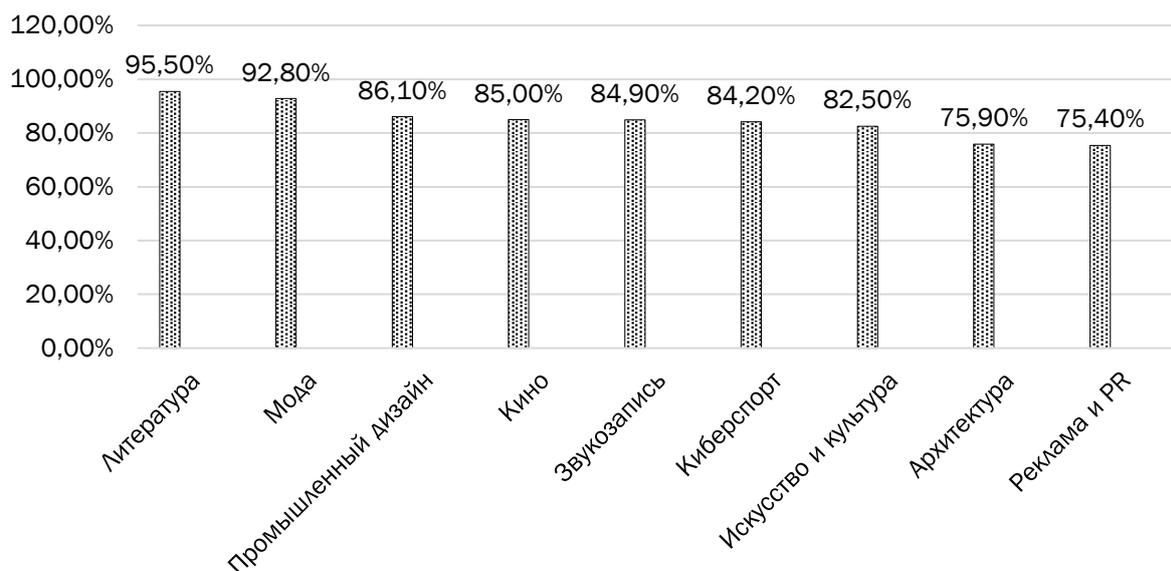


Рис. 4. Доля предпринимателей в креативных индустриях*

* Составлено по данным Росстата. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 20.02.2025).

ние инновационного и творческого потенциалов, а система управления развитием креативного предпринимательства, в свою очередь, сопровождается целым рядом проблем:

1. Проблема методологической и законодательной базы, прослеживающаяся в связи с отсутствием классификатора по видам экономической деятельности креативного предпринимательства, инструментов и критериев получения государственной поддержки и применяемых специальных налоговых режимов.

2. Государственная поддержка, не учитывающая специфику и отнесение креативных индустрий к отдельной отрасли экономической деятельности. В настоящее время меры, предложенные Концепцией, ориентированы в большей степени на технологическую сферу без учета креативной и творческой деятельности.

3. Проблема инфраструктурного и координационного характера, которая заключается в слабом масштабировании инфраструктурного обеспечения деятельности креативной среды. Лишь в отдельных регионах созданы классы, центры и кластеры, автономно и обособленно развивающие предпринимательство муниципалитетов, а единого института власти и координационного центра не существует.

4. Проблема управления объектами интеллектуальной собственности, отражающая слабые инструменты и механизмы управления авторским правом, отсутствие действенной си-

стемы заключения контрактов и договоров, противодействий нарушениям исключительных прав и пр.

5. Проблема кадрового обеспечения. Кадровый дефицит, несбалансированный молодежный рынок труда и точечная концентрация творческих и исследовательских кадров могут препятствовать развитию креативной экономики в России.

Проблемы можно разделить на общие и специальные. К общим отнесем недостаток компетенций и отсутствие насмотренности у населения, слабую инфраструктуру и сложности в самореализации, проблемы коммуникационного менеджмента в регионах и др., к специальным – проблемы административного и финансового характера, в том числе отсутствие диалога с властью, непонимание в использовании грантовых возможностей и программ поддержки, а также финансовые сложности в развитии креативного бизнеса.

Консолидируя перечисленные проблемы, важно системно их минимизировать путем формирования прикладного аспекта менеджмента создания целой экосистемы креативных индустрий. В основу экосистемы должно быть заложено закрепление специальных институтов и структур по стимулированию деятельности креативного предпринимательства, межотраслевых организаций по развитию творческих треков молодых кадров, экспертных сове-

тов по оценке и продвижению креативных проектов, что поможет привлечь финансирование и поддержку креативных стартапов. Схема основных направлений и институтов для создания экосистемы креативных индустрий представлена на рис. 5. Каждый элемент в предложенной модели наделен определенной ролью:

1. Учреждения и предприятия, куда войдут организации, объединяющие представителей креативных индустрий для обмена опытом, знаниями и ресурсами, а также для представления интересов отрасли на государственном и международном уровнях.

2. Молодым специалистам необходима площадка для сотрудничества между творческими профессионалами, такими как художники, дизайнеры, продюсеры и менеджеры, которая поможет им найти друг друга и совместно работать над проектами.

3. Наука и искусство объединяются в объекты, необходимые для работы креативных индустрий, такие как студии, мастерские, галереи, библиотеки, архивы, музеи, научные центры.

4. Органы власти должны инициировать заключение государственно-частного партнерства с молодыми талантами, законы и нормативные акты, регулирующие деятельность кре-

ативных индустрий и обеспечивающие их защиту на государственном и международном уровнях, а также финансирование в виде грантов и краудфандинга.

5. Система образования включает в себя обучение и развитие навыков для работы в креативных индустриях, как в виде образовательных программ среднего профессионального и высшего образования, так и включая курсы, мастер-классы, тренинги и программы обмена.

Освоение управленческих компетенций в менеджменте креативных индустрий необходимо, и это вызвано отставанием отечественного опыта в сфере освоения новых рынков и отсутствием стратегических механизмов по управлению креативной средой. Коммерческих курсов по креативным индустриям на рынке образовательных услуг достаточно, однако основных профессиональных образовательных программ для полного освоения профессиональных, надпрофессиональных и метакомпетенций в сфере высшего образования мало. Образовательные курсы могут быть выстроены по индивидуальным трекам для молодых талантов:

Трек 1. Определение социального эффекта креативного стартапа и освоение практи-



Рис. 5. Экосистема менеджмента креативных индустрий

ческих компетенций коммуникационного менеджмента.

Трек 2. Определение ключевых параметров креативного стартапа: упаковка стартапа (ценностное предложение, пакет документов, структура презентации стартапа).

Трек 3. Аудит внешней среды. Выстраивание стратегии на основе SWOT-, PEST-, SMART-анализов.

Трек 4. Маркетинговая кампания и продвижение стартап-проекта. Теория 4P, сегментация целевой аудитории, брендинг.

Трек 5. Работа с целевой аудиторией, управление вниманием, модель потребительского поведения AIDA, креативный бриф.

Трек 6. Привлечение молодых креативных преподавателей, коммуникация с органами власти.

Трек 7. Дорожная карта креативного проекта. Ajile, Scrum, Kanban.

Трек 8. Управление командой. Дизайнер, копирайтер, маркетолог.

Трек 9. Финансовая карта креативного стартапа. Pre-seed, Seed, Cap Table.

Трек 10. Инвестиции и коммерциализация. PR, GR, KCO, спонсоры.

Трек 11. Краудфандинг. Бюджет, временные рамки, система вознаграждений.

Трек 12. Грантовая поддержка. Социальные проекты.

Трек 13. Авторское право. Вывод креативного продукта на внешний рынок.

Обсуждение

Таким образом, направления по созданию экосистемы креативных индустрий позволят выстроить вектор на достижение увеличения количества и качества креативных продуктов и услуг. В основу предложенных способов освоения управленческих компетенций по креативным индустриям заложены компетенции в области стратегического мышления и способности разрабатывать и реализовывать стратегии, которые помогут компании или команде достичь своих целей и амбиций на рынке; креа-

тивности, инновационности и умения генерировать новые идеи, разрабатывать инновационные подходы к решению проблем и созданию продуктов и услуг; коммуникаций и лидерства; управления проектами и маркетингом.

Научная и практическая значимость проведенного исследования заключается в развитии теоретико-методологических основ менеджмента креативных индустрий в отечественной экономике с целью привлечения молодых талантов, достижения сбалансированности молодежного рынка труда и обеспечения инновационно-технологического развития страны. Подход к созданию экосистемы креативных индустрий может быть применен в программах, стратегиях и концепциях развития субъектов РФ и национальной экономики. Предлагаемый авторами перечень управленческих компетенций может быть учтен при разработке основных профессиональных образовательных программ образовательных организаций и создании институтов управления креативными индустриями.

Заключение

Креативная индустрия – одно из приоритетных направлений развития экономики страны посредством привлечения современной молодежи с ее многочисленными способностями. Менеджмент – это важная составляющая любой отрасли, которая играет значимую роль в своевременном принятии и использовании управленческих решений для достижения результатов с учетом быстро меняющихся тенденций современного времени. Одним из приоритетных направлений креативного менеджмента является создание экосистемы креативных индустрий, которая состоит из определенных моделей: органов власти, науки и искусства, учреждений и предприятий, системы образования. С помощью данной экосистемы можно разрабатывать образовательные курсы, которые позволят решать актуальные проблемы и находить креативные способы их решений.

Список источников

1. Вклад креативных индустрий в экономику России должен достичь 10% ВВП. URL: <https://innosocium.org/posts/109> (дата обращения: 20.02.2025).

2. Хокинс Д. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги. Москва : Классика-XXI, 2011. 256 с.
3. Васильева Е.В., Коршунов А.В., Останина Е.В. Проблемы проектирования модели развития креативных индустрий в России // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2022. № 3 (67). С. 9–14.
4. Безуглая Н.С., Сыщиков А.Ю. Проблемы и перспективы управления талантами в креативных индустриях // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2021. № 3. С. 1–13. URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/14SCSK321.pdf> (дата обращения: 20.02.2025).
5. Глумова А.Е. Актуальные вопросы государственного регулирования креативных индустрий в Российской Федерации // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 12 (126). С. 1–4.
6. Сажина М.А. Креативная экономика: проблемы содержания и управления // Вопросы экономики и права. 2023. № 4 (178). С. 108–114.
7. Меры поддержки креативной экономики / Центр стратегических разработок ; [Т.И. Караваева, Л.В. Богданова, А.В. Попов]. Москва, 2021. 25 с.
8. Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития / Т.В. Абанкина, Е.А. Николаенко, В.В. Романова, И.В. Щербакова. Москва : Grey Matter, 2021. 23 с.
9. Королёва И.Б., Соколова И.Л. Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием // Baikal Research Journal. 2022. Т. 13, № 3. С. 1–15.
10. Шкарина В.С. Особенности развития креативных индустрий в современной экономической политике // Государственное управление. Электронный вестник. 2022. № 94. С. 133–144.
11. Coy P. The creative economy. Which companies will thrive in the coming years? Those that value ideas above all else. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2000-08-27/the-creative-economy> (дата обращения: 20.02.2025).
12. Лэндри Ч. Креативный город. Инструментарий для городских инноваторов. Москва : Классика-XXI, 2011.
13. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р (ред. от 26.01.2024) «Об утверждении Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/ (дата обращения: 20.02.2025).
14. Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580/ (дата обращения: 20.02.2025).
15. Постановление Правительства РФ от 28.12.2020 № 2316 «О государственной поддержке российских организаций и индивидуальных предпринимателей в целях возмещения части затрат, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400065538/> (дата обращения: 20.02.2025).
16. Закон Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 27.07.2020 № 70-оз «О креативных индустриях в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре». URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/8600202007280009> (дата обращения: 20.02.2025).

References

1. The contribution of creative industries to the Russian economy should reach 10% of GDP. URL: <https://innosocium.org/posts/109> (date of access: 20.02.2025).
2. Hokin D. Creative economy: how to turn ideas into money. Moscow : Classics-XXI, 2011. 256 p.
3. Vasil'eva E.V., Korshunov A.V., Ostanina E.V. Problems of designing a model for the development of creative industries in Russia // Bulletin of the Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod. Series: Social Sciences. 2022. No. 3 (67). Pp. 9–14.
4. Bezuglaya N.S., Syshchikov A.Yu. Problems and prospects of talent management in creative industries // World of Science. Sociology, philology, cultural studies. 2021. No. 3. Pp. 1–13. URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/14SCSK321.pdf> (date of access: 20.02.2025).
5. Glumova A.E. Current issues of state regulation of creative industries in the Russian Federation // International Scientific Research Journal. 2022. No. 12 (126). Pp. 1–4.
6. Sazhina M.A. Creative economy: problems of content and management // Questions of economics and law. 2023. No. 4 (178). Pp. 108–114.

7. Measures to support the creative economy / Center for Strategic Research ; [T.I. Karavaeva, L.V. Bogdanova, A.V. Popov]. Moscow, 2021. 25 p.
8. Creative industries in Russia: trends and development prospects / T.V. Abankina, E.A. Nikolaenko, V.V. Romanova, I.V. Shcherbakova. Moscow : Gray Matter, 2021. 23 p.
9. Korolyova 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, No. 3. Pp. 1–15.
10. Shkarina V.S. Features of the development of creative industries in modern economic policy // Public Administration. Electronic bulletin. 2022. No. 94. Pp. 133–144.
11. Coy P. The creative economy. Which companies will thrive in the coming years? Those that value ideas above all else. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2000-08-27/the-creative-economy> (date of access: 20.02.2025).
12. Lendri Ch. Creative city. A toolkit for urban innovators. Moscow : Classics-XXI, 2011.
13. Order of the Government of the Russian Federation dated 20.09.2021 No. 2613-r (as amended on 26.01.2024) «On approval of the Concept for the development of creative industries and mechanisms for the implementation of their state support until 2030». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/ (date of access: 20.02.2025).
14. Federal Law dated 08.08.2024 No. 330-FZ "On the Development of Creative Industries in the Russian Federation". URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580/ (date of access: 20.02.2025).
15. Decree of the Government of the Russian Federation dated 28.12.2020 No. 2316 "On State Support for Russian Organizations and Individual Entrepreneurs in order to Reimburse Part of the costs associated with participation in International Exhibition and Fair events". URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400065538/> (date of access: 20.02.2025).
16. Law of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Yugra dated 27.07.2020 No. 70-oz "About creative industries in Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Yugra". URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/8600202007280009> (date of access: 20.02.2025).

Информация об авторах

В.Е. Барковская – кандидат экономических наук, доцент кафедры управления Технологического университета имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова;
В.Г. Алексахина – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управления Технологического университета имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова;
И.И. Чуева – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управления Технологического университета имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова.

Information about the authors

V.E. Barkovskaya – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management of the Technological University named after Twice Hero of the Soviet Union, Cosmonaut A.A. Leonov;
V.G. Aleksakhina – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management of the Technological University named after Twice Hero of the Soviet Union, Cosmonaut A.A. Leonov;
I.I. Chueva – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management of the Technological University named after Twice Hero of the Soviet Union, Cosmonaut A.A. Leonov.

Статья поступила в редакцию 11.04.2025; одобрена после рецензирования 23.04.2025; принята к публикации 05.06.2025.

The article was submitted 11.04.2025; approved after reviewing 23.04.2025; accepted for publication 05.06.2025.