

ОБОСНОВАНИЕ ПОДХОДА К ВЫБОРУ ПРИОРИТЕТНЫХ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)

Инга Викторовна Ретивых^а

DOI: 10.22394/2070-8378-2025-27-2-55-67

Светлана Евгеньевна Решетникова^а

^а Региональная экспертная группа по внедрению стандарта развития креативных (творческих) индустрий по Алтайскому краю

Аннотация: Исследования развития креативных индустрий в Алтайском крае позволили авторам разработать и предложить для региона другой подход к выбору приоритетов развития креативных индустрий, в основе которого неотчуждаемые конкурентные преимущества и развитие не отдельных отраслей, а проектов, интегрирующих вокруг себя несколько связанных креативных видов деятельности. Подход отвечает принципам человекоцентричности и содержит два аспекта, обеспечивающих устойчивость получаемых результатов: статический и динамический. Разработаны этапы становления и развития приоритетных креативных индустрий. Предлагаемый подход к выбору приоритетов креативных индустрий для Алтайского края учитывает рекомендации стандарта внедрения креативных индустрий, соответствует целям национальных проектов РФ, стратегиям развития экспорта услуг и культурной политики государства, а также опирается на уникальные конкурентные преимущества региона в сфере креативных индустрий. Подход не исключает, а усиливает меры, предпринимаемые региональными властями в части популяризации креативных индустрий и привлечения широких масс населения к участию в создании креативных продуктов с целью развития профессиональных навыков и накопления критической массы специалистов, способных создавать конкурентоспособный креативный продукт.

Ключевые слова: креативные индустрии, конкурентные преимущества, человекоцентричность, подход к выбору приоритетов развития

Дата поступления статьи в редакцию: 23 декабря 2024 года.

JUSTIFICATION OF THE APPROACH TO SELECTING PRIORITY CREATIVE INDUSTRIES IN THE REGION (USING THE ALTAI TERRITORY AS AN EXAMPLE)

RESEARCH ARTICLE

Inga V. Retivikh^a

Svetlana E. Reshetnikova^a

^a The regional expert group on the implementation of the standard for the development of creative industries in the Altai Territory

Abstract: The authors' research on the growth of the Altai Region's creative industries has allowed them to formulate and suggest a method for determining the region's creative industries' development priorities. This method is based on projects that incorporate multiple related creative activities rather than on the growth of individual sectors or unique competitive advantages. The approach adheres to human-centered principles and includes two components that ensure the sustainability of the results obtained: static and dynamic. The research enabled the development of stages for establishing and developing priority creative industries. The suggested method for choosing the Altai Region's creative industry priorities is based on the region's distinct competitive advantages in the creative industries, aligns with the goals of the Russian Federation's national projects, strategies for growing service exports, and the state's cultural policy, and considers the standard for implementing creative industries. The proposed strategy aims to build professional skills and a critical mass of specialists who can produce competitive creative products without contradicting or undermining regional governments' efforts to support creative industries and encourage citizens to engage in the production of creative products.

Keywords: creative industries, competitive advantages, human-centeredness, approach to selecting development priorities

Received: December 23, 2024.

Введение

С принятием в 2024 году Закона о развитии креативных индустрий, призванного обеспечить ускоренное развитие «экономики талантов»¹, перед субъектами Российской Федерации встали вопросы, связанные с определением подхода к выбору приоритетных отраслей креативных индустрий, и, собственно, сам выбор, который обозначит специализацию региона в креативной сфере. Фиксация приоритетов развития креативных индустрий в нормативных документах стратегического характера позволит улучшить и упростить межведомственное взаимодействие, скоординировать планы и консолидировать бюджеты региональных ведомств в русле единой стратегической цели, а также оперативно разработать региональные меры поддержки и обозначить приоритетные направления для частных и федеральных инвестиций.

Путем региональной специализации креативных индустрий идут многие страны. Исследования, проведенные в 31 провинции КНР, показали, что специализированные креативные кластеры показывают большую эффективность и экономическую устойчивость, чем дифференцированные. Специализация служит драйвером развития территории и источником конкурентного преимущества и экономической эффективности территории [Liu, Fang, Liu, Chen, 2023. P. 3, 12].

Исследование 20 регионов Италии, проведенное в 2019 году, показало прямую корреляцию между уровнем спроса на креативные индустрии в регионе и экономической устойчивостью региона [Cellini, Cuccia, 2019. P. 802].

Вопрос принципов выбора региональных приоритетов занимает значимое место в научной литературе, посвященной вопросам развития креативных индустрий.

Подходы к выбору приоритетов креативных индустрий

Согласно концепции развития креативных индустрий, «ускоренный переход к новым направлениям “умной специализации” регионов, своевременное формирование адекватных тенденциям научно-технологического развития социально-экономических специализаций»² являются одной из основных целей и задач, поставленных перед субъектами Российской Федерации в планах реализации Федерального закона от 8

августа 2024 года № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». Одной из первых задач, поставленных перед регионами, является выбор приоритетных направлений развития креативных индустрий.

Учитывая амбициозность поставленных целей и работу в сложных геополитических условиях, подход к выбору приоритетов развития должен формироваться исходя из специфики социально-экономического развития региона, его географического положения, транспортной доступности и индивидуальных особенностей.

В настоящее время не сформулирован унифицированный подход к выбору приоритетных креативных индустрий в регионе. Это объясняется отставанием экономической науки от практики креативного предпринимательства, ее текущим сосредоточением на уточнении терминологического аппарата, а также разработке подходов к оценке вклада креативных индустрий в экономику страны и региона [Бутова, Черкасова, Данилина, Данченко, Ниязбекова, Улина, 2023. С. 49]. При этом наиболее актуальным и дискуссионным является вопрос об измерении этого вклада в валовом региональном продукте [Морданов, 2022. С. 250]. Сложность этого вопроса невозможно переоценить, поскольку речь идет о творческом продукте, который проблематично оценивать по количественным критериям. Однако оценка требуется, поскольку напрямую влияет на выбор приоритетных направлений развития креативных индустрий в регионе. При этом важно отметить, что доля вклада креативных индустрий в экономику региона не может быть основой для выбора приоритетных направлений в связи с тем, что не учитывает соотношения уровня развития отраслей по регионам в целом и требует дополнительного сравнительного анализа для понимания конкурентных преимуществ.

В Атласе креативных индустрий АСИ от 2022 года приведен топ-10 ОКВЭД креативных индустрий регионов. Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги входят в тройку лидеров в каждом регионе СФО. Однако сравнительный анализ показывает, что выбор отрасли в качестве приоритета по количественным показателям не учитывает фактора конкуренции в данной отрасли среди регионов даже в федеральном округе (см.: **рисунок 1, 2**).

К настоящему времени регионы сформировали разный багаж ресурсов: материально-технических, кадровых, инвестиционных [Ретивых, 2015. С. 73]. При условии равного финансирования регионам, входящим в СФО, в том числе и Алтайскому краю, будет очень сложно обеспечить конкурентоспособный уровень развития для данной отрасли по сравне-

1 Федеральный закон от 8 августа 2024 года № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» (принят Государственной Думой 30 июля 2024 года; одобрен Советом Федерации 2 августа 2024 года). <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202408080136?ysclid=m4i9twk92e296494583>

2 Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 года № 2613-п. <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVlxBCjAtAya8FAVDUf.pdf>

нию с Новосибирской областью, на территории которой исторически сложились крупный научно-исследовательский центр, профильные вузы и сузы и один из крупнейших в Сибири технопарков. Чтобы оценить уровень конкуренции в этой отрасли на федеральном уровне, добавим данные по сумме средней выручки организации индустрии программного обеспечения в г. Москве (рисунок 3).

Соответственно, встает вопрос о целесообразности выбора в качестве приоритета развития отдельно взятой индустрии. Каждый регион отличается своими определенными характеристиками, свойствами и предлагаемыми услугами [Колотов, 2016. С. 61]. Именно это позволяет создавать неотчуждаемые конкурентные преимущества и должно определять приоритеты, обеспечивающие конкурентоспособность региона в развитии креативной экономики.

В настоящее время превалирующее значение имеет прикладное применение разработок в исследованиях креативных индустрий, в связи с тем, что перед регионами встают задачи по внедрению регионального стандарта развития креативных индустрий, предполагающего выполнение 12 шагов, одним из которых является определение приоритетных креативных индустрий в целях формирования креативной специализации субъекта Российской Федерации. В региональном стандарте предложено учитывать следующие критерии выбора приоритетов: «Регионы должны определить приоритетные креативные индустрии на основе исследования, в том числе учитывающего:

- историческое наследие и экономическую специализацию региона и его городов;
- динамику развития креативных индустрий, уже развивающихся в регионе и его городах;
- сравнительные преимущества;

Рисунок 1. Количество организаций, осуществляющих деятельность в сфере разработки компьютерного программного обеспечения, консультационных услуг в данной области и других сопутствующих услуг, в СФО
Figure 1. The number of organizations in the Siberian Federal District providing computer software development, consulting, and other associated services

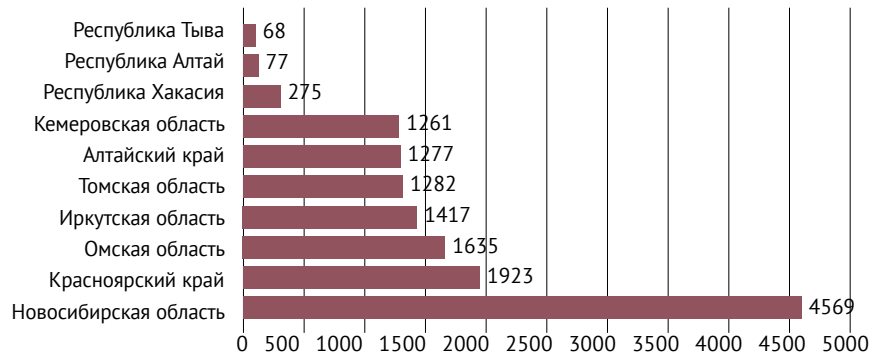


Рисунок 2. Суммарная выручка организаций, осуществляющих деятельность в сфере разработки компьютерного программного обеспечения, консультационных услуг в данной области и других сопутствующих услуг в СФО, тыс. руб.
Figure 2. Total revenue of organizations engaged in the development of computer software development, consulting, and other associated services in the Siberian Federal District, in thousand rubles

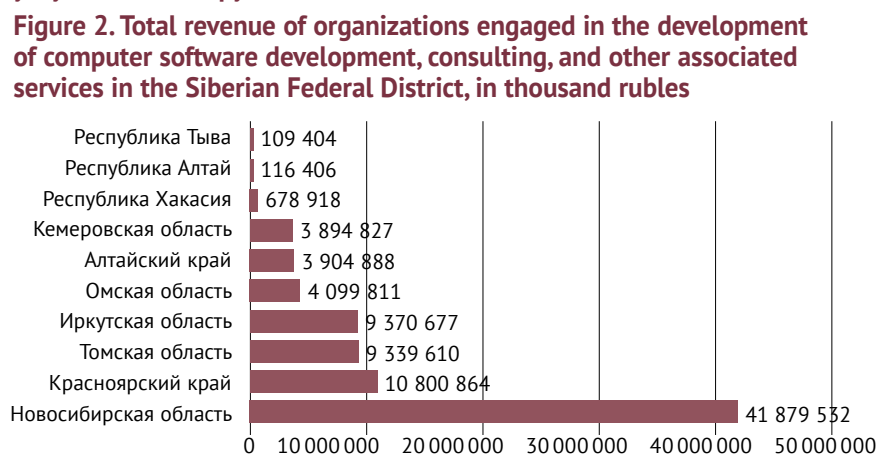
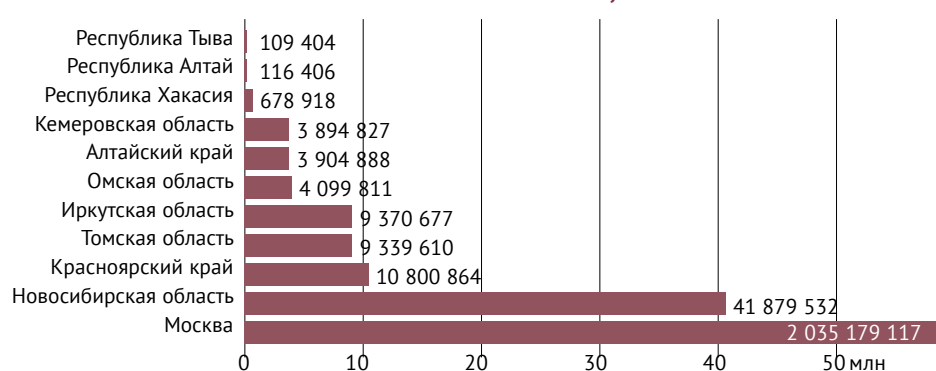


Рисунок 3. Суммарная выручка организаций, осуществляющих деятельность в сфере разработки компьютерного программного обеспечения, консультационных услуг в данной области и других сопутствующих услуг в СФО и г. Москве, тыс. руб.
Figure 3. Total revenue of organizations engaged in the development of computer software development, consulting, and other associated services in the Siberian Federal District and Moscow, in thousand rubles

Рисунок 3. Суммарная выручка организаций, осуществляющих деятельность в сфере разработки компьютерного программного обеспечения, консультационных услуг в данной области и других сопутствующих услуг в СФО и г. Москве, тыс. руб.
Figure 3. Total revenue of organizations engaged in the development of computer software development, consulting, and other associated services in the Siberian Federal District and Moscow, in thousand rubles



Ритм экономики

- человеческий капитал и кадровый потенциал;
- внутренний рынок и потенциал выхода на рынки других регионов и стран;
- оценку собственных возможностей;
- перспективы развития отдельных креативных индустрий в средне- и долгосрочной перспективе»³.

Практика показывает, что субъекты РФ формулируют свои приоритеты по-разному, опираясь на:

- развитие в регионе отрасли, исходя из экономических показателей;
- опросы населения;
- субъективное мнение экспертного сообщества и региональных властей.

Исследователи также предлагают разные подходы к выделению приоритетных отраслей. В работе «Развитие креативных индустрий экономики в регионе» авторы предлагают выделять приоритетные направления укрупненно для Сибирского федерального округа с учетом стратегий развития регионов СФО и значимых проектов по четырем уровням влияния: глобальному, страновому, межрегиональному и локальному [Наконечная, Соловьева, 2023. С. 20]. Однако, по каким принципам некоторые из отраслей отнесены к тому или иному уровню влияния, авторы не поясняют.

Так, к примеру, гастрономия отнесена к межрегиональному уровню, в то время как азиатская кухня распространена в мировом, глобальном масштабе и по праву относится к глобальному экспорту культуры, образа жизни. В истории немало примеров, когда локальный культурный феномен приобретает мировые масштабы. Подобный подход ценен возможностью формулирования стратегических задач по развитию каждой из приоритетных отраслей в разных горизонтах планирования, в зависимости от нынешнего состояния отрасли в регионе и в рамках общей стратегии развития.

М.С. Викторова на примере стратегии развития креативных индустрий Мурманской области выделяет в качестве приоритетных направлений развитие крупных густонаселенных городов региона, туристические кластеры и наиболее развитые или обладающие высоким потенциалом развития отрасли творческих индустрий. Следуя в рамках общей стратегии развития региона, такой подход позволяет включать развитие креативных индустрий не как отдельное приоритетное направление, а как часть больших проектов по развитию территории [Викторова, 2023. С. 84].

Обоснованно ставится вопрос об учете мнения населения при выборе приоритетных направлений кре-

ативных индустрий. Группа исследователей, проведя опрос населения в красноярске о выборе приоритетных отраслей для предпринимательства [Погоревич, Новиков, Выдрыч, Андреева, 2024. С. 15], сделала вывод о том, что население выбирает наиболее известные профессии, с точки зрения паблисити, имеющие низкий порог вхождения в отрасль. Авторы отмечают, что выбор региональных властей в значительной степени отличается от выбора населения, и в целях учета мнений разных сторон предлагают дополнить приоритетные направления с учетом мнения жителей. В то же время в исследовании поднимается вопрос о том, насколько целесообразно региональным властям оказывать господдержку достаточно популярным направлениям креативных индустрий с низким порогом вхождения в отрасль.

Наши исследования [Ретивых, 2021. С. 121] позволяют утверждать, что при осуществлении какого-либо выбора население ориентируется на имеющийся опыт, как правило, прошлый, и к будущему развитию он малоприменим. К тому же опрос граждан, не являющихся специалистами, о развитии той или иной индустрии, мало продуктивен, поскольку представляет собой мнение, не подкрепленное соответствующими знаниями и опытом. Мнение респондента относится только к своему жизненному сценарию, без привязки к региону и стране, и не учитывает интересы всего населения территории, в то время как выбор приоритетов обусловлен необходимостью принятия долгосрочной стратегии развития региона в целом. Поэтому мнение широких масс населения надо учитывать, но только как одно из многих, требующих дополнительных обоснований. Более значимым для выбора приоритетных направлений может быть мнение членов профессиональных сообществ и/или отраслевых профессионалов, оценивающих перспективы отрасли в регионе, возможности, барьеры и ограничения.

В Стратегии развития креативных индустрий в Тюменской области обозначен базовый принцип определения приоритетных отраслей: наличие спроса на продукцию субъектов креативных индустрий⁴. В теории такой подход бесспорен, но на практике возникает вопрос о том, что подразумевается под «спросом на продукцию креативных индустрий»: спрос на креативный продукт, производимый на территории области, и в этом случае приоритизация происходит с опорой на развитые профильные отрасли, или спрос на креативный продукт без привязки к региону, и тогда это ставит вопрос о формировании многих отраслей с нуля, в том числе и таких, которые не будут

3 Региональный стандарт развития креативных индустрий, разработанный некоммерческой организацией «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». https://kultura-to.ru/new/images/forsite/Doc/251223/Regionalnyy_standart_razvitiya_kreativnykh_industriy.pdf

4 Стратегия развития креативных индустрий в Тюменской области до 2030 года. Утверждена на заседании Штаба по развитию креативных индустрий в Тюменской области (Протокол № 2 от 29 ноября 2024 года). <https://investintyumen.ru/tyumen2030/strategicheskaya-dokumentatsiya-regiona/>

иметь конкурентных преимуществ перед другими регионами?

На примере Ульяновской и Саратовской областей А.В. Васина, Ю.О. Глушкова предлагают стихийный подход, стимулирующий рост творческого потенциала человека и интерес к креативному предпринимательству в целом [Васина, 2020. С. 41]. Такой подход требует избыточного финансирования во всех направлениях креативных индустрий в надежде на появление востребованного творческого проекта. Результаты в данном случае не прогнозируемы.

На примере Ростовской области И.В. Смольянова предлагает использовать другой методический подход к определению перспективных отраслей креативной экономики региона. В основе подхода лежит формула:

$$Qo = Po \times So \times Vo \times 1000 \quad (1),$$

где: **Po** – доли сотрудников организаций определенного сектора креативных индустрий в совокупной численности занятых в креативной сфере региона; **So** – доли организаций определенного сектора креативных индустрий в совокупном количестве организаций креативной сферы региона; **Vo** – доли выручки организаций определенного сектора креативных индустрий в совокупной выручке организаций креативной сферы региона. Расчет по приведенной формуле рейтинга каждой отрасли, по мнению автора, отражает перспективность направлений креативных индустрий [Смольянова, 2022. С. 3778].

О.В. Домнин, С.В. Домнина на примере Самарской области развивая подход, предложенный И.В. Смольяновой, предлагают присваивать удельный вес каждому из предложенных факторов: наибольшее значение присваивается доле занятых в отрасли **Po** (0,5), среднее значение – финансовому результату организаций **Vo** (0,3) и наименьшее – количественному показателю **So** (0,2). Таким образом, расчет перспективности отраслей для развития в регионе предлагается по следующей формуле:

$$Qo = (Po \times 0,5 + So \times 0,2 + Vo \times 0,3) \times 100 \quad (2).$$

При таком подходе отрасли, имеющие самый высокий итоговый показатель в рейтинге, признаются наиболее перспективными для развития в регионе [Домнин, Домнина, 2023. С. 22–26].

В целом работы авторов можно рассматривать как разные варианты единого количественного подхода к оценке перспективности развития креативных отраслей региона, находящегося в коридоре методологических рекомендаций оценки вклада креативных индустрий в экономику региона, предложенных Агентством стратегических инициатив. Система рейтингов упрощает выбор приоритетов, но не учитывает тесной взаимосвязи некоторых отрас-

лей и их конкурентоспособности с другими субъектами РФ.

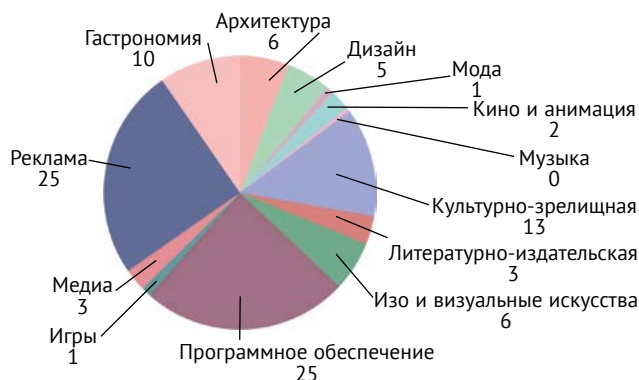
Количественный подход, в основе которого многофакторный анализ и расчет интегрального индекса развития креативной экономики региона, предлагают также О.В. Севастьянова и А.А. Антонова. Авторы группируют отрасли креативной экономики по четырем укрупненным секторам: индустрии культурного наследия, индустрии традиционного искусства, индустрии творческих услуг, индустрии креативных услуг. Для каждого сектора определяют систему показателей оценки, свойственную именно этим отраслям. На основе выделенных показателей рассчитывают интегральный индекс каждого сектора и общий интегральный индекс уровня развития креативной экономики региона. Так предлагают оценивать перспективность развития сектора [Севастьянова, 2023. С. 377–379].

Система показателей для каждого из укрупненных секторов креативных индустрий позволяет сделать подробный анализ каждого из них по сложной системе параметров, но также представляет собой только количественную оценку перспектив отрасли и не учитывает уникальность каждого сектора в привязке к территории в целом. А также, как и многие другие подходы, позволяет составить систему рейтингов внутри субъекта и не предполагает оценку конкурентных преимуществ имеющихся индустрий по сравнению с другими регионами страны. При таком подходе к оценке перспективности направлений рейтинг небольшого столичного музея может оказаться выше рейтинга объекта историко-культурного наследия мирового значения, находящегося на территории субъекта, просто в силу более высокой плотности населения и въездного турпотока.

Таким образом, в настоящее время и в теории, и на практике преобладает количественный подход выбора региональных приоритетных направлений развития креативных индустрий. Стандартизация и унификация оценки вклада в экономику отраслей понятна и объяснима с точки зрения упрощения анализа и управления отраслями, но не применима к индустриям, основанным на личном таланте человека, каковыми являются креативные индустрии. Акцент в выборе приоритетов на количественные показатели отрасли приведет к неизбежному оттоку талантов, востребованных потребителями креативного продукта, но не соответствующих приоритетным направлениям региона.

Вне зависимости от того, какие количественные показатели выбраны и насколько сложна и совершенна система, основанная только на количественных показателях, она не может поместить в прокрустово ложе статистики индивидуальный талант человека, особенно в том случае, когда его талант лежит на стыке отраслей. Количественный подход позволяет

Рисунок 4. Структура МСП креативных индустрий в Алтайском крае (на 10 сентября 2024 года) в %
Figure 4. Structure of SMEs in the creative industries in the Altai Region (as of September 10, 2024) in %



оценить нынешнее состояние креативных отраслей в регионе, но при прогнозировании перспектив развития отрасли он очень ограничен, поскольку не учитывает факторы технологических рывков, новые модные тенденции и тренды, а также фактор личности.

Выбор приоритетов креативных индустрий для Алтайского края

Учитывая сложившуюся специфику выбора приоритетов, для Алтайского края предлагаем подход, объединяющий рекомендованные в региональном стандарте факторы развития, цели государственной политики по развитию креативной экономики и в то же время опирающийся на уникальные конкурентные преимущества региона.

Количественный анализ развития креативных индустрий Алтайского края показывает, что среди субъектов МСП преобладают индустрии компьютерного программного обеспечения и рекламы. На втором месте – культурно-зрелищная индустрия, на третьем – индустрия гастрономии (**рисунок 4**).

Исходя из анализа структуры выручки предприятий креативных индустрий по полному кругу организаций, в 2023 году также лидируют индустрии программного обеспечения, рекламы и коммуникаций. На втором месте – индустрия гастрономии и деятельность в области архитектуры (**таблица 1**).

Анализ структуры количества предприятий креативных индустрий в общем количестве МСП региона, а также выручки предприятий креативных индустрий в общем обороте МСП региона и структуры выручки предприятий креативных индустрий по полному кругу организаций региона показывает, что в Алтайском крае преобладающими являются те же отрасли, что и в целом по стране. Отчасти это связано с целенаправленной политикой федеральных структур. Однако, несмотря на преобладание таких отраслей, как

Таблица 1. Структура выручки предприятий креативных индустрий по полному кругу организаций
Table 1. Revenue structure of creative industries enterprises across all organizations

Креативные индустрии	Тыс. руб.	В % к итогу
Всего	15 208,58	100
Деятельность в области архитектуры	2 141,6	14,1
Индустрия дизайна	165,0	1,1
Индустрия моды	8,5	0,06
Индустрия кино- и анимационной продукции	495,0	3,3
Индустрия музыки и саунд-дизайна	0,3	0,002
Культурно-зрелищная индустрия	908,0	6,0
Литературно-издательская индустрия	792,9	5,2
Индустрия изобразительных и визуальных искусств	65,9	0,4
Индустрия программного обеспечения	4 112,2	27,0
Индустрия игр и игрушек	204,8	1,3
Индустрия медиа и журналистики	375,6	2,5
Индустрия рекламы и коммуникаций	3 524,0	23,2
Индустрия гастрономии	2 414,6	15,9

Источник: Составлено авторами по данным Алтайкрайстата
 Source: Compiled by the authors based on data from Altaiкрайстат

компьютерное программное обеспечение и реклама, выбор их в качестве приоритетов не целесообразен, так как не способствует формированию уникальной специализации региона и получению конкурентных преимуществ в этих направлениях.

Развитию сферы компьютерного программного обеспечения способствует федеральная государственная поддержка. Равномерное развитие отрасли, являющееся результатом федеральных программ, без прорывных уникальных проектов, основанных на преимуществах, свойственных только данному субъекту РФ, не дает конкурентных преимуществ региону для специализации. В то же время любой иной выбор контринтуитивен и создает ощущение неправильности выбора. Это приводит к систематической ошибке отбора, так называемой «ошибке выжившего».

Сфера рекламы будет развиваться самостоятельно с развитием других отраслей. Остальные виды креативной деятельности развиты незначительно с точки зрения экономических показателей, и их региональная и федеральная поддержка при приоритетном подходе будет недостаточной для успешной конкуренции с другими регионами, специализирующимися в тех же отраслях, но с более выгодными стартовыми позициями по уровню развития и распространения, по исторически сложившимся образовательным возможностям, в том числе наличию научных школ, индексу человеческого развития, транспортной доступности, и высоким уровнем региональной поддержки в части возможностей бюджета субъекта.

Поэтому предлагаем другой подход к выбору региональных приоритетов развития креативной экономики, который, во-первых, разработан в соответствии с целями развития креативных индустрий, заявленных в концепции развития: «Повышение уровня экономической связанности и кооперации субъектов Российской Федерации, использование “сильных” сторон (ориентир на “умную специализацию”) специализации регионов;

- сохранение исторического, культурного наследия, айдентики, традиционных рецептов, включая локальный культурный контекст и сырье, возрождение и развитие народных художественных промыслов, их делегализация и масштабирование, воспроизводство в современных товарах и услугах;

- повышение уровня культурной связности посредством воссоздания в исторических поселениях памятников истории и культуры, исторически ценных градоформирующих объектов, развитие сети историко-культурных заповедников и обеспечение роста циркуляции туристов и представителей творческих (креативных) индустрий между территориями;

- предотвращение оттока талантов и переход к положительному миграционному и туристическому “сальдо”»⁵.

Во-вторых, этот подход соответствует принципам государственной политики в сфере креативных индустрий: «Принципу “преемственности и инноваций” – опоре на этнокультурные, исторические особенности и традиции, включая гарантии прав коренных малочисленных народов, в том числе при создании и масштабировании современных товаров и услуг;

- принципу “локализации” – сохранению регионального размещения творческих (креативных) индустрий и творческого (креативного) предпринимательства при глобализации и расширении рынка, в том числе выхода на сетевые и (или) международные платформы»⁶.

При выборе приоритетных отраслей развития креативных индустрий в Алтайском крае предлагаем ориентироваться на две точки опоры:

1. *Креативные личности, признанные профессионалы индустрии.* Успешные авторские проекты и профессионалы в креативных видах деятельности, показавшие конкурентоспособные результаты на межрегиональном и международном рынке, могут стать драйвером развития отрасли и способствовать достижению целей развития креативных индустрий в части формирования новых рабочих мест с более высоким

уровнем дохода и сокращения оттока населения. Это, в свою очередь, позволит создать специализированные тематические креативные кластеры, обеспечивающие условия для роста сопутствующих отраслей экономики и появления новых производств, косвенно относящихся к креативной экономике.

2. *Ядра туристской дестинации*, являющиеся аттракцией для привлечения внутреннего и внешнего туристического потока. Знаковые достопримечательности, рекреации и места силы, исторические места и маршруты, уникальные этнокультурные явления и события, свойственные только этой территории, при условии государственной поддержки и реализации идей по их развитию способны формировать вокруг себя тематические креативные кластеры и стимулировать развитие коммерческой деятельности, связанной с обеспечением туристического потока, что будет способствовать как развитию индустрии развлечений, так и повышению качества жизни местного населения за счет улучшения инфраструктуры, увеличения спроса на местные товары и услуги.

Уникальное ядро туристской дестинации присуще только конкретной территории и не может быть скопировано и воспроизведено в локациях другого региона, поэтому является невоспроизводимым конкурентным преимуществом [Кириянова, 2012. С. 135]. При этом обязательным условием должно быть сопутствующее развитие образовательной сферы в соответствующих направлениях в целях сокращения оттока талантливой молодежи в другие регионы для обучения. Это требует совершенствования образовательного профиля региона с учетом современных трендов развития индустрий в целом и выбранных направлений развития креативных индустрий Алтайского края в частности.

Подобный подход, отвечающий принципам человекоцентричности, целям национального проекта по отбору и выявлению талантов, задачам сокращения оттока населения из регионов, развитию внутреннего и внешнего туризма и вектору глокализации, обозначенному в концепции развития креативных индустрий и стратегии развития культурной политики государства, будет способствовать быстрому и максимально эффективному развитию индустрии талантов и не может быть скопирован и воспроизведен ни в какой иной местности, поскольку в основе имеет не отрасль в целом, а личный талант отдельного человека и исторически сложившуюся уникальность территории, привлекательную для туристов.

В подходе учтены два аспекта – статический и динамический, что обеспечивает его устойчивость. Динамический аспект – ориентация на удержание профессиональных кадров, которые не привязаны к территории и могут покинуть ее со своими идеями и проектами и реализовать их в регионах с более благоприятными ус-

5 Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 года № 2613-п. <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVlxBCjIAtAya8FAVDUfP.pdf>. С. 12, 13.

6 Там же. С. 13, 14.

Ритм экономики

ловиями и финансовыми возможностями. Статический аспект подразумевает развитие креативных проектов и креативных кластеров, основанных на уникальных преимуществах территории, неотделимых от региона: исторические памятники, достопримечательности, рекреационные территории (курорты, зоны отдыха), природные памятники, фольклор.

Реализация подхода предлагается в трех горизонтах планирования: краткосрочный (1–3 года), среднесрочный (3–5 лет) и долгосрочный (5–10 лет). Соответственно, приоритетные отрасли проходят следующие этапы развития:

1. *Старт.*

1.1. Отбор аттракций, которые могут стать ядром туристской дестинации, проектов и профессионалов высокого уровня, которые могут стать драйвером индустрии и сформировать мастерские и кластеры вокруг своей деятельности.

1.2. Региональная целевая поддержка отдельных проектов для получения краткосрочного эффекта и выявления потенциала отрасли.

1.3. Формирование и развитие профессиональных отраслевых сообществ, брендинг дестинаций, разработка и проведение ежегодных тематических ивентов, соответствующих уникальному культурному коду места.

2. *Развитие.*

2.1. Совершенствование и закрепление системы отбора проектов, предполагающей регулярные конкурсы, конференции, форумы и т.д.

2.2. Развитие проектов, формирование тематических креативных кластеров.

2.3. Целевые программы для повышения привлекательности и популяризации туристских дестинаций, формирование туристического потока, проектирование инфраструктуры и образовательной сферы под профессиональные запросы формирующихся отраслей, целевая поддержка обучения и стажировок молодых специалистов и преподавателей.

3. *Рост.*

3.1. Формирование креативных отраслей со вспомогательными производствами, целевых программ развития инфраструктуры, популяризации туристских дестинаций на межрегиональном и международном рынке.

Выделение приоритетных направлений развития

Проведенный анализ развития креативных индустрий и сформулированный подход выделения приоритетных направлений развития позволили сформировать примеры проектов для Алтайского края.

1. *Развитие с опорой на признанных профессионалов индустрий*

В качестве примера обоснования выбора приоритетных направлений креативных индустрий, в основе

которого лежит человекоцентричный подход, рассмотрим модель развития специализации региона в направлении детской литературы и книгоиздательства с опорой на опыт, компетенции и достижения, а также востребованность на федеральном и международном уровне двух признанных профессионалов креативных индустрий – инженера бумажных конструкций и режиссера, автора детских спектаклей.

Этапы развития приоритетных отраслей

Первый этап. Старт

Создается пилотный проект (детская объемная книга), в рамках которого отрабатываются формирование экосистемы и бизнес-модель по производству креативного продукта для детей в возрасте до 10 лет. В пилотном проекте задействовано сразу несколько отраслей, соответствующих профилю креативных индустрий (**рисунок 5**).

Второй этап. Развитие

После реализации и оценки результатов пилотного проекта предполагается создание управляющего органа, основная задача которого – поиск и отбор знаковых, успешных проектов и профессионалов в отраслях креативных индустрий федерального и международного уровней, находящихся на территории региона. Поскольку тендерная система не применима к креативным индустриям, в которых основой выбора пользователя креативного продукта является комплекс субъективных характеристик, предлагаем сформировать управляющую компанию вне рамок государственной структуры, в форме автономной некоммерческой организации. Модель формирования экосистемы литературно-издательской креативной индустрии представлена на **рисунке 6**.

Развитие экосистемы предполагает создание событий и ивентов, стимулирующих создание креативного продукта, например, проведение тематических литературных конкурсов для поиска и отбора детских литературных произведений, имеющих в основе историческое и этнокультурное наследие территорий региона, фольклор.

Наиболее популярные детские книги также могут быть переведены на иностранные языки и распространены как пособия для русскоязычных детей по изучению иностранных языков, как адаптированные русские книги для изучения русского языка иностранцами, а также как экспорт отечественной культуры на зарубежные рынки.

Книги для детей могут стать литературной основой для развития киноиндустрии и анимации в регионе. В качестве примера можно привести успешное развитие отрасли киноиндустрии в Якутии, практически полностью построенной на местном историческом и этнокультурном материале. Задачей образовательной сферы в рамках данной концепции должно стать гибкое реагирование на запросы развития отрасли.

И.В. Ретивых, С.Е. Решетникова. Обоснование подхода к выбору приоритетных креативных индустрий в регионе (на примере Алтайского края)

Рисунок 5. Модель реализации пилотного проекта «Создание объемной книги по мотивам русских традиционных праздников» для литературно-издательской креативной индустрии
Figure 5. Implementation model for the literary and publishing creative industry’s pilot project, “Creating a voluminous book based on Russian traditional holidays”

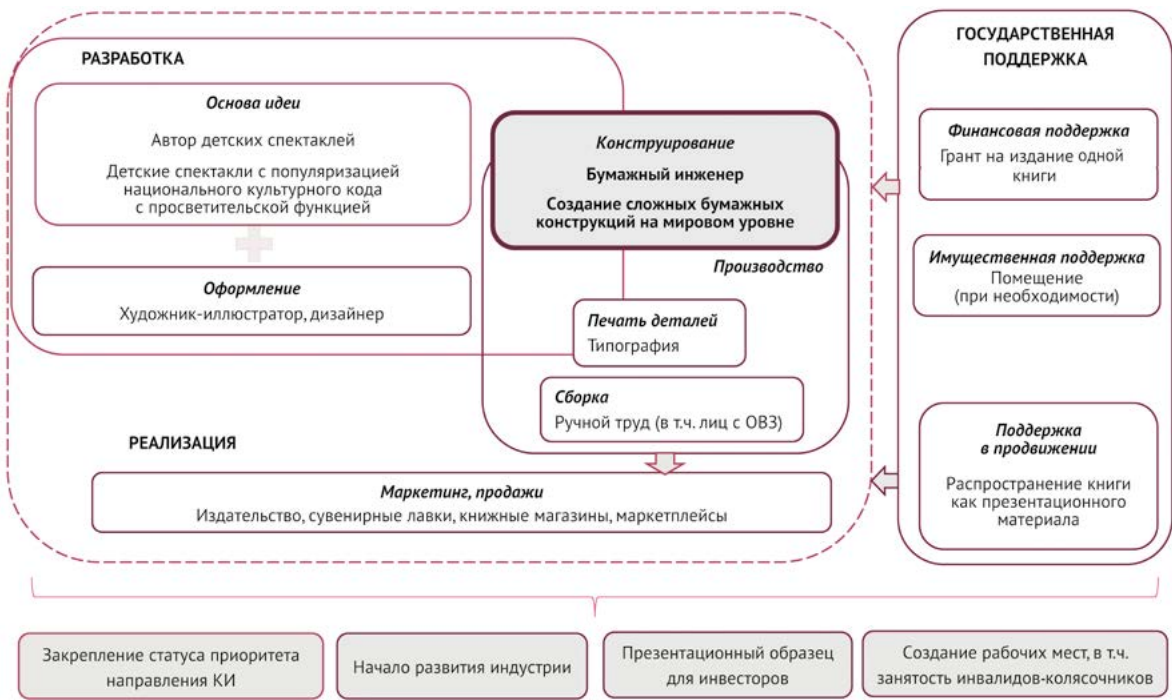


Рисунок 6. Модель формирования экосистемы литературно-издательской креативной индустрии
Figure 6. Model of forming the literary and publishing creative industry ecosystem

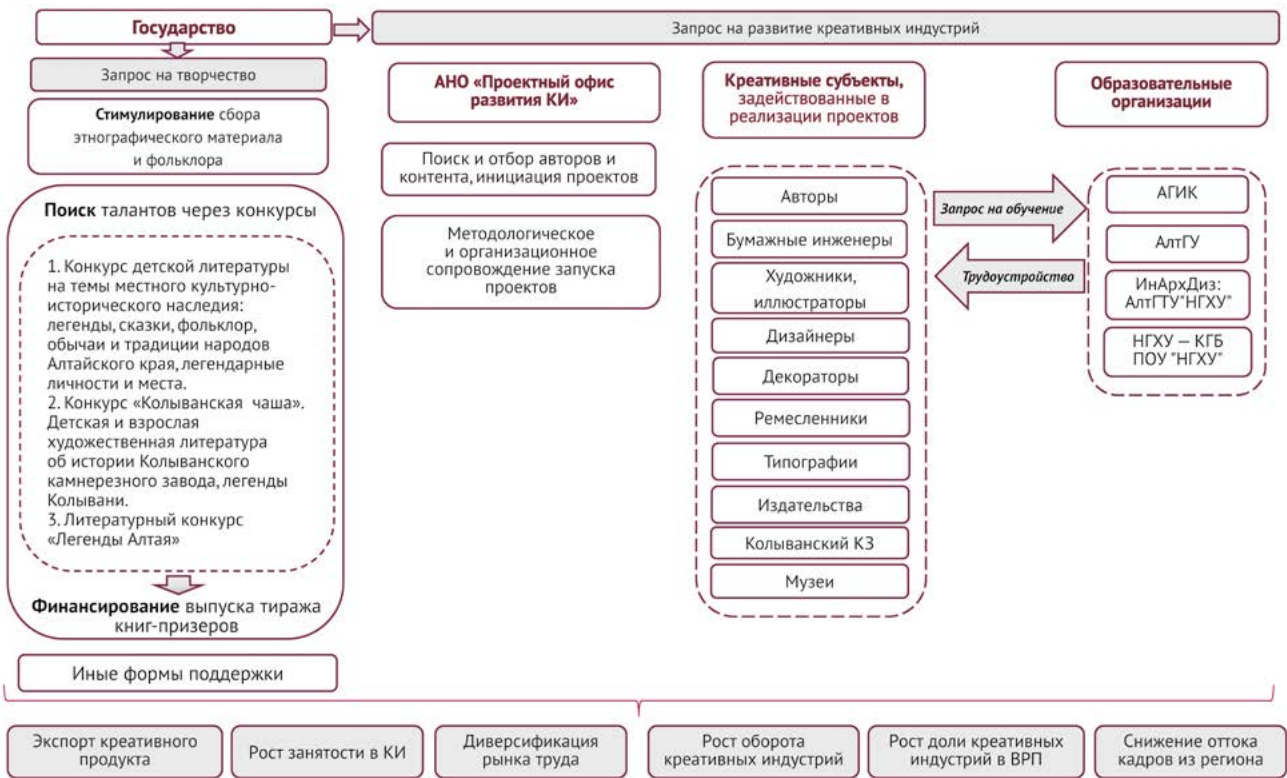
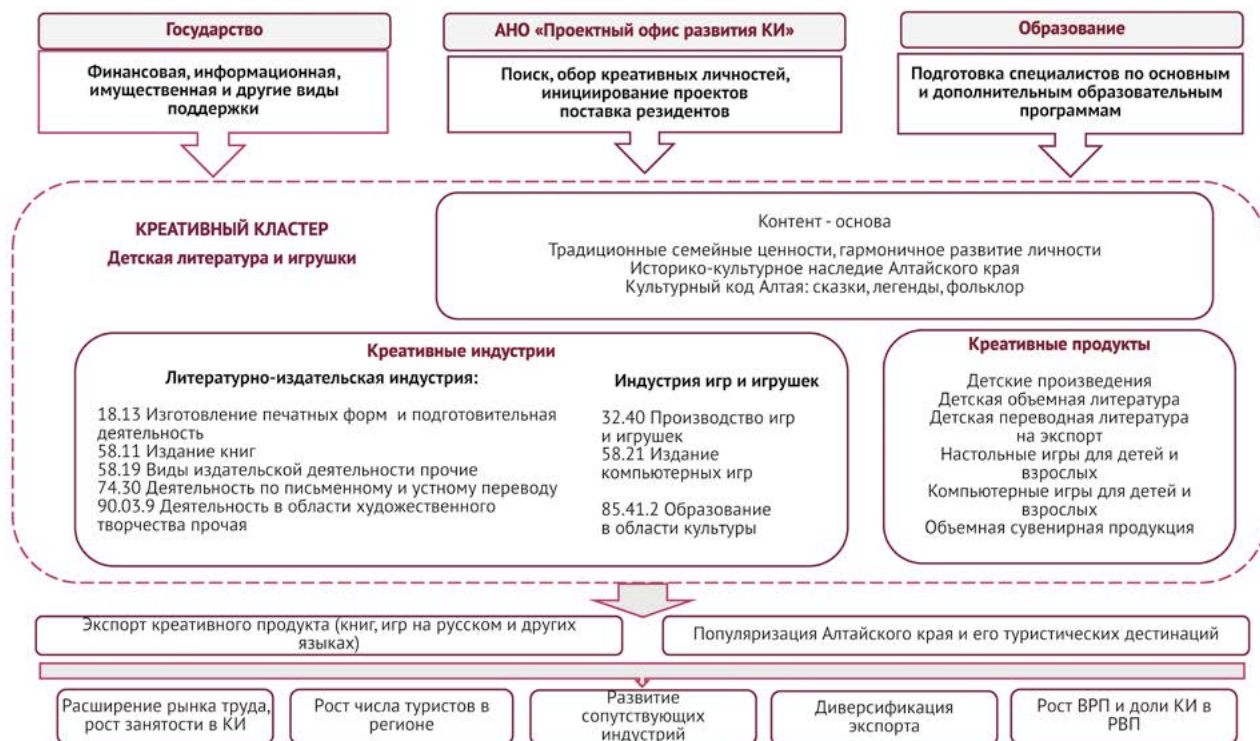


Рисунок 7. Модель формирования и функционирования креативного кластера «Детская литература и игрушки»

Figure 7. Model of formation and operation of the creative cluster "Children's Literature and Toys"



Результатами второго этапа развития креативных индустрий на основе человекоцентричного подхода должны стать:

- 1) рост занятости населения края в креативных индустриях;
- 2) рост доли креативных индустрий в общей структуре занятости в регионе;
- 3) рост доли креативных индустрий в валовом региональном продукте;
- 4) снижение оттока профессиональных кадров из сферы креативных индустрий;
- 5) рост доли экспорта креативного продукта в общей структуре экспорта региона.

Третий этап. Рост

На третьем этапе предполагается оформление специализации Алтайского края на теме детской литературы, игрушек и игр. Формируется креативный кластер (рисунок 7).

Предполагается полноценное развитие приоритетного направления с большим количеством мультиотраслевых проектов и взаимосвязей с другими приоритетными направлениями креативных индустрий, имеющих в основе указанную специализацию.

Спецификой производства объемной полиграфической продукции является большая доля ручного труда при сборке и высокая себестоимость конечного продукта, которая снижает за счет высокой отпускной цены его конкурентоспособность на рынке по

сравнению с зарубежными производствами в странах Юго-Восточной Азии. В то же время процесс сборки может осуществляться при помощи ручного труда лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов-колясочников и других представителей социально уязвимых слоев населения, что обеспечит их занятость в сфере креативных индустрий, будет способствовать быстрому получению новой профессии в этой сфере и трудоустройству. Государственная поддержка предприятий, занимающихся трудоустройством лиц из социально уязвимых категорий населения, и реализация произведенной ими продукции осуществляется в рамках Закона о социальном предпринимательстве, и себестоимость такой продукции может быть значительно снижена за счет различных форм господдержки. В рамках концепции развития креативных индустрий занятость социально уязвимых слоев населения указана как одна из целей: «Создать инклюзивную институциональную среду и инфраструктуру, обеспечивающую творческую самореализацию и трудоустройство в секторе творческих (креативных) индустрий женщин, молодежи, а также лиц с ограниченными возможностями здоровья»⁷.

7 Региональный стандарт развития креативных индустрий, разработанный некоммерческой организацией «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». https://kultura-to.ru/new/images/forsite/Doc/251223/Regionalnyy_standart_razvitiya_kreativnykh_industriy.pdf. С. 11.

Результатом третьего этапа должны стать система производства креативного продукта, имеющего в основе историческую и этнокультурную уникальность территории, система стимулирования генерации контента, который в дальнейшем становится основой для развития книгоиздательства, разработки настольных и компьютерных игр, кино- и анимационной продукции и популяризирует Алтайский край как регион, привлекательный для внутреннего и внешнего туризма.

2. Развитие с опорой на ядра туристской дестинации

Развитие с опорой на ядра туристской дестинации предполагает выбор среди креативных индустрий отраслей, включающих в себя следующие аттракции: музеи, выставочную деятельность, рекреационные зоны, исторические маршруты, культурно-зрелищные события, привязанные к территории и имеющие в основе местный фольклор и этнокультурный аспект. В качестве примера можно привести: праздник «Цветение маральника», опирающийся на локальное событие, присущее только данной территории, комплекс Барнаульского сереброплавильного завода, Денисову пещеру, колыванский камнерезный завод, курорт Белокуриха. Эти аттракции не могут быть перенесены и реализованы на другой территории. Сами по себе эти аттракции не генерируют массовый туристический поток и доходность, но, как показывают исследования, вызывают положительную эмоциональную реакцию на наследие [Royo Vela, Garzón Paredes, 2023. P. 548], что позволяет сделать его отправной точкой для создания креативного продукта.

В центре туристического спроса в настоящее время находятся личные впечатления, делающие путешествие уникальным и персонализированным. Целостное представление о территории складывается через призму эмоций, воспоминаний о ее культурных особенностях, отличительных чертах, впечатлениях, которые привязаны именно к этой территории. В этом случае турист приобретает и увозит с собой «ментальный сувенир», о котором будет рассказывать окружающим [Krajnovic, Gortan-Carlin, 2007. P. 472].

Синергия между туристической деятельностью и креативными индустриями, формирование регионального нарратива могут способствовать формированию и продвижению имиджа дестинации, развитию малого креативного бизнеса и креативных кластеров [Arcos-Pumarola, Paquin, Sitges, 2023. P. 1, 8]. Уникальность впечатлений, полученных от посещения дестинации, строится на триаде EUA: привлекательность, уникальность, аутентичность [Stasiak, 2019. P. 17–41]. Взаимосвязь отраслей вокруг ядра туристской дестинации представлена на **рисунке 8**.

Ядро дестинации усиливают вспомогательные аттракции, которые сами по себе не являются причиной

Рисунок 8. Взаимосвязь отраслей вокруг ядра туристской дестинации

Figure 8. Interconnection of industries around the tourist destination core



туристического визита, но занимают наибольшую часть бюджета туриста (развлечения, питание, гостиницы, сувениры), а также служат местом отдыха и развлечений для местного населения. При этом ядром дестинации может быть только невоспроизводимый и уникальный объект или явление. Ошибка выбора ядра дестинации может значительно сократить потенциал ее развития и ограничить туристический поток только местным населением, что значительно сократит потенциальную емкость рынка и затормозит развитие креативных отраслей.

Ядром туристской дестинации может стать Барнаульский сереброплавильный завод (БСЗ), аккумулирующий вокруг себя аттракции на основе неотчуждаемого, уникального преимущества территории. Для развития БСЗ как точки притяжения туристов из других регионов и стран можно предложить концепции развития ядра дестинации, объединенные общим смыслом и в перспективе – креативным кластером (*прорыв*).

Понятие «прорыв» включает в себя сразу несколько смыслов (изобретение, открытие, находка), и все эти трактовки включают в себя креативность, постоянный поиск, способность к созданию или открытию нового, уникального. БСЗ – памятник промышленного освоения Сибири XVIII века, и его история может быть представлена квинтэссенцией сочетания инженерно-конструкторской мысли, искусства и стремления креативного человека к поиску новых решений и открытий. Плейсмейкинг (создание места) в этом случае трактуется и как создание аттракции, и как создание и продвижение регионального нарратива [Basaraba, 2023. P. 1472].

Безусловно, проектирование ядра туристской дестинации с потенциалом внешнего въездного туристического потока требует государственного целевого

Ритм экономики

финансирования. Моделирование направлений развития с единым смысловым кодом на базе БСЗ предлагается в качестве примера отбора потенциального ядра туристской дестинации и путей его развития. Примеры развития ядра дестинаций демонстрируют востребованность специалистов сразу в нескольких отраслях креативных индустрий.

Заключение

Предлагаемый подход к выбору приоритетов креативных индустрий для Алтайского края учитывает рекомендации стандарта внедрения креативных индустрий, соответствует целям национальных проектов РФ, стратегиям развития экспорта услуг и культурной политики государства, а также опирается на уникальные конкурентные преимущества региона в сфере креативных индустрий. Подход не исключает, а усиливает меры, предпринимаемые региональными властями в части популяризации креативных индустрий и привлечения широких масс населения к участию в создании креативных продуктов с целью развития профессиональных навыков и накопления

критической массы специалистов, способных создавать конкурентоспособный креативный продукт.

Для отбора профессионалов и проектов, составляющих потенциальные ядра дестинаций, предлагается методология, включающая ряд этапов и методов исследования (кабинетное исследование, экспертные глубинные интервью, фокус-группы и др.), обоснование форсайт-исследования с последующей разработкой стратегии развития креативных индустрий в крае на основе предложенного подхода. Исследование позволяет осуществлять проектирование системы поиска, отбора и акселерации проектов в перспективных направлениях креативных индустрий, а также формирование единого алгоритма вовлечения населения региона в генерацию креативных идей, развитие ядер туристской дестинации по принципам соучаствующего проектирования и технологии сервис-дизайна.

Подход позволяет развивать и акселерировать проекты с опорой на личность, талант, а не на отрасль, с опорой на уникальное преимущество. Основой приоритизации должны быть не отрасли, а уникальность территории.

Литература

- Бутова Т.Г., Черкасова Ю.И., Данилина Е.П., Данченко Л.А., Ниязбекова Ш.У., Улина С.Л. Приоритетные направления научных исследований в области креативных индустрий. *Сервис в России и за рубежом*. 2023. Т. 17. № 5. С. 45–58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10420974>
- Васина А.В. Креативная экономика: перспективы развития в регионе (на примере Саратовской и Ульяновской областей). *Актуальные проблемы экономики и менеджмента*. 2020. № 3 (27). С. 35–43. EDN: YCZNVF
- Викторова М.С. О Стратегии развития креативных индустрий Мурманской области до 2030 года. *Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры*. 2023. № 227. С. 80–85.
- Домнин О.В., Домнина С.В. Креативные индустрии как фактор устойчивого развития региона (на примере Самарской области). *Вестник Самарского государственного экономического университета*. 2023. № 4 (222). С. 17–29. <https://doi.org/10.46554/1993-0453-2023-4-222-17-29>. EDN: DRJUDM
- Кирьянова Л.Г. «Туристская дестинация» как комплексный концепт и ключевой элемент туристской системы. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2012. № 4-1 (52). С. 131–136. EDN: PXXCKB
- Колотов С. Сущность конкурентоспособности территории. *Государственная служба*. 2016. № 4 (102). С. 60–64. EDN: WXTHBN
- Морданов М.А. Характеристика современного состояния и направления развития креативных индустрий как эффективного инструмента регионального развития. *Креативная экономика*. 2022. Т. 16. № 1. С. 245–260. <https://doi.org/10.18334/ce.16.1.114123>. EDN: PPCYWD
- Наконечная О.А., Соловьева А.Е. Развитие креативных индустрий экономики в регионе. *Экономика и управление: опыт и новые решения в эпоху трансформаций*. 2023. С. 17–20. <https://doi.org/10.24412/cl-37098-2023-1-17-20>
- Погорев А.В., Новиков А.С., Выдрыч Н.В., Андреева А.В. Креативные индустрии как объект государственной поддержки в регионах: вопрос определения приоритетов. *Региональная экономика: теория и практика*. 2024. Т. 22. № 1 (520). С. 4–22. <https://doi.org/10.24891/re.22.1.4>. EDN: GNZVYF
- Ретивых И.В. Совершенствование научно-методического инструментария форсайт-проектирования социально-экономического развития города (на примере города Барнаула): дисс. ... Канд. экон. наук. Барнаул, 2021.
- Ретивых И.В. Творческая реализация как фактор имиджа территории. *Государственная служба*. 2015. № 4. С. 73–76.
- Севастьянова О.В., Антонова А.А. Особенности определения направлений развития креативной экономики в регионе. *Экономика и предпринимательство*. 2023. № 12 (161). С. 374–381. <https://doi.org/10.34925/EIP.2023.161.12.075>. EDN: ROEXJG
- Смолянова И.В. Развитие креативных индустрий как перспективный инструмент региональной социально-экономической политики. *Креативная экономика*. 2022. Т. 16. № 10. С. 3771–3784. <https://doi.org/10.18334/ce.16.10.116327>
- Arcos-Pumarola J., Paquin A.G., Sitges M.H. The use of intangible heritage and creative industries as a tourism asset in the UNESCO creative cities network. *Heliyon*. 2023. Vol. 9. No. 1. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13106>. In English
- Basaraba N. The emergence of creative and digital place-making: A scoping review across disciplines. *New Media & Society*. 2023. Vol. 25. No. 6. P. 1470–1497. <https://doi.org/10.1177/14614448211044942>. In English
- Cellini R., Cuccia T. Do behaviours in cultural markets affect economic resilience? An analysis of Italian regions. *European Planning Studies*. 2019. Vol. 27. No. 4. P. 784–801. <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1568397>. In English
- Krajnovic A., Gortan-Carlin I.P. Possibilities of music heritage tourist valorization—an example of Istria. *Tourism and hospitality management*. 2007. Vol. 13. No. 2. P. 469–482. <https://doi.org/10.20867/thm.13.2.3>. In English
- Liu H., Fang Y., Liu J., Chen Y. The interaction of cultural and creative industries clusters and regional economic resilience from the perspective of spatial analysis. *Sustainability*. 2023. Vol. 15. No. 6. <https://doi.org/10.3390/su15065542>. In English
- Royo Vela M., Garzón Paredes A. Effects of heritage on destination

И.В. Ретивых, С.Е. Решетникова. Обоснование подхода к выбору приоритетных креативных индустрий в регионе (на примере Алтайского края)

image: multi-method research based on an appraisal approach to emotional response in-situ. *Journal of Heritage Tourism*. 2023. Vol. 18. No. 4. P. 531–555. <https://doi.org/10.1080/174387>

3X.2023.2178926. In English

Stasiak A. Creating tourism experiences – Theoretical foundations. *World Scientific Book Chapters*. 2019. P. 17–41. In English

References

- Butova T.G., Cherkasova Yu.I., Danilina E.P., Danchenok L.A., Niyazbekova Sh.U., Ulina S.L. Priorities for scientific researches in creative industry. *Servis v Rossii i za rubezhom*. 2023. Vol. 17. No. 5. P. 45–58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10420974>. In Russian
- Domnin O.V., Domnina S.V. Creative industries as a factor of sustainable development of the region (on the example of the Samara region). *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*. 2023. No. 4 (222). P. 17–29. <https://doi.org/10.46554/1993-0453-2023-4-222-17-29>. EDN: DRJUDM. In Russian
- Kiryanova L.G. “Tourist destination” as a complex concept and a key element of the tourist system. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2012. No. 4-1 (52). P. 131–136. EDN: PXXCKB. In Russian
- Kolotov S. The essence of competitiveness of the territory. *Gosudarstvennaya sluzhba*. 2016. No. 4 (102). P. 60–64. EDN: WXTHBH. In Russian
- Mordanov M.A. Current state and development trends of creative industries as an effective instrument for regional development. *Kreativnaya ekonomika*. 2022. Vol. 16. No. 1. P. 245–260. <https://doi.org/10.18334/ce.16.1.114123>. EDN: PPCYWD. In Russian
- Nakonechnaya O.A., Solovieva A.E. Developing the creative industries of the economy in the region. *Ekonomika i upravleniye: opyt i novyye resheniya v epokhu transformatsiy*. 2023. P. 17–20. <https://doi.org/10.24412/cl-37098-2023-1-17-20>. In Russian
- Pogorevich A.V., Novikov A.S., Vydrych N.V., Andreeva A.V. Creative industries as an object of state support in the regions: The issue of setting priorities. *Regionalnaya ekonomika: teoriya i praktika*. 2024. Vol. 22. No. 1 (520). P. 4–22. <https://doi.org/10.24891/re.22.1.4>. EDN: GNZVYF. In Russian
- Retivyykh I.V. Creative implementation as a factor in the image of the territory. *Gosudarstvennaya sluzhba*. 2015. No. 4. P. 73–76. In Russian
- Retivyykh I.V. Improving the scientific and methodological instruments for foresight design of the socio-economic development of the city (using the city of Barnaul as an example): dissertation of Candidate of Economic Sciences: 08.00.05. Barnaul, 2021. In Russian
- Sevastyanova O.V., Antonova A.A. Features of determining directions for the development of the creative economy in the region. *Ekonomika i predprinimatelstvo*. 2023. No. 12 (161). P. 374–381. <https://doi.org/10.34925/EIP.2023.161.12.075>. EDN: ROEXJG. In Russian
- Smolyanova I.V. Development of creative industries as a promising tool for regional socio-economic policy. *Kreativnaya ekonomika*. 2022. Vol. 16. No. 10. P. 3771–3784. <https://doi.org/10.18334/ce.16.10.116327>. In Russian
- Vasina A.V. Creative economy: prospects for development in the region (on the example of Saratov and Ulyanovsk Regions). *Aktualnyye problemy ekonomiki i menedzhmenta*. 2020. No. 3 (27). P. 35–43. EDN: YCZNVF. In Russian
- Viktorova M.S. On the development strategy of creative industries in the Murmansk region until 2030. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kultury*. 2023. No. 227. P. 80–85. In Russian

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ:

Инга Викторовна Ретивых, кандидат экономических наук, член региональной экспертной группы по внедрению стандарта развития креативных (творческих) индустрий по Алтайскому краю (Российская Федерация, 656021, Барнаул, ул. Боровая, 73). E-mail: retiving@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-4081-1724>

Светлана Евгеньевна Решетникова, заместитель руководителя региональной экспертной группы по внедрению стандарта развития креативных (творческих) индустрий по Алтайскому краю (Российская Федерация, 656049, Барнаул, ул. Чернышевского, 192В). E-mail: s_reshetnikova@inbox.ru

Для цитирования: Ретивых И.В., Решетникова С.Е. Обоснование подхода к выбору приоритетных креативных индустрий в регионе (на примере Алтайского края). *Государственная служба*. 2025. № 2. С. 55–67.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS:

Inga V. Retivyykh, Candidate of Sci. (Economics), Member of the regional expert group on the implementation of the standard for the development of creative industries in the Altai Territory (73, Borovaya St., Barnaul, 656021, Russian Federation). E-mail: retiving@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-4081-1724>

Svetlana E. Reshetnikova, Deputy head of the regional expert group on the implementation of the standard for the development of creative industries in the Altai Territory (192V, Chernyshevsky St., Barnaul, 656049, Russian Federation). E-mail: s_reshetnikova@inbox.ru

For citation: Retivyykh I.V., Reshetnikova S.E. Justification of the approach to selecting priority creative industries in the region (using the Altai Territory as an example). *Gosudarstvennaya sluzhba*. 2025. No. 2. P. 55–67.