

Кубрак Ирина Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и предпринимательства, Российский новый университет, Москва. SPIN-код: 4814-5196, AuthorID: 358188
Электронный адрес: KubrakIA@stud.rosnou.ru

Irina A. Kubrak

Ph.D. of Economic Sciences, Docent, Associate Professor at the Department of state and municipal administration, Russian New University, Moscow. SPIN-code: 4814-5196, AuthorID: 358188
E-mail address: KubrakIA@stud.rosnou.ru

СТИМУЛИРОВАНИЕ СПРОСА КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ

Аннотация. В статье рассматривается проблема миграции креативного человеческого капитала из регионов Российской Федерации, обусловленная недостаточностью спроса на продукцию и услуги творческих предпринимателей. Доказывается, что традиционные меры поддержки, ориентированные на предложение, являются недостаточными без целенаправленного формирования устойчивого рыночного спроса. Автором предлагается и систематизируется комплекс практических мер для органов региональной власти, направленных на создание и структурирование спроса через механизмы государственно-частного партнерства, интеграцию креативных продуктов в крупные инфраструктурные проекты и целенаправленное использование инструментов регионального маркетинга. Особое внимание уделяется синергетическому эффекту от реализации предлагаемых мер, выражающемуся не только в удержании кадров, но и в повышении визуальной привлекательности и усилении уникальной идентичности городской среды.

Ключевые слова: региональное развитие, государственно-частное партнерство, креативные индустрии, человеческий капитал, стимулирование спроса, государственная политика, монументальное искусство, визуальная идентичность, творческое предпринимательство.

Для цитирования: Кубрак И.А. Стимулирование спроса как ключевой фактор развития креативных индустрий в региональной экономической системе // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2025. № 4. С. 30–36. DOI: 10.18137/RNU.V9276.25.04.P.030

DEMAND STIMULATION AS A KEY FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES IN THE REGIONAL ECONOMIC SYSTEM

Abstract. The article considers the problem of creative human capital migration from regions of the Russian Federation. This process is caused by insufficient demand for products and services of creative entrepreneurs. The article shows that traditional supply-side support measures are insufficient without targeted creating of sustainable market demand. The author proposes and systematizes a set of practical measures for regional authorities, aimed at creating and structuring demand through the mechanisms of public-private partnership, integration of creative products into large infrastructure projects and targeted use of regional marketing tools. Special attention is paid to the synergistic effect of the proposed measures implementation, which is expressed not only in the staff retention, but also in increasing the visual attractiveness of the urban environment and strengthening its unique identity.

Стимулирование спроса как ключевой фактор развития креативных индустрий
в региональной экономической системе

Keywords: regional development, regional economic system, public-private partnership, creative industries, human capital, demand stimulation, public policy, monumental art, visual identity, creative entrepreneurship.

For citation: Kubrak I.A. (2025) Demand stimulation as a key factor in the development of creative industries in the regional economic system. *Vestnik of Russian New University. Series: Man and Society*. No. 4. Pp. 30–36. DOI: 10.18137/RNU.V9276.25.04.P.030 (In Russian).

В современной парадигме экономического развития креативные индустрии признаются стратегическим ресурсом, обеспечивающим не только рост ВВП, но и формирование инновационного климата и повышение качества жизни населения. Однако потенциал данного сектора в Российской Федерации реализуется неравномерно, демонстрируя значительную концентрацию в столичных агломерациях. Для большинства регионов актуальной остается проблема «утечки мозгов» – оттока высококвалифицированных творческих специалистов в города с более развитой рыночной средой.

Сложившаяся диспропорция обусловлена фундаментальным экономическим законом: устойчивость любой профессиональной деятельности определяется наличием эффективного спроса. Если карьера в креативном секторе на конкретной территории не представляется целесообразной с точки зрения перспектив профессиональной самореализации и финансовой стабильности, происходит эрозия локального креативного человеческого капитала. В связи с этим ключевой задачей региональных органов власти становится не только создание благоприятных условий для предложения (через гранты, образовательные программы, инфраструктурные объекты), но и активное формирование устойчивого спроса на продукты и услуги творческих предпринимателей.

В условиях сложившейся рыночной конъюнктуры представляется целесообразным смещение фокуса региональ-

ной политики в сторону проактивного стимулирования спроса. Предлагаемый комплекс мер может быть структурирован по нескольким ключевым направлениям.

Крупные компании, работающие в регионе, а также органы государственной власти и организации всех форм собственности обладают значительным потенциалом как заказчики. Рекомендуется реализация программ, стимулирующих привлечение местных креативных бизнесов для выполнения задач в сферах корпоративного дизайна, рекламы, IT-разработки, организации мероприятий. Отдельным пунктом следует выделить дизайн цифровой среды (разработка пользовательских интерфейсов официальных сайтов, платформ госуслуг), что позволит не только поддержать специалистов, но и повысить качество коммуникации с населением.

Реализация крупных строительных проектов (жилых комплексов, общественно-деловых пространств, транспортных узлов) предоставляет уникальную возможность для финансирования монументального искусства. Включение в сметы расходов на создание и интеграцию произведений искусства (скульптур, муралов, арт-объектов) местных авторов позволит решить двуединую задачу: обеспечить художников стабильными заказами и сформировать эстетически насыщенную городскую среду. Данная практика, известная как «процент на искусство», успешно апробирована во многих странах [1].

Региональные телеканалы и интернет-площадки могут стать значительны-

ми заказчиками локального контента – от телевизионных программ и документальных фильмов до анимации и музыкального сопровождения. Параллельно следует инициировать формирование эталонных сувенирных и подарочных наборов, состоящих исключительно из продукции местных креативных индустрий (дизайнерские изделия, полиграфия, гастрономические продукты авторского исполнения). Организация регулярных тематических ярмарок и выставок-продаж будет способствовать удовлетворению спроса со стороны населения и корпоративных клиентов.

Для активизации спроса со стороны бизнес-сообщества эффективным инструментом могут стать конкурсы среди организаций региона на наиболее активное и креативное использование продукции местных креативных индустрий. Подобные инициативы создают позитивные стимулы для предпринимателей, демонстрируя практическую ценность сотрудничества с креативным сектором.

Реализация предлагаемого комплекса мер позволит выйти за рамки решения исключительно экономических задач. Поддержка творческих профессионалов – художников, дизайнеров, скульпторов – через заказ произведений для оформления общественных зданий, торговых центров, социальных и образовательных учреждений напрямую способствует повышению визуальной привлекательности и комфорта городской среды [2]. Возникающий синергетический эффект проявляется в усилении визуальной идентичности городов. Уникальные арт-объекты, авторский дизайн, локальный контент формируют

запоминающийся образ территории, подчеркивая ее уникальность и самобытность. Ассоциация с успешными представителями искусства становится мощным ресурсом регионального брендинга, что, в свою очередь, повышает инвестиционную и туристическую привлекательность региона [3]. Таким образом, политика, направленная на стимулирование спроса, создает самоподдерживающуюся систему: устойчивый рынок труда для креативных специалистов удерживает человеческий капитал, который, в свою очередь, генерирует продукты, повышающие ценность территории и формирующие новые точки экономического роста.

В современной мировой экономике креативные индустрии утвердились в качестве одного из ключевых драйверов роста [4–8]. Согласно актуальным статистическим данным, их совокупный вклад в мировой ВВП достигает 3,1 %, формируя рыночный оборот объемов порядка трех триллионов долларов США¹. Динамика развития сектора опережает средние показатели по экономике, что подтверждается структурой занятости: численность работников, задействованных в креативных индустриях, примерно вдвое превышает среднеотраслевой уровень. Значительная доля потребительских расходов домохозяйств также концентрируется в данной сфере, что подчеркивает ее растущее значение в структуре конечного спроса.

Осознание данного потенциала побуждает национальные правительства формулировать амбициозные стратегические цели. Так, развитые страны ориентируются на увеличение доли креативного сектора

¹ Конференция по креативной экономике собрала представителей творческих индустрий из 32 стран // Министерство экономического развития Российской Федерации. 09.10.2025. URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/konferenciya_po_kreativnoy_ekonomike_sobrала_predstaviteley_tvorcheskikh_industriy_iz_32_stran.html?ysclid=mh82xaikeq591080201 (дата обращения: 11.10.2025).

Стимулирование спроса как ключевой фактор развития креативных индустрий
в региональной экономической системе

в ВВП до 10 %, в то время как развивающиеся экономики – до 5 %¹. По экспертным оценкам, именно креативная экономика, находящаяся на стыке культурных ценностей, новых технологий, роботизации и искусственного интеллекта, станет основным источником инновационного роста в ближайшем десятилетии². Технологическая конвергенция становится универсальным трендом, проявляясь в таких разнообразных сферах, как кинопроизводство, дизайн мебели, создание специализированного оборудования и даже живопись.

Российская Федерация демонстрирует активное включение в глобальную конкурентную гонку. Доля креативных индустрий в национальной экономике по итогам 2024 года составила 4,1 %, что превышает среднемировое значение³. Согласно оценкам Министерства экономического развития, в секторе занято 4,6 млн человек, или примерно каждый 16-й трудоспособный россиянин⁴. Ожидается, что данная цифра будет расти, чему способствует высокая привлекательность сферы для молодежи, субъектов малого и среднего предпринимательства, а также ее потенциал для реализации творческих идей и личностного самовыражения.

Ответом на современные вызовы стало формирование комплексной системы государственной поддержки. В феврале 2025 года был принят Федеральный закон «О развитии креативных индустрий», который впервые на законодательном уровне закрепил понятийный аппарат и основные направления государственной политики в данной области. Креативная экономика занимает центральное место в создании новых рабочих мест и росте валового внутреннего продукта [9]. В отличие от подходов других стран (например, азиатских, сфокусированных на анимации и видеоиграх, или европейских, специализирующихся на моде и дизайне), российская модель идентифицирует 16 видов креативных индустрий, сгруппированных в пять отраслевых направлений⁵. Координация развития закреплена за пятью федеральными министерствами и всеми регионами страны.

Реализация государственной стратегии осуществляется в рамках Единого плана по достижению национальных целей, где закреплены целевые показатели развития до 2030 года, в частности увеличение доли сектора в ВВП до 6 %. В настоящее время по поручению Президента Российской

¹ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р «Об утверждении Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года» (ред. от 21.10.2024) // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/608746222> (дата обращения: 09.10.2025).

² О развитии креативных индустрий в Российской Федерации : Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580 (дата обращения: 09.10.2025).

³ Креативная экономика // Министерство экономического развития Российской Федерации. 09.10.2025. URL: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d04/kreativnaya_ekonomika/ (дата обращения: 09.10.2025).

⁴ Креативная экономика России сегодня / Министерство экономического развития Российской Федерации; Центр стратегических разработок. 2025. С. 13. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/12076383da381203a530669fff216077/kreativnaya_ekonomika_rossii_segodnya_2025.pdf (дата обращения: 09.10.2025).

⁵ Там же. С. 12.

Федерации ведется разработка Стратегии развития креативных индустрий до 2036 года, которая детализирует мероприятия и стратегические ориентиры для всех 16 направлений.

Ключевой особенностью становится активное вовлечение регионов в эту повестку. Развитие креативных индустрий рассматривается главами субъектов Федерации как один из приоритетов региональной экономической политики, направленной на развитие городов и территорий [5; 8; 10]. На сегодняшний день в трех субъектах Российской Федерации приняты собственные законодательные акты, а в большинстве регионов создается специализированная инфраструктура: кластеры, центры поддержки, а также применяются меры стимулирования, включая налоговые льготы и преференции по аренде. Еще одним важным элементом в сфере креативных индустрий является подготовка кадров. Помимо создания новых рабочих мест сектор предоставляет широкие возможности для самореализации молодежи, в том числе в возрастной группе от 12 до 18 лет, наиболее активно осваивающей такие направления, как разработка видеоигр, программного обеспечения, дизайн, мода и кинематограф. По данным Министерства культуры, в 2026 году школы креативных индустрий откроются в 35 регионах России¹.

Еще одним стратегическим направлением развития является международная кооперация [11]. Креативные индустрии обладают значительным экспортным потенциалом, способствуя не только развитию торгово-экономического партнерства, но и укреплению доверия между странами, взаимопроникновению культур и продвижению национальной идентичности. Участие в международных форумах и заключение партнерских соглашений рассматривается как инструмент для укрепления позиций России в качестве одного из лидеров формирующегося глобального креативного рынка.

В долгосрочной перспективе конкурентоспособность регионов будет определяться их способностью удерживать и привлекать таланты. Стратегия, ориентированная на целенаправленное создание спроса на продукцию креативных индустрий, представляет собой наиболее действенный инструмент для достижения этой цели. Она позволяет трансформировать креативный потенциал из абстрактного ресурса в конкретный экономический актив, обеспечивающий устойчивое развитие территории, формирование ее уникального культурного кода и повышение уровня социального благополучия.

Литература

1. Polat B., Gökçen Ş. Public Art and Percent for Art Strategy // *Prostor*. 2022. Vol. 30. No. 2 (64). P. 188–199. DOI: 10.31522/p.30.2(64).5. EDN MLJYAI.
2. Зинурова А.А. Формирование визуального образа городской среды средствами графического дизайна (на примере городов России) // *Управление устойчивым развитием*. 2021. № 3 (34). С. 74–80. EDN KIDBYL.

¹ 35 школ креативных индустрий откроются в России в 2026 году // Министерство культуры Российской Федерации. 17.05.2025. URL: https://culture.gov.ru/press/news/35_shkol_kreativnykh_industriy_otkroyutsya_v_rossii_v_2026_godu/ (дата обращения: 09.10.2025).

Стимулирование спроса как ключевой фактор развития креативных индустрий
в региональной экономической системе

3. Аликперов И.М., Мезюров А.А. Арт-коллаборация как инструмент брендинга постиндустриального региона // Управление культурой. 2022. № 4. С. 56–61. EDN VUCIFI.
4. Шкарина В.С. Особенности развития креативных индустрий в современной экономической политике // Государственное управление. Электронный вестник. 2022. № 94. С. 133–144. DOI: 10.24412/2070-1381-2022-94-133-144. EDN QXXYYE.
5. Сопина Н.В. Развитие креативных индустрий в регионах России: возможности и их реализация // Креативная экономика. 2021. Т. 15. № 2. С. 277–294. DOI: 10.18334/ce.15.2.111549. EDN FOGXUY.
6. Михайлова А.В. Креативные индустрии и креатосфера в Индустрии 5.0 // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2024. № 5. С. 57–60. EDN DJSMMML.
7. Петрашевская Ю.В. Тенденции развития мирового рынка труда в сфере креативных индустрий // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2024. № 2 (78). Номер статьи 7805. URL: <https://eee-region.ru/article/7805/> (дата обращения: 09.10.2025). EDN TCBZDH.
8. Новицкая А.И., Литвиненко А.К. Анализ предпринимательского потенциала креативных индустрий: региональный подход // Экономика и предпринимательство. 2024. № 4 (165). С. 615–618. DOI: 10.34925/EIP.2024.165.4.118. EDN RNQHQL.
9. Кубрак И.А. Направления развития креативной экономики // Естественно-гуманитарные исследования. 2025. № 1 (57). С. 268–271. EDN BADLJI.
10. Боос В.О., Шубина В.И., Куценко Е.С. Между культурой и экономикой: факторы, мотивирующие регионы поддерживать креативные индустрии // Экономика региона. 2024. Т. 20. № 4. С. 1041–1057. DOI: 10.17059/ekon.reg.2024-4-5. EDN SZQTJY.
11. Любецкий В.В., Моисеева В.В. Анализ структуры международной торговли сектора креативных индустрий в мировой экономике // Экономика и предпринимательство. 2025. № 8 (181). С. 509–516. DOI: 10.34925/EIP.2025.181.8.092. EDN PQJYCC.

References

1. Polat B., Gökçen Ş. (2022) Public Art and Percent for Art Strategy. *Prostor*. Vol. 30. No. 2 (64). Pp. 188–199. DOI: 10.31522/p.30.2(64).5
2. Zinurova A.A. (2021) Formation of the visual image of the urban environment by means graphic design (on the example of Russian cities). *Managing Sustainable Development*. No. 3 (34). Pp. 74–80. (In Russian).
3. Alikperov I.M., Mezyurov A.A. (2022). Art collaboration as a branding tool for the post-industrial region. *Managing culture*. No 4. Pp. 56–61. (In Russian).
4. Shkarina V.S. (2022) Features of creative industries development in modern economic policy. *E-journal Public Administration*. No. 94. Pp. 133–144. DOI: 10.24412/2070-1381-2022-94-133-144 (In Russian).
5. Sopina N.V. (2021) Development of creative industries in the regions of Russia: Opportunities and their implementation. *Journal of Creative Economy*. Vol. 15. No. 2. Pp. 277–294. DOI: 10.18334/ce.15.2.111549 (In Russian).
6. Mikhailova A.V. (2024) Creative industry and creatosphere in Industry 5.0. *Competitiveness in a global world: economics, science, technology*. No. 5. Pp. 57–60. (In Russian).
7. Petrashevskaya Yu.V. (2024) Trends in the development of the global labor market in creative industries. *Regional economy and management: Electronic scientific journal*. No. 2 (78). Article no. 7805. URL: <https://eee-region.ru/article/7805/> (accessed 09.10.2025).

8. Novitskaya A.I., Litvinenko A.K. (2024) Analysing the entrepreneurial potential of creative industries: A regional approach. *Economics and entrepreneurship*. No. 4 (165). Pp. 615–618. DOI: 10.34925/EIP.2024.165.4.118 (In Russian).
9. Kubrak I.A. (2025) Directions of Development of the Creative Economy. *Natural-Humanitarian Studies*. No. 1 (57). Pp. 268–271. (In Russian).
10. Boos V.O., Shubina V.I., Kutsenko E.S. (2024). Culture and economy: Factors motivating regions to support creative industries. *Economy of regions*. Vol. 20. No 4. Pp. 1041–1057. DOI: 10.17059/ekon.reg.2024-4-5 (In Russian).
11. Lyubetskii V.V., Moiseeva V.V. (2025) Analysis of the structure of international trade in the creative industries sector in the global economy. *International Journal of Economy and Entrepreneurship*. No. 8 (181). Pp. 509–516. DOI: 10.34925/EIP.2025.181.8.092 (In Russian).

Поступила в редакцию: 03.09.2025

Received: 03.09.2025

Поступила после рецензирования: 25.09.2025

Revised: 25.09.2025

Принята к публикации: 10.10.2025

Accepted: 10.10.2025