
ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОТРАСЛЕЙ, КОМПЛЕКСОВ

ECONOMICS AND ORGANIZATION OF ENTERPRISES, INDUSTRIES, COMPLEXES

Оригинальная статья / Original article

УДК 33:001.895

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-6-105-119>



Состояние и тенденции развития креативной экономики

О. А. Полищук¹✉, Н. А. Грачева¹, В. А. Душкина¹, М. В. Ковалева¹

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: ole_ole_08@mail.ru

Резюме

Актуальность. В современном мире в связи с развитием цифровых технологий, искусственного интеллекта происходит сокращение рабочих мест. Одним из направлений сохранения рабочих мест и создания новых являются креативные индустрии, связанные с творческой деятельностью человека, которая не может быть автоматизирована.

Актуальность креативных индустрий выражается ещё в расширении налогооблагаемой базы за счёт выхода на международные и региональные рынки качественной продукции с большей добавленной стоимостью; в сокращении диспропорций социально-экономического развития, повышении уровня комфортности городской среды за счёт использования потенциала творческих индустрий.

Цель статьи заключается в изучении влияния креативного сектора на экономику страны и ее регионов.

Задачи: изучить нормативно-правовую базу регулирования креативных индустрий; оценить интерес к креативным индустриям; рассмотреть историю становления креативной экономики; изучить зарубежный опыт; проанализировать состояние развития креативных индустрий в России и регионах Черноземья; рассмотреть мнения экспертов о перспективах развития креативной экономики в стране и регионах.

Методология. В ходе научного исследования использовались эмпирические, теоретические, статистические методы и методы графического представления.

Результаты. Были изучены теоретические аспекты развития креативной экономики, показана популярность данного сектора в современном мире. Проанализированы состояние и тенденции развития креативных индустрий в целом в России и отдельных регионах. Также изучен зарубежный опыт развития креативной экономики. Показаны примеры положительного эффекта от развития креативного сектора.

Выводы. Статья освещает актуальность и важность рассматриваемой темы, учитывая современные тенденции и перспективы развития. Рассмотрены возможности, которые открывает развитие креативной экономики, которая является двигателем остальной экономики. Для успешного развития креативных отраслей необходима комплексная государственная политика, направленная на создание благоприятных условий для творческой деятельности, финансирование креативных проектов и подготовку специалистов.

Ключевые слова: креативная экономика; креативные индустрии; креативный сектор; креативный класс; креативный потенциал.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

© Полищук О. А., Грачева Н. А., Душкина В. А., Ковалева М. В., 2024

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2024;14(6):105–119

Для цитирования: Состояние и тенденции развития креативной экономики / О. А. Полищук, Н. А. Грачева, В. А. Душкина, М. В. Ковалева // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 6. С. 105–119. [https://doi.org/ 10.21869/2223-1552-2024-14-6-105-119](https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-6-105-119)

Поступила в редакцию 06.10.2024

Принята к публикации 04.11.2024

Опубликована 27.12.2024

The state and development trends of the creative economy

Olga A. Polishchuk¹✉, Nadezhda A. Gracheva¹, Vaieriya A. Dushkina¹,
Marina V. Kovaleva¹

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: ole_ole_08@mail.ru

Abstract

Relevance. In the modern world, due to the development of digital technologies and artificial intelligence, jobs are being cut. One of the ways to save jobs and create new ones is creative industries related to human creative activity, which cannot be automated.

The relevance of creative industries is also expressed in expanding the tax base, by entering international and regional markets of high-quality products with higher added value; in reducing the imbalances of socio-economic development, increasing the comfort level of the urban environment, by using the potential of creative industries.

The purpose of the article is to study the impact of the creative sector on the economy of the country and its regions.

Objectives. To study the regulatory framework for regulating creative industries; to assess interest in creative industries; to consider the history of the formation of the creative economy; to study foreign experience; to analyze the state of development of creative industries in Russia and the regions of the Black Earth region; to consider the opinions of experts on the prospects for the development of the creative economy in the country and regions.

Methodology. During the scientific research empirical, theoretical, statistical methods and methods of graphical representation were used.

Results: the theoretical aspects of the development of the creative economy were studied, and the popularity of this sector in the modern world was shown. The state and development trends of creative industries in general in Russia and individual regions are analyzed. Foreign experience in the development of the creative economy has also been studied. Examples of the positive effect of the development of the creative sector are shown.

Conclusions. The article highlights the relevance and importance of the topic under consideration, taking into account current trends and development prospects. The possibilities offered by the development of the creative economy, which is the engine of the rest of the economy, are considered. The successful development of creative industries requires a comprehensive government policy aimed at creating favorable conditions for creative activity, financing creative projects and training specialists.

Keywords: creative economy; creative industries; creative sector; creative class; creative potential.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Polishchuk O.A., Gracheva N.A., Dushkina V.A., Kovaleva M.V. The state and development trends of the creative economy *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024;14(6):105–119. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-6-105-119>

Received 06.10.2024

Accepted 04.11.2024

Published 27.12.2024

Введение

Креативная экономика, основанная на интеллектуальной собственности,

творческих идеях и инновациях, становится все более важной частью глобальной экономики и получает распространение

ние по всем континентам. Интерес к ее исследованию обуславливается тем, что 2021 г. был объявлен ООН Международным годом креативной экономики в целях устойчивого развития. Пандемия COVID-19 значительно повлияла на развитие креативных индустрий во всем мире. В России также наблюдается рост вклада креативных индустрий в ВВП и занятость. Однако ее развитие сталкивается с рядом вызовов, таких как недостаточная правовая защита интеллектуальной собственности и нехватка финансирования. Изучение специфики регионов позволит определить их потенциал для развития креативных индустрий.

Материалы и методы

Информационной базой данного исследования послужили теоретические и практические результаты исследований отечественных и зарубежных экономистов и аналитиков, материалы которых опубликованы в научных журналах и статьях в прессе.

В статье авторы использовали общенаучные методы: анализ, наблюдение, сравнение, графический метод.

Результаты и их обсуждение

Креативные индустрии являются ядром креативной экономики, которая на сегодняшний день является неотъемлемой частью экономики развитых стран мира.

Первое упоминание термина «Креативная экономика» появилось в 2001 г. в работе Дж. Хокинса «Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги» [1]. В своей работе Хокинс проанализировал 15 креативных индустрий, рассказал про интеллектуальную собственность и принципы управления креативной компанией. Автор утверждает, что в креативной экономике создание стоимости основывается не на традиционных ресурсах, а на творческом потенциале. По его мнению, именно индивидуальное творчество становится ключевым фактором, определяющим ценность товаров и услуг.

Хокинс подчеркивает, что именно творческая активность является движущей силой экономического роста [2].

В настоящее время креативная экономика – это тип экономики, основанный на капитализации интеллектуальной собственности во всех областях человеческой деятельности – научной, научно-технической, культурной и в целом творческой деятельности¹.

Впервые в России концепция креативных индустрий была зафиксирована в документе «Основы государственной культурной политики», принятом Указом Президента РФ от 24.12.2014 г. № 808². В нем официально установлены виды деятельности, относящиеся к креативным индустриям: промышленный дизайн, модная индустрия, музыка, кино, производство компьютерных игр, галереи, издательский бизнес, книжная торговля, реклама и СМИ. В то время в данный перечень не попали анимация, медиа и другие современные виды творческой деятельности.

В России креативные индустрии начали развиваться более активно в последние 5 лет. 2021 год ООН объявила Международным годом креативной экономики в целях устойчивого развития. В связи с этим российское правительство разработало Концепцию развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года¹.

¹ Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 г. № 2613-п. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402745784/> (дата обращения: 27.09.2024).

² Основы государственной культурной политики: Указ Президента РФ от 24.12.2014 г. № 808. URL: <https://base.garant.ru/70828330/> (дата обращения: 27.09.2024).

Эта концепция позволяет достичь таких национальных целей, как:

- возможность для самореализации и развития талантов;
- достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство;
- цифровая трансформация.

Для достижения основных целей Концепции необходимо улучшить защиту прав собственности на продукты интеллектуальной деятельности и создать благоприятную правовую среду. Также следует использовать специальные средства государственного стимулирования, обеспечить доступную и равномерную инфраструктуру по всей стране, включая креативные кластеры и творческие инкубаторы. Важно создать инклюзивную среду и инфраструктуру для творческой самореализации и трудоустройства людей с ограниченными возможностями, женщин и молодежи. Эти меры способствуют улучшению общего социального благополучия и помогают достичь социально-экономических целей страны [3].

Необходимость проведения анализа творческого предпринимательства и креативных индустрий и оценки их вклада в экономику России потребовала разработки новой модели статистического наблюдения. Её использование основано на анализе больших данных ФНС, све-

дениях о сделках с интеллектуальной собственностью и других данных. Она дает возможность статистического сравнения с международными аналогами, что позволит репрезентативно сравнивать российские показатели с аналогичными показателями других стран и оценить положение российских креативных индустрий в глобальном контексте. В дополнение к этому ведется работа над индексом креативного потенциала территорий и индексом наличия (полноты, эффективности) механизмов государственной поддержки. По данным института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», численность креативного класса в России в 2021 г. составила 3,4 млн человек, или 4,8% от общей численности занятых [4], в 2023 г. – 3,6 млн человек, или 4,9%. Динамика численности креативного класса в России за период 2019-2023 гг. представлена ниже (рис. 1). По его данным заметен рост работников занятых в креативном классе, за исключением периода 2020-2021 гг., что можно связать с пандемией COVID-19. Но несмотря на последствия пандемии, многие предприятия смогли адаптироваться и даже привлечь новую аудиторию.

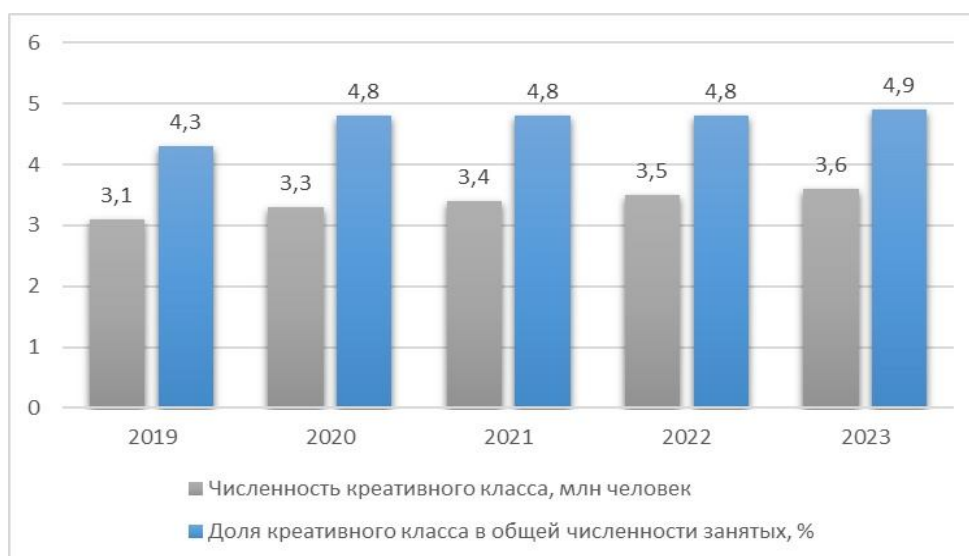


Рис. 1. Динамика численности креативного класса в России

В традиционных секторах экономики компании для повышения своей конкурентоспособности, поиска новых возможностей достижения корпоративного лидерства и выхода на новые рынки наметился рост спроса на творческие профессии. А один из ведущих российских банков стал крупнейшей IT-компанией, т. е. фактически перешел из финансового сектора в креативный [5].

Прошло десять лет после появления в российском правовом поле понятия креативных индустрий. Все это время в Российской Федерации продолжается разработка нормативной базы: создание реестра, методологии расчета вклада в ВВП, экспортный и импортный потенциал креативных индустрий.

Росстатом утверждена методология расчета внутренней добавленной стоимости (ВДС) креативной экономики и ее доли в ВВП. При этом были использованы международные рекомендации, разработанные Евростатом, Всемирной организацией интеллектуальной собственности, ООН [6].

Креативная экономика в России, согласно группировке Росстата, включает в себя более 50 видов бизнеса по ОКВЭД-2, которые относятся к 13 индустриям [7]. В их число входят архитектура, дизайн, мода, кино и анимация, музыка и звукозапись, культурно-зрелищная и издательская отрасли, изобразительное и визуаль-

ное искусство, разработка программного обеспечения, производство игр и игрушек, реклама и коммуникации, медиа, журналистика и гастрономия. Но в креативной экономике Росстата несколько сужена сфера IT (из неё исключили издание ПО). Рассмотрим вклад креативной экономики в ВВП РФ с 2019 г. по 2023 г. (рис. 2). Стоит отметить, что классификатор творческих индустрий, предложенный НИУ ВШЭ, включал 16 индустрий.

Для креативного класса характерна концентрация в крупных городах. Так, в России он сосредоточен в Москве и Московской области (рис. 3).

Москва играет ключевую роль в развитии креативных индустрий в России. На рисунке 3 представлен вклад Москвы в валовую добавленную стоимость креативных индустрий. Наибольший вклад приходится на рекламу (87,2%), телерадиовещание (85,6%), кино и анимацию (84,9%). По таким индустриям, как мода, ювелирное дело, образование, культура, искусство большой вклад в валовую добавленную стоимость вносят прочие регионы. Креативный сектор Москвы поддерживается правительством столицы: творческим компаниям частично компенсируются расходы на покупку оборудования, обучение сотрудников, рекламу. И как результат, в столице функционирует более 30 креативных кластеров и площадок [8].

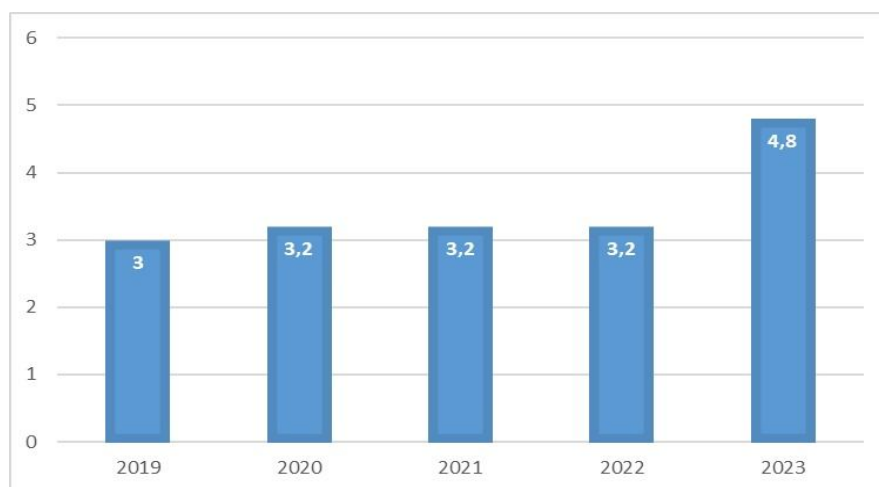


Рис. 2. Вклад творческих индустрий в ВВП РФ, %

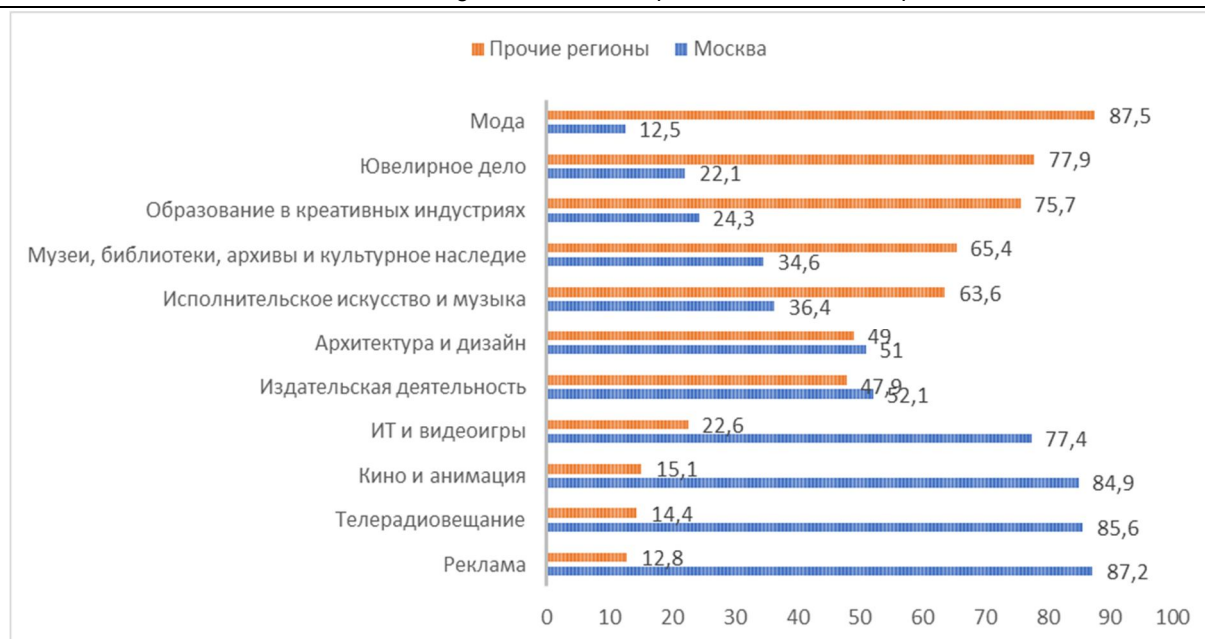


Рис. 3. Вклад Москвы в ВДС креативных индустрий в 2022 г., % [6]

Кроме Москвы и Санкт Петербурга креативный класс сосредоточен во многих регионах России. По вкладу креативных индустрий в экономику регионов лидерами являются Тюменская, Калининградская, Новосибирская, Костромская, Ярославская, Ульяновская области, Республика Татарстан, Свердловская область.

В августе 2024 г. Госдумой был принят закон о развитии креативных индустрий в РФ, который позволяет регионам выбирать креативные индустрии и смещать фокус на их развитие¹. В нем представлены следующие виды креативных индустрий:

1) индустрии, основанные на историко-культурном наследии (включая народные художественные промыслы, ремесла, деятельность галерей, деятельность по представлению обществу музейных предметов и музейных коллекций, производство продукции с использованием изображений музейных предметов, му-

зейных коллекций, зданий музеев и иных объектов культуры и культурного достояния);

2) индустрии, основанные на произведениях литературы и искусства, результатах издательской деятельности, результатах исполнительской деятельности и фонограммах;

3) индустрии, основанные на информационно-телекоммуникационных технологиях, деятельности средств массовой информации, деятельности в сфере связей с общественностью;

4) индустрии, основанные на прикладном творчестве.

Рассмотрим, как развиваются креативные индустрии в Черноземье.

Между администрацией Курской области и ФГБУ «Роскультцентр» в Москве подписано соглашение о долгосрочном сотрудничестве. Цель – системное развитие и поддержка креативных индустрий в регионе. ФГБУ «Роскультцентр» подчеркивает, что креативная индустрия – это мировой тренд, и планирует поддерживать развитие креативных кластеров в Курской области, а также помочь выбрать специализацию. Особое внимание будет уделяться молодым людям в возрасте от

¹ О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации: Федеральный закон от 08.08.2024 г. № 330-ФЗ URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/409395175/?ysclid=m2eot2bcen371159708> (дата обращения: 27.09.2024).

24 до 37 лет, чтобы стимулировать их оставаться и развивать родной регион.

Курская область богата творческим потенциалом – от Губернаторского камерного оркестра до разработчиков компьютерных игр и проектов благоустройства. В 2021 г. креативная экономика Курской области находилась в зачаточном состоянии, так как её выручка за прошедший год составила менее 6 млрд руб., что составляло лишь 1,5% от ВРП. Поставлена задача увеличить этот показатель до 10% в ближайшие годы [9].

В настоящее время Курская область активно развивает креативные индустрии, стремясь превратить их в один из ключевых двигателей экономики региона. В экосистеме региона уже работает Школа креативных индустрий, в которой на средства гранта создана современная материально-техническая база. В ней представлено шесть направлений: звуорежиссура и звуковой дизайн, электронная музыка, графика анимации, дизайн, фото- и видеопроизводство и интерактивные технологии.

Центральное место в развитии креативных индустрий в Курской области занимает межведомственный проект «Курский кластер креативных индустрий и технологий “Поток” для творчества и бизнеса». Он позволяет получить образование в области креативных индустрий, продюсерскую помощь, найти новых партнеров и заказчиков. Курский кластер креативных индустрий и технологий «Поток» вошел в топ-10 лучших молодежных проектов России по версии Российской креативной недели 2021 г. В области функционируют и другие креативные пространства: «Веранда», десять точек концентрации талантов «Гений места», инклюзивная творческая лаборатория, имеются достижения в развитии графического дизайна, киберспорта, фотоискусства, а также звукозаписывающих и анимационных студий.

Продвижение креативных индустрий в регионе предполагает создание в 2024 г.

еще одной школы креативных индустрий – в г. Железногорске. В ней предполагается функционирование трех студий: студия дизайна, студия анимации и 3D-графики, студия фото- и видеопроизводства. Поставлена цель – сделать участников студий лидерами рынка креативных индустрий.

Тамбовская область реализует региональный проект «Создание целеориентированной системы поддержки развития креативного сектора «Придумано в России», согласно которому к 2026 г. запланировано создание трех школ креативных индустрий. Особенность региона в развитии креативного сектора – ставка на проведение массовых событийных мероприятий. В области создана система фестивального движения. К уникальным и знаковым фестивалям Тамбовской области относятся: Международный музыкальный фестиваль им. С. В. Рахманинова, Международный фестиваль духовых оркестров им. В. И. Агапкина и И. А. Шатрова, театральный фестиваль им. Н. Х. Рыбакова, которые проводятся ежегодно, традиционные игры «Атмановские кулачки». В 2022-2023 гг. Фонд культурных инициатив профинансировал 15 тамбовских проектов по поддержке молодых талантов в области культуры, искусства и креативных индустрий на сумму 20,7 млн руб., тогда как общая величина затрат на проекты составила 34,2 млн руб.

В Белгородской области развитие креативных индустрий включено в «Социально-экономическую стратегию до 2030 года». Создаются три школы креативных индустрий – в Белгороде, Старом Осколе и Губкине. В сфере культуры ведется работа по реформатированию пространств учреждений культуры под креативные пространства, артпространства и творческие зоны. В качестве креативных площадок в Старом Осколе действует центр современного искусства «Новая быль», в Белгороде – культурный центр «Октябрь», арт-резиденция «АР-ТА» и арт-пространство «Мануфактура»

(два последних являются частными формами собственности).

Согласно исследованию агентства стратегических инициатив «Креативные индустрии Белгородской области», выручка организаций креативных индустрий области достигла 24,5 млрд руб., что составляет 1,2% от суммарной выручки всех организаций. Вклад креативных индустрий в валовой региональный продукт (по приближенным оценкам) составляет 2,3%. В креативных индустриях региона задействовано 5,6 тыс. организаций (это 6,9% от всех организаций области). Среднесписочная численность работников организаций креативных индустрий региона достигла 8,2 тыс. чел. (это 2,3% от всей численности работников области) [10].

Липецкую область в целом можно охарактеризовать инновационно развитым регионом: по доле инновационно-активных организаций в общем числе обследованных область занимает 4 место в Российской Федерации, а по доле организаций, осуществляющих технологические инновации, 3 место в России (2016 г.) [11]. В 2023 г. доля инновационных компаний составляет 21,3%. Приоритетность инноваций в развитии экономики региона закреплена в документах стратегического планирования Липецкой области. Среди стратегических целей развития области – создание инновационной и конкурентоспособной экономики в регионе [12]. Определенную роль в этом должна сыграть креативная индустрия.

В 2024 г. Липецкая область в числе первых начала внедрять региональный стандарт развития креативных индустрий (в рамках Соглашения о сотрудничестве с АСИ). Сформирована и утверждена экспертная группа, в которую вошли представители креативных индустрий региона. Они проводят самообследование и разрабатывают долгосрочную стратегию по развитию творческого бизнеса в регионе.

В Липецкой области на отрасль креативных индустрий приходится чуть более

4% МСП. К мерам поддержки следует отнести региональные гранты и субсидии, льготные займы, налоговые льготы, помощь с выходом на маркетплейсы и экспорт, разработкой и регистрацией бренда, сертификацией продукции. В 2024 г. как поддержка действует грант для брендов в сфере легкой промышленности, имеющих зарегистрированный товарный знак. Предприниматели смогут получить до 1 млн руб. на возмещение 80% расходов на ремонт помещения, приобретение оборудования и обучение персонала [13].

Воронежская область. В 2022 г. в Воронеже была открыта школа креативных индустрий «Матрешка» в рамках федерального проекта «Придумано в России». Занятия с использованием новейшего высокотехнологичного оборудования для 120 учащихся от 12 до 17 лет проводятся в шести студиях: «Фото- и видеопроизводство», «Звукорежиссура», «Анимация и 3D-графика», «Интерактивные и цифровые технологии VR и AR», «Дизайн», «Современная электронная музыка» В 2025 г. планируется открытие второй школы.

По сведениям регионального департамента предпринимательства и торговли из более чем 98 тыс. самозанятых в Воронежской области свыше 7 тыс. человек осуществляют деятельность в креативной сфере. Отмечен активный спрос самозанятых на поддержку, осуществляемую на базе центра «Мой бизнес», в продвижении продукции и PR. Для этого обеспечивается организация и проведение выставок-ярмарок самозанятых граждан. Действующие компании креативного бизнеса региона пользуются услугами регионального Центра поддержки экспорта.

На базе Воронежского государственного института искусств в 2022 г. открыт «Центр исполнительских искусств и светового дизайна», в котором действуют три мастерские: «Сценическая мастерская», «Фольклорная мастерская», «Мастерская светового дизайна». Это удобная

площадка, где стартапы и другие малые и средние предприятия могут создать прототип своего изделия – световой партитуры сценических мероприятий и постановок, 3D-мэппинга, видеоконтента для PR-компаний и наружной рекламы, каталогов изделий народного творчества [10].

Среди компаний в сфере креативных индустрий отдельного внимания заслуживает анимационная студия «Воронеж», которая входит в топ-25 наиболее перспективных анимационных компаний мира. Проекты студии выходили в кинотеатральный прокат более чем в 150 странах, были показаны на ведущих мировых онлайн-платформах и становились победителями в конкурсах международных фестивалей. Помимо производства анимационного контента студия занимается разработкой «Анимационной 3D-платформы», программного обеспечения для создания 3D-контента. При поддержке правительства Воронежской области разработана концепция «Дома анимации», которой предусмотрено тематическое музейное и образовательное пространство, арт-кластер и сектор производства.

Проведенный обзор креативных индустрий в Черноземье позволил увидеть уровень их развития, достижения и возможности для продвижения креативного класса и оценки его вклада в экономику регионов Черноземья.

Вместе с тем без творческого подхода и людей творческих профессий уже действующим производственным компаниям бывает затруднительно сохранять свои позиции в конкурентной борьбе и достигать стратегические цели развития. Применение креативного подхода в таких направлениях деятельности компаний, как маркетинг, коммуникация, упаковка, брендинг, разработка диджитал-продуктов, помогает бизнесу обновить старые и запустить новые линейки продуктов, выйти на новые рынки, обойти своих конкурентов, нарастить объемы продаж. Это, в свою очередь, способствует повышению туристического потока в

регионах Черноземья, созданию новых рабочих мест, улучшению качества жизни населения, благоустройству территории и развитию других секторов экономики, таких как общепит, спортивная сфера, логистика [10].

Потребность в проведении сравнительного анализа регионов и городов России по степени развития креативных индустрий и их вклада в экономику обусловила разработку индекса креативного потенциала (результат совместной работы компании «Технология доверия» и ВЭБ РФ). Этот индекс создан на базе индекса качества жизни, а также индекса креативного капитала, запущенного в 2016 г. При разработке индекса креативного потенциала была учтена теория Ричарда Флориды (концепция трех Т: таланта, технологий, толерантности).

Анализ креативного потенциала российских городов проводился по 60 показателям, разделенным на 5 ключевых категорий: «Люди», «Город», «Власть», «Бизнес» и «Бренды». Полученные результаты позволяют сравнить более ста российских городов с точки зрения их творческого развития. Бизнесу данная аналитика дает возможность оценить потенциал разных городов для реализации своих проектов, а для властей – понять, как развивать креативную экономику своего города, опираясь на успешный опыт других. В результате анализа было выделено 6 кластеров: «Космополиты», «Региональные центры», «Города с «достатком»», «Города местного значения», «Холодные города» и «Точки притяжения» [14]. Можно заметить, что индекс качества жизни влияет на индекс креативного потенциала: где качество жизни выше, там и благоприятнее среда для развития креативных индустрий. Особенно четко данная взаимосвязь наблюдается в городах-миллионниках, прежде всего таких, как Москва, которые являются лидерами в качестве жизни. В свою очередь, креативная экономика также влияет на качество жизни, так как стиму-

лирует экономический рост, создаёт новые рабочие места, тем самым повышая уровень жизни.

Рассмотрим креативные индустрии за рубежом. Впервые данное понятие было сформулировано в 1990-х годах в Великобритании [15]. Вопросам креативной экономики, креативных индустрий, креативного класса посвящены работы многих зарубежных авторов. Так, упоминаемый выше Дж. Хокинс дал определение понятию «креативная экономика». Ч. Лэндри разработал концепцию «креативного города» [16]. Его жители способны оценить свой творческий капитал и использовать его как инструмент в развитии городов и повышении качества жизни проживающих на их территориях. Источник креативности — творческие люди и организации, которые, собираясь вместе на одной территории, формируют творческую среду. Ричард Флорида предложил понятие творческого класса для обозначения социальной группы населения, включённой в постиндустриальный сектор экономики.

Многие зарубежные страны ещё 10-15 лет назад начали поддерживать креативные индустрии в отличие от России, для которой данная тема является довольно новой. Для большинства госу-

дарств в развитии креативного контента характерна тенденция стремления крупнейших информационно-коммуникационных компаний производить креативный контент, в т. ч. посредством слияний или поглощений с производителями. Например, компания AT&T, которая в 2018 г. приобрела группу компаний Time Warner, владевшую журналом Time, телеканалами CNN, HBO и др. Образовавшийся конгломерат средств массовой информации и развлечений был назван WarnerMedia. Многие компании развивают собственные сервисы креативного контента. Так компания Apple в 2007 г. запустила видеосервис Apple – TV.

В развитии креативного сектора экономики стран выделяют четыре модели: европейскую, американскую, скандинавскую и азиатскую [17].

Креативные индустрии постепенно становятся драйверами экономического развития в мире, и по динамике роста опережают традиционные отрасли.

Увеличение экспорта креативных товаров и услуг в последние годы связан с ростом экспорта программного обеспечения, а также услуг в сфере исследований. Также современные товары всё больше превращаются в услуги из-за процесса всемирной цифровизации [17].

Таблица 1. Модели развития креативных индустрий

Модель	Особенности	Области реализации креативного потенциала
Европейская (Великобритания, Франция, Германия, Испания, Италия)	Сетевая деятельность креативных индустрий, поддержка международного сотрудничества; основой является создание креативных кластеров	Архитектура, кинематограф, информационные технологии, издательское дело, реклама, аудиовизуальный контент
Американская (США, Канада, Латинская Америка)	Креативные индустрии поддерживаются на уровне штатов и муниципалитетами, популярно движение «креативных городов» и развитие креативного класса	Дизайн, издательское дело, аудиовизуальный контент
Скандинавская (Швеция, Дания, Финляндия, Норвегия)	Креативные навыки в предпринимательстве, развитие грантовой поддержки культуры и творчества	Медиа, реклама, театр, музей, литература
Азиатская (Сингапур, Южная Корея, Тайвань, Китай)	Восприятие креативных индустрий как ресурса повышения экспортного потенциала; развитие цифровых технологий	Мода, компьютерные игры, индустрия развлечений, дизайн, информационно-коммуникационные технологии

Крупнейшими экспортерами креативных услуг являются: ЕС (35,5% общего объема экспорта услуг сектора), США (31,4%), Великобритания (25,6%) и Израиль (4,7%) [18].

Большинство государств уделяет внимание количественному измерению вклада креативных индустрий в экономику, например, вклад в ВВП, численность занятых в креативном секторе.

Наибольший вклад креативных индустрий в ВВП наблюдается в США (12%), ещё значительный вклад демонстрируют такие страны, как Канада (6%), Италия (6%), Великобритания (5,6%). В США самая большая численность креативного класса (7,8%), поэтому данную страну можно назвать мировым лидером. В Европе также наблюдается значительное количество представителей креативного класса. В Великобритании вклад креативных индустрий в занятость составляет 6,2%, в Италии – 6%, в Германии – 3,9% по состоянию на 01.01.2023 г.

В международной практике сфера креативных индустрий включает более двух тысяч видов деятельности. Это отрасли, где заняты люди разных возрастов, включая молодых специалистов, пенсионеров и домохозяек, которые не всегда имеют возможности для реализации своего потенциала в традиционных секторах экономики.

В сфере креативной индустрии каждая страна специализируется на определенных видах индустрий. Так, в мире моды и культуры благодаря развитию современных направлений (streetwear – городская одежда) и современному искусству выделяются США. Германия является лидером в сфере игровой индустрии и промышленного дизайна. Франция и Италия известны своими достижениями в моде и кино. Китай лидирует в креативных индустриях с технологическим уклоном (игровая индустрия, архитектура) и визуальным творчеством (дизайн, культура, искусство). Южная Корея за-

нимает второе место (после США) по привлекательности для музыкальных звезд благодаря популярности жанра К-Рор. В Японии развитие креативных индустрий касается прежде всего области кино, моды и архитектуры.

Развивающиеся страны, такие как Перу и Турция, отличаются яркой динамикой в сфере рекламы и пиара благодаря быстрому росту их потребительских рынков [19].

В Австралии особое внимание уделяется переходу к цифровым технологиям и развитию электронной коммерции.

Организация Объединенных Наций по промышленному развитию (ЮНИДО) рассматривает креативные индустрии как важнейший драйвер экономического развития территорий, создания дополнительных рабочих мест, роста выручки и интеграции развивающихся стран в международные цепочки создания добавленной стоимости [20]. ЮНИДО реализует проекты по развитию креативных индустрий по всему миру (табл. 2).

Таким образом, креативная экономика – это один из наиболее активных и перспективных секторов экономики. Основой ускоренного развития креативной экономики являются творческий потенциал населения и экономика знаний [21]. Креативные индустрии – это сферы деятельности, в которых творческий потенциал населения, искусство соединяются с экономикой, вопросы занятости – с городским развитием. Экспертам и представителям креативного бизнеса и творческих индустрий предстоит ответить на вопросы: какими должны быть города будущего, как привлекать инвестиции в креативные индустрии, каким образом регионам создавать среду для привлечения талантов и обеспечивать реализацию креативного потенциала территории, как создавать условия для повышения доли уникальных креативных продуктов в структуре российского экспорта.

Таблица 2. Проекты развития креативных индустрий с участием ЮНИДО

Реализованные проекты, география проектов	Наименование проекта и его содержание	Сроки реализации проекта
«Креативное Средиземноморье»: (Алжир, Египет, Иордания, Ливан, Марокко, Палестина, Тунис)	Программа поддерживает развитие кластеров в культурной и креативной сфере в Южном Средиземноморье	2014–2019 гг.
Исламская Республика Иран	Проект, направленный на создание рабочих мест и развитие предпринимательства среди молодежи, женщин и людей с ограниченными возможностями	2017–2021 гг.
Куба	Проект повышения конкурентоспособности, организационной результативности и экспортного потенциала музыкальной индустрии	2016–2017 гг.
Армения	Программа развития и модернизации промышленности Армении, включая повышение конкурентоспособности экспортноориентированных секторов, таких как пошив одежды и текстиль	2016–2022 гг.
Таджикистан	Проект по модернизации и повышению конкурентоспособности в секторах ковроткачества, вышивки и текстиля	2015–2022 гг.

Выводы

Креативная экономика является одним из ключевых двигателей экономического и социального развития в XXI в. Для ее успешного развития необходимо создать благоприятные условия, включающие правовую защиту, финансовую поддержку, развитие образования и инфраструктуры. В России, несмотря на богатое культурное наследие, высокий уровень развития науки, потенциал креативной экономики пока недостаточно реализован. Несмотря на существующие барьеры, у креативной экономики нашей страны огромный потенциал. Креативная экономика, с одной стороны, это новые

возможности для традиционного производства товаров и услуг за счет оригинальной упаковки, брендинга, маркетинга, с другой – она позволяет создавать оригинальные товары и услуги привлекая талантливую молодежь для реализации уникальных проектов. Отмечается тенденция роста вклада креативных индустрий в ВВП развитых стран, повышается доля уникальных креативных продуктов в экспорте. Без творческих профессий трудно сегодня представить экономику развитых стран и крупных городов, а креативные индустрии растут достаточно быстрыми темпами и все больше вплетаются в традиционные отрасли экономики.

Список литературы

1. Хокинс Д. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. М.: Классика – XXI, 2011. 256 с.
2. Кузнецова Н. В. Новая парадигма современности – креативная экономика // Азиатско-тихоокеанский регион: экономика, политика, право. 2022. Т. 24, № 1. С. 15-37.
3. Калинина Л. Л. Креативная экономика как драйвер экономического роста // Вестник МГЭИ (on line). 2022. № 1. С. 59-66.

4. Креативный класс России: портрет в цифрах // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». URL: <https://www.hse.ru/news/science/807167671.html?ysclid=m2waik49sb788307527> (дата обращения: 27.09.2024).
5. Под давлением: как пандемия повлияла на креативные индустрии. URL: <https://www.hse.ru/news/expertise/527501887.html> (дата обращения: 27.09.2024).
6. Юрасова Ю. Креативная индустриализация. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6495848> (дата обращения: 27.09.2024).
7. Петрова В. Статистический подход к творчеству. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6444945> (дата обращения: 27.09.2024).
8. Как креативные индустрии влияют на развитие российских регионов. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/64d4cfee9a79470ed4fa36ea> (дата обращения: 27.09.2024).
9. В Курской области будут развивать креативную экономику. URL: <https://riakursk.ru/v-kurskoy-oblasti-budut-razvivat-kreativnuyu-ekonomiku/> (дата обращения: 30.09.2024).
10. От моды до IT: как развиваются креативные индустрии в Черноземье. URL: <https://chr.rbc.ru/chr/29/09/2023/6516c2119a7947020076f936> (дата обращения: 30.09.2024).
11. Бизин С. В. Оценка инновационной политики региона // Креативная экономика. 2019. Т. 13, № 1. С. 129-138.
12. Стратегия социально-экономического развития Липецкой области на период до 2024 года. URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?doc_itself=&backlink=1&nd=111010956&page=1&rdk=3&ysclid=m2wbo2qzep468714352#I0 (дата обращения: 30.09.2024).
13. Креативные индустрии с каждым годом набирают все большую популярность, находят свои ниши и целевые аудитории. URL: <https://www.lipetsk.kp.ru/daily/27610.5/4960978/> (дата обращения: 30.09.2024).
14. Индекс креативного потенциала в городах России. URL: <https://citylifeindex.ru/creative> (дата обращения: 03.10.2024).
15. Байкова Э. Р. Опыт развития креативных индустрий за рубежом // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2022. № 1 (163). С. 11–17.
16. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика-XXI, 2006. 399 с.
17. Логунцова И. В. Креативные индустрии в РФ: актуальные практики и перспективы развития: монография. М.: Проспект, 2024. 112 с.
18. Шкарина В. С. Оценка развития креативных индустрий в России и за рубежом // Российский экономический интернет-журнал. 2023. № 4. С. 1–12.
19. Творческие профили стран: как развиваются креативные индустрии в мире. URL: <https://trends-rbc-ru.turbopages.org/trends.rbc.ru/s/trends/social/62de9c1c9a7947f5e818e9f8> (дата обращения: 03.10.2024).
20. Творческие (креативные) индустрии. Справочник / Т. В. Абанкина, В. О. Боос, С. В. Бредихин, В. В. Власова, М. А. Гершман, Н. В. Гладких [и др.]. URL: https://ion.ranepa.ru/upload/medialibrary/fbd/Gid_Spravochnik-Tvorcheskie_kreativnye_industrii.pdf (дата обращения: 03.10.2024).
21. Грачева Н. А., Андросова И. В., Полищук О. А. Оценка ресурсного потенциала стран в контексте формирования экономики знаний, // Экономический анализ: теория и практика. 2022. Т. 21, № 9(528). С. 1617-1632.

References

1. Hawkins D. Creative economics. How to turn ideas into money: translated from English. Moscow: Klassika – XXI; 2011. 256 p. (In Russ.)
2. Kuznetsova N.V. The new paradigm of modernity – the creative economy. *Aziat-skotikhookeanskii region: ekonomika, politika, parvo = Asia-Pacific Region: Economics, Politics, Law*. 2022;24(1):15-37. (In Russ.)
3. Kalinina L.L. Creative economy as a driver of economic growth. *Vestnik MGEI (on line) = Bulletin of the MGEI (on line)*. 2022;(1):59-66. (In Russ.)
4. Creative class of Russia: portrait in numbers. National Research University Higher School of Economics. (In Russ.) Available at: <https://www.hse.ru/news/science/807167671.html?ysclid=m2waik49sb788307527> (accessed 27.09.2024).
5. Under pressure: how the pandemic affected the creative industries. (In Russ.) Available at: <https://www.hse.ru/news/expertise/527501887.html> (accessed 27.09.2024).
6. Yurasova Y. Creative industrialization. (In Russ.) Available at: <https://www.kommer-sant.ru/doc/6495848> (accessed 27.09.2024).
7. Petrova V. Statistical approach to creativity. (In Russ.) Available at: <https://www.kommersant.ru/doc/6444945> (accessed 27.09.2024).
8. How creative industries influence the development of Russian regions. (In Russ.) Available at: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/64d4cfee9a79470ed4fa36ea> (accessed 27.09.2024).
9. Creative economy will be developed in the Kursk region. (In Russ.) Available at: <https://riakursk.ru/v-kurskoy-oblasti-budut-razvivat-kreativnuyu-ekonomiku/> (accessed 30.09.2024).
10. From fashion to IT: how creative industries are developing in the Chernozyom region. (In Russ.) Available at: <https://chr.rbc.ru/chr/29/09/2023/6516c2119a7947020076f936> (accessed 30.09.2024).
11. Bizin S.V. Assessment of the innovation policy of the region. *Kreativnaya ekonomika = Creative Economics*. 2019;13(1):129-138. (In Russ.)
12. Strategy of socio-economic development of the Lipetsk region for the period up to 2024. (In Russ.) Available at: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?doc_itself=&backlink=1&nd=111010956&page=1&rdk=3&ysclid=m2wbo2qzep468714352#10 (accessed 30.09.2024).
13. Creative industries are gaining more and more popularity every year, finding their niches and target audiences. (In Russ.) Available at: <https://www.lipetsk.kp.ru/daily/27610.5/4960978/> (accessed 30.09.2024).
14. Index of creative potential in Russian cities. (In Russ.) Available at: <https://citylifeindex.ru/creative> (accessed 03.10.2024).
15. Baykova E.R. The experience of developing creative industries abroad. *Ekonomika i upravlenie: nauchno-prakticheskii zhurnal = Economics and Management: a Scientific and Practical Journal*. 2022;(1):1–14. (In Russ.)
16. Landry Ch. Creative city. Moscow: Klassika-XXI; 2006. 399 p. (In Russ.)
17. Loguntsova I.V. Creative industries in the Russian Federation: current practices and development prospects: monograph. Moscow: Prospekt; 2024. 112 p. (In Russ.)
18. Shkarina V.S. Assessment of the development of creative industries in Russia and abroad. *Rossiiskii ekonomicheskii internet-zhurnal = Russian Economic Online Journal*. 2023;(4):1–12. (In Russ.)
19. Creative profiles of countries: how creative industries are developing in the world. (In Russ.) Available at: <https://trends-rbc-ru.turbopages.org/trends.rbc.ru/s/trends/social/62de9c1c9a7947f5e818e9f8> (accessed 03.10.2024).

20. Abankina T.V., Boos V.O., Bredikhin S.V., Vlasova V.V., Gershman M.A., Gladkikh N.V., et al. Creative industries. Handbook. (In Russ.) Available at: https://ion.ranepa.ru/upload/medialibrary/fbd/Gid_Spravochnik-Tvorcheskie_kreativnye_industrii.pdf (accessed 03.10.2024).

21. Gracheva N.A., Androsova I.V., Polishchuk O.A. Assessment of the resource potential of countries in the context of the formation of the knowledge economy. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice*. 2022;21(9):1617-1632. (In Russ.)

Информация об авторах / Information about the Authors

Полищук Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, управления и аудита, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: ole_ole_08@mail.ru, ORCID: 0000-0002-0200-9186

Olga A. Polischuk, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Economics, Management and Audit, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: ole_ole_08@mail.ru, ORCID: 0000-0002-0200-9186

Грачева Надежда Алексеевна, кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики, управления и аудита, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: n-a-gracheva@mail.ru, ORCID: 0000-0002-0951-090X

Nadezhda A. Gracheva, Candidate of Sciences (Economics), Professor of the Department of Economics, Management and Audit, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: n-a-gracheva@mail.ru, ORCID: 0000-0002-0951-090X

Душкина Валерия Андреевна, студент, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: dushkina.valeria@yandex.ru

Valeria A. Dushkina, Student, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: dushkina.valeria@yandex.ru

Ковалева Марина Викторовна, студент, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: kovaleva.marina24@yandex.ru

Marina V. Kovaleva, Student, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: kovaleva.marina24@yandex.ru