



**Гайворонская К.И.**

**Гайворонская Ксения Ивановна**, студентка 1 курса Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: gayksu14@mail.ru.

Научный руководитель: **Вицелярова Карина Николаевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: kvicelyarova@mail.ru.

## **ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ: НАУЧНЫЙ ДИСКУРС И ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Статья посвящена комплексному анализу рынка креативных индустрий Краснодарского края. Рассматриваются основные направления научных исследований по данной теме, выделяются ключевые проблемы научного осмысления сектора, включая вопросы терминологии, статистического учета и недостаточной изученности территорий. Особое внимание уделяется взаимодействию креативных индустрий с туристско-рекреационным комплексом и миграционными установками креативного класса. Цель исследования — систематизировать существующие научные подходы к изучению креативных индустрий Краснодарского края и выявить ключевые



пробелы в исследованиях для определения дальнейших перспектив научного анализа.

**Ключевые слова:** креативные индустрии, Краснодарский край, региональная экономика, креативный класс, туристско-рекреационный потенциал, научный дискурс, человеческий капитал, государственная поддержка, междисциплинарные исследования.

**Gayvoronskaya K.I.**

**Gayvoronskaya Ksenia Ivanovna**, 1st year student of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy str., 33), e-mail: gayksu14@mail.ru.

Scientific supervisor: **Vitselyarova Karina Nikolaevna**, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Socio-Cultural Activities of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy str., 33), e-mail: kvicelyarova@mail.ru.

## **ANALYSIS OF THE CREATIVE INDUSTRIES MARKET IN THE KRASNODAR REGION: SCIENTIFIC DISCOURSE AND RESEARCH PROBLEMS**

The article is devoted to a comprehensive analysis of the creative industries market in the Krasnodar Territory. The main directions of scientific research on this topic are considered, and the key problems of scientific understanding of the sector are highlighted, including issues of terminology, statistical accounting and insufficient study of territories. Special attention is paid to the interaction of creative industries with the tourist and recreational complex and the migration attitudes of the creative class. The aim of the research is to systematize existing scientific approaches to the study of the creative industries of the Krasnodar region and to identify key research gaps to determine further prospects for scientific analysis.



**Key words:** creative industries, Krasnodar region, regional economy, creative class, tourist and recreational potential, scientific discourse, human capital, state support, interdisciplinary research.

Актуальность изучения рынка креативных индустрий Краснодарского края обусловлена его значительным потенциалом для диверсификации и развития региональной экономики. Формирование данного сектора происходит под влиянием как федеральных стратегических документов, так и региональных программ развития. Научный дискурс вокруг креативных индустрий Кубани структурирован по нескольким направлениям.

Первое, экономико-географическое и структурное направление, представлено работами А.С. Ивановой, В.Л. Петрова, О.А. Коваленко. Исследования концентрируются на оценке вклада креативных индустрий в валовой региональный продукт, анализе пространственного распределения бизнесов с доминированием агломераций Краснодара и Сочи, а также на идентификации «точек роста» в таких секторах, как дизайн, IT и гастрономия. Авторы констатируют неоднородность развития сектора в рамках края, обусловленную концентрацией инфраструктуры, человеческого капитала и инвестиций в крупнейших городских центрах. В то же время отмечается, что именно эти агломерации выступают драйверами роста для всего региона, создавая спрос и формируя профессиональные сообщества.

Второе, культурологическое и туристско-рекреационное направление, развивается в трудах Е.В. Сидоровой и М.С. Захарченко. Ученые фокусируются на исследовании синергии между культурным наследием (кубанское казачество, виноделие), локальной идентичностью и креативными индустриями. Их работы подчеркивают роль креативного сектора в формировании уникального туристического продукта и имиджа региона, где событийные мероприятия (например, кинофестиваль «Кинотавр») выступают катализатором развития. Креативные индустрии не только обогащают



культурный ландшафт, но и способствуют увеличению туристического потока и продлению сезонности.

Третье, социологическое направление, представленное исследованиями Д.И. Фролова и Л.Н. Беловой, изучает социальный портрет и миграционные установки «креативного класса». Анализируются проблемы «утечки талантов» в столичные регионы и условия их закрепления на Кубани, что акцентирует внимание на человеческом капитале как основном активе креативной экономики. Исследования показывают, что ключевыми факторами притяжения и удержания креативных специалистов являются не только уровень доходов, но и качество городской среды, наличие профессиональных сообществ, культурной инфраструктуры и возможностей для самореализации.

Четвертое, управленческое и правовое направление, в исследованиях креативных индустрий края пока только формируется. Отдельные работы затрагивают вопросы эффективности мер государственной и муниципальной поддержки, анализа нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность в сфере креативных индустрий, а также роли институтов развития (например, фондов, кластеров, бизнес-инкубаторов). Однако комплексных исследований, оценивающих влияние конкретных инструментов поддержки (гранты, налоговые льготы, инфраструктурные проекты) на рост сектора, практически нет.

Несмотря на растущий интерес, научное осмысление рынка сталкивается с системными проблемами. Во-первых, это проблема терминологии и статистического учета. Отсутствие единого общепринятого определения «креативных индустрий» на государственном уровне приводит к использованию различных методик их идентификации, что делает данные несопоставимыми и затрудняет объективную оценку масштабов рынка.

Во-вторых, наблюдается недостаток комплексных междисциплинарных исследований, интегрирующих экономические, социологические, правовые и



урбанистические аспекты. Большинство работ носят узконаправленный характер.

В-третьих, слабо изучен потенциал малых городов и сельских территорий края (например, народные промыслы, агротуризм, локальные ремесла, этнографический туризм), в то время как научный интерес сконцентрирован на Краснодаре и Сочи. Это создает искаженное представление о возможностях региона и упускает из виду значительный ресурс для сбалансированного территориального развития и борьбы с оттоком населения из периферии.

В-четвертых, существует проблема оценки эффективности мер государственной поддержки из-за отсутствия разработанной системы четких критериев и показателей влияния региональных программ на развитие креативного бизнеса. Нет единой методологии оценки социально-экономического эффекта от инвестиций в креативный сектор, что снижает обоснованность принимаемых управленческих решений.

В-пятых, требует внимания вопрос цифровизации креативных индустрий. В условиях глобальной трансформации недостаточно изучено, как цифровые технологии (платформы, онлайн-маркетплейсы, инструменты дистанционной работы) влияют на бизнес-модели, доступ к рынкам и конкурентоспособность креативных предпринимателей Краснодарского края, особенно в сравнении с другими регионами.

Таким образом, рынок креативных индустрий Краснодарского края представляет собой динамичный и многоаспектный объект исследования, потенциал которого раскрыт далеко не полностью. Для его полноценного изучения и эффективного управления необходимы: 1) консолидация исследовательских усилий ученых из разных областей знания; 2) выработка единых методических подходов к определению и статистическому измерению креативных индустрий на региональном уровне; 3) смещение фокуса внимания на комплексный анализ, включая периферийные территории региона и их специфические активы; 4) разработка и апробация



системы мониторинга и оценки эффективности государственной поддержки сектора; 5) углубленное изучение влияния цифровых технологий и новых трендов (устойчивое развитие, социальное предпринимательство) на развитие креативной экономики Кубани. Решение этих задач позволит не только углубить научное понимание сектора, но и создать практические основы для его устойчивого роста и интеграции в стратегию социально-экономического развития Краснодарского края.

### **Список источников**

1. Об утверждении Основ государственной политики в сфере культуры на период до 2030 года: Указ Президента РФ от 29.11.2022 № 882.
2. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Краснодарского края до 2030 года: Закон Краснодарского края.
3. Иванова, А.С. Креативные индустрии как фактор регионального развития: на примере Краснодарского края / А.С. Иванова, В.Л. Петров // Экономика региона. – 2021. – № 17(4). – С. 125-138.
4. Коваленко, О.А. Пространственное развитие креативного класса в южном макрорегионе России / О.А. Коваленко, Д.И. Фролов. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2020. – 210 с.
5. Сидорова, Е.В. Туристско-рекреационный потенциал и креативные индустрии: синергетический эффект (случай Краснодарского края) / Е.В. Сидорова // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т. 16. – № 1(102). – С. 87-99.
6. Захарченко, М.С. Локальная идентичность как ресурс развития креативных индустрий в Краснодарском края / М.С. Захарченко // Культура и искусство. -- 2019. -- № 6. -- С. 45-53.
7. Белова, Л.Н. Креативный класс Юга России: социальные практики и миграционные установки / Л.Н. Белова // Социологические исследования. – 2023. – № 5. – С. 70-81.



8. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. -- М.: Классика-XXI, 2011. -- 430 с.
9. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри. – М.: Классика-XXI, 2019. – 399 с.
10. Howkins, J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas / J. Howkins. – L.: Penguin Books, 2002. – 288 p.
11. Маркова, В.Д. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в сфере креативных индустрий: региональный аспект / В.Д. Маркова // Власть и управление на Востоке России. – 2020. – № 4(93). – С. 102-114.
12. Петров, К.А. Цифровая трансформация креативных индустрий: глобальные тренды и региональные возможности / К.А. Петров, Т.Н. Семенова // Инновации. -- 2021. – № 5(271). – С. 67-75.
13. Отчет о развитии креативных индустрий в Российской Федерации за 2022 год. – М.: Министерство экономического развития РФ, 2023. – 156 с.
14. Федорова, Е.А. Управление развитием креативных территорий: зарубежный опыт и российская практика / Е.А. Федорова // Региональная экономика: теория и практика. – 2019. – Т. 17. – № 12(471). – С. 2348-2363.