

УДК: 338.457.6

DOI: 10.26456/2219-1453/2026.2.193-203

Проблемы развития креативного предпринимательства в условиях современных вызовов

Е.Ю. Симакова

ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь

В статье анализируются ключевые барьеры, которые в весомой степени препятствуют динамичному развитию креативного предпринимательства в России. Несмотря на то, что сегодня интерес к креативным индустриям со стороны государства и общества растет, данный сектор экономики сталкивается с комплексом системных вызовов, которые значительно ограничивают его потенциал как драйвера экономической диверсификации, культурного суверенитета и развития регионов страны. Автором статьи выявлена взаимосвязь между пятью основными проблемами и сделан вывод о необходимости комплексного подхода к их решению, включающего совершенствование законодательства, модернизацию образования, разработку актуальных финансовых инструментов и создание инфраструктурной среды для развития креативного предпринимательства в РФ. Результаты авторского исследования могут быть использованы при разработке государственных и региональных мер поддержки креативного предпринимательства.

***Ключевые слова:** креативное предпринимательство, креативные индустрии, системные вызовы развития креативного предпринимательства, комплексный подход к решению проблем.*

Креативное предпринимательство во всем мире признано одним из ключевых драйверов постиндустриальной экономики, т.к. было основано на коммерциализации интеллектуальной собственности, культурных смыслов и творческих идей [2]. В Российской Федерации значительный интерес к данному сектору экономики вырос в последнее десятилетие. Следствием этого стало закрепление на законодательном уровне основных понятий и терминов, которые отражены в ФЗ от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» [1].

Креативный сектор с каждым годом занимает все более весомую роль в экономике страны. Только за последние три года (2022–2024 гг.) прирост доли креативной экономики в валовом внутреннем продукте (ВВП) страны составил 0,9 % (с 3,2 до 4,1 % соответственно), рост валовой добавленной стоимости (ВДС) на 61 % (с 4,6 до 7,5 трлн руб.). В структуре валовой добавленной стоимости креативной экономики в 2024 г. программное обеспечение составило 35 %, реклама и PR – 14,2 %, гастрономия – 10,6 %, и это еще не предел, т.к. согласно Единому плану по достижению национальных целей, к 2030 г. доля креативных индустрий в ВВП России должна достичь уровня 6 % [8].

В том числе необходимо отметить, что креативный сектор уже насчитывает 0,7 млн юридических организаций и индивидуальных предпринимателей. Доля креативного сектора среди ИП, которая составляет 12,5 % общего числа ИП по стране, в 2 раза выше аналогичного показателя среди юридических лиц (485,5 и 213,4 тыс. соответственно). При этом 49 % организаций и 66 % индивидуальных предпринимателей креативного сектора России в 2023 г. были сосредоточены в следующих индустриях: мода, программное обеспечение, реклама и пиар (рис.1) [7]. Данные три индустрии аккумулируют 60 % выручки (8,7 трлн руб.) и 43 % работников (893,9 тыс. чел.) всего креативного сектора.



Рис.1. Распределение организаций в России по креативным индустриям [7]

Однако, несмотря на позитивную динамику развития данной сферы деятельности и отдельные успешные кейсы, потенциал креативного предпринимательства в отечественной экономике реализуется далеко не в полной мере. Развитие его сталкивается с рядом глубоких, взаимосвязанных системных вызовов, которые были унаследованы от предшествующих экономических моделей и усугублены современными трансформациями [5]. Следовательно, целью данной статьи является проведение анализа ключевых проблем, сдерживающих развитие креативного предпринимательства в России в условиях современных вызовов, и разработка предложений для их нивелирования [6]. Авторская систематизация проблематики развития креативного предпринимательства представлена на рис. 2.

Одним из важнейших системных вызовов является правовая неопределенность в сфере креативного предпринимательства, а именно неадаптированность российского законодательства к специфике творческого труда. В первую очередь необходимо обратить внимание на вопросы интеллектуальной собственности. Основная сложность заключается в фиксации авторства и прав собственности на интеллектуальные труды, а также большое количество участников и посредников в процессе (контрагентов, агентств, фрилансеров), что приводит к частым случаям возникновения конфликтных ситуаций и судебных разбирательств.

Другим важным вопросом правового несоответствия можно отнести чрезмерное налоговое «бремя» и несовершенство режимов работы для самозанятых, которые формируют серьезные барьеры для легализации их труда. Установленное ограничение в 2,4 млн руб. по налогу на

профессиональный доход (НПД) ставят успешных фрилансеров перед выбором: заниматься бизнесом легально или заботиться о росте собственного дела [3]. Отсутствие специального статуса «творческого работника», совмещающего льготное налогообложение с социальными гарантиями, оказывает отрицательное влияние на долгосрочное профессиональное развитие.



Рис. 2. Ключевые системные вызовы развития креативного предпринимательства (Составлено автором)

Следующий системный вызов, который следует подробно рассмотреть – это кадровый дефицит, он проявляется в разрыве между системой образования и рынком труда. Острый дефицит квалифицированных специалистов (IT, дизайн, реклама и т.д.) является сегодня хронической проблемой, которая в свою очередь усугубляется двумя процессами. Во-первых, это отток опытных кадров, усилившийся в 2022 г. вследствие санкционного давления западных стран на РФ. По оценкам рекрутингового рынка, ряд креативных профессий потерял 10–15 % топовых специалистов [10].

В связи с данной обстановкой стали появляться новые проекты в самых восприимчивых к инновациям нишах. По сравнению с 2023 г. в 2024 г. увеличилось количество компаний в креативном секторе российской экономики на 3,1 %. Быстрее всего развивалось предпринимательство в самых

технологичных секторах креативной экономики: «Программное обеспечение», «Арт-индустрия», «Кино и сериалы» и «Дизайн».

Характеризуя занятость населения России по креативным индустриям, можно сказать, что по количеству креативных работников лидирует индустрия моды, и на ее долю приходится 29,6 % из общего числа занятых в креативных индустриях. На долю музыкальной индустрии приходится 21 %, издательской деятельности 13 %, в IT сфере – 9,6 %, в рекламе – 7,8, незначительные доли в архитектуре – 3,4 %, кино – 2,3% и оставшиеся направления креативных индустрий – 13,3 % работников (рис.3).

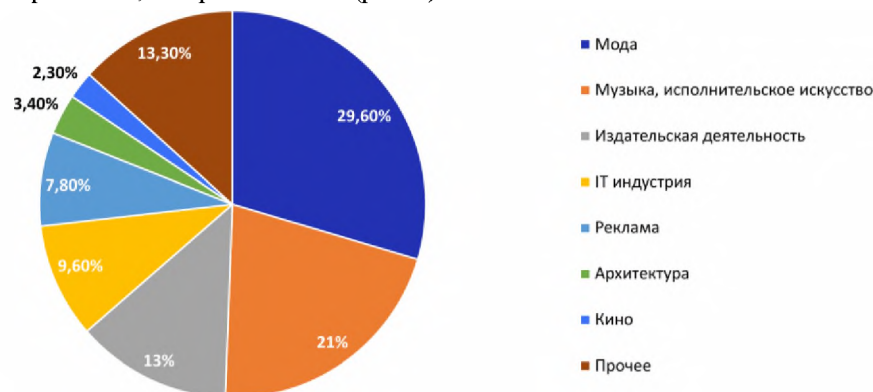


Рис. 3. Занятость населения РФ по креативным индустриям [7]

Одной из ключевых технологий, которая сегодня определяет развитие творческого бизнеса – это генеративный искусственный интеллект (далее ИИ), позволяющий специалистам компаний значительно ускорять решение задач и процессов, а именно написание текстов, анимация, генерация видео и т.д.

Также широкое применение в креативном предпринимательстве находят аддитивные технологии. По мере развития 3D-печати растут возможности производства трехмерных объектов, их активно применяют в аэрокосмической промышленности, в ювелирном деле и т.д.

Таким образом, внедрение инноваций ускоряет производство в креативных индустриях и позволяет освоить новые формы взаимодействия с пользователями [4]. В свою очередь данный процесс развития технологий может затормозить дефицит кадров, т.к. отечественная система образования не успевает за изменением спроса на кадры в креативных индустриях (технологии растут быстрее, чем успеют сформироваться профессии). Специалистов, которые на хорошем уровне разбираются в креативности, визуализации и цифровизации, практически нет.

По данным сервиса hh.ru за 2023–2024 гг. спрос на специалистов, которые имеют навыки работы с искусственным интеллектом, возрос в 2 раза по сравнению с 2021–2022 гг. Поэтому, рост креативного бизнеса напрямую будет зависеть от возможности его быстрого реагирования и адаптации к новым трендам потребительского поведения. Креативные индустрии сегодня развиваются на стыке технологий, эмоций и пользовательского опыта, поэтому в центре внимания находятся направления, которые позволяют человеку быть участником, создателем и соавтором. Именно по этой причине, по мнению

работодателей, креативная индустрия испытывает дефицит кадров с гибридным мышлением. В данном случае речь идет, например, о творцах с сильными цифровыми компетенциями или об IT-специалистах с художественным вкусом и профессиональной насмотренностью. Именно такие специалисты обладают кросс-функциональными навыками и умеют работать на стыке компетенций.

Но среди основных барьеров развития креативного предпринимательства эксперты выделяют не только дефицит специалистов, но и неспособность команд быстро адаптироваться к изменениям. Именно в условиях нарастающего кадрового голода конкуренция за специалистов усиливается, и увеличения заработной платы будет недостаточно для того, чтобы привлечь лучших. В данном случае необходимо рассмотреть возможности нематериальной мотивации для удержания талантов, а именно обеспечение свободы творчества и возможности реализации креативных идей.

Нельзя также забывать о существующей системе образования РФ, которая, к сожалению, справляется не в полной мере с подготовкой новых кадров, соответствующих запросам креативной индустрии. Классическое образование в большинстве вузов страны предполагает фундаментальные знания, но образовательные организации отстают в преподавании актуальных технологий и гибких компетенций, а онлайн-курсы, ставшие очень модными в последнее время, часто предлагают фрагментарные практические навыки, но без системного подхода. В то время как актуальность специалистов по работе с цифровой средой сегодня очень весома, они создают виртуальные пространства и мифы. Это новое и чрезвычайно перспективное направление. Поэтому данный разрыв становится особенно проблематичным, где нет образовательных центров, что и приводит к миграции талантливых специалистов в крупные города.

Еще одним системным вызовом стал ограниченный доступ к финансированию креативного бизнеса, т.к. его основными активами являются человеческий капитал и интеллектуальная собственность, которые являются «неудобными» для финансовой системы. Банковская система крайне осторожно относится к кредитованию креативных проектов зачастую из-за отсутствия ликвидного залога и сложности оценки окупаемости.

Венчурное финансирование в России в основной своей части ориентировано на стартапы в сфере IT и инновационные технологии, почти не затрагивает креативные проекты, особенно в сфере создания контента, которые считаются высокорискованными. Краудфандинг же работает для потребительских продуктов, но не может решить проблем финансирования B2B-сферы услуг. Но работа в решении этого системного вызова уже ведется, об этом говорит создание Фонда поддержки креативных индустрий, созданного в рамках национального проекта, но, к сожалению, его инструменты пока не носят массовый характер.

Целесообразно также рассмотреть переход от издания ФЗ № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации», где креативные индустрии были официально признаны частью экономики, к эффективной правоприменительной практике и созданию

баланса между государственной поддержкой креативного бизнеса, а также к свободе выбора в производстве товаров и услуг креативной направленности. Кураторство креативных индустрий перешло от Министерства культуры РФ, где данная отрасль воспринималась как культурная и финансировалась исключительно через грантовую поддержку, к Министерству экономического развития. Теперь необходимо выстраивать межведомственное взаимодействие и синхронизировать бизнес-процессы как на федеральном, так и на региональном уровне. Ведь в данном случае государство воспринимается бизнес-структурами как некий «гарант устойчивости», ввиду предоставления предпринимателям различных льгот, субсидий, дотаций и осуществление торгов через ФЗ-44 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», а также как фактор риска чрезмерного регулирования. Поэтому важно выстраивание системы государственной поддержки креативной сферы, которая помимо получения предпринимателями грантов будет стимулировать частные инвестиции и рыночную конкуренцию в креативной индустрии.

Также в связи с потенциальным возвращением ушедших с российского рынка западных брендов (таких как Netflix, Apple, Microsoft, Nike, H&M и многие др.) возникает вопрос о протекционистской политике. Сейчас идет речь о замещении освободившихся рыночных ниш новыми брендами, но уже вместо таких брендов как H&M, Zara открылись MAAG, VILET, ECRU и др. В данном случае можно говорить о создании «дорогого входа» для покинувших зарубежных товаропроизводителей (после событий 2022 г.) без полного закрытия рынка в целях сохранения глобальной конкурентоспособности российских производителей.

Следующим системным вызовом, выявленным автором, является дефицит развитой инфраструктуры в регионах. Одной из особенностей развития креативного предпринимательства является ярко выраженная центристская тенденция: в регионах ощущается дефицит специализированной инфраструктуры (современных коворкингов, приспособленных под запросы дизайнеров, подкастеров или ремесленников и т.д.). Также в региональных пространствах не хватает оборудованных выставочных, экспериментальных и других площадок, пригодных для проведения мероприятий, модных показов и др. [13]. Уже существующие дома культуры и музеи зачастую морально и физически устарели, и этот дефицит не только ограничивает возможности локальных предпринимателей для профессионального роста и презентации креативных продуктов, но и напрямую способствует миграции талантов в крупные города РФ, где такая инфраструктура сконцентрирована [9].

Поэтому, еще одной проблематичной основой для развития креативного предпринимательства является его региональная неравномерность, а это значит, что в РФ имеется порядка 20 регионов-драйверов развития креативных индустрий (Москва, Томская обл., Татарстан, Якутия, ХМАО и др.). Остальные регионы пока остаются в данном аспекте развития на разных уровнях, об этом свидетельствует рейтинг регионов с различными паттернами развития креативных индустрий и условиями

достижения лидерства (рис. 4). Для сопоставления и ранжирования субъектов РФ разработан Российский региональный индекс креативных индустрий (далее – РРИКИ), который формируется на основе значений всех показателей рейтинга по разработанной методологии ИСИЭЗ НИУ ВШЭ [8; 11].

Структуру рейтинга креативных регионов России можно посмотреть на рис. 4. По итогам рейтинга и ранжирования регионов по значению РРИКИ выделены четыре их группы: лидеры, эволюционные, эффективные и догоняющие.



Рис.4. Структура рейтинга креативных регионов России [7]

В группу «Лидеры» входят регионы, у которых высокий уровень урбанизации – около 77 % (в среднем по России – 75 %), вовлеченность населения в культурную жизнь (посещаемость музеев и театров превышает средние значения по стране на 39 и 30 % соответственно) и цифровизация (затраты на обучение сотрудников цифровым навыкам в расчете на одного работника выше среднероссийского значения в 3,6 раза, а на сквозные цифровые технологии в 1,3 раза) – рис.5.

В дальнейшем необходимо создавать управленческие модели, которые позволили бы перенимать и тиражировать успешный опыт развития креативного предпринимательства (например, кредитование под залог НМА, как в Москве) на все субъекты РФ.

Еще одной отличительной чертой «Лидеров» является более развитая инфраструктурная поддержка креативного сектора. В исследуемой группе сосредоточены 14 из 19 (74 %) региональных институтов развития креативных индустрий, т.е. на один регион здесь приходится примерно два креативных кластера, тогда как в среднем по всем субъектам – приходится менее одного.

В группу «Эволюционные» отнесено 19 регионов, где при высоком потенциале результаты развития креативных индустрий пока ниже средних по России. Большинство регионов данной группы расположены в европейской части России, в том числе в Центральном федеральном округе. Характерной чертой регионов данной группы является развитие креативных индустрий преимущественно в культурном аспекте, сохранение культурных традиций и удовлетворение местного спроса на культурные блага, соответственно на

данные субъекты в 1,7 раза больше приходится организаций народных художественных промыслов (НХП), получающих поддержку из средств федерального бюджета.

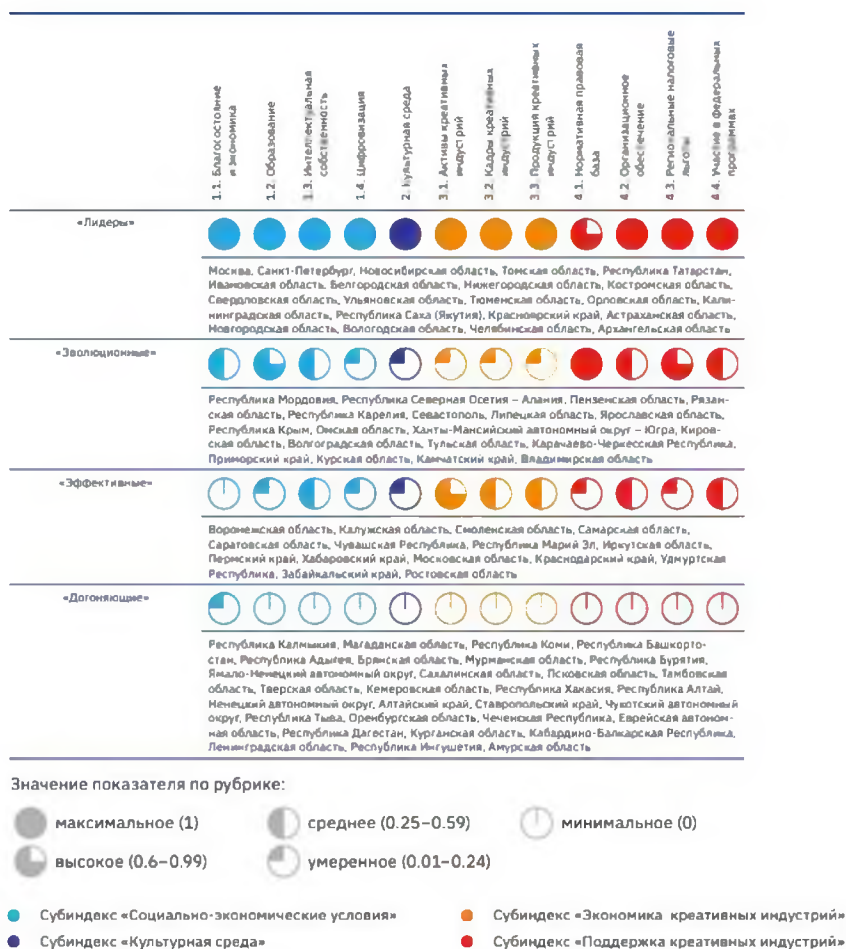


Рис. 5. Профили групп регионов по рубрикам рейтинга за 2023 г. [8]

Данные регионы склонны к применению предусмотренных в региональном законодательстве налоговых льгот и к стратегическому планированию креативного вектора, но в то же время институты развития в них представлены в 4 раза реже, чем у «лидеров».

В группу «эффективных» входит 15 регионов, большая часть которых смещена в географическом аспекте в сторону Приволжского федерального округа. Данные субъекты отличаются достаточно скромными значениями показателей социально-экономического развития, а именно объем ВРП на душу населения на 14 % ниже, чем данный показатель у группы «эволюционные», при этом по относительной величине отгруженных креативных товаров, услуг и работ на 21 % выше, чем у той же группы сравнения. Также экспорт телекоммуникационных, компьютерных и информационных услуг выше на 88 %, чем у группы «эволюционные», что в первую очередь обусловлено высокой долей ИТ-специалистов в структуре

креативной занятости исследуемой группы регионов и большим числом субъектов, которые специализируются на креативных индустриях, тесно связанных с промышленностью (мода, архитектура).

В то же время важным фактором развития креативных индустрий в «эффективных» регионах выступает активное применение системы защиты интеллектуальной собственности, ведь именно в регионах данной группы количество патентных заявок на изобретения в расчёте на 10 тыс. занятых опережают лидеров рейтинга на 32 пункта, а также по промышленным образцам превышение составляет 59 %.

В группу «догоняющие» вошло 30 регионов, уровень РРИКИ, которых ниже лидера более чем на 69 %. Это субъекты РФ отличаются меньшей урбанизацией: доля городского населения здесь составляет в среднем 65 %. Наибольшее отставание здесь наблюдается по экспорту телекоммуникационных, компьютерных, информационных услуг, а также услуг в сфере культуры и отдыха, данный показатель примерно в 11 раз ниже среднероссийского. Кроме того, удельный вес организаций креативных индустрий в общей стоимости нематериальных и внеоборотных активов уступает среднему уровню по стране в 5 и 4 раза соответственно.

Во многих регионах данной группы наблюдается отсутствие институтов развития креативных индустрий, а креативных кластеров на 1 регион приходится почти в пять раз меньше, чем в среднем по стране. Соответственно, для группы «догоняющие» характерна низкая доля медиа- и функциональных индустрий (реклама, связи с общественностью, IT), которая составляет 5 %.

Таким образом, можно сказать, что выявленные системные вызовы, сдерживающие развитие креативного предпринимательства, носят не изолированный, а системный и взаимосвязанный характер. Неопределенность со стороны юридических аспектов повышает риски ведения бизнеса и отталкивает инвесторов, дефицит кадров усугубляется их оттоком и инфраструктурной бедностью регионов, которая в свою очередь, препятствует удержанию талантов как в региональном аспекте, так и в целом по стране [12]. В то же время, ограниченность финансирования не позволяет преодолеть инфраструктурный разрыв и создать условия для профессионального роста.

Для развития креативного предпринимательства, как драйвера новой экономики, необходимо решать системные вызовы на основе комплексного и четко скоординированного подхода, а именно необходимо проведение правовой реформы, в основу которой легла бы разработка и принятие «творческого» налогового режима или закона о статусе творческого работника, а также цифровизация и упрощение процедур регистрации и защиты интеллектуальной собственности. Одним из путей решения может стать образовательная «перезагрузка», которая заключается в составлении программ непрерывного образования в партнёрстве с представителями креативной индустрии и поддержке региональных образовательных центров.

Еще одним из важных направлений является развитие финансовых инструментов, а именно появление венчурных фондов, которые специализировались бы на креативных индустриях, развитие системы

гарантий под залог интеллектуальной собственности, а также масштабирование программ фонда ВЭБ.РФ¹. Также может помочь развитие инфраструктурных программ, а именно: тиражирование успешных моделей креативных кластеров и хабов по регионам в рамках реализации федеральной программы «Придумано в России» [10] и запуск процесса софинансирования модернизации культурных учреждений под современные задачи.

Представляется, что подобный системный подход способен решить проблемы и трансформировать вызовы в возможности, при этом обеспечив креативному предпринимательству в России устойчивую траекторию роста и значимый вклад в диверсификацию экономики.

Список литературы

1. О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации: Федеральный закон от 08.08.2024 №330-ФЗ. URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580/4f41fe599ce341751e4e34dc50a4b676674c1416/ (дата обращения: 03.02.2026).
2. Аганина, Р. Н. Предпринимательская деятельность в сфере креативных (творческих) индустрий как новый вектор развития российского предпринимательства / Р. Н. Аганина, Н. Г. Аapresова // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). – 2025. – № 7(131). – С. 135-142.
3. Веселитская Н.Н., Дубовкин П.О. Интеллектуальная собственность в цифровую эпоху/ Экономические и правовые основы интеллектуальной собственности.: Изд-во Проспект. 2024. Гл.7. С.148–165.
4. Волков С. Креативная экономика и креативное предпринимательство: академическое измерение // Общество и экономика. – 2020. – № 11. – С. 21-30.
5. Воробьева Л.В. Креативная составляющая современного предпринимательства / Л. В. Воробьева // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2015. – № 1. – С. 31-40.
6. Карасева Л. А, Зинатулин А. М., Петрищев М. В. Предпринимательство и конкуренция: нетрадиционные взгляды на традиционные представления: Монография. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2010. – 232 с.
7. Креативный сектор России в цифрах: 2024 г./ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. URL: [CreativeSector_RF2024.pdf](#) (дата обращения: 15.02.2026).
8. Подходы к статистическому наблюдению творческих (креативных) индустрий: опыт ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. – Москва. – 2023. URL: <file:///C:/Users/User/Desktop/Подходы%20к%20стат.%20наблюдению%20КИ.pdf> (дата обращения: 15.02.2026).
9. Семенова О.О. Развитие малого и среднего предпринимательства в сфере креативных индустрий / О.О. Семенова, В.А. Тормозова // Legal Bulletin. – 2023. – Т. 8, № 4. – С. 178-190.
10. Симакова Е.Ю. Развитие креативной индустрии в условиях санкционного давления на экономику России // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2024. № 1(65). С. 142–150.
11. Синева Н. Л. Креативная экономика или креативность для экономики и предпринимательства: открытый вопрос / Н.Л. Синева, Ю.Н. Жулькова,

¹ ВЭБ.РФ – платформа, объединяющая институты развития для достижения национальных целей России.

- Н.А. Безрукова // Экономика и предпринимательство. – 2024. – № 10(171). – С. 835-838.
12. Старков А.П. Креативная экономика в развитии современных индустрий и предпринимательства // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2022. – № 2(40). – С. 65-70.
13. Шарапова А.С., Боос В.О., Куденко Е.С. Креативные индустрии в России на подъёме. М. – ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. URL: <https://issek.hse.ru/news/1009094163.html> (дата обращения: 01.02.2026).

Об авторе:

СИМАКОВА Евгения Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории, ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь (170000, г. Тверь, ул. Желябова, д. 33), e-mail: evg-simakova2009@yandex.ru, Orcid: 0000-0002-5869-9200

Problems of creative entrepreneurship development in the context of modern challenges

E.Yu. Simakova

FGBOU VO “Tver State University”, Tver

This article analyzes the key barriers that significantly hinder the dynamic development of creative entrepreneurship in Russia. Despite the growing interest in creative industries from both the government and society today, this sector of the economy faces a complex set of systemic challenges that considerably limit its potential as a driver of economic diversification, cultural sovereignty, and regional development in the country. The author of the article identifies the interconnection between five main problems and concludes on the need for a comprehensive approach to their resolution, including improving legislative acts, modernizing education, developing relevant financial tools, and creating an infrastructural environment for the development of creative entrepreneurship in the Russian Federation. The results of the author's research can be used in the development of state and regional measures to support creative entrepreneurship.

Keywords: *creative entrepreneurship, creative industries, systemic challenges of creative entrepreneurship development, comprehensive approach to problem-solving*

About author:

SIMAKOVA Evgeniya Yurevna – candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Theory, FGBOU VO “Tver State University”, Tver (33, Zhelaybova St., Tver, 170000), e-mail: evg-simakova2009@yandex.ru, Orcid: 0000-0002-5869-9200.

Статья поступила в редакцию 12.04.2026 г.

Статья подписана в печать 15.06.2026 г.