Международный научно-исследовательский журнал
«Прогрессивная экономика»
№ 6 / 2025 https://progressive-economy.ru/vypusk_1/czifrovye-platformy-kak-faktor-razvitiya-kreativnyh-industrij-v-regione/
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности ВАК: 5.2.3
УДК 338.246.2
DOI: 10.54861/27131211_2025_6_182



ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РЕГИОНЕ

Зубова Ю.А., *генеральный директор, ООО «Академия городских технологий «Среда», г. Москва, Россия*

Аннотация. Статья посвящена исследованию мировых трендов использования цифровых платформ в развитии креативных индустрий и возможности их применения в регионах России. Актуальность исследования обусловлена стремительной цифровизацией экономики и необходимостью поиска эффективных инструментов поддержки креативного сектора, который демонстрирует опережающие темпы роста по сравнению с другими отраслями. С использованием комплекса научных методов, включающего системный анализ научных публикаций и нормативно-правовых документов, регулирующих сферу креативных индустрий, экспертных оценок, проектного подхода при выработке предложений по совершенствованию региональной политики анализируются ключевые аспекты цифровых платформ, такие как снижение транзакционных издержек, расширение доступа к рынкам и возможности масштабирования бизнеса. Особое внимание уделено классификации цифровых платформ (маркетплейсы, социальные медиа, краудфандинговые, экспертные и образовательные платформы) и их роли в различных сегментах креативной экономики. На основе выявленных барьеров (недостаток цифровых компетенций, сложности монетизации, правовые риски) предложены меры региональной политики, включая образовательные программы, финансовую поддержку и создание специализированных «гайдов» для предпринимателей. Подчеркивается необходимость адаптации региональной политики развития креативных индустрий к условиям цифровой экономики, а также важность кооперации в целях достижения синергетического эффекта в креативных индустриях и продвижения локальных брендов.

Ключевые слова: цифровые платформы, креативные индустрии, цифровизация экономики, маркетплейсы, креативная экономика.

DIGITAL PLATFORMS AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES IN THE REGION

Zubova Yu.A., *General Manager, Academy of urban technologies LLC, Moscow, Russia*

Abstract. The article examines global trends in the use of digital platforms for the development of creative industries and explores their potential application in Russian regions. The relevance of the study stems from the rapid digitalization of the economy and the need to identify effective tools for supporting the creative sector, which demonstrates faster growth rates compared to other industries. The research employs a set of scientific methods, including systematic analysis of academic publications and regulatory documents of the creative industries, expert assessments, and a project-based approach to formulating recommendations for improving regional policies. The author analyzes key aspects of digital platforms, such as the reduction of transaction costs, expanded market access, and business expansive opportunities. Special attention is given to the classification of digital platforms (marketplaces, social media, crowdfunding, and educational platforms) and their role in various segments of the creative economy. Based on identified barriers (lack of digital competencies, monetization challenges, legal risks), the study proposes regional policy measures, including educational programs, financial support, and the development of specialized guides for entrepreneurs. The research emphasizes the need to adapt regional policies for creative industries to the conditions of the digital economy, as well as the importance of cooperation to achieve synergistic effects in creative industries and promote local brands.

Keywords: digital platforms, creative industries, digitalization, marketplaces, creative economy.

JEL classification: R11, O32, Q48.

Для цитирования: Зубова Ю.А. Цифровые платформы как фактор развития креативных индустрий в регионе // Прогрессивная экономика. 2025. № 6. С. 182–193. DOI: 10.54861/27131211_2025_6_182.

Статья поступила в редакцию: 12.06.2025 г. Одобрена после рецензирования: 23.06.2025 г. Принята к публикации: 24.06.2025 г.

For citation: Zubova Yu.A. Digital platforms as a factor in the development of creative industries in the region // Progressive Economy. 2025. No. 6. pp. 182–193. DOI: 10.54861/27131211_2025_6_182.

The article was submitted to the editorial office: 12/06/2025. Approved after review: 23/06/2025. Accepted for publication: 24/06/2025.

Введение

Цифровые платформы выступают ключевым фактором роста и трансформации креативных индустрий, особенно в условиях стремительной цифровизации экономики и общества. В последние годы наблюдается значительное увеличение роли цифровых платформ – социальных сетей, видеохостингов, специализированных сайтов и приложений – в обеспечении доступа к культурному контенту, образовательным ресурсам и бизнес-возможностям. Благодаря современному уровню цифровизации, креативные компании растут в 3–5 раз быстрее, чем вся экономика в целом [1, с.7].

Развитие креативных индустрий в значительной степени зависит от специфики и потенциала конкретных территорий. В России, согласно Рейтингу креативных регионов, составленному на основе данных НИУ ВШЭ, лидерами являются Москва, Санкт-Петербург, Новосибирская и Томская области [2]. При этом прирост добавленной стоимости в экономику России, который обеспечивается вложением 1 руб. в креативные индустрии, по оценке ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, составляет 1,37 руб. Этим обусловлена актуальность реализации активных мер политики региональными органами власти по стимулированию развития креативных индустрий, в том числе обеспечению возможности быстрого роста креативных секторов экономики в условиях высоких процентных ставок и дорогих инвестиционных ресурсов.

Экспертами НАФИ отмечается, что использование цифровых платформ – обязательное условие развития креативной экономики и ее выхода на международные рынки [1, с.7]. Таким образом, цифровые платформы являются ключевым фактором, обеспечивающим динамичное развитие креативных индустрий в регионах, способствуя их цифровизации, коммерциализации и интеграции в глобальные экономические процессы, что и обусловливает актуальность настоящего исследования.

Исходя из предположения о том, что цифровые платформы в целом стимулируют рост креативных индустрий и в целях повышения их эффективности необходимо реализовывать меры региональной государственной политики по поддержке развития креативных индустрий с использованием функций цифровых платформ для масштабирования регионального креативного бизнеса, целью настоящего исследования является разработка рекомендаций для региональных органов власти по использованию цифровых платформ в целях стимулирования роста креативных индустрий региона.

Задачами исследования являются:

– систематизация существующих исследований, посвященных влиянию цифровых технологий на креативный сектор экономики;

– выявление и систематизация ключевых цифровых платформ, используемых представителями креативных индустрий;

– анализ трудностей, с которыми сталкиваются креативные предприниматели при использовании цифровых платформ;

– разработка предложений по совершенствованию региональной политики поддержки креативных индустрий через цифровизацию экономики.

Материалы и методы

С использованием комплекса научных методов, включающего системный анализ научных публикаций и нормативно-правовых документов, регулирующих сферу креативных индустрий, на основе сравнительного анализа российских и зарубежных практик выявлены ключевые тенденции цифровизации креативного сектора. Для проведения эмпирической части исследования, выявления барьеров и разработки мер поддержки использованы методы экспертной оценки и классификации цифровых платформ, а также проведен анализ успешных региональных практик. При разработке рекомендаций по формированию региональной политики особое внимание уделено проектному подходу.

Теоретические основы использования цифровых платформ в развитии креативных индустрий

Достаточно большое количество научных исследований посвящено понятию и классификации креативных индустрий. Однако для разработки мер региональной экономической политики по развитию креативных индустрий представляется целесообразным опираться исключительно на понятие, установленное в законодательстве, определяющее креативную индустрию как экономическую деятельность, непосредственно связанную с созданием, продвижением на внутреннем и внешнем рынках, распространением и (или) реализацией креативного продукта, обладающего уникальностью и экономической ценностью [3]. При этом приказом Минэкономразвития России утвержден исчерпывающий перечень видов экономической деятельности (ОКВЭД), относящихся к креативному бизнесу [4].

Утвержденный перечень ОКВЭД можно разбить на три группы исходя из бизнес-моделей, способов монетизации и взаимодействия с потребителем, которые в дальнейшем могут быть усовершенствованы с помощью цифровых платформ:

1. Производство и продажа физических товаров: народные художественные промыслы и ремесла, мода (включая ювелирное дело), книжное дело (издание печатной продукции), гастрономия (физические продукты, локальные бренды).

2. Услуги и исполнительские практики: исполнительские искусства; музыка (живые концерты и выступления); культурное наследие (музеи, телевидение, кинотеатры, фестивали); отдых и развлечения (парки, квесты, ивенты).

3. Цифровые продукты и платформы: видеоигры (мобильные, PC/консольные), программное обеспечение (креативные SaaS-решения), медиа и СМИ (онлайн-издания, подкасты), музыка (стриминг, цифровые продажи).

4. Контент и интеллектуальная собственность: кино, ТВ и анимация (продажа прав, дистрибуция); книжное дело (электронные книги, аудиокниги); арт-индустрия (NFT, цифровое искусство).

5. Проектные и консалтинговые услуги: дизайн (графический, промышленный, интерьерный), архитектура и урбанистика, реклама и PR (креативные агентства).

Для успешного развития в регионе креативных индустрий необходимо создать условия, которые увеличат спрос на их продукцию и услуги, расширят клиентскую базу и повысят доступность креативных продуктов для разных аудиторий. Для решения этих задач целесообразно использовать цифровые платформы.

Цифровые платформы – это технологические инфраструктуры, соединяющие производителей и потребителей креативных продуктов. Цифровые платформы формируют новую модель экономических отношений между сетями участников на основе технологий и решений таким образом, чтобы, по сравнению с традиционными способами и каналами взаимодействия, минимизировать стоимость транзакций между отраслевыми участниками [5, с. 13]. В контексте цифровых платформ трансформируются и трудовые отношения. Формируется принципиально новая модель занятости: работники привлекаются на условиях почасовой оплаты через цифровые платформы для участия в ограниченных по времени проектах без возникновения долгосрочных трудовых обязательств [5, с.15].

Данный феномен получил в академической литературе несколько концептуальных обозначений:

1) freelancing economy (платформенная фриланс-экономика) [6];
2) gig economy (экономика временных работ/подработок) [7];
3) on-demand economy (экономика услуг по запросу) [8].

При этом концепция on-demand economy, помимо рынка труда, существенно шире повлияла на трансформацию бизнес-моделей компаний. В связи с появлением цифровых платформ «предоставление услуг по запросу», ключевым образом были трансформированы: транспортные услуги, программное обеспечение и облачные вычисления, видео по запросу, доставка продуктов питания, услуги на дом, услуги в области здоровья и красоты.

В результате исследования выявлены ключевые особенности цифровых платформ, важные с точки зрения возможного влияния на креативные отрасли:

1) экосистемный эффект: платформа представлена как система взаимосвязанных элементов, которая включает в себя некоторую головную организацию и ее окружение, а также связи между ними, создающие синергический эффект через предоставление доступа всех участников к дополнительным ресурсам для достижения поставленных целей [9, с. 26];

2) снижение транзакционных издержек и повышение доступности информации о потенциальных запросах и предложениях в систематизированном виде: платформа снижает затраты пользователей на поиск и транзакции и позволяет им эффективно обмениваться продуктами и

услугами [10], что способствует масштабированию спроса и предложения конкретного бизнеса в рамках цифровой платформы;

3) снижение неопределенности: платформа помогает уменьшить потребность во владении ресурсами [11], повышая эффективность работы организаций, за счет концентрации ресурсов на продуктах своей сферы деятельности и использования по запросу непрофильных услуг, повышая в целом их конкурентоспособность; позволяет отслеживать активы и отдельных лиц, управлять ими без официального владения или найма в такой степени, которая ранее была невозможна.

Результаты и обсуждение

В результате анализа доступных для российских предпринимателей цифровых платформ была проведена их систематизация в зависимости от основных функций и возможного влияния на развитие креативных индустрий и выделено несколько типов (табл. 1).

Таблица 1

Классификация цифровых платформ

Тип платформы	Примеры	Ценность платформы для региональных представителей креативных индустрий
Маркетплейсы	Авито, Etsy, Ярмарка Мастеров, Русские ремёсла (специализированная платформа), Ozon Handmade, VK Play, ЛитРес	Доступ к рынкам для локальных производителей
Социальные медиа	VK, Яндекс.Дзен, Telegram, Яндекс.Афиша (анонсы), VC.ru (корпоративные медиа), Rutube, KudaGo, Houzz (интерьерные решения)	Продвижение с низким бюджетом
Краудфандинговые платформы	Kickstarter, Planeta.ru	Альтернативное финансирование
Образовательные и рекламные платформы	Skillbox, Coursera, Stepik Яндекс.Директ	Повышение квалификации и продвижение
Платформы по привлечению трудовых ресурсов	KWORK, freelance.ru, АВИТО, Яндекс.Крауд	Продвижение услуг самозанятых, гибкое привлечение наемных сотрудников

Источник: составлено автором

Представленный перечень не носит исчерпывающего характера, так как на рынок постоянно выводятся новые специализированные цифровые платформы. При этом нужно обратить внимание что два самых массовых маркетплейса России с точки зрения продаж товаров населению – Wildberries и Ozon – не вошли в представленную классификацию в связи с тем, что предприятия креативных индустрий в категории «Мода», должны производить «товары, изготовленные по индивидуальному заказу населения», согласно утвержденному приказу Минэкономразвития России [4].

Говоря о политике региональных органов власти, направленной на развитие креативных индустрий, приоритетное внимание в целях достижения экосистемных эффектов развития бизнеса, его масштабирования и снижения транзакционных издержек пользователей целесообразно уделять улучшению доступа региональных организаций к цифровым платформам. В результате анализа существующих практик развития креативных индустрий Т.П. Бунеев, А.И. Зайончковский в 2023 г. пришли к выводу, что отечественная модель развития креативных индустрий находится на начальном этапе развития ввиду отсутствия достаточного нормативно-правового регулирования, а также государственных мер системной поддержки креативных индустрий [12]. При этом уже в исследовании 2024 года отмечается, что во многих регионах России существует практика разработки программных и стратегических документов: концепций развития отдельных креативных индустрий (экономики); планов (дорожных карт) по развитию креативных индустрий; комплексов мер по их поддержке; нормативно-правовых документов о развитии и поддержке креативных индустрий [13].

Однако в результате анализа научных публикаций установлено, что роли цифровых платформ в развитии креативных индустрий в регионах России уделяется недостаточное внимание. Исследователи концентрируют свое внимание на создании креативных пространств, обучающих акселерационных и инкубационных программ, на финансовых затратах и предоставлении налоговых льгот [12; 13].

Ярким примером стремительного развития креативных индустрий в зарубежных странах служит Китай, где с 2001 года реализуется целенаправленная политика развития креативного сектора. Отличительной чертой китайского подхода является тесная взаимосвязь креативных индустрий с ИКТ, активное использование цифровых платформ, моделей совместного потребления и геймифицированных инструментов [14, с. 70].

При проектировании региональной политики развития креативных индустрий предлагается с помощью цифровых платформ воздействовать на ключевые драйверы развития бизнеса, тем самым обеспечивая содействие местному бизнесу в цифровой трансформации его бизнес-модели.

Задачей региональной политики является обучение региональных предпринимателей пользованию цифровыми платформами, а также помощь в прохождении барьеров, связанных с использованием цифровой платформы. С целью устранения этих барьеров предложены приоритетные меры региональной политики по развитию креативных индустрий на основе драйверов роста бизнеса (табл. 2).

Цифровые платформы устраняют географические барьеры, позволяя региональным предприятиям креативных индустрий выходить на глобальные рынки. Однако это требует наличия цифровых компетенций для поиска и выхода на платформы, разработки и отладки вариантов монетизации, а также содействия в продвижении регионального бизнеса в части приоритезации предложений карточек товаров на платформах.

Таблица 2

Проектирование региональной политики по развитию креативных индустрий

Классификация креативных индустрий России на основе бизнес-модели	Драйверы и барьеры развития креативного сектора	Целевые меры поддержки
Производство и продажа физических товаров (народные художественные промыслы и ремесла, изделия пошива и др.)	Цель: масштабирование бизнеса, возможность выхода на глобальные рынки через международные платформы. Барьеры входа на платформу: низкая видимость из-за алгоритмов ранжирования. Важно: поиск служб логистики и фулфилмента	1. Субсидии на продвижение. 2. Правовая защита: - защита дизайнов и авторских прав; - борьба с контрафактом на цифровых площадках. 3. Образовательные программы e-commerce для производителей. 4. Разработка «гайдов» по выходу на платформы Ярмарка Мастеров, Etsy. Возможность многоразового использования «гайда» для типовых кейсов 5. Поиск вариантов сервисов логистических операторов и фулфилмента.
Услуги и исполнительские практики (концерты, музеи и др.)	Цель: переход к гибридным форматам бизнеса (офлайн / онлайн); использование платформ для продвижения и бронирования услуг (Timepad, Яндекс.Афиша). Барьеры развития: - нехватка оборудования для качественных трансляций и записей; - отсутствие цифровых компетенций у артистов/исполнителей; - необходимость инвестиций в продвижение	1. Создание креативных пространств, оборудованных для цифровых трансляций и качественной записи контента. 2. Программы защиты цифрового авторского права, в том числе с использованием NFT. 3. Разработка «гайдов», например: по созданию онлайн-школы; проведению «гибридных (офлайн / онлайн) мероприятий
Цифровые продукты и платформы (видеоигры,	Цель: повышение представленности и узнаваемости региональных цифровых продуктов.	1. Реализация программ для молодежи, игровых акселераторов и курсов по геймдизайну

программное обеспечение и др.)	Барьеры: - сложности монетизации в условиях бесплатного контента; - ограничения на трансграничные данные и платежи; - сложности при выходе в цифровые маркетплейсы, например App Store и Google Play	2. Гранты на разработку приложений и симуляторов для сферы образования (колледжи, школы). 3. Стимулирование использования локализованных сюжетов и дальнейшее их продвижение
Контент и интеллектуальная собственность (анимация, аудиокниги, цифровое искусство и др.)	Цель: Обеспечить глобализацию контента и представленность у цифровых дистрибуторов; - книги: Bookmate, Литрес - музыка: VK Музыка, Zvooq - видео: More.tv, Start. Барьеры: - перенасыщение рынка; - борьба за внимание	Подготовка «гайдов» по выходу на цифровых дистрибьюторов (например, как выпустить на платформе и монетизировать книгу)
Проектные и консалтинговые услуги креативных индустрий	Цель: цифровая трансформация традиционных бизнесов, требующих экспертной поддержки. Барьеры: - перенасыщение рынка потенциальных исполнителей на цифровых платформах; - нехватка цифровых навыков для продвижения на платформах у традиционных креативщиков (дизайнеров, архитекторов)	1. Акселераторы для креативных консультантов (обучение и нетворкинг). 2. Программы обмена с зарубежными креативными кластерами. 3. Менторские программы от топ-экспертов индустрии

Источник: составлено автором

В целях содействия росту креативных индустрий в условиях ограниченности бюджетных средств на оказание финансовых мер поддержки представляется целесообразным разработка «гайдов» по выходу и продвижению конкретного сегмента креативных индустрий на соответствующей платформе, а также «рекомендованных» дополнительных сервисов для предпринимателей с учетом региональной специфики. Это позволит снизить барьеры выхода на цифровые платформы, например в части решения логистических и складских (фулфилмент) задач. Важность этого механизма обусловлена возможностями многоразового использования «гайда» для типовых кейсов регионального бизнеса.

Результаты проведенного исследования позволили сформулировать следующие основные принципы разработки региональных мер поддержки креативного бизнеса для выхода его на цифровые платформы.

1. Выбор сегментов креативных индустрий с высоким потенциалом роста за счет исследования локальных креативных бизнесов (IT, дизайн, музыка, кино, игры и др.) на предмет потенциала масштабирования и выявления наиболее перспективных цифровых платформ для целевых сегментов.

2. Достижение синергетических эффектов за счет сетевых и партнерских инициатив:

- за счет формирования кластеров креативных компаний для совместного выхода на платформы;
- создания партнерств с международными цифровыми площадками (специальные условия для региона);
- формирования общих для целевого сегмента креативных компаний «гайдов» по выходу и продвижению на цифровых платформах.

3. Повышение узнаваемости локальных брендов и представленности на платформах за счет дополнительных мер: финансовой поддержки на маркетинг (таргетированная реклама, продвижение) и обучение цифровым навыкам и брендингу; правовой защиты; выдачи грантов на интеграцию локального культурного наследия в цифровой контент.

Региональные меры должны быть практико-ориентированными, сочетать финансовую, образовательную и инфраструктурную поддержку, а также помогать бизнесу преодолевать барьеры при выходе на глобальные цифровые платформы.

Выводы

Цифровые платформы являются ключевым инфраструктурным элементом креативных индустрий, обеспечивая доступ к глобальным рынкам, снижая транзакционные издержки и обеспечивая возможность быстрого масштабирования регионального креативного бизнеса.

Развитие креативных индустрий на базе цифровых платформ требует адаптации региональной политики к условиям работы с ними. Предлагаемые меры по разработке «гайдов», по созданию цифровой инфраструктуры в рамках креативных кластеров, образовательные программы и финансовые

меры поддержки по продвижению на цифровых платформах позволят нивелировать барьеры входа и продвижения региональных предпринимателей на платформах, и обеспечит рост сектора креативных индустрий в регионе.

В целях решения, поставленных задач принципами региональной политики, должны стать: фокусировка на перспективных направлениях креативной экономики, способных к быстрому развитию; создание синергии через кооперацию, партнерство и сетевые проекты; продвижение местных брендов и повышение уровня их представленности на цифровых платформах.

Задачей дальнейших исследований является поиск оптимальной модели развития креативных индустрий в регионе с использованием цифровых платформ на основе сочетания гибкой кооперации между творческими предпринимателями региона, использования культурно-экономического ландшафта, создания новых инструментов монетизации и наличия локальной инфраструктуры для креативного бизнеса.

Литература

1. Вклад цифровых платформ в развитие креативных индустрий и поддержку креативного предпринимательства / Г.Р. Имаева, Е.Ю. Сушко, И.А. Гильдебрандт, Л.В. Спиридонова, Т.А. Аймалетдинов // Москва: Издательство НАФИ, 2021. 84 с. URL: https://nafi.ru/upload/NAFI_Google_Digital_Platforms_Creative_Industries.pdf.

2. Рейтинг креативных регионов России: 2024 / Л. М. Гохберг, В. О. Боос, К. Н. Боякова, Е. С. Куценко и др.; под ред. Л. М. Гохберга, Е. С. Куценко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2025.

3. Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации», статья 3 // Собрание законодательства Российской Федерации, № 33 (ч. II), 12.08.2024, ст. 5026.

4. Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 23.04.2025 № 266 «Об утверждении перечня видов экономической деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности». URL: http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202505270011.

5. Государственные цифровые платформы: формирование и развитие / Е. М. Стырин, Н. Е. Дмитриева; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. 192 с.

6. Popiel P. Boundaryless in the creative economy: assessing freelancing on Upwork // Critical Studies in Media Communication. 2017. Vol. 34. No. 3. P. 220–233.

7. Roy G., Shrivastava A.K. Future of gig economy: opportunities and challenges // Imi Konnect. 2020. Vol. 9. No. 1. P. 14–27.

8. Popescu A.I. The Evolution of On-Demand Platforms: Conceptual Framework, Regulatory Challenges, and Policy Implications in the Digital Economy //International Journal of Economic Sciences. 2024. Vol. 13. No. 2. P. 55–86.

9. Васильева Е.В. Методология исследования возможностей цифровых платформ и экосистем: опыт применения Platform Innovation Kit // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2023. Т. 19, № 1. С. 24–35.

10. Holzmann P., Gregory P., Bohn S., Reischauer G. Institutional logics and business models of digital niche marketplaces // Information and Organization. 2025. Vol. 35 (2). P. 100575. https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2025.100575.

11. Gawer A. Digital Platforms and Ecosystems: Remarks on the Dominant Organizational Forms of the Digital Age // Innovation: Organization & Management. 2022. Vol. 24. No 1. P. 110–124.

12. Бунеев Т.П., Зайончковский А.И. Развитие национальных креативных индустрий: сравнение зарубежного и отечественного опыта. Россия: общество, политика, история. 2023. №1 (6). С. 102–121.

13. Ривчун Т.Е., Вапнярская О.И., Платонова Н.А. Практики поддержки креативных индустрий на региональном уровне // Вопросы государственного и муниципального управления. 2024. № 3. С. 187–210.

14. Гумерова Г.И., Шаймиева Э.Ш. Подходы к исследованию креативных индустрий для управления в цифровой экономике // Russian Journal of Economics and Law. 2023. Т. 17. № 1. С. 63–89.