

Исследование креативного предпринимательства в России: тенденции развития и прогнозы

Симакова Евгения Юрьевна 

Кандидат экономических наук, доцент

Тверской государственный университет, г. Тверь, Российская Федерация

E-mail: evg-simakova2009@yandex.ru

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

креативные индустрии, креативное предпринимательство, культурная экономика, современные тенденции развития креативного предпринимательства, цифровизация, государственная культурная политика

АННОТАЦИЯ

В данной статье проводится комплексное исследование ключевых тенденций развития креативного предпринимательства в Российской Федерации. Данный анализ прослеживает путь развития креативного сектора от его стихийного зарождения до официального признания государством в качестве значимого драйвера развития экономики и социокультурного формирования. В работе выявлены ключевые тенденции развития креативного предпринимательства в России, среди которых выделяются институционализация и усиление государственной поддержки, процессы цифровизации и гибридизации бизнес-моделей, регионализация и формирование креативных кластеров, а также рост числа социально-преобразующих инициатив. Отдельно рассматривается влияние международной изоляции, стимулировавшей импортозамещение и поиск новых рынков сбыта креативной продукции, включая страны БРИКС и Азиатско-Тихоокеанского региона. Автором проведен расчёт прогнозных значений основных экономических показателей развития креативного предпринимательства в России до 2027 года, включая численность занятых в креативных индустриях и объём валовой добавленной стоимости. Особое внимание в исследовании уделено существующим проблемам в сфере правового регулирования, ограниченного доступа к финансированию и вопросам развития кадрового потенциала, а также предложены пути их решения на основе лучших зарубежных и отечественных практик. В статье также подчеркивается необходимость формирования единой методики оценки эффективности показателей креативных проектов и совершенствования налоговых преференций для субъектов креативной экономики. Автором обоснована целесообразность создания региональных кластеров по развитию креативных индустрий, которые помогут в аккумулировании лучших практик и обеспечат системный мониторинг отрасли. Выводы основаны на анализе государственных программ, отраслевых отчетов, статистических данных Росстата и научно-академических публикаций последних лет, что обеспечивает репрезентативность и достоверность полученных результатов.

JEL codes: E37, F63, L26, C53

DOI: <https://doi.org/10.52957/2221-3260-2026-7-116-131>

Для цитирования: Симакова, Е.Ю. Исследование креативного предпринимательства в России: тенденции развития и прогнозы / Е.Ю. Симакова. – Текст : электронный // Теоретическая экономика. – 2026. – № 7. – С. 116-131. – URL: <http://www.theoreticaleconomy.ru> (Дата публикации: 30.07.2026)

Введение

Креативное предпринимательство (далее КП) в России прошло сложный путь развития – от периферийного явления, в основе которого лежали индивидуальные творческие практики, до признанного сегмента экономики, обладающего мультипликативным эффектом. В 2000-х годах креативные индустрии в России были представлены преимущественно единичными проектами, однако чуть позже, к середине 2010-х начался их анализ как системного явления. Главным этапом институционализации стал 2014 год, когда Указом Президента РФ были утверждены «Основы

государственной культурной политики»¹, впервые закрепившие понятия «творческие (креативные) индустрии» на государственном уровне. Наибольший импульс развитию креативный сектор получил в 2019-2021 годах, в это время креативные индустрии были интегрированы в национальные проекты, такие как «Культура» и «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», а в 2021 году запущен отдельный федеральный проект «Придумано в России»².

Значительное влияние на трансформацию креативного сектора оказали пандемия COVID-19 и геополитические события 2022 года. Эти факторы одновременно создали серьезные вызовы для креативного бизнеса и в тоже время выступили катализатором процессов цифровизации, регионализации и перестройки бизнес-моделей [9].

Таким образом, цель данной статьи – провести комплексный анализ ключевых тенденций развития креативного предпринимательства в России, а также выявить их проявления и противоречия в современных условиях.

Теоретические основы развития креативного предпринимательства в России

Эволюция креативного предпринимательства от неформального сектора к стратегическому ресурсу экономической диверсификации, культурного суверенитета и улучшения качества жизни в городах сводится к разным проявлениям. Например, концептуальное оформление, а именно принятие в 2021 году «Концепции развития творческих (креативных) индустрий механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»³ стало ключевым нормативным актом. В ней даны основные определения (креативная (творческая) индустрия, субъекты и объекты КИ, креативные кластеры, креативные предприниматели и т.д.), выделены 13 приоритетных направлений от IT и дизайна до музыки и издательского дела, сформулированы цели, включая рост доли креативного сектора в ВВП до 6% к 2030 году [15].

Федеральный проект «Придумано в России» стал основным инструментом поддержки предпринимателей креативной сферы в рамках Национального проекта «Культура». Его меры включают президентские гранты и гранты для бизнеса через Фонд культурных инициатив. Также возможно с помощью проектов строительство и организация объектов инфраструктуры (например, креативных кластеров), образовательных программ и продвижение российского контента за рубежом (рис. 1).

С 2021 года основной вектор развития предпринимательства в России был задан на стимулирование экспорта креативных товаров и услуг, поддержку стартапов и создание инфраструктуры (креативных кластеров). После 2022 года продвижение креативных товаров и услуг в основном осуществляется только в дружественные страны. Кроме того, были внесены изменения в ОКВЭД (Общероссийский классификатор видов экономической деятельности), что позволило государственным органам власти точнее учитывать деятельность в таких сферах креативных индустрий, как кино, мода, дизайн и IT [4, 11].

В то же время в Министерстве культуры РФ произошли структурные изменения – это создание Департамента креативных индустрий (2022 г.) и Автономной некоммерческой организации «Научно-исследовательский центр креативных индустрий» (АНО «НИЦКИ») в 2021 году, что способствовало развитию креативного сектора как единого оператора.

1 О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года: Указ Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474 // <https://base.garant.ru/70828330/> (Дата обращения: 03.03.2026).

2 Федеральный проект «Придумано в России» в составе национального проекта «Культура». Паспорт проекта. URL: <https://culture.gov.ru> (дата обращения: 05.03.2026).

3 Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 года № 2613-р. (дата обращения: 03.03.2026).



Рисунок 1 – Временная шкала развития креативного предпринимательства (КП) в РФ

Источник: составлено автором.

Ближе к 2024-2025 годам акцент развития креативного бизнеса сместился в сторону технологического суверенитета: поддержку получили проекты, связанные с отечественными ПО для решения креативных задач. Крупные коммерческие банки запустили специальные кредитные продукты и акселераторы для малого бизнеса в креативной сфере.

Активная политика государства в области импортозамещения, большой интерес к национальной идентичности и формированию культурного кода стимулировали динамичный рост креативных индустрий в России в последние годы (рис. 2). Так, в 2024 году вклад КИ в российскую экономику составил 7,5 трлн. руб. или 4,1 % от ВВП страны. Для сравнения в 2017 году вклад креативных индустрий в ВВП страны составлял 2,8% [12]. Если данные значения показателя сравнивать с среднемировыми показателями – 6,6%, то как уже видно, по России они значительно ниже. Правительством РФ к 2030 году планируется выйти на данный показатель в размере 6%, но также велика вероятность, что к этому моменту доля креативных индустрий в экономике других стран существенно вырастет [14, 8].

Так, директор Центра развития креативной экономики АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» Екатерина Черкес-заде подчеркнула, что достичь данных результатов вполне возможно, т.к.: «В креативную экономику входит огромное количество разных отраслей, и многие из них растут в 2-3 раза быстрее, чем среднестатистические. Например, индустрия моды растёт на 30% от года к году. Значимый эффект оказывает то, что большая часть наших креативных индустрий не находятся под санкциями, а у креативных индустрий очень большой экспортный потенциал...»⁴.

⁴ Вклад цифровых платформ в развитие креативных индустрий и поддержку креативного предпринимательства / Имаева Г. Р., Сушко Е. Ю., Гильдебрандт И. А., Спиридонова Л. В., Баймуратова Л. Р. // Москва: Издательство НАФИ,

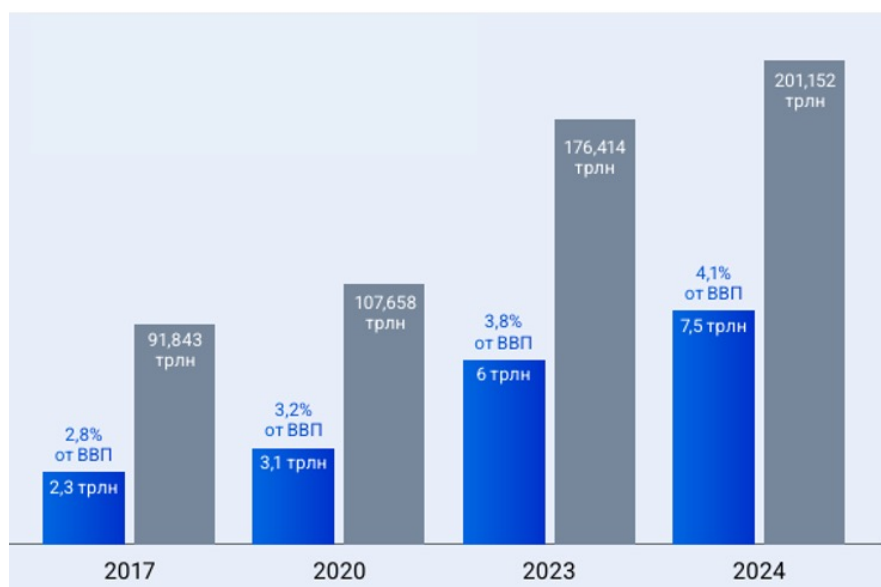


Рисунок 2 – Доля креативной экономики в ВВП России

Источник: составлено автором на основе⁵.

Но необходимо отметить, что при всём этом остаются нерешенные проблемы развития отрасли, а именно бюрократизация процессов получения господдержки, сложности с формализацией критериев «креативности» для малого бизнеса, зависимость от бюджетных потоков, а также идеологизация части проектов, что может сужать творческую свободу. Именно поэтому креативное предпринимательство в России необходимо рассматривать как системное явление, интегрирующее экономическую, институциональную, технологическую и правовую составляющие.

Автором представлена теоретическая модель развития креативного предпринимательства в РФ, где выделены основные их направления (рис. 3). Ключевой идеей развития креативного бизнеса является переход от «культурного сектора» к полноценному продукту, т.е. результату интеллектуальной деятельности, который может быть монетизирован и защищён авторским правом.



Рисунок 3 – Теоретическая модель «Тенденции развития креативного предпринимательства (КП) в РФ»

Источник: составлено автором.

2021. – 84 с.

⁵ Вклад цифровых платформ в развитие креативных индустрий и поддержку креативного предпринимательства / Имаева Г. Р., Сушко Е. Ю., Гильдебрандт И. А., Спиридонова Л. В., Баймуратова Л. Р. // Москва: Издательство НАФИ, 2021. – 84 с.

Характеристика и примеры основных тенденций развития креативного предпринимательства в России представлена в табл.1.

Таблица 1 – Характеристика тенденций развития креативного предпринимательства в РФ

Тенденции развития КП	Краткое описание	Примеры	Статистические данные
1 Рост внутреннего спроса на креативные продукты	Происходит постепенная замена ушедших западных брендов на российских рынках (мода, IT, кино, дизайн) отечественными производителями и сервисами	– Магазины одежды брендов MAAG, ECRU, VILET, DUB заняли место Zara и H&M; Стриминговые сервисы «Яндекс Музыка», «Кинопоиск», VK Видео вместо YouTube, TikTok, SPOTIFY; – российские дизайнеры одежды и интерьеров	Оборот продукции креативных индустрий в 2023 году составил 6,7 трлн. руб., что составило около 4,6 % в ВВП страны. Доли российских брендов в fashion индустрии за 4 года (2021-2024 гг.) выросла с 32% до 56%.
2 Кадровый дефицит и трансформация образования	Ввиду нехватки специалистов с междисциплинарными навыками (творчество + управление + IT) происходит активный рост онлайн-курсов, программ ДПО и корпоративных университетов	Нетология, Школа дизайна НИУ ВШЭ, школа графического дизайна «UNID», Skillbox, а также запуск профильных программ в регионах страны	В настоящее время дефицит кадров в креативных индустриях оценивается в 200-300 тыс. специалистов. Также 78% компаний отмечают несоответствие образования у специалистов потребностям рынка.
3. Цифровая трансформация и AI	С развитием искусственного интеллекта происходит его внедрение во многие креативные индустрии (дизайн, музыка, кино, маркетинг и др.).	Появились AI-инструменты: Kandinsky, Midjourney и другие нейросети для агрегирования видео и картинок	Рынок технологий для креативных индустрий в 2024 году вырос на 34%
	Заметен рост занятости специалистов на разных платформах и развитие фриланса	Развитие таких платформ, как Profi.ru, Kwork, Fl.ru и др.	Доля фрилансеров выросла до 40% всех занятых в креативном секторе

Тенденции развития КП	Краткое описание	Примеры	Статистические данные
4. Развитие креативных пространств и кластеров	Создание креативных кластеров в субъектах РФ в качестве точек притяжения предпринимателей	«Таврида.АРТ» (Респ. Крым), «Домна» (г. Екатеринбург), «Рускеал» (Карелия), «Севкабель Порт» (СПб), «Дизайн-завод», «Хлебозавод», «Винзавод» в г. Москва	По данным Агентства стратегических инициатив (АСИ) за 2024 г. в России действуют более 250 креативных кластеров, рост которых произошел за последние 3 года в 2 раза.
5. Рост экспорта креативных услуг	Рост поставок (ИТ, кино, анимация, архитектура) в страны Азии, Ближнего Востока, ЕАЭС*. При этом снижение экспорта креативных услуг в «недружественные» страны.	Экспорт российских геймерских игр, продажа анимации (например, «Союзмульт-фильм») в Китай, Индию, ОАЭ	Экспорт креативных услуг в 2024 году составил около 2,1 млрд. долларов (ИТ, кино, анимация, архитектура, дизайн)
6. Развитие системы поддержки и интеллектуальной среды	Появление льготных кредитов, грантов, образовательных акселераторов, профильных институтов креативной экономики	Президентский фонд культурных инициатив (грантовая поддержка); Агентство креативных индустрий (г. Москва); АСИ; Институт развития креативных индустрий НИУ ВШЭ; региональные центры креативных индустрий	Объем грантовой поддержки креативных проектов в 2024 году превысил 12 млрд. руб. Доля креативных индустрий в общей численности МСП достигла 11%.
7. Укрепление роли интеллектуальной собственности (ИС)	Активная регистрация товарных знаков, патентование, монетизация результатов креативной (творческой) деятельности, развитие механизмов защиты ИС	Создание Центров интеллектуальной собственности в регионах, рост количества заявок на регистрацию товарных знаков в сфере дизайна, ИТ, моды	В 2023-2024 гг. количество зарегистрированных товарных знаков в креативном секторе экономики возросло на 27%.

* Евразийский экономический союз (ЕАЭС): Россия, Беларусь, Казахстан, Армения и Киргизия.

Источник: составлено автором на основе данных^{6,7,8} [7, 2].

6 Забегаяева Ирина. Креативная индустрия 2023 // URL: <http://www.step-by-step.ru/publications/Kreativnaya-industria-2023.pdf>

7 Подходы к статистическому наблюдению творческих (креативных) индустрий: опыт ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. – Москва. – 2023 г. URL: <file:///C:/Users/User/Desktop/Подходы%20к%20стат.%20наблюдению%20КИ.pdf>

8 Классификатор видов творческой (креативной) деятельности. Intermedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.>

Если говорить о теоретической модели тенденций развития креативного предпринимательства, то имеет смысл исследовать отраслевую матрицу, где систематизированы 4 укрупнённые группы отраслей креативной индустрии:

- 1 Индустрии на основе ИКТ (ПО, цифровой контент, IT, видеоигры);
- 2 Индустрии на основе литературы и искусства (кино, музыка, исполнительские искусства, анимация, книжное дело);
- 3 Медиа и коммуникации (медиа и СМИ, реклама и PR);
- 4 Прикладное творчество (дизайн, мода, архитектура, ювелирное дело, гастрономия).

Согласно данным Высшей школы экономики, в 2022 году 46% всех организаций и 66% индивидуальных предпринимателей в креативной сфере сосредоточено в основном в трёх индустриях – это программное обеспечение, реклама/PR и мода, оставшиеся проценты приходятся на все остальные отрасли в совокупности [1].

Но по мере эволюции креативного предпринимательства, на стыке креативных индустрий и других отраслей народного хозяйства образуются продукты новых форматов и уникальные пространства взаимодействия (рис.4). В это же время происходит цифровизация и гибридизация бизнес-моделей. Тенденция стирания границ между цифровым и физическим, превращение цифровых платформ и технологий в основной канал дистрибуции, производства и монетизации креативных продуктов проявляется в создании платформ (рост независимых онлайн-площадок для продажи дизайна, музыки, литературы и мастер-классов).



Рисунок 4 – Механизм образования продуктов новых форматов на стыке креативных и классических отраслей

Источник: составлено автором на основе⁹.

После ухода международных информационных платформ наблюдается активное развитие отечественных аналогов в использовании цифровых инструментов (активное применение социальных сетей не только для маркетинга, но и как полноценных коммуникационных платформ; внедрение технологий виртуальной и дополненной реальности в музейном деле, индустрии мероприятий и дизайне), проведении IT-экспериментов (несмотря на мировое охлаждение к невзаимозаменяемым токенам, в России в 2021-2022 годах появился ряд успешных проектов в сфере цифрового искусства и коллекционирования, хотя правовой статус активов остается неопределенным), и созданию гибридных форматов (событийные проекты, например, фестивали и выставки, стали устойчивой комбинацией офлайн-посещения и онлайн-трансляций с платным

intermedia.ru/uploads/Klassifikator_InterMedia_pdf.pdf

⁹ Российский региональный индекс креативных индустрий // Институт статических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ), НИУ ВШЭ, 2024. URL: <https://issek.hse.ru>

доступом, что расширяет аудиторию и формирует новые потоки доходов) [6, 13]. Высокая конкуренция за внимание в цифровой среде, киберриски, необходимость постоянного освоения новых навыков, а также технологическое отставание в разработке сложных аналогов для креативных задач формирует соответствующие препятствия для проявлений тенденции развития креативного предпринимательства.

Особое внимание нужно уделить совершенствованию налоговых преференций для субъектов креативной экономики, которые требуют системного подхода. Опыт регионов показывает, что налоговые льготы выступают одним из наиболее востребованных инструментов поддержки. Так, например, в Приморском крае с 2026 года ставка по УСН снижена с 6% до 3% для предпринимателей в сфере производства игрушек, художественных галерей, издательского дела и кинопроизводства. При этом данный регион планирует расширить перечень поддерживаемых видов деятельности по итогам анализа их экономического вклада [2]. Челябинская область вводит сниженные налоговые ставки для субъектов креативных индустрий, включённых в региональный реестр [16]. Однако, при применении этих мер не всегда учитывается специфика различных сегментов креативного сектора. В докладе фонда «Инносоциум» и Сколково отмечается, что, несмотря на наличие около 80% необходимого набора инструментов поддержки, развитие креативного сектора остаётся недостаточно эффективным, что свидетельствует о необходимости поиска баланса между грантовыми и инвестиционными механизмами, а также стимулирование частных вложений [5].

Необходимо отметить, что в настоящее время происходит регионализация и развитие креативных кластеров, связанные с возрастающей тенденцией деконцентрации креативной активности из Москвы и Санкт-Петербурга, ростом «креативных экосистем» в региональных центрах и малых городах на основе местной идентичности и предпринимательских сообществ [17].

Данная тенденция проявляется в использовании кластеров как драйверов развития территорий (а именно – создание креативных кластеров на базе индустриальных пространств, они выступают точками притяжения, презентации проектов и т.д.), изучении культуры малых городов (осознание культурного наследия и локальной идентичности как конкурентного преимущества для развития туризма и малого бизнеса. Как раз фестивали стали катализаторами возрождения интереса у населения к культуре малых городов), и создании программы региональной поддержки (субъекты Российской Федерации активно внедряют свои гранты, акселераторы и институты развития). Но в тоже время, сильная дифференциация между регионами-лидерами и остальными, дефицит управленческих кадров в сфере креативного предпринимательства на местах, ограниченность локальных рынков сбыта, зависимость от туристического потока формируют соответствующие ограничения к проявлению данной тенденции.

Проблемным аспектом является ещё то, что в настоящее время вопросы развития креативных индустрий распределены между различными ведомствами. Министерство экономического развития России является федеральным регулятором, тогда как субъекты РФ самостоятельно определяют уполномоченные органы и разрабатывают региональные стратегии. По состоянию на конец 2025 года опорные организации в сфере креативных индустрий назначены лишь в 51 регионе из 85, а системные документы стратегического уровня приняты, к сожалению, в ограниченном количестве субъектов [1, 18]. Такая фрагментация управления затрудняет координацию мер поддержки, обмен лучшими межрегиональными практиками и системный мониторинг отрасли.

Рост социально-преобразующего (трансформационного) креативного предпринимательства формирует тенденцию сращивания креативных практик с целями социальных изменений, где предпринимательская модель используется для решения проблем инклюзии, экологии, развития городской среды и культурного просвещения [10]. Тенденция находит себя в создании инклюзивных проектов (креативные предприятия, создающие продукты или услуги с участием людей с инвалидностью становится инструментом социальной адаптации в обществе), популяризации экологического тренда (популярность экологического дизайна, творческой переработки старых

вещей во что-то новое в моде и предметном дизайне, инициативы сведения к минимальному количеству мусора посредством многоразового использования предметов и вещей в организации мероприятий и т.д.), внедрения культурного образования (рост частных детских студий, художественных резиденций, просветительских онлайн-проектов и лекториев, монетизирующих экспертизу в области искусства, истории, литературы и т.д.), и развития территорий (креативные предприниматели часто становятся ядром низовых инициатив по благоустройству, организации публичных событий, созданию новых городских точек притяжения, например, кафе). Проблемами развития данной тенденции становятся сложности в соблюдении баланса между социальной миссией и экономической устойчивостью, ограниченность инструментов инвестирования социального воздействия в России, скептическое отношение части аудитории к «социальному» как к равному по качеству «коммерческому» продукту.

Влияние международной изоляции создало тенденцию резкой трансформации функционирования сектора после 2022 года, характеризующуюся уходом международных игроков, разрывом профессиональных связей, санкционными ограничениями и необходимостью адаптации к новым рыночным условиям [3]. Проявлениями данной тенденции становятся импортозамещение в «контенте» (активный поиск и развитие отечественных аналогов профессионального программного обеспечения, рост спроса на локальный контент, например, кино, анимация, книги, музыка и т.д.), «утечка мозгов» и консолидация оставшихся специалистов креативной сферы (массовый отток части креативного класса за рубеж привел к краткосрочным кадровым потерям, но одновременно стимулировал консолидацию оставшихся специалистов, рост солидарности внутри сообществ и перераспределение ниш), переориентация на внутренний рынок и страны «Глобального Юга» (основной фокус сместился на насыщение внутреннего спроса. Параллельно идет поиск экспортных возможностей в Азии, на Ближнем Востоке, в Африке и СНГ) и повышенный запрос на «культурный суверенитет» (государство и часть общества демонстрируют запрос на формирование национально-ориентированного креативного продукта, что создает как новые возможности для финансирования, так и риски излишней идеологизации). Препятствиями для возможностей становятся технологическое отставание, информационная изоляция, сокращение доходов из-за сужения рынков, сложности с международными платежами и логистикой, поляризация внутри профессионального сообщества.

Далее в статье приводятся результаты эмпирического анализа и оценки развития креативного предпринимательства в России. Кроме того, сделаны прогнозы основных экономических показателей развития креативного предпринимательства на макроэкономическом уровне.

Эмпирический анализ креативного предпринимательства и оценка прогнозируемых макроэкономических показателей

Для расчета тенденций развития креативной индустрии автором исследовано несколько макроэкономических показателей и рассчитан их прогноз на несколько лет. Для анализа были использованы таких функции, как линейная, экспоненциальная и полиномиальная, которые помогли определить перспективы развития показателей в различных вариациях: пессимистической, оптимальной и оптимистической. Первый рассматриваемый показатель – это валовая добавленная стоимость (ВДС) креативной экономики, млрд. руб.

Согласно линейному тренду, валовая добавленная стоимость креативной экономики РФ к 2027 году может составить около 7,39 трлн. руб., что приближено к фактическому значению 2024 года (7,48 трлн. руб.). Но такой вариант автор считает пессимистическим сценарием развития данного показателя, поэтому для более точного прогноза на длительный срок необходимо рассмотреть полиномиальную или экспоненциальную модель, т.к. фактические данные за последние годы показывают рост значений ВДС креативной экономики в России.

Построенная экспоненциальная модель по этим же данным (рис.1) выглядит следующим образом:

$$y=1621,3 \cdot e^{0,1896 \cdot t} \quad (1)$$

Проверка точности модели показала, что средняя абсолютная ошибка составила 7,0%, что является хорошей точностью для данной модели. Прогнозные значения по экспоненциальной модели получаются более высокие, чем по линейному тренду, что характеризует ускорение развития ВДС в креативной экономике за последние годы. И соответственно, т.к. фактический рост ВДС за 2022-2024 гг. был выше линейного, экспоненциальный прогноз выглядит более реалистичным для креативных индустрий в условиях их активного развития.



Рисунок 5 – Экстраполяция валовой добавленной стоимости креативной экономики в России

Источник: составлена автором на основе¹⁰.

Далее автором проведена экстраполяция следующего показателя – численность работающих в сфере креативных индустрий за 2017-2023 гг. и спрогнозированы его значения на 2024-2026 гг. Для исследования этого показателя также выбрана экспоненциальная модель, т.к. она даёт более оптимальный результат в отличие от линейной (результаты получатся завышены, но модель устойчивая) и от полиномиальной модели 2-й степени (модель получается в виде параболы с ветвями вниз, что противоречит логике роста показателя, а также динамика такого короткого ряда (7 лет) не подходит для экстраполяции данным методом).

Экспоненциальная модель численности работающих в сфере креативных индустрий выглядит следующим образом:

$$y=3,893 \cdot e^{0,0726 \cdot t} \quad (2)$$

Коэффициент вариации составил 3,89 %, что говорит об однородности статистической совокупности. Экстраполяция на основе фактических данных 2017-2023 гг. показывает, что численность занятых в креативных индустриях России продолжает расти, и к 2026 году достигнет значения 8,05 млн. человек, что в принципе соответствует ежегодному темпу прироста данного показателя в пределах 0,5-0,6 млн. человек. Итак, прогноз численности занятых в сфере креативной индустрии в 2025 г. составит 7,48 млн. человек, в 2026 – 8,05 млн. человек.

Дополнительно автором сделаны аналогичные исследования и по другим экономическим показателям развития креативного предпринимательства в РФ, полученные данные представлены в таблице 2.

¹⁰ Креативные индустрии в России: 2023 г. / Исследовательский Центр АКАР. URL: akar23_creativeindustries.pdf

Таблица 2 – Расчетные данные экономических показателей развития креативного предпринимательства в России*

Показатели	Факт 2024 г	Прогноз (годы)		
		2025**	2026	2027
Выручка организаций, относящихся к КИ, млн. руб.	1 621 751	1 436 700	1 562 573	1 642 088
Чистая прибыль организаций, относящихся к КИ, млн. руб.	200 677	156 200	172 100	189 600
Основные средства, стоящие на балансе организаций, относящиеся к КИ, млн. руб.	1 350 026	1 288 602	1 437 393	1 586 184
Активы организаций, относящиеся к КИ, млн. руб.	5 014 424	4 474 045	4 888 392	5 302 739

**фактические данные за 2025 г. отсутствуют.

Источник: составлено автором на основе данных^{11,12,13}

Согласно полученным данным, в 2025 году исследуемые показатели получились ниже фактических (2024 года), так как при расчёте методом экстраполяции не учитываются возможные меры стабилизации экономики (государственная поддержка отрасли и новые экспортные и импортные контракты) и нельзя забывать о том, что за предыдущий период (начиная с 2018 г.) фактические данные то снижались, то резко возрастали. Данную динамику изменения экономических показателей можно увидеть на рисунке 6.

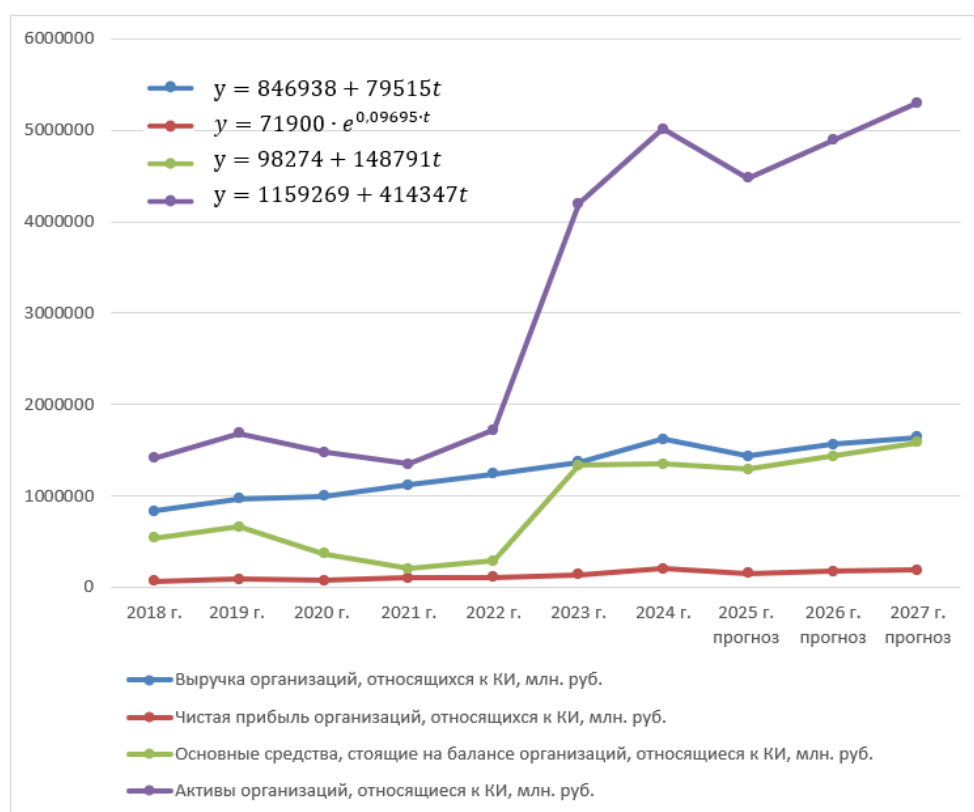


Рисунок 6 – Экстраполяция экономических показателей развития креативного предпринимательства в России

Источник: составлено автором.

11 Отчетность. Российское Авторское Общество (РАО). [Электронный ресурс]. URL: <https://rao.ru/about-rao/documents/reports/reporting/>.

12 Классификатор видов творческой (креативной) деятельности. Intermedia. [Электронный ресурс]. URL: https://www.intermedia.ru/uploads/Klassifikator_InterMedia_pdf.pdf.

13 Креативный сектор России в цифрах: 2024 г./ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. URL: [CreativeSector_RF2024](https://creative-sector.ru/RF2024).

В соответствии с полученными данными в прогнозном периоде (2026-2027 гг.) все показатели постепенно выравниваются и прослеживается тенденция к их росту. Так, например, активный рост основных средств, стоящих на балансе организаций, относящихся к КИ за последние годы (2022-2023 гг. в 4,6 раза) дает возможность планировать наращивание мощностей и в будущем периоде. Данные факты указывают на рост инвестиций в капитальные активы, но происходит это, к сожалению, пока без адекватного прироста прибыли. Это говорит о том, что рентабельность продаж креативной продукции, согласно прогнозу, не возрастает и в 2027 году составит 11,5 %, что меньше значения 2024 года – 12,4 % и говорит о возможном снижении эффективности бизнеса.

Полученные результаты

Проведенный анализ финансово-экономических показателей развития креативных индустрий на макроуровне позволяет сформулировать следующие выводы относительно текущего состояния и прогнозируемых тенденций развития креативного предпринимательства в России.

Во-первых, достаточно позитивные прогнозные значения по экспоненциальной модели получились при расчёте таких показателей как валовая добавленная стоимость и численность работников, занятых в креативных индустриях. Согласно прогнозам, валовая добавленная стоимость в будущем периоде (к 2027 году) возрастет в 1,7 раза по сравнению с фактическим (2024 г.). Прогноз численности занятых в сфере креативной индустрии в 2025 г. составит 7,48 млн. человек, в 2026 – 8,05 млн. человек, относительно данных 2023 года (6,4 млн. человек), что выше факта на 15 и 21% соответственно.

Во-вторых, наблюдающиеся относительно высокие фактические значения в 2024 году выручки (1 621751 млн. руб.) и прибыли (200 677 млн. руб.) организаций, относящихся к креативным индустриям, не дают гарантии достижения таких же высоких показателей в прогнозном периоде, что свидетельствует о неустойчивости сложившихся позитивных трендов в креативном секторе. Но несмотря на ожидаемое восстановление выручки в 2027 году (рост на 1,3 % по сравнению с 2024 годом), чистая прибыль организаций КИ остаётся ниже уровня 2024 года на 5,5%, рентабельность продаж креативной продукции также снизится на 0,9%, что указывает на снижение эффективности бизнес-моделей в креативной индустрии. Причинами данной ситуации могут стать рост производственных и транзакционных издержек, излишней налоговой нагрузки, усиления конкуренции и др.

В-третьих, согласно проведенным исследованиям, к 2027 году ожидается увеличение балансовой стоимости основных средств организаций, функционирующих в сфере креативных индустрий на 17,5 % по отношению к уровню 2024 года. Данная тенденция обусловлена реализацией долгосрочных инвестиционных проектов, направленной на укрепление материально-технической базы креативного сектора. В то же время инвестиционный рост протекает в условиях снижения прибыльности, что соответственно, формирует для креативного бизнеса риски избыточной долговой нагрузки. Поэтому, в условиях потенциальной макроэкономической нестабильности привлечение заёмного капитала становится нежелательной мерой.

В-четвертых, анализ прогнозных показателей, полученный с помощью метода экстраполяции, говорит о том, что снижение рассчитанных (не фактических) ключевых индикаторов в 2025 году не следует однозначно трактовать как системный кризис отрасли. Несомненно, здесь нужно рассматривать инерционное влияние динамики предыдущих лет (2018-2024 гг.) и нивелирование максимальных значений 2024 года. В связи с этим результаты исследования требуют взвешенной оценки, пессимистические сценарии развития креативного предпринимательства должны рассматриваться с осторожностью, принимая во внимание государственную поддержку и способность предпринимателей креативного сектора к адаптации к условиям высокой волатильности рынка.

Таким образом, в настоящее время стратегической задачей для креативных индустрий является переход от экстенсивной модели развития бизнеса к интенсивной. Это требует фундаментальной трансформации операционной эффективности организаций одновременно с

процессом наращивания их основных фондов. Пока не будет решена данная задача, дальнейший рост креативного сектора будет носить неустойчивый характер.

Заключение

Развитие креативного предпринимательства в России до 2024 года характеризуется положительной динамикой роста основных показателей и одновременно с этим внутренними противоречиями. В настоящее время данный сектор экономики проходит стадию ускоренной институционализации, в рамках которой государственные органы власти активно определяют его структуру и приоритеты. Принятый в 2024 году Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий» заложил правовую основу для формирования системной государственной политики в этой сфере, однако практическая реализация его норм требует создания эффективного инструментария оценки и управления данной отраслью. В связи с этим тезис о необходимости формирования единой методики оценки эффективности креативных проектов приобретает особую актуальность. Этот процесс обеспечивает определённую устойчивость развития, но также может и ограничивать проявление частной инициативы.

В настоящее время на федеральном уровне уже приняты шаги по созданию методологической базы для измерения креативной экономики. Так, Министерство экономического развития России утвердило методику расчёта показателя «Доля креативных (творческих) индустрий в экономике», что позволяет осуществлять мониторинг достижения национальной цели по увеличению данного показателя до 6% ВВП РФ к 2030 году. В это же время НИУ ВШЭ по заказу Агентства стратегических инициатив разработал методические рекомендации, охватывающие 17 креативных индустрий и предлагающие собирательные классификационные группировки видов экономической деятельности, товаров, услуг и профессий в креативном секторе. Однако, эти разработки ориентированы преимущественно на макроэкономическую оценку отрасли в целом, тогда как оценка эффективности конкретных проектов и предприятий остается недостаточно проработанной.

Ключевыми драйверами роста по-прежнему остаются цифровизация, позволяющая преодолевать территориальные и ресурсные барьеры и регионализация, способствующая сбалансированному развитию территорий нашей страны. Параллельно усиливается социальная ответственность креативного бизнеса, что соответствует общемировым тенденциям.

Внешнее давление, связанное с международной изоляцией, стало мощным стимулом для трансформации креативного сектора России, т.к. предприятия были вынуждены оперативно перестраивать производственные цепочки, логистику и кадровую политику. Но несмотря на разрушенные связи с привычными поставщиками и партнёрами, этот процесс активизировал внутренний рост развития креативного предпринимательства и поиск новых моделей ведения бизнеса.

Дальнейшие перспективы развития креативного предпринимательства в РФ будут определяться способностью государства и бизнеса найти оптимальный баланс между поддержкой и свободой, между идеологическими задачами и творческим многообразием, а также между ориентацией на внутренний рынок и сохранением связей с доступными международными площадками. Критически важными для превращения креативного сектора в драйвер национальной экономики остаются задачи обеспечения технологической независимости, развития креативного образования и формирования гибких финансовых инструментов.

Результаты данного исследования могут быть использованы органами государственной и региональной власти при принятии решений в сфере креативного предпринимательства, а также при определении будущего вектора осуществления приоритетной и инновационной деятельности в интересах территориально развития Российской Федерации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абанкина Т.В. (2022). Креативная экономика в России: новые тренды // Журнал Новой экономической ассоциации. – № 2 (54). – С. 213–221-228. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-54-2-13
2. Акимова О. Е., Волков С. К., Симонов А. Б. (2022). Креативные индустрии в России: тенденции развития и потенциал роста. Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. №1, 96-114. <https://doi.org/10.38050/01300105202215>.
3. Аузан А. А., Бахтигараева А. И., Брызгалин В. А. (2022). Развитие креативной экономики России в контексте современных вызовов // Журнал Новой экономической ассоциации. – № 2 (54). – С. 213–220. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-54-2-12
4. Аюпова И.Х. (2022). Креативные индустрии и культурная идентичность: инструменты взаимного продвижения на примере Республики Татарстан // Журнал Новой экономической ассоциации. – № 2 (54). – С. 229–234. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-54-2-14
5. Бредихин С.В., Власова В.В., Гаврилова Н.В., Гершман М.А., Гохберг Л.М., Демьянова А.В., Иванова И.А., Попова Я.А. (2021). Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Научный дайджест №1. / монография. - НИУ ВШЭ, Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала. – 20 с. DOI:10.13140/RG.2.2.19561.21605
6. Глотова Н.И., Мотина Е.В., Зияданова М.Б. (2022). Социально-экономический потенциал развития креативных индустрий // Электронный научный журнал «Дневник науки». URL: <https://dnevniknauki.ru>
7. Карасева Л.А., Зинатулин А.М., Петрищев М.В. (2010) Предпринимательство и конкуренция: нетрадиционные взгляды на традиционные представления: Монография. – Тверь: Твер. гос. ун-т. – 232 с. ISBN 978-5-7609-0590-1
8. Карпова Н.В. (2022). Креативные кластеры как инновационный инструмент обеспечения городского развития/ Н.В. Карпова, В.В. Меленкин // Экономика и экология территориальных образований. – Т.5, №4. – С. 12-18. <https://doi.org/10.23947/24131474-2021-5-4-12-18>
9. Лэндри Ч. (2011). Креативный город / Чапльз Лэндри [пер. с англ.] – Москва : Классика - XXI, Институт культурной политики. – С. 397. ISBN 978-5-89817-340-1
10. Мальцева Е.С. (2021). Развитие креативной индустрии в России: проблемы теории и практики / Е.С. Мальцева, С.С. Юров // В сборнике: Экономика и бизнес: тенденции и инновации. Материалы международной научно-практической конференции. Москва, – С. 9-17. DOI:10.13140/RG.2.2.19561.21605
11. Морданов М.А. (2022). Характеристика современного состояния и направления развития креативных индустрий как эффективного инструмента регионального развития / М.А. Морданова // Креативная экономика. – Т. 16. – № 1. – С. 245-260. doi: 10.18334/ce.16.1.114123
12. Панасенко С.В., Христофорова И.В., Сурай Н.М. (2025). Современные проблемы и перспективы развития креативных индустрий в России // Экономика. Профессия. Бизнес. – № 2. – С. 95-102. DOI 10.14258/epb202527
13. Поиск стратегических возможностей реализации проектов креативных индустрий: методические рекомендации по организации междисциплинарного учебно-образовательного курса «Лови будущее!»: учеб. пособие / сост.: М. С. Вареник, Д. М. Журавлев, И. С. Соболев, В. К. Чаадаев. – СПб. – ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2024. – 176 с.
14. Трохирова У.В. (2025). Практики поддержки креативных индустрий на региональном уровне: проблемы реализации и перспективы развития // Креативная экономика. – Том 19. – № 4. – С. 885–908. doi: 10.18334/ce.19.4.122906
15. Флорида Ричард (2011). Креативный класс: люди, которые меняют будущее/ Флорида Ричард; перевод А. Константинов; под редакцией М. Калужского. – М.: Классика XXI. – 432 с. ISBN 978-5-89817-185-8.
16. Хокинс Дж. (2011). Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги / пер. с англ. –

Москва : Классика XXI. – С. 256.

17. Шарапова А.С., Боос В.О., Куценко Е.С. (2025). Креативные индустрии в России на подъёме. М. – ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. URL: <https://issek.hse.ru/news/1009094163.html>.

18. Шафигуллина А.В. (2025) Формирование предпринимательской деятельности в креативных индустриях: тенденции, проблемы и противоречия// Экономические науки – №1 (242) – С.338-342. DOI: 10.14451/1.242.338

Research on creative entrepreneurship in Russia: development trends and forecasts

Simakova Evgeniya Yurevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Tver State University, Tver, Russian Federation

E-mail: evg-simakova2009@yandex.ru

KEYWORDS

creative industries, creative entrepreneurship, cultural economy, modern trends in the development of creative entrepreneurship, digitalization, state cultural policy

ABSTRACT

This article provides a comprehensive study of key trends in the development of creative entrepreneurship in the Russian Federation. This analysis traces the development of the creative sector from its spontaneous origin to official recognition by the state as a significant driver of economic development and socio-cultural formation. The paper identifies key trends in the development of creative entrepreneurship in Russia, among which are the institutionalization and strengthening of government support, the processes of digitalization and hybridization of business models, regionalization and the formation of creative clusters, as well as the growing number of socially transformative initiatives. The impact of international isolation, which stimulated import substitution and the search for new markets for creative products, including the BRICS countries and the Asia-Pacific region, is considered separately. The author has calculated the forecast values of the main economic indicators of the development of creative entrepreneurship in Russia until 2027, including the number of people employed in the creative industries and the volume of gross value added. The study pays special attention to the existing problems in the field of legal regulation, limited access to finance and human resource development, and suggests ways to solve them based on the best foreign and domestic practices. The article also highlights the need to form a unified methodology for evaluating the effectiveness of creative projects and improving tax preferences for subjects of the creative economy. The author substantiates the expediency of creating regional clusters for the development of creative industries, which will help in accumulating best practices and ensure systematic monitoring of the industry. The conclusions are based on an analysis of government programs, industry reports, Rosstat statistics and scientific and academic publications of recent years, which ensures the representativeness and reliability of the results obtained.
