

Экономика креативных индустрий в цифровую эпоху

Субач Татьяна Ивановна 

Кандидат экономических наук, доцент,
ФГБОУ ВО Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск, Российская Федерация
E-mail: subachtanya@yandex.ru

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

белый список, инновации, креативные индустрии, цифровизация, бизнес-модели, цифровые технологии, рост экономики, ВВП, цифровая эпоха, глобализация

АННОТАЦИЯ

В настоящее время креативные индустрии играют важную роль в поддержании культурного разнообразия и самобытности, а в условиях глобализации и миграции они способствуют обмену культурными ценностями и идеями. Цель исследования – изучить развитие креативных индустрий в условиях цифровой трансформации и их влияние на экономический рост, культурные и социальные изменения. Задачи включают: анализ нормативной базы и терминологии, изучение регионального опыта развития креативных индустрий и их вклада в экономику, исследование роли цифровых платформ, социальных сетей и новых бизнес-моделей, рассмотрение и выявление существующих проблемы в креативных индустриях и предложить рекомендации по их разрешению. Экономика креативных индустрий в цифровую эпоху демонстрирует огромный потенциал и возможности для роста, однако требует от участников отрасли гибкости, инновационности и стратегического подхода к развитию. При стремительном развитии цифровых технологий креативные индустрии меняются и адаптируются, оказывая значительное влияние на социальные и культурные тренды, формируя общественное мнение и создавая новые формы взаимодействия. Интернет и цифровые платформы позволяют творческим индивидуумам и компаниям выходить на международные рынки без значительных капиталовложений, что безусловно способствует разнообразию и конкуренции. В тоже время, в условиях информационной перегрузки важность уникального и качественного контента возрастает. Цифровые технологии способствовали возникновению новых бизнес-моделей, таких как стриминг, подписка на контент и краудфандинг. Это открывает новые возможности для креативных профессионалов и компаний. Социальные сети и онлайн-платформы позволяют напрямую взаимодействовать с потребителями, что способствует созданию персонализированного контента и повышению вовлеченности аудитории. Направления по развитию креативных индустрий требуют взаимодействия государственных, частных и некоммерческих организаций, а также активного участия самих креативщиков.

JEL codes: O34, O47, F6, F16, F17, R11

DOI: <https://doi.org/10.52957/2221-3260-2026-2-53-64>

Для цитирования: Субач, Т.И. Экономика креативных индустрий в цифровую эпоху / Т. И. Субач. – Текст : электронный // Теоретическая экономика. – 2026. – №2. – С.52-64. - URL: <http://www.theoreticaleconomy.ru> (Дата публикации: 28.02.2026)

Введение

В условиях экономической нестабильности, глобальной поляризации и роста неравенства в XXI веке необходимо разрабатывать стратегии развития на уровне государства и региона, чтобы ответить на значительные культурные, социальные, технологические и экономические изменения.

В этом контексте понятие «креативные индустрии» связывает культурную, экономическую и технологическую сферы и являются важным звеном глобальной экономики. Они способствуют социальной интеграции, экономическому разнообразию, личностному развитию и устойчивому развитию регионов и стран. Так, сегодня креативные индустрии признаются источником инноваций, экономического роста и общественной сплоченности [1].

Благодаря внедрению цифровых технологий в разные сферы жизни и производства [2, 3] они становятся частью экономической, политической и культурной жизни человека [4]. Внедрение

цифровых технологий в производство и повседневную жизнь делает эти индустрии частью экономической, политической и культурной жизни. При них меняются способы производства товаров и услуг, повышается эффективность управления и производительность, сокращаются временные и пространственные барьеры [5, 6]. В тоже время, интеграция цифровых технологий и инноваций во все процессы креативной экономики позволит создать конкурентоспособность российских творческих продуктов, расширение занятости в секторе и активное внедрение современных технологий для создания и распространения контента [7].

Актуальность данной темы обусловлена тем, что креативные индустрии становятся мощным двигателем экономики, принося значительную часть ВВП и миллионы рабочих мест. Активно пересекаясь с цифровыми технологиями они открывают новые возможности для развития общества и бизнеса.

Новизна темы заключается в исследовании влияния креативных индустрий на изменения происходящие в культурной, социальной и экономической сферах в эпоху цифровой трансформации.

Цель и задачи исследования

Цель исследования – изучить развитие креативных индустрий в условиях цифровой трансформации и их влияние на экономический рост, культурные и социальные изменения.

Задачи включают: анализ нормативной базы и терминологии; изучение регионального опыта развития креативных индустрий и их вклада в экономику; исследование роли цифровых платформ, социальных сетей и новых бизнес-моделей; рассмотрение и выявление существующих проблем в креативных индустриях и предложить рекомендации по их разрешению.

Методы

В работе использованы теоретические методы: анализ отечественной литературы, синтез, наблюдение, обобщение и систематизация.

Обсуждение

Исторически системное научное изучение творчества началось в 1960-х (эвристика как направление), уточняют Игнатова Т.В., Пономарева А.М., Пономарев М.А. [7]. Евменов А.Д., Байков Е.А., Еникеева Л.А. [и др.] отмечают, что сам термин «творческие индустрии» в российских документах зафиксирован относительно недавно, с 2014 года. В российской литературе часто используются взаимозаменяемые термины «креативные», «творческие» и «культурные индустрии». Эксперты подчеркивают, что в цифровую эпоху креативные индустрии будут играть ключевую роль. От их идей зависит развитие творческих производств и качество новых продуктов [8].

В исследованиях, проводимых Гумеровой Г.И. и Шаймиевой Э.Ш. предложен новый термин (метода, технологии, инструмента) для развития креативных индустрий в РФ – «активное взаимодействие с цифровой экономикой с публикационной точки зрения» означающий, насколько и как конкретные креативные индустрии ассоциируют себя с креативными индустриями с публикационной точки зрения, что предполагает изучение проиндексированных в РИНЦ публикаций. Исследовательская задача «выявление нового термина (метода, технологии) для развития креативных индустрий в РФ» означает анализ проводимых российскими авторами исследований в области креативных индустрий, возможность применения разрабатываемых ими терминов (методов, технологий) для развития креативных индустрий в РФ [9].

Как отмечает Щербакова С.А., к креативным индустриям относится широкий перечень сфер – кино, дизайн, мода, архитектура, реклама, IT, искусство, музыка, туризм, гастрономия и др.; [10]. В тоже время, Игнатова Т.В. и другие предлагают дополнить список креативных индустрий и отнести к ним образовательную деятельность (высшие и средне-профессиональные учреждения), как креативно-инновационные организации, а их работников отнести к интеллектуально-креативному классу [7]. Авторами [8] подчеркивается, что креативные индустрии следует рассматривать как

возможность расширить обучение и трудоустройство людей с ограниченными возможностями, создавая дополнительные условия для саморазвития и помогают формировать более комфортную, доступную среду для большого круга людей. Развитие отрасли приносит экономические и социальные эффекты: рост малого и среднего бизнеса, создание рабочих мест, диверсификация экономики, рост несырьевого экспорта, повышение качества человеческого капитала и привлечение молодежи.

Морданов М.А. подчеркивает, что развитие креативных индустрий способствует привлечению квалифицированных кадров и поддержке местных ремесел. Также считает, что эту сферу можно использовать как инструмент возрождения экономически слаборазвитых районов, для диверсификации местной экономики, а также для обновления имиджа и формирования профильной специализации населенных пунктов и регионов [1].

О.В. Тарасюк и соавторы указывают, что стремительное распространение социальных сетей, массовое использование смартфонов, доступ к широкополосному интернету и развитие технологий машинного обучения и ИИ меняют мир. В таких условиях бизнесу нужно оперативно адаптироваться к требованиям «новой экономики» – растущим запросам клиентов и усиливающейся конкуренции [11]. Зубова Ю.А. отмечает, что цифровые платформы снимают географические ограничения и открывают региональным креативным предприятиям выход на мировые рынки, однако требуя от них цифровой грамотности, умения монетизировать и продвигать свои продукты. При ограниченных бюджетах для поддержки отрасли целесообразно разрабатывать практические «гайды» и подборки сервисов с учетом региональной специфики – это упростит выход на платформы и решит типичные логистические и маркетинговые задачи [12].

Любой вопрос, касающийся нововведений, всегда требует разработки нормативно-правовой документации и в дальнейшем, при необходимости, ее доработки. Так, Департамент развития социальной сферы и сектора некоммерческих организаций достигает поставленных целей путем формирования и совершенствования нормативно-правовой базы и содействия деятельности органов государственной власти по развитию креативных (творческих) индустрий [13].

При участии «Агентства стратегических инициатив по продвижению новых проектов» впервые, в 2021 году в России приняли Концепцию развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года. В этом документе сказано, что креативные индустрии являются ядром креативной экономики. В свою очередь, поясняется, что креативная экономика – это тип экономики, основанный на капитализации интеллектуальной собственности во всех областях человеческой деятельности: научной, научно-технической, культурной и в целом творческой [14]. Согласно данной концепции, Правительство РФ ожидает к 2030 году вклад от креативных индустрий в ВВП – 6%.

Этот же, 2021 год стал международным годом креативной экономики по версии ООН. А в России создали Федерацию креативных индустрий и Российский центр оборота прав на результаты творческой деятельности (РЦИС) [16].

Реализация Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. будет способствовать достижению следующих национальных целей развития Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»: во-первых, возможности для самореализации и развития талантов; во-вторых, достойному, эффективному труду и успешному предпринимательству и в-третьих, цифровой трансформации.

Там также говорится, что рост творческих индустрий как в стоимостном плане, так и по объему производства дает мультипликативный экономический эффект [15], который дает прямой и косвенный эффекты. При прямом эффекте: увеличивается выпуск товаров и услуг, растут поступления в бюджет и появляются новые рабочие места. При косвенном эффекте: творческие

отрасли стимулируют развитие смежных сфер через цепочки поставщиков, партнеров и контрагентов. В результате повышаются зарплаты, что увеличивает потребительский спрос, и это, в свою очередь, вызывает дополнительный (индуцированный) рост выпуска и в самих креативных, и в связанных с ними отраслях [16].

Летом 2024 года Госдума приняла Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» с целью поддержки и стимулирования развития творческих отраслей и бизнес, обеспечивать безопасность в этой области и поддерживать уровень образования. Закон передает вопросы государственной поддержки креатива субъектам РФ. К примеру, в 2025 году в Москве откроется кластер видеоигр и анимации. Благодаря информационной поддержке популяризируется креативный кластер, такие как Московская международная неделя кино, Московская международная издательская неделя и Московская международная неделя креативных индустрий [15].

Таким образом, упомянутый выше закон и Концепция строит понятие креативных индустрий вокруг понятия интеллектуальной собственности, то есть результатов интеллектуальной деятельности человека (произведений науки, литературы и искусства, программ ЭВМ и баз данных, изобретений) [14]. Сектор креативных (творческих) индустрий обладает потенциалом создания высокой добавленной стоимости, что делает его привлекательным как для предпринимателей, так и для инвесторов [17].

Для развития креативных индустрий свое решение предлагает Российский союз промышленников и предпринимателей, рекомендуя обеспечить налоговыми льготами и преференциями компаний, которые покупают творческие продукты отечественных производителей. И для получения полной картины сектора Минэкономразвитию предлагает вести реестр участников креативных индустрий [15].

Исходя из сказанного, Минэкономразвития подготавливает проект постановления правительства о передаче полномочий по ведению реестра креативных компаний, которые имеют право воспользоваться мерами государственной поддержки. Также Минэкономразвития планирует актуализировать перечень кодов ОКВЭД и добавить к числу креативных индустрий смежные виды деятельности, такие как продвижение и распространение креативных продуктов. Это позволит распространить на них действие отраслевых льгот, предусмотренных для развития креативной экономики [12, 18].

Развитая экосистема креативных индустрий в регионах и интеграция опыта на пространстве всей страны позволят выявить наиболее эффективные творческие инициативы, решить вопросы занятости, усилить туристский потенциал региональных локаций, повысить долю креативного и инновационного предпринимательства [8].

Также для регионов, Минэкономразвития России подготовило и направило Методические рекомендации по развитию креативных (творческих) индустрий в субъектах Российской Федерации от 2025 года, включающие разделы о нормативном правовом регулировании, институциональной структуре, инфраструктуре и мерах поддержки, функциях органа власти субъекта Российской Федерации, информационного освещения и методологии мониторинга состояния сектора. Данные методические рекомендации носят рекомендательный характер и предлагаются к использованию в работе по развитию в сферы креативных (творческих) индустрий в субъектах Российской Федерации [14]. Важно чтобы росла конкурентоспособность российских креативных индустрий на глобальном рынке, чтобы российские бренды экспортировали свою продукцию и сервисы на зарубежные рынки [16].

В целом, развитие креативной (творческой) индустрии даст возможность развития своего дела широким слоям населения, в том числе женщинам; лицам с ограниченными возможностями здоровья; людям, проживающим в сельской местности и в малых городах. Позволит преодолеть ограничения развития, связанные с недостаточным объемом локального рынка и удаленностью

места проживания предпринимателя, сохранять человеческий капитал в регионах и муниципальных образованиях и обеспечить сбалансированное территориальное развитие [17].

Однако, в основных проблемах развития российского сектора креативных индустрий отмечается отсутствие простых, очевидных и сквозных для всех отраслей экономики критерии распознавания кампаний креативной сферы, неравномерность включения регионов в ее развитие и коммерциализацию результатов деятельности [10].

Нужна система институтов на федеральном и региональном уровнях, которые будут внедрять инструменты поддержки креативных индустрий. Важным шагом может стать создание целевого инвестиционного фонда. Эффективными мерами поддержки также могли бы быть специальные налоговые режимы, льготы на пользование инфраструктурой и по кредитованию проектов, а также субсидирование процентных ставок по займам [8].

Господдержка креативных индустрий должна заключаться не столько в создании новых форм, сколько в выстраивании логики системы помощи, в нахождении баланса между грантами и инвестициями, в стимулировании бизнеса к самостоятельным вложениям. Государство предоставляет гранты, вводит льготы, развивает инфраструктуру.

«В целом можно сказать, что сегодня около 80% набора инструментов поддержки уже существует». При этом отмечается, что, несмотря на активность грантовых институтов, системного инвестиционного контура пока не создано. Хотя существует идея специализированного инвестиционного фонда с венчурной логикой, который мог бы финансировать проекты на стадии масштабирования. Также существуют и «прослойки постоянных грантополучателей», считающих бюджетные деньги исключительно источником льгот, а не стимулом к развитию [18].

Несомненно, гранты и субсидии – основной инструмент поддержки. Президентский фонд культурных инициатив финансирует проекты в культуре и креативных индустриях суммами до 100 млн рублей. Например, на первый конкурс 2025 года выделили 5 млрд рублей, на второй – 3,828 млрд рублей. Право на гранты имеют некоммерческие и коммерческие организации, индивидуальные предприниматели и муниципальные учреждения. Минкультуры и Минэкономразвития тоже проводят конкурсы и предоставляют субсидии, в том числе на создание «школ креативных индустрий» и региональных кластеров. Кроме того, действует федеральная программа льготного кредитования для малого и среднего предпринимательства, средства которых можно направлять на оборотные и инвестиционные цели. Процентная ставка состоит из ключевой ставки Центрального Банка + 2,75 п.п., максимальная сумма заимствования до 2 млрд рублей со сроком предоставления до 10 лет.

Развитие креативных индустрий в регионах играет ключевую роль в экономическом росте и формировании инновационной среды. Так, в 2020 году Свердловская область один из первых регионов начал создавать свою инфраструктуру для развития креативных индустрий. Процесс начался с ревитализации бывших промышленных площадок: железоделательного завода XVIII века в Сысерти и чугуноплавильного завода Демидовых в Черной Источинке под Нижним Тагилом. Эти объекты стали первыми региональными креативными кластерами [19].

На сегодняшний день ряд регионов представляют инфраструктурные проекты. Так, в Рязанской области запланирована трансформация исторического здания первой городской электростанции в креативный кластер. В Иркутской области анонсировано создание международного центра креативного туризма, музея кинематографии и домов креативных индустрий. В Ставропольском крае запускается региональный маркетплейс продукции креативных предпринимателей. Республика Тыва планирует развитие музыкально-креативного кластера вокруг традиционного искусства хоомея, а Республика Адыгея – продвижение региональных брендов, связанных с гастрономией, ремеслами и танцевальной культурой [20].

В Тюменской области ввели собственные инициативы: создано Агентство развития креативных индустрий. С 2022 года область формирует специализированный пакет поддержки, среди них

– грантовые конкурсы «Подъемник» и «Новая нефть», где финансирование предоставляется в виде компенсации затрат, что стимулирует предпринимателей. Отдельный блок – услуги по продюсированию проектов. Поддержка охватывает широкий спектр – от локального бренда «Тюменский ковер» до продвижения регионального кино и модных марок. Создана и образовательная среда – «Тюменская школа креативных индустрий», объединяющая курсы и акселераторы, городские лекции и детские программы.

В Мордовии, предметом народного промысла, драйвером интереса к традиционному искусству стал символ Подлесной Тавлы – тавлинская резная игрушка. Ремесленные практики показали, как они могут быть переосмыслены в современном ключе. Так, креативные бренды «Мордовский мореный дуб» развивает арт-пространство и интерьерные решения из древесины возрастом более двух тысяч лет, а INCRUA производит елочные игрушки. Наряду с ремесленными инициативами развивается и цифровой сектор. Компания BYTEX, работающая в Саранске с 2004 года, стала заметным игроком на рынке тестирования видеоигр. Сегодня в компании трудится более 270 специалистов, включая приезжих из других регионов, что подчеркивает привлекательность Мордовии для квалифицированных IT-специалистов [19].

В Москве действует комплексная система поддержки творческого сектора, в которую входят организация практикумов и маркетов, приглашения на международные форумы в качестве участников, гранты и другие меры. Предпринимателям предлагают инструменты для запуска своего дела, продвижения продукции и выхода на рынки России и других государств. Воспользоваться ими могут практически любые компании креативного сектора.

Агентство креативных индустрий в 2024 году реализовало более 125 проектов в Москве – акселераторы, конкурсы и крупные городские мероприятия: серию ярмарок «Креативные маркеты» с продукцией московских брендов, книжных издательств и арт-галерей, «Киношоурум», «Дизайн-цех», «Фабрика музыки», «Арт-фабрика», «Фабрика видеоигр», «Арт-сезоны», «Арт.Практикум», «ПРО.Креатус». На «Арт-сезонах» художники и галеристы могут бесплатно участвовать в крупнейших ярмарках и маркетах современного искусства: blazar, Cosmoscw, «АРТ МОСКВА» и WIN-WIN, проект «Арт.Практикум» дает художникам необходимые навыки для развития карьеры, а галеристам помогает наладить профессиональные процессы.

Развитие креативных индустрий в регионах: во-первых, повышает инвестиционный и туристический потенциал для города или региона. Так, в 2024 году некоммерческая организация в сфере культуры и искусства «Первая фабрика авангарда» провела в Иванове фестиваль современного искусства, который позиционировал город как центр «конструктивизма и авангарда, творческих открытий и экспериментов, динамики и обновления». Во-вторых, улучшает качество жизни населения, создает новые рабочие места и развивает секторы общепита, спорта, уличной торговли и искусства. Благодаря развитию отрасли возникают креативные кластеры, где проходят разные мероприятия для жителей и гостей города с возможностью реализовать свой предпринимательский потенциал. И в-третьих, развивает творческий потенциал жителей и гостей города. А проведение креативных и кинофестивалей, где каждый может принять участие, позволяет получить возможности для реализации, нетворкинга и наращивания социального капитала [16].

По состоянию на 2024 г. в России действовали 193,7 тыс. организаций креативных индустрий, что на 3% возросло к уровню 2023 года, при этом за год появилось 15,9 тыс. новых креативных бизнесов. Все большее число регионов делают ставку на развитие креативных индустрий. Так, если за 2022 г. только в 33 субъектах Российской Федерации число организаций креативных индустрий выросло или оставалось стабильным, то уже в 2023 и 2024 годах таких регионов стало вдвое больше – 67 и 59 соответственно. Более половины (53,6%) всех организаций, созданных в креативных индустриях в 2024 году приходится на Москву и Московскую область, лидировавшие еще с 2020 года [21].

На территории Ростовской области в 2023 году зафиксировано 9,4 тыс. креативных организаций,

из них 66 % относятся к малому бизнесу. Вклад предприятий креативных индустрий области в валовый региональный продукт в 2023 г. составил 42,3 млрд руб., или 1,8 %, общий объем выручки составил 46,3 млрд руб., при этом на 90 % он сформирован за счет малых и средних предпринимателей, на 60 % - представителями IT-индустрии и индустрии архитектуры и урбанистики [7].

Каждый год количество специалистов в креативном секторе увеличивается. За 2024 год рост работников в отрасли составил 12% [15]. В 2023 году численность работников, занятых в креативных индустриях увеличилась на 300 тыс. человек – с 4,3 до 4,6 миллиона человек. Больше их количество работает в таких индустриях, как «Программное обеспечение», «Реклама и пиар» и «Мода». На них приходится почти половина всех креативных компаний страны: 49 процентов организаций и 66 процентов индивидуальных предпринимателей.

Количество самозанятых в 2023 году в креативном секторе составило 200 тысяч человек, преимущественно оказывая маркетинговые, консалтинговые, рекламные и исследовательские услуги. Больше всего специалистов задействованы в области информационно-коммуникационных технологий, представители культуры и искусства.

Кроме того, креативные индустрии опережают экономику в целом по доле молодежи и работников с высшим образованием. Наибольшую долю составляют работники до 35 лет [16]. При этом, профильное образование имеет лишь половина работающих в креативных индустриях. Они могут сделать успешную карьеру, попав в профессию после окончания курсов или обучившись всему с нуля непосредственно в деле, благодаря тому, что в креативных индустриях ценится способность к соответствующему виду творчества и наличие нужных навыков, а не наличие самого диплома. Но это касается не всех креативных индустрий. Например, в IT-индустрии уже существенная доля работодателей обращает внимание на вуз, который окончил программист [14].

Креативные индустрии являются одним из самых перспективных направлений мировой экономики. Этот сектор демонстрирует более высокие темпы роста. Его вклад в мировой ВВП в 2022 году составил более 4%, в нем было занято более 1,5 % экономически активного населения планеты. В 2022 году совокупный вклад креативных индустрий в ВВП России составил 2,6%, а доля численности занятых – 4,6% [10].

Доля в ВВП в 2023 году составила 3,5 процента, в выручке организаций и индивидуальных предпринимателей – 3,7 процента, а в общей численности занятых – 6,2 процента. Хотя их вклад в мировой ВВП относительно невелик – 3,1 процента.

Впечатляет темп роста мирового экспорта креативных услуг: с 2017 по 2022 год он составил 29 процентов. А сам объем мирового экспорта к 2023 году достиг 1,4 триллиона долларов США [13].

Как говорилось выше, развитие креативных индустрий связано с применением цифровых технологий. Исследование показало, что распространению креативного контента способствуют бизнес-модели, такие как: краудфандинг, подписочные сервисы и использование блокчейна.

На краудфандинге деньги собираются на запуск или на развитие проекта на специальных онлайн-площадках. Для того чтобы выбрать площадку под свою цель и разместить проект для запуска сбора инвестиций, автору необходимо выдвинуть свою идею, четко ее сформулировав: на что собираются деньги, почему стоит уделить внимание именно этому проекту и презентовать ее в виде текста, видео или презентации.

Существуют российские и зарубежные платформы для краудфандинга, каждая из которых имеет свои особенности: тематика, требования к авторам, особенности продвижения и прочее. Среди российских онлайн краудфандинговых платформ выступают.

- Planeta.ru, на которой финансируются творческие, социальные или благотворительные проекты.

- На CrowdRepublic можно организовать онлайн краудфандинговую кампанию по предзаказу книг, комиксов, настольных и компьютерных игр, которые существует в формате идеи.

- Краудфандинговый сервис Boomstarter позволяет собрать активы на реализацию идей в сфере

бизнеса, технологий, общества, музыки, игр и другого.

- На платформе Rounds компании малого и среднего бизнеса могут разместить акции для привлечения инвестиций.

- На краудфандинговой платформе «Сила слова» могут разместить проект журналисты, блогеры, редакции СМИ и общественные организации. На ней можно собирать ресурсы на журналистское расследование, публикации и медиа-инициативы.

Зарубежные онлайн платформы для краудфандинга расширяют возможности и позволяют привлекать средства по всему миру. Прежде чем запустить кампанию, обязательно необходимо убедиться, что с платформы для краудфандинга можно вывести средства.

- На сервисе Kickstarter можно собрать средства на реализацию самых разных творческих проектов.

- GoFundMe – онлайн платформа для сбора финансов практически на что угодно. В том числе, медицинские расходы, расходы на образование, волонтерские программы, молодежный спорт, похороны и мемориалы, содержание животных.

- Patreon – это сервис для креаторов. Ее особенность в том, что авторы могут привлекать средства на постоянной основе по модели подписки. В обмен на свои пожертвования спонсоры получают эксклюзивный доступ к контенту и дополнительным материалам. Также авторы могут подключить разовые покупки [22].

В 2024 году более 70% россиян пользовались хотя бы одной подпиской на цифровые сервисы. Чем выгоднее подписка у одной компании, тем больше шансов, что клиент останется надолго. Хотя экосистемные подписки предлагают схожий набор услуг. Каждая из них старается удержать пользователя внутри своих сервисов. Основное различие между подписками кроется в контенте, который они предлагают. Это особенно заметно, когда речь заходит о фильмах и спортивных трансляциях. Экосистемные подписки – это удобство, комфорт и еще немного кэшбэка. У каждой из них свои плюсы: Яндекс Плюс радуется универсальностью и широким набором функций, СберПрайм привлекает Okko и Спасибо, а Wink остается выбором для любителей современного отечественного кино.

У каждой платформы есть свои сильные стороны: Кинопоиск в составе Яндекс Плюс привлекает обширной библиотекой фильмов и сериалов, включая эксклюзивный контент. Okko, доступный через СберПрайм, делает ставку на премьеры и качественные зарубежные фильмы. Хайповые российские сериалы можно посмотреть в Wink от Ростелекома [23].

Традиционные финансы полагаются на такие учреждения, как банки, выступающие в качестве посредников, и суды, обеспечивающие арбитраж. DeFi стали неотъемлемой частью криптоэкономики, аналогом традиционного банковского сектора [24]. Данные записываются в блокчейн и распространяются по тысячам узлов, что делает цензуру или потенциальное отключение службы сложной задачей [25].

Основное преимущество DeFi – обеспечение легкого доступа к финансовым услугам, особенно для тех, кто изолирован от традиционной финансовой системы, а также открытой экосистемы для людей с низкими доходами, которые могут получить выгоду от широкого спектра финансовых услуг.

Некоторые из самых популярных приложений DeFi – это децентрализованные биржи (DEX), такие как Uniswap и PancakeSwap. Эти платформы позволяют пользователям торговать цифровыми активами без необходимости доверенного посредника для хранения своих средств. Сделки осуществляются непосредственно между кошельками пользователей с помощью смарт-контрактов [24].

И микроплатежи на блокчейне революционизируют монетизацию контента, позволяя внедрять системы оплаты для пользователей за использование статей, видео или музыки за небольшую плату, исключая необходимость подписок. Эта модель особенно полезна для малых и средних создателей, которые сталкиваются с трудностями в монетизации своей работы через традиционные платформы.

Производители возобновляемой энергии также используют микроплатежи на блокчейне для продажи избыточного электричества небольшими порциями. Это создает децентрализованные энергетические рынки, где потребители могут покупать энергию напрямую у производителей без посредников [26].

Монетизировать контент глобально и эффективнее охранять свои интеллектуальные права с помощью информационных систем и увеличить через них аудиторию можно используя и онлайн-платформы [7].

Например, просматривать или прослушивать контент в режиме реального времени пользователям можно в интернет-платформе – стриминговый сервис. Принцип работы основан на технологии потоковой передачи данных. При просмотре или прослушивании одного фрагмента, в фоне уже загружается следующий, тем самым обеспечивая непрерывность просмотра. При этом, современные сервисы используют алгоритмы адаптивного битрейта, которые автоматически подстраивают качество видео под скорость интернета.

На сегодняшний день самым популярным видеосервисом в мире остается Netflix благодаря глобальному охвату и огромной библиотеке. В музыкальном сегменте лидирует Spotify, имея сотни миллионов пользователей по всему миру. А в России лидерами являются Кинопоиск в сфере видео и Яндекс Музыка в аудиосегменте. Их популярность во многом обусловлена глубокой интеграцией в экосистему Яндекса и доступностью в рамках единой подписки «Плюс». Для бизнеса, онлайн-школ и создателей контента разработана профессиональная стриминговая платформа – Kinescope – в отличие от массовых сервисов она фокусируется на надежном и безопасном видеохостинге с расширенными возможностями управления [27].

Распространение контента способствуют и социальные сети. Они являются одним из ключевых инструментов для маркетинга и продвижения брендов, а также способом привлечения внимания аудитории к интересным и актуальным материалам. Социальные сети позволяют оперативно и массово передавать информацию, а наличие различных инструментов для сортировки и фильтрации контента позволяет предлагать пользователю лишь ту информацию, которая может быть ему интересна. Пользователи имеют возможность комментировать, лайкать и репостить контент, что позволяет создавать эффект вирусности и это значительно увеличивает охват целевой аудитории. Более того, такое взаимодействие позволяет получать обратную связь от пользователей и улучшать контентный материал с учетом их пожеланий и ожиданий [28].

Несмотря на разнообразие креативных индустрий все они сталкиваются с рядом общих проблем, таких как:

- необходимость в финансовых ресурсах для создания своей продукции [10];
- риск выхода из бизнеса – в будущем останутся лишь те компании, которые присутствуют в интернете [11];
- осторожность инвесторов к проектам – непонимание как они окупаются и какой мультипликативный эффект создают для экономики [18];
- необходимость обучения специалистов, а также защита авторских прав.

Несмотря на существующие проблемы, можно отметить ряд и других, например, заключающиеся в том, что:

- творческие люди часто недостаточно подготовлены к ведению бизнеса;
- не исключено, что в некоторых регионах отсутствует необходимая инфраструктура для поддержки креативных проектов, включая пространства для работы, выставочной деятельности и взаимодействия с другими творческими профессионалами;
- существуют риски устойчивости проектов в связи с тем, что креативные индустрии часто зависят от трендов и предпочтений аудитории.

Поскольку креативные индустрии часто связаны с необходимостью в инновациях, конкуренции, сохранение авторских прав и быстро меняющиеся потребительские предпочтения,

решение проблем в креативных индустриях требует комплексного подхода.

Для решения выявленных проблем в креативных индустриях можно предложить ряд рекомендаций, при которых необходимо развивать диалог между креативными профессионалами, государственными органами и бизнесом:

- проводить юридические консультации о защите прав на интеллектуальную собственность;
- разрабатывать программы поддержки для креативщиков и малых бизнесов;
- проводить налоговые и бухгалтерские консультации, в том числе по использованию программного обеспечения, облачных сервисов и мобильных приложений для ведения бухгалтерского учета;
- обучать сотрудников современным технологиям, например, таким как цифровая графика, видеомонтаж или анимация;
- строить инновационные центры для представления своих проектов и взаимодействия;
- организовывать выставки и конференции для обмена идеями, опыта и сотрудничества с бизнесом и государством.

Заключение

Исследование показало, что государство активно разрабатывает и внедряет нормативную базу для развития и поддержки креативных индустрий, так как в последние годы они усиливают свое влияние на экономику. Они генерируют значительную долю ВВП. Так, включение в перечень креативных индустрий и образование, даст более реальную картину по росту ВВП к концу 2026 года. Креативный сектор создает и рабочие места – каждый год количество специалистов в креативном секторе только увеличивается. Он также поддерживают и культурное наследие – регионам при этом важно правильно выбрать и презентовать свои идеи и проекты. Появление цифровых платформ, технологий и новых моделей монетизации поможет российским креативным индустриям экспортировать продукцию и сервисы на зарубежные рынки. Предложенные рекомендации по направлению развития креативных индустрий согласно освященным авторами и выявленным проблемам, требуют взаимодействия государственных, частных и некоммерческих организаций, а также активного участия самих креативщиков. Таким образом, развитие креативных индустрий требует дальнейших исследований по их поддержке государством, бизнесом и их влияния, происходящие в культурной, социальной и экономической сферах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Морданов М.А. Креативные индустрии как драйвер экономического роста // Креативная экономика. – 2021. – Том 15. – № 10. – С. 3725-3740. doi: 10.18334/ce.15.10.113714 https://www.elibrary.ru/download/elibrary_47167105_72539346.pdf (дата обращения: 04.12.2025).
2. Субач Т.И. Цифровизация в глобальном плане / Т.И. Субач. – Текст: электронный // Теоретическая экономика. – 2021. – № 5 (77). – С. 36-39. – URL: <https://theoreticaleconomy.ru/ru/storage/view/149505> (дата обращения: 05.12.2025).
3. Гордеев В.А. Теоретическая экономия: и вновь шаги по избранному пути / В.А. Гордеев. – Текст: электронный // Теоретическая экономика. – 2021 – № 5 (77). – С. 5-11. – URL: <http://www.theoreticaleconomy.ru> (дата обращения: 18.12.2025).
4. Сухов В.Д., Киселев А.А., Сазонов А.И. Цифровизация, как важнейший фактор модернизации высшего образования / В.Д. Сухов, А.А. Киселев, А.И. Сазонов / – Текст: электронный // Теоретическая экономика. – 2021 – № 5 (77). – С. 55-61. – URL: <http://www.theoreticaleconomy.ru> (дата обращения: 18.12.2025).
5. Гордеев В.А. Теоретическая экономия: к дальнейшему развитию концепции / В.А. Гордеев. – Текст: электронный // Теоретическая экономика. – 2024 – № 4. – С. 4-11. – URL: <http://www.theoreticaleconomy.ru> (дата обращения: 06.12.2025).
6. Субач Т.И. Основные аспекты цифрового развития общества / Т.И. Субач. – Текст: электронный // Теоретическая экономика. – 2024 – № 4. – С 24-35. – URL: <https://theoreticaleconomy.ru/ru/storage/viewWindow/154220> (дата обращения: 05.12.2025).
7. Игнатова Т.В., Пономарева А.М., Пономарев М.А. Потенциал креативных индустрий в региональной экономике // Государственное и муниципальное управление. Учетные записки. 2025. № 1. – С. 116-125. <https://reader.lanbook.com/journalArticle/1324942> (дата обращения: 07.12.2025).
8. Креативные индустрии в условиях цифровой экономики: монография / А.Д. Евменов, Е.А. Байков, Л.А. Еникеева [и др.]; под редакцией А. Д. Евменова. – Санкт-Петербург: СПбГИКиТ, 2020. – 180 с. – ISBN 978-5-94760-441-2. – URL: <https://e.lanbook.com/book/415769> (дата обращения: 26.11.2025).
9. Гумерова Г.И., Шаймиева Э.Ш. Интеллектуальная составляющая российских креативных индустрий в период их становления // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2022. № 3. С. 129–143. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-sostavlyayushaya-rossiyskih-kreativnyh-industriy-v-period-ih- stanovleniya/viewer> (дата обращения: 26.11.2025).
10. Щербакова С.А. Креативные индустрии как новый социально-экономический тренд в Российской Федерации // Экономика и управление: теория и практика. – № 3. – 2024. – Т 10. – С. 26-36. <https://reader.lanbook.com/journalArticle/1260569> (дата обращения: 07.12.2025).
11. Креативные индустрии в условиях развития цифровой экономики: теория и практика подготовки педагогов профессионального обучения: монография / под научной редакцией О. В. Тарасюк. – Екатеринбург: РГППУ, 2023. – 97 с. – ISBN 978-5-8050-0773-7. – URL: <https://e.lanbook.com/book/407996> (дата обращения: 26.11.2025).
12. Зубова Ю.А. Цифровые платформы как фактор развития креативных индустрий в регионе // Прогрессивная экономика. – №6. – 2025. – С. 182-193. <https://reader.lanbook.com/journalArticle/1326574#1> (дата обращения: 07.12.2025).
13. Креативная экономика. – URL: http://www.economy.gov.ru/material/departmentments/d04/kreativnaya_ekonomika/?ysclid=micl66ynkh680458413 (дата обращения 24.11.2025).
14. Креативные индустрии: что это такое? – URL: <http://skillbox.ru/media/education/kreativnye-industrii-cto-eto-takoe/?ysclid=mickwp2zib299343192> (дата обращения 24.11.2025).
15. Креативные индустрии: стоит ли в них работать бизнесу и какие есть меры поддержки. – URL: <http://sberbusiness.live/publications/kreativnye-industrii?ysclid=miclbnxy7b515669978> (дата обращения 24.11.2025).
16. Креативная индустрия стала новым экономическим сектором России. Как в нем заработать?

– URL: <http://lenta.ru/articles/2024/12/17/nauchilis/?ysclid=mifm4ksawg972636773> (дата обращения: 24.11.2025).

17. Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р.

18. Между деньгами и свободой. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7988722> (дата обращения: 10.12.2025).

19. Лучшие региональные практики для развития креативных индустрий. – URL: <https://asi.ru/leaders/screening/204250/?ysclid=mjfstojal9545323442> (дата обращения: 21.12.2025).

20. 13 регионов представили стратегии развития креативной экономики до 2030 года. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/8294940?ysclid=mjfqza1cr0228814189> (дата обращения: 21.12.2025).

21. Креативное предпринимательство в регионах. – URL: <https://issek.hse.ru/news/1058252388.html?ysclid=mjfr9w8mn9835980312> (дата обращения: 21.12.2025).

22. 8 краудфандинговых платформ в России и в мире. – URL: <https://www.unisender.com/ru/blog/kraudfandingsovye-platformy-dlya-sbora-deneg-na-proekty/?ysclid=mir3b1yx7z904454905> (дата обращения: 04.12.2025).

23. Подписки 2024: как экосистемы изменились и какие из них стоят ваших денег. – URL: <https://vc.ru/id1190575/1734753-podpiski-2024-kak-ekosistemy-izmenilis-i-kakie-iz-nih-stoyat-vashih-deneg?ysclid=mir5p3mid8270821> (дата обращения: 04.12.2025).

24. Руководство для начинающих по децентрализованным финансам (DeFi). – URL: <https://www.binance.com/ru/square/post/42976> (дата обращения: 05.12.2025).

25. DeFi (децентрализованные финансы). – URL: <https://www.kp.ru/money/investitsii/defi-detsentralizovannye-finansy/?ysclid=mis9yi6747820884063> (дата обращения: 05.12.2025).

26. Как микроплатежи на блокчейне революционизируют ИИ, игры и возобновляемую энергию. – URL: <https://www.okx.com/ru-eu/learn/blockchain-micropayments-ai-gaming-energy> (дата обращения: 05.12.2025).

27. Что такое стриминговый сервис простыми словами. – URL: <https://kinescope.ru/blog/chtotakoe-strimingsovye-servis?ysclid=mir4rknkis554243272> (дата обращения: 04.12.2025).

28. Распространение контента через социальные сети. – URL: <https://smm-agentstvo.ru/blog/rasprostranenie-kontenta-cerez-socialnye-seti/?ysclid=misn23ebzs882248329> (дата обращения: 05.12.2025).

The Economy of Creative Industries in the Digital Age

Subach Tatyana Ivanovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russian Federation
E-mail: subachtanya@yandex.ru

KEYWORDS

White list, innovation, creative industries, digitalization, business models, digital technologies, economic growth, GDP, digital age, globalization

ABSTRACT

Creative industries currently play an important role in maintaining cultural diversity and identity, and in the context of globalization and migration, they facilitate the exchange of cultural values and ideas. The purpose of the study is to study the development of creative industries in the context of digital transformation and their impact on economic growth, cultural and social changes. The tasks include: analyzing the regulatory framework and terminology, studying regional experience in the development of creative industries and their contribution to the economy, researching the role of digital platforms, social networks and new business models, reviewing and identifying existing problems in the creative industries and offering recommendations for their resolution. The economy of creative industries in the digital age demonstrates enormous potential and opportunities for growth, but requires flexibility, innovation and a strategic approach to development from industry participants. With the rapid development of digital technologies, creative industries are changing and adapting, having a significant impact on social and cultural trends, shaping public opinion and creating new forms of interaction. The Internet and digital platforms allow creative individuals and companies to enter international markets without significant investments, which certainly promotes diversity and competition. At the same time, in conditions of information overload, the importance of unique and high-quality content increases. Digital technologies have contributed to the emergence of new business models such as streaming, content subscription, and crowdfunding. This opens up new opportunities for creative professionals and companies. Social media and online platforms allow direct interaction with consumers, which helps create personalized content and increase audience engagement. Areas for the development of creative industries require the interaction of public, private and non-profit organizations, as well as the active participation of creatives themselves.
