

**УДК 008****Творческое предпринимательство как ресурс региональной политики в сфере культуры и искусства****Чернов Алексей Сергеевич**

Кандидат педагогических наук,  
доцент, кафедры Социально-культурной деятельности,  
Московский государственный институт культуры,  
141406, Российская Федерация, Химки, ул. Библиотечная 7;  
e-mail: Chernov82@mail.ru

**Аннотация**

Статья посвящена исследованию роли творческого предпринимательства и арт-менеджмента в контексте региональной политики в сфере культуры и искусства. Современный мир сталкивается с трансформацией культурных ценностей и потребностей. В условиях глобализации и информационной революции культура становится важным фактором развития региональной экономики и общества. В этой связи, творческое предпринимательство и арт-менеджмент приобретают особую значимость, становясь ресурсами, способными стимулировать развитие культурной сферы, повышать конкурентоспособность регионов и формировать привлекательную среду для жизни и работы.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Чернов А.С. Творческое предпринимательство как ресурс региональной политики в сфере культуры и искусства // Культура и цивилизация. 2025. Том 15. № 6А. С. 72-78.

**Ключевые слова**

Творческое предпринимательство, региональная политика, культура, искусство, экономическое развитие, креативные индустрии, инвестиции, образовательные программы, социальное процветание, междисциплинарное сотрудничество.

---

## Введение

Актуальность темы очевидна, так как в последние годы значительно вырос интерес к культурным и творческим индустриям, которые становятся одним из главных направлений экономического развития в различных регионах России. На данный момент творческое предпринимательство становится основным кластером для создания новых рабочих мест и привлечение инвестиций в города России. В регионах, власти разными способами развивают культурную сферу для улучшения имиджа города и привлечения туристов. В этом плане арт-менеджмент играет ключевую роль, обеспечивая эффективное управление культурными проектами. Глобализация и цифровизация открывает новые двери для арт-менеджмента и творческого предпринимательства: социальные сети, различные платформы и т.д. помогают в развитии культурных проектов, а также связью с различной аудиторией. Изучение темы креативного предпринимательства необходимо в современном мире для понимания тенденций в сфере культуры и искусства. Также разработка данной темы может помочь внести вклад в разработку рекомендаций для эффективной поддержки креативных индустрий в регионах, что и сможет поспособствовать развитию культурной среды города.

По нашему мнению, проблема состоит в том, что на данный момент во многих регионах России часто отсутствует поддержка творческих предпринимателей со стороны властей, а также недостаточной методической разработанности в сфере арт-менеджмента, что приводит спаду экономики и недостаточной интеграции культуры и искусства в города. Решение этой проблемы кроется в теоретическом обосновании роли творческого предпринимательства и арт-менеджмента в государственной культурной политике, раскрытии специфики реализации творческих проектов и технологий арт-менеджмента на региональном уровне, и разработке методических рекомендаций по развитию арт-менеджмента и творческого предпринимательства на региональном уровне.

## Основная часть

Одним из уникального ресурса развития регионов становится именно сфера культуры и искусства. Исходя из вышесказанного, можно с уверенностью сказать, что в современном мире одним из главных факторов развития экономического сектора экономики являются креативные индустрии. Творческое предпринимательство – это деятельность, которая направлена на творческую составляющую, в которой непосредственно используются социальные и культурные подходы с целью получения коммерческой или социальной «прибыли». Творческое предпринимательство лежит в основе креативных индустрий, куда входят различные сферы для развития регионов России. То есть, творческое предпринимательство объединяет творчество, креативность и бизнес, создавая уникальные, инновационные продукты или услуги. Предпринимательство в культуре – возникло в результате интеграции двух сфер – культуры и бизнеса. Также существует ряд условий, которые помогают развиваться начинающим предпринимателям в сфере культуры и искусства:

1. Рыночные ограничения, которые вызваны высокой социальной значимостью культурных ценностей;
2. Нестабильный спрос на услуги учреждений культуры из-за различий в потребностях и финансовых возможностях;
3. Длительные циклы создания и реализации культурных благ;

4. Различные финансовые инвестиции, требующие большого количества времени для окупаемости.

Говоря о сущности творческого предпринимательства, можно с уверенностью утверждать, что оно использует оригинальные идеи для создания какого-либо продукта или услуги. Также творческому предпринимательству необходима постоянная генерация идей, концепций и их решения в дальнейшем. Создание экономической и культурной ценности для общества является первостепенной задачей для предпринимателей в креативной сфере.

Выделяют несколько функций творческого предпринимательства в современном мире:

1. Создание новых продуктов и услуг – главная задача для творческого предпринимателя состоит в том, чтобы разработать уникальное предложение (УТП), которое удовлетворят потребности современного рынка;

2. Анализ рынка – помогает исследовать потребности и тенденции потребителей для создания уникального продукта;

3. Маркетинг и продвижение – помогает получить максимальный эффект и прибыль от полученного продукта или услуги;

4. Управление проектами.

В креативной индустрии также выделяют формы и виды предпринимательства в сфере культуры и искусства. Так, виды творческого предпринимательства можно разделить на пять: культурное (творческое) предпринимательство; социальное предпринимательство; культурный активизм; арт-предпринимательство и институциональная деятельность. Во всех этих видах главные субъекты - художники, дизайнеры, режиссеры, журналисты, разработчики и деятели, которые решают различные социальные проблемы посредством креативного подхода.

Как мы видим творческое предпринимательство обширно с точки зрения культуры и искусства, в настоящее время оно играет ключевую роль в развитии экономики, способствуя различным инновациям и культурному развитию общества. В современном мире предпринимателям и работникам в сфере культуры и искусства нужно постоянно придумывать новые источники финансирования для дальнейшего развития бизнеса, организаций. На данный момент основным путем такого развития выступает именно экономика впечатлений, которая помогает увеличить прибыль и повысить лояльность клиентов. Экономика впечатлений – это бизнес-концепция, которая фокусируется на создании положительных и незабываемых эмоциональных впечатлений у клиентов как основном источнике ценности и конкурентного преимущества компании. Данная концепция не фокусируется на товарах и услугах, ее основная задача удовлетворить эмоциональную составляющую клиентов. Экономика впечатлений предполагает, что покупатели готовы платить не только за товары и услуги, но и за положительный эмоциональный опыт, который дарит им творческий продукт. Существуют некоторые компоненты экономики впечатлений, которые фокусируются на создании положительного опыта у клиента от товара или услуги:

а) эмоции, благодаря которым клиент запомнит услугу или приобретение на долгое время и с большей долей вероятности захочет приобрести ее еще раз;

б) персонализация, который подразумевает индивидуальный подход к каждому «клиенту»;

в) интерактивность, то есть вовлеченность в процесс у зрителей или участников программы усиливают положительные эмоции от какого-либо мероприятия.

Существует несколько видов экономики впечатлений, автор выделяет несколько из них:

1. Развлечение – посещение кинотеатров, театров, мероприятий или прослушивание музыки;

2. Обучение – различные мастер-классы, тренинги, конференции и т.д.;
3. Уход от реальности – компьютерные игры, очки виртуальной реальности и квесты;
4. Эстетика – закрытие духовных потребностей: посещение музеев, выставок, галерей.

Все вышеперечисленные виды экономики впечатлений так или иначе тесно связаны с креативными индустриями. В свою очередь, творческое предпринимательство несомненно помогает в развитии культуры и искусства, а также привлечение финансирования в регионы, посредством внедрения в работу экономики впечатлений, как ресурса. Также существует целый ряд характеристик, помогая более шире раскрыть понятие «экономика впечатлений» в креативных индустриях:

- впечатления никогда не имеют материальной выгоды для клиентов/покупателей;
- впечатления не имеют сроков годности (гость или покупатель может всю жизнь помнить про эмоции от товара или услуги, которые он получил);
- впечатления всегда индивидуальны – для одного человека эмоция будет положительная, для другого отрицательная.

Экономика впечатлений непосредственно тесно связана с малым и средним бизнесом. Именно экономика впечатлений помогает не только развивать культуру и искусство, но и приносить наибольшую прибыль в регионы России.

Таким образом, можно сделать вывод, что креативные индустрии выступают как ресурс экономики впечатлений. Организация каких-либо мероприятий, концертов, праздников дают людям такие эмоции и впечатления, которые они будут помнить долго. Цифровизация дает арт-менеджерам и творческим предпринимателям расширять кругозор для внедрения новых практик и методов в развитии культурных индустрий. Современная экономика требует эффективного управления в различных сферах, в том числе в культуре и искусстве. Когда мы говорим о любом виде креативности рыночная экономика становится непосредственно креативной экономикой, которая в свою очередь выполняет свои задачи и функции. Также креативная экономика, несомненно, является главным спектром развития малого и среднего бизнеса.

В современном мире креативные индустрии играют ключевую роль в развитии экономики страны, имиджа города и приобщении к культуре и искусству граждан. Так, создание и проведение культурно-досуговых мероприятий на данный момент невозможно без технологий творческого предпринимательства и арт-менеджмента, а экономика впечатлений и региональная политика помогает в реализации задуманных целей и планов. Как итог проведенных исследований нами предлагаются рекомендации для развития творческого предпринимательства и арт-менеджмента. Данные рекомендации разработаны с целью развития навыков и стратегий, которые помогут специалистам в данной области. Целью рекомендаций является разработка стратегий, которые способствуют развитию творческого предпринимательства и арт-менеджмента как ключевых ресурсов в креативных индустриях. Для достижения данной цели необходимо придерживаться следующих задач:

1. Определить основные принципы и подходы к развитию творческого предпринимательства и арт-менеджмента.
2. Разработать методику и инструменты для подготовки артменеджеров.
3. Стимулировать создание новых проектов и услуг в сфере творческого предпринимательства.

Развитие творческого предпринимательства и арт-менеджмента как ресурсов основывается на следующих принципах:

1. Создание образовательных программ.
2. Развитие навыков.
3. Поддержка инноваций.
4. Необходимость развивать инфраструктуру для творческого предпринимательства и арт-менеджмента.
5. Взаимодействие творческих предпринимателей и арт-менеджеров с органами власти для выявления и решения проблем, разработок стратегий развития в области культуры и искусства.
6. Продвижение услуг и продуктов на рынке, посредством рекламы, маркетинга и т.д. для увеличения спроса и прибыли.

На федеральном уровне необходимо создать и разработать новые законы для регулирования деятельности творческого предпринимательства и арт-менеджмента. На региональном и муниципальном уровне необходимо создать соответствующие программы и мероприятия, которые будут оказывать поддержку в интеграции культуры и искусства.

Также считаем целесообразным осуществлять следующие меры поддержки творческого предпринимательства и арт-менеджмента:

- субсидирование кредитов,
- грантовая поддержка проектов,
- предоставление налоговых и иных льгот,
- информационная поддержка.

## Заключение

Таким образом, творческое предпринимательство и арт-менеджмент являются важными ресурсами в региональной культурной политике. Эффективное использование данных ресурсов позволит создать условия для развития культурной среды, качества жизни общества и креативных индустрий в целом.

## Библиография

1. Абанкина Т. В. и др. Креативные индустрии России: тенденции и перспективы развития. – 2021.
2. Абрамова, М. «Цифра» и новая этика креативных индустрий / Марина Абрамова. Текст : непосредственный // Университетская книга. – 2020. – № 8. – С. 8-13.
3. Акимова, О. Е. Тенденции развития креативных индустрий / О. Е. Акимова, С. К. Волков, И. М. Кузлаева. – Текст : электронный // Последствия и вызовы пандемии коронавируса для технологического и социально-экономического развития общества : сборник трудов III Международной научно-практической конференции, Ярославль, 10 декабря 2020 года / под общей редакцией С. В. Шкиотова, В. А. Гордеева. – Ярославль : Ярославский государственный технический университет, 2020. – С.91-94
4. Афанасьева, М. А. Введение в понятие «креативные индустрии» / М. А. Афанасьева. – Текст: электронный // Научноград: наука, производство, общество.- 2017.-№4(14).- С.50-54.
5. Бокова, А. В. Культурные, креативные, творческие индустрии как явление современной культуры: опыт концептуализации : специальность 24.00.01 – Теория и история культуры : диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук / Бокова Анна Викторовна ; Национальный исследовательский Томский государственный университет. – Томск, 2016. – 174 с.
6. Благова, И. Ю. Зарубежный опыт развития креативных индустрий / И. Ю. Благова. – Текст : электронный // Проблемы современных социокультурных исследований : сборник научных трудов по материалам Международной научнопрактической конференции 27 октября 2020 г. : Белгород : Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. – С. 45-48.
7. Васина, А. В. Культурное картирование в креативных индустриях: сущность и пути развития / А. В. Васина. – Текст : непосредственный // Атояновские чтения : альманах – Саратов : КУБиК, 2020. – С. 339-341.
8. Вейнмейстер А. В., Иванова Ю. В. " Культурные индустрии" и " креативные индустрии": границы понятий

- //Международный журнал исследований культуры. – 2017. – №. 1 (26). – С. 38-48.
9. Григорьева Е.А. Креативные индустрии как фактор экономического роста // Современные проблемы науки и образования. – 2022. – № 1. – С. 67–73.
  10. Зайцева Н.А. Государственная поддержка креативных индустрий: достижения и вызовы // Журнал экономической политики. – 2021. – № 3. – С. 40–47.
  11. Иванов С.К. Креативные индустрии: особенности организационного обеспечения // Экономика и управление. – 2020. – № 8. – С. 13–22.
  12. Коваленко Т.Г. Роль креативных индустрий в городской экономике: новые горизонты // Урбания. – 2021. – № 6. – С. 88–95.

## **Creative Entrepreneurship as a Resource of Regional Policy in the Sphere of Culture and Arts**

**Aleksei S. Chernov**

PhD in Pedagogical Sciences,  
Associate Professor,  
Department of Socio-Cultural Activities,  
Moscow State Institute of Culture,  
141406, 7 Bibliotechnaya str., Khimki, Russian Federation;  
e-mail: Chernov82@mail.ru

### **Abstract**

The article examines the role of creative entrepreneurship and art management in the context of regional policy in the sphere of culture and arts. The modern world is undergoing a transformation of cultural values and needs. In the context of globalization and the information revolution, culture is becoming an important factor in the development of the regional economy and society. In this regard, creative entrepreneurship and art management are gaining particular significance as resources capable of stimulating the development of the cultural sphere, increasing the competitiveness of regions, and creating an attractive environment for living and working.

### **For citation**

Chernov A.S. (2025) *Tvorcheskoye predprinimatel'stvo kak resurs regional'noy politiki v sfere kul'tury i iskusstva* [Creative Entrepreneurship as a Resource of Regional Policy in the Sphere of Culture and Arts]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 15 (6A), pp. 72-78.

### **Keywords**

Creative entrepreneurship, regional policy, culture, arts, economic development, creative industries, investments, educational programs, social prosperity, interdisciplinary cooperation.

## **References**

1. Abankina T. V. and others. Creative industries of Russia: trends and development prospects. – 2021.
2. Abramova, M. "Digital" and the new ethics of creative industries / Marina Abramova. Text : direct // University book. - 2020. – No. 8. – pp. 8-13.
3. Akimova, O. E. Trends in the development of creative industries / O. E. Akimova, S. K. Volkov, I. M. Kuzlaeva. – Text : electronic // Consequences and challenges of the coronavirus pandemic for the technological and socio-economic development of society : proceedings of the III International Scientific and Practical Conference, Yaroslavl, December

- 
- 10, 2020 / edited by S. V. Shkiotov, V. A. Gordeev. Yaroslavl : Yaroslavl State Technical University, 2020. pp.91-94
  4. Afanasyeva, M. A. Introduction to the concept of "creative industries" / M. A. Afanasyeva. – Text: electronic // Naukograd: science, production, society.- 2017.-№4(14).- Pp.50-54.
  5. Bokova, A.V. Cultural, creative, creative industries as a phenomenon of modern culture: the experience of conceptualization : specialty 24.00.01 – Theory and history of culture : dissertation for the degree of Candidate of Philosophical Sciences / Bokova Anna Viktorovna ; National Research Tomsk state University. Tomsk, 2016. 174 p. (in Russian)
  6. Blagova, I. Y. Foreign experience in the development of creative industries / I. Y. Blagova. – Text : electronic // Problems of modern socio-cultural research : a collection of scientific papers based on the materials of the International Scientific and Practical Conference on October 27, 2020 : Belgorod : Agency for Advanced Scientific Research (APNI), 2020. – pp. 45-48.
  7. Vasina, A.V. Cultural mapping in creative industries: the essence and ways of development / A.V. Vasina. – Text : direct // Atoyan readings : an almanac. Saratov : KUBiK Publ., 2020, pp. 339-341.
  8. Weinmeister A.V., Ivanova Yu.V. "Cultural industries" and "creative industries": boundaries of concepts // International Journal of Cultural Studies. – 2017. – №. 1 (26). – Pp. 38-48.
  9. Grigorieva E.A. Creative industries as a factor of economic growth // Modern problems of science and education. – 2022. – No. 1. – pp. 67-73.
  10. Zaitseva N.A. State support for creative industries: achievements and challenges // Journal of Economic Policy. - 2021. – No. 3. – pp. 40-47.
  11. Ivanov S.K. Creative industries: organizational support features // Economics and management. 2020. No. 8. pp.13-22.
  12. Kovalenko T.G. The role of creative industries in the urban economy: new horizons // Urbania. - 2021. – No. 6. – pp. 88-95.