

УДК 338.001.36

JEL O32

DOI: <http://doi.org/10.25728/econbull.2023.3.2-zaitseva>

## ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

**Зайцева Татьяна Сергеевна**

*Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН, г. Москва, Россия  
e-mail: [tatiana.vlasenk@yandex.ru](mailto:tatiana.vlasenk@yandex.ru), SPIN code: нет; ORCID - нет*

**Аннотация.** В статье исследована роль креативных индустрий в контексте инновационного развития экономики России. Доказано, что креативность является ключевым фактором инновационного развития экономики и общества в целом. Креативная экономика охватывает все отрасли, которые основаны на творческой активности. В развитых странах значение креативных индустрий постоянно растет, они являются не только прибыльным сектором экономики, но и стратегическим направлением повышения конкурентоспособности, производительности, занятости и устойчивого экономического роста. Развитие креативных индустрий способно привести к образованию позитивного внешнего эффекта и из-за его распространения обеспечить высокий уровень конкурентоспособности инновационной деятельности в других секторах экономики. Использование потенциала креативных индустрий будет способствовать инновационному развитию экономики и быстрому выходу из кризисной фазы. Определено место России по уровню инновационного развития. Проанализированы показатели деятельности креативных индустрий России. Определены основные проблемы, тормозящие развитие креативных индустрий. Предложены направления развития креативной экономики.

**Ключевые слова:** инновации, рынок креативных индустрий, инновационная деятельность

## INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE CREATIVE INDUSTRIES MARKET

**Zaitseva Tatyana Sergeevna**

*V.A. Trapeznikov Institute of Control Science of Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia  
e-mail: [tatiana.vlasenk@yandex.ru](mailto:tatiana.vlasenk@yandex.ru), SPIN code: none; ORCID- none*

**Abstract.** The article examines the role of creative industries in the context of innovative development of the Russian economy. It is proved that creativity is a key factor in the innovative development of the economy and society as a whole. The creative economy encompasses all industries that are based on creative activity. In developed countries, the importance of creative industries is constantly growing, they are not only a profitable sector of the economy, but also a strategic direction for improving competitiveness, productivity, employment and sustainable economic growth. The rapid development of the mentioned creative industries can possibly lead to the development of a positive external economic effect and, due to its wide spread, ensure a relatively high level of competitiveness in the field of innovation activity in other sectors of the national economy. Using the potential of creative industries will contribute to the innovative development of the economy and a quick exit from the crisis phase. The place of Russia in terms of the level of innovative development has been determined. The performance indicators of the creative industries of Russia are analyzed. The main problems hindering the development of

creative industries are identified. The directions of development of the creative economy are proposed.

**Keywords:** innovation, creative industries market, innovation activity

**Введение.** Современное развитие общества устанавливает новые ориентиры и направления для успешного управления. Последние десятилетия XX века и первые десятилетия XXI века характеризовались интенсивным воздействием глобализации на мировую экономику, в то время как изменения в системе экономических отношений в настоящее время наблюдаются в пользу цифровой и креативной экономики благодаря инновациям в информационно-коммуникационной сфере и ее креативной интерпретации. Так называемая креативная экономика также стала центром социально-экономического и политического развития многих стран мира, а креативные индустрии являются значительным источником дохода для национальных экономик. Исходя из этих утверждений, изучение тенденций развития креативных индустрий в России в целом имеет важное значение для выявления таких отраслей, которые обладают потенциалом для создания добавленной стоимости, инноваций, рабочих мест и повышения благосостояния общества. В настоящее время продолжается научный дискурс: что именно станет движущей силой экономического роста, какая отрасль будет способствовать росту экономики. Научные школы, основанные на работах Й. Шумпетера, утверждают, что высокие темпы роста могут быть обеспечены только за счет инновационного развития. Научные школы эволюционной экономики, в частности Э. Рейтнер, утверждают, что страна должна постепенно проходить каждый этап экономического развития, перепрыгивать через ступеньку нельзя.

Наряду с этим, креативные индустрии в последнее время все чаще рассматриваются в научном дискурсе как движущая сила экономического развития. Новая парадигма полноценного развития связывает экономическую и культурную составляющие, охватывает разные аспекты развития: экономические, культурные, технологические и социальные, развитие происходит как на макро, так и на микроуровне. Особо важную роль в этом играют креативность, распространение знания и доступ к информации, которые являются мощными движущими силами экономического роста и развития в глобализованном мире. Понятие “креативность” появилось только в XX веке. Считается, что термин “креативность” в экономическом смысле был введен в научный оборот только в середине 1990-х годов и отражал генерацию новых идей и их трансформацию в ценности, т.е. придание им утилитарного характера. Слово “креативность” ассоциируется с оригинальностью, воображением, вдохновением и изобретательностью. Сочетание инноваций и креативности способствовало формированию понятия “креативные индустрии”, как отрасли, которая сочетает в себе создание, производство и коммерциализацию креативного контента, а, следовательно, влияет на формирование доходной части бюджета, создание рабочих мест, инвестиционную привлекательность и т.д.

Впервые термин “креативные индустрии” был применен еще в 1994 году в Австралии в докладе "Креативная нация". Но получил огласку термин в 1997 году, когда Министерство культуры, СМИ и спорта Великобритании организовало научную рабочую группу, занимающуюся креативными индустриями (UNCTAD, 2010). Понятию “креативные индустрии” можно дать определение: цикл создания,

производства и последующего распределения товаров и услуг, использующих креативность и интеллектуальный капитал, как основные составляющие процессов. Что включает в себе набор основанных на знаниях родов деятельности, производящих материальные и не материальные, интеллектуальные, художественные услуги и товары, которые основаны на творчестве, экономической пользе и отвечают требованиям рынка.

Креативные индустрии расширили сферу влияния от искусства до потенциально коммерческой деятельности. Наиболее современной является классификация креативных индустрий, так называемая модель Конференции Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД), которая включает четыре группы и девять подгрупп креативных индустрий, в частности: культурное наследие, искусство, медиа и функциональное творчество. Соответственно, компоненты первой группы, а именно, элементы нематериального культурного наследия и памятники культуры, истории и природы, являются связующим звеном между креативной индустрией и туризмом. Существует синергетический эффект между креативными индустриями и туризмом, т.е. турист потребляет значительное количество креативных продуктов (культура, искусство и т.д.), а креативная экономика, в свою очередь, способствует улучшению имиджа территории и привлечению туристов, а также сочетанию туризма и промышленного производства поскольку туристическое направление будет способствовать появлению нового инновационного продукта, соответствующее существующее нематериальное наследие и креативные индустрии могут стать туристическим активом для креативных городов и способствовать их развитию. Мировой опыт показывает, что креативные индустрии вносят ощутимый вклад в мировую экономику. Сектору культуры креативных индустрий соответствуют 3,1% мирового валового внутреннего продукта, также он обеспечивает 6,2% занятости (это практически 50 миллионов рабочих мест), в основном это молодые люди в возрасте 15-29 лет, занимающиеся краткосрочной работой с низким уровнем дохода. Целью статьи было установить синергетический эффект от взаимодействия цифровой экономики, креативных индустрий и инновационной деятельности и смоделировать инновационное развитие предприятий и экономики России.

**Материалы и методы.** Теоретической основой исследования послужили положения и подходы относительно сущности креативных индустрий, их классификации, которые изложены в докладах Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНЕСКО, 2009; ЮНКТАД, 2010); научных трудах российских и зарубежных ученых на тему креативных индустрий и их связь с инновационной деятельностью. В контексте указанной цели были использованы следующие методы научного исследования: общие и специальные методы. В частности, среди общих логических методов выделяются следующие: анализ и синтез (в отношении изучения сущности понятий “креативные индустрии” и “креативная инновационная деятельность”); индукция и дедукция (исследование взаимодействия и синергетических взаимосвязей между креативными индустриями и инновационной деятельностью); абстракция (с целью выделять существенные признаки изучаемого объекта); формализация (касающаяся отображения знаний об объектах в знаково-символической форме). Соответственно, в группу методов специального характера исследования вошли: метод контент-анализа, сравнительный и графический анализ. В ходе исследования

применялись общенаучные методы: историко-терминологический; системный (обоснование необходимости развития креативных индустрий, так как они являются важным фактором развития инновационной деятельности страны). Исследование было основано на открытых данных, аналитических и статистических отчетах, программных документах креативных индустрий и инновационной деятельности; результатах исследований ученых; глобальные информационные источники Конференции ООН по торговле и развитию, ЮНЕСКО, Департамента культуры, СМИ и спорта Великобритании, а также законодательства России, Государственной службы статистики.

Экономическая оценка креативных индустрий в России проводится на основе статистических данных по следующим показателям: добавленная стоимость, основанная на производственных затратах хозяйствующих субъектов (валовой доход от операционной деятельности, с учетом производственных субсидий, без учета косвенных налогов); количество занятых лиц в хозяйствующих субъектах (с учетом занятых полный рабочий день, неполный рабочий день и неоплачиваемых (собственники, учредители предприятия и члены их семей) работников предприятия); количество хозяйствующих субъектов (предприятия-юридические лица и физические лица-предприниматели); расходы на персонал предприятия субъекты хозяйствования (затраты на оплату труда и отчисления на социальные мероприятия), объем продукции (товаров, услуг), реализуемой субъектами хозяйствования в сфере креативных индустрий.

**Результаты.** Первыми, кто в своих трудах коснулся проблемы развития креативности, креативной экономики, креативных индустрий и креативного класса, были Дж. Хокинс и Р. Флорида. Джон Хокинс первым ввел в экономический оборот термин "креативная экономика" в 2000 г. Он разработал концепцию креативной экономики для того, чтобы описать экономические системы, в которых ценность продукта зависит от его оригинальности и креативности, а не от традиционных ресурсов. Дж. Хокинс первым ввел типизацию креативных отраслей и выделил 15 креативных индустрий, таких как рекламная деятельность, программирование, издательское дело, разработка и производство компьютерных игр и другие. По мнению автора, именно в этих индустриях создается интеллектуальная собственность, а именно: патенты, авторские права, торговые марки и оригинальные разработки.

Ричард Флорида в своей работе определил, что креативность имеет многогранный и комплексный характер и является «источником новых технологий, новых отраслей, новых материальных благ и других экономических преимуществ». По мнению автора, становление креативной экономики оказывает значительное влияние на формирование нового креативного класса, значительное отличие которого заключается в том, что его представители занимаются работой, основная цель которой заключается в создании значительных новых форм. Автор утверждает, что креативный класс обладает достаточной властью, талантом и численностью, для того чтобы сыграть важную роль в преобразовании мира. Именно в Великобритании впервые был исследован потенциал креативного сектора экономики и разработана правительственная программа его развития. Благодаря этой программе было создано Агентство по поддержке креативного сектора, что дало возможность участвовать в грантах, использовать льготное кредитование и многое другое. Департамент цифровизации, культуры, медиа и спорта Великобритании дал креативным индустриям определение: индустрии,

основывающиеся на личностном творчестве, индивидуальных навыках и талантах и имеющие возможность формирования благосостояния и создания рабочих мест через производство и использование интеллектуальной собственности. К креативным индустриям относятся отрасли, которые имеют потенциал к обогащению экономики через создание интеллектуальной собственности. В список креативных индустрий вошли следующие направления деятельности: реклама, архитектура, искусство, ремесла, мода и дизайн, кино и музыка, исполнительские искусства, создание интерактивных мероприятий и контента, издательское дело, программное обеспечение, телевидение, радио.

Следует отметить, что в экономике креативных индустрий работает мультипликатор: \$100 расходов, осуществленных в секторе креативных индустрий, генерируют еще \$70-90 в других сферах. Действие мультипликатора подтверждается тем, что развитие креативных индустрий оказывает значительное влияние на развитие экономики страны в целом.

Различают следующие уровни их влияния: прямой, опосредованный и индуцированный. Прямое влияние креативных индустрий проявляется в том, что их активное развитие ведет к росту уровня добавленной стоимости за счет производства большего количества инновационной продукции, объемов экспорта, уровня занятости населения. Это приводит к росту уровня ВВП и конкурентоспособности страны. Опосредованное воздействие проявляется тогда, когда для создания креативной продукции используют добавленную стоимость и занятость, которые создаются в других секторах экономики. Индуцированное воздействие учитывает рост стоимости и занятости, которые генерируются в экономике в результате изменения потребительских расходов от изменения доходов, вызванные прямым и опосредованным влиянием креативных индустрий. Действие этих влияний меняет качество жизни людей и трансформирует культурную, образовательную и бизнес-среду в обществе. Развитие креативных индустрий в стране ведет к образованию положительного внешнего эффекта (экстерналий) и через распространение концепций, навыков, знаний, опыта, компетенций приводит к повышению уровня инновационности и конкурентоспособности в других секторах экономики. Креативная экономика может не только генерировать доходы сама по себе, но и быть катализатором развития традиционных индустрий. Именно использование потенциала креативных индустрий может способствовать устойчивому развитию экономики и быстрому послекризисному развитию России. Таким образом, развитие креативных индустрий является основой создания инноваций, ведь они способствуют внедрению новых идей и технологий в других секторах экономики, повышают их производительность и конкурентоспособность, а также являются важными пользователями инновационных товаров, разработок, технологий, чем стимулируют спрос на инновации в целом. Созданный в условиях креативной экономики продукт, который производится только один раз, дает возможность разработчику продавать его неограниченное количество раз. Например, фирмы, разработавшие ИТ-приложение, имеют возможность установить его пользователям неограниченное количество раз; видеоматериалы, выложенные на любом видеохостинге, могут увидеть миллионы людей; автор пишет книгу один раз, и она издается во многих странах; творческий коллектив создает медиапродукт, который можно увидеть во всех кинотеатрах мира. Таким образом, креативный продукт создается лишь один раз, расходы компания осуществляет также один раз, а сам

продукт может использоваться до тех пор, пока на него есть спрос, что нельзя сказать о продукте, созданном в условиях традиционной экономики. Добыча полезных ископаемых, например, как результат деятельности традиционной экономики хотя и приносит прибыль, но требует постоянного увеличения расходов, связанных с операционной, инвестиционной и финансовой деятельностью субъекта хозяйствования.

Объем затрат на изготовление традиционного продукта из-за постоянной цикличности значительно превышает затраты, необходимые для разработки и использования креативного продукта. В этом и заключается основное отличие креативного продукта и продукта, созданного в условиях традиционной экономики. По мнению Д. Ньюбигин, члена Совета креативных индустрий правительства Великобритании, основным топливом экономики XX в. была нефть, а топливом XXI в. является креативность. В большинстве развитых стран мира значение креативных индустрий постоянно растет. Они являются не только прибыльным сектором экономики, но и стратегическим направлением повышения конкурентоспособности, производительности, занятости и устойчивого экономического роста. Креативная экономика быстро растет в мире и уже обеспечивает 50 млн. рабочих мест. Глобальный рынок креативных товаров за последние 10 лет удвоился, достигнув \$509 млрд, и составляет 6,1% мирового ВВП. Основными стейкхолдерами креативной экономики являются общество, бизнес, образовательные и научно-исследовательские институты, органы местного самоуправления, международные организации, общественные организации, креативные хабы (Таблица 1).

Таблица 1. Стейкхолдеры креативной экономики

| Стейкхолдеры   | Характеристика  |
|--|---|
| Общество   | Общество условно делится на заинтересованных и причастных к креативной экономике. Заинтересованная часть - это потребители креативной продукции, которые формируют спрос. Причастная часть - это люди, которые обладают необходимыми знаниями, интеллектом, талантом и создают креативный продукт   |
| Государство  | Государство инициирует, координирует и поддерживает развитие креативной экономики и индустрии   |
| Бизнес   | Бизнес производит креативную продукцию, генерирует и внедряет креативные решения, создает новые рабочие места и добавленную стоимость в секторе креативных индустрий. Некоторые представители бизнеса могут быть заказчиками и пользователями креативной продукции. Сотрудничество малых, средних и крупных предприятий приводит к мультипликативному эффекту |
| Образовательные и научно-исследовательские институты | Образовательные и научно-исследовательские институты создают фундамент для развития креативных индустрий. Учебные заведения дают необходимые знания, создают основу для воспитания интеллектуальной молодежи. Научно-исследовательские учреждения будут внедрять инновационные разработки   |

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Органы местного самоуправления | Органы местного самоуправления являются инициаторами и координаторами развития креативных индустрий на локальном уровне через формирование и реализацию местных политик. Закладывают фундамент для развития человеческого капитала и экономического роста территориальной общины   |
| Международные организации      | Международные организации включают креативную экономику в приоритетные направления деятельности, осуществляют исследования, собирают статистическую информацию, создают новые формы управления и поддержки креативным индустриям   |
| Общественные организации       | Общественные инициативы усиливают креативность в регионах через реализацию учебных проектов, создание платформ для привлечения общественности, просветительскую деятельность, организацию выставок, концертов, участие в грантах, конкурсах по реализации проектов. Общественные организации через тесную связь с обществом помогают качественно доносить основные послы и продвигать идеи креативной экономики, объединять ресурсы и возможности активной части жителей территориальных общин |
| Креативные хабы                | Креативные хабы - это новые пространства для реализации творческих способностей: центры, коворкинги, мастерские, инкубаторы, лаборатории и др.   |

В развитых странах важнейшими инструментами развития инновационной деятельности и креативного сектора экономики является применение широкого комплекса налоговых, финансовых, институциональных стимулов, государственно-частного партнерства и тому подобное. Самыми распространенными креативными индустриями в развитых странах являются такие, как: ИТ технологии, VR технологии, реклама, архитектура, искусство и культура, ремесла, дизайн, мода, видеоигры, музыка, издательское дело, телевидение и киноиндустрия и многие другие. Самые известные компании мира, такие как Apple, Microsoft Corporation, Meta Platforms Inc., Amazon.com, Lego Group, The Walt Disney Company, NVIDIA Corporation, Netflix Inc., Tesla Inc., Google LLC создают инновационные продукты за счет креативности сотрудников. Эти компании за счет создания креативного продукта обладают высоким уровнем рыночной капитализации. Креативные индустрии используют инновационные технологии Индустрии 4.0, например, 3D принтинг, искусственный интеллект, AR/VR, блокчейн. Данные технологии обеспечивают новые возможности производства и потребления товаров и услуг, расширяют географию потребления. Например, интернет-платформы используют искусственный интеллект для персонализации предпочтений потребителей; трехмерная печать используется для изготовления художественных изделий; технология блокчейн (токены) помогает установить право собственности на изделия искусства; виртуальная реальность помогает создать эффект присутствия, который используется в компьютерных играх и тому подобное. Таким образом креативные индустрии можно определить как вид экономической деятельности, целью которого является создание

добавленной стоимости через культурное и креативное выражение. К креативным индустриям можно отнести 34 вида деятельности: визуальное искусство, сценическое искусство, литература, издательская деятельность и журналистика, аудиальное искусство, аудиовизуальное искусство, дизайн и мода, медиа и информационно-коммуникационные технологии, цифровые технологии в искусстве; архитектура и урбанистика, реклама, маркетинг, PR; музейное дело, ремесла.

В то же время значительный вклад в креативную экономику осуществляют и смежные виды деятельности (связь, тиражирование и печать, туризм и др.), которые дают возможность создавать, производить и распространять продукт, генерируемый креативными индустриями. Поскольку креативные индустрии оказывают мультипликативное влияние на развитие других отраслей и экономики в целом, то это даст возможность осуществить оценку влияния креативных индустрий на уровень ВВП, занятости, развития предпринимательской деятельности, культурных и образовательных процессов и тому подобное.

К наиболее ключевым креативным индустриям можно отнести следующие: ИТ технологии; реклама, маркетинг и PR; аудиовизуальное искусство; архитектура; литература и издательское дело. Эти пять самых креативных индустрий способны обеспечить 95% валовой добавленной стоимости и 88% занятости. Каждый год валовая добавленная стоимость растет во всех креативных индустриях, но их динамика неоднородна. ИТ технологии являются наиболее креативной индустрией России, в частности финтех технологии. В течение анализируемого периода ИТ технологии значительно опережали развитие других отраслей и создали в 2022 г. 58% всей добавленной стоимости креативных индустрий России. Это потому, что ИТ технологии занимают значительную долю в структуре креативных индустрий страны. Таким образом, можно отметить, что наиболее благоприятной средой для развития креативной экономики в России являются ИТ технологии, где заказчиками в подавляющем количестве с 2022 года стали являться отечественные инвесторы.

На основе проведенного исследования можно отметить, что в течение последних лет прослеживалась тенденция к постепенному росту роли креативных индустрий в экономике страны, что можно подтвердить следующими положительными трендами: прирост добавленной стоимости креативных индустрий – 13%; прирост количества субъектов хозяйствования в креативных индустриях России – 12%; прирост объемов реализованной продукции креативными индустриями России – 17%; прирост занятости в креативных индустриях России – 0,1%. По мнению отечественных исследователей, сегодня в России доля креативной экономики в ВВП составляет около 7%, но ее потенциал значительно выше и может составлять более 10% ВВП. Этот рост может привести к созданию ряда системных положительных макроэкономических эффектов, а именно: увеличение ВВП; экспорта; валовой прибыли предприятий. Однако дальнейшее развитие креативных индустрий осложняется наличием широкого круга проблем, которые можно сгруппировать следующим образом: 1) несовершенство законодательной базы обусловлено тем, что по сей день остается неурегулированным вопрос относительно функционирования креативных индустрий, а также защиты прав интеллектуальной собственности, авторских прав и цифровых прав; 2) отсутствие единой государственной стратегии, политики развития креативной экономики и креативных индустрий; 3) значительная доля



креативных индустрий находится в поле теневого сектора; 4) низкий потребительский спрос на креативные товары и услуги на внутреннем рынке; несовершенное кадровое обеспечение и устаревание системы образования; 5) слабая развитость инновационной инфраструктуры в части коммерциализации креативных идей, и тому подобное.

**Выводы.** Дальнейшее развитие России невозможно без эффективной стратегии экономического роста, основу которой составят креативные индустрии и инновационные предприятия, которые способны стимулировать инновационные процессы, поддерживать развитие малого и среднего бизнеса, способствовать развитию интеллектуального труда, образования и человеческого капитала. Инновационное развитие и креативность должны стать частью стратегии долгосрочного роста и общего благосостояния страны. Развитие креативных индустрий приведет к образованию положительного внешнего эффекта и к повышению уровня инновационной деятельности и конкурентоспособности в других секторах экономики.

Креативные индустрии не только являются прибыльным сектором экономики, но и способны сыграть значительную роль в экономическом развитии страны, ведь они являются стимулом активизации инновационной деятельности и могут способствовать быстрому послекризисному восстановлению экономики России. Креативные индустрии способны стимулировать развитие традиционных секторов экономики, территорий, городов и страны в целом. Таким образом, на общегосударственном и региональном уровнях основными направлениями развития креативной экономики и креативных индустрий в России должны быть следующие:

- для проведения радикальной модернизации экономики и структурных реформ, которые должны опираться на инновационное развитие экономики, необходимо осуществить изменения в законодательстве относительно поддержки инновационного и креативного предпринимательства, его финансирования и страхования;

- способствовать созданию инфраструктуры и необходимых институтов с целью формирования специального рыночного механизма, способного трансформировать креативный продукт в экономическую ценность;

- для поддержки развития креативных индустрий необходимо усовершенствовать налоговое законодательство путем фискального стимулирования возобновления производства и дальнейшего развития предпринимательства;

- осуществить защиту прав интеллектуальной собственности разработчиков креативных продуктов путем усовершенствования законодательства в этой сфере;

- способствовать совершенствованию образования в сфере креативных индустрий путем установления новых связей, партнерства, программ обмена с иностранными университетами, участия в грантовых программах;

- осуществить поддержку интернационализации бизнеса в секторе малого и среднего предпринимательства через создание очагов развития креативной экономики, а именно центров, хабов, платформ, агентств, сетей, которые позволят повысить инвестиционную привлекательность регионов и будут способствовать развитию бизнеса в креативном секторе экономики;

- содействовать разработке новых креативных продуктов через сотрудничество органов местной власти и территориальных общин для решения

локальных проблем экономического, социального, экологического, культурного характера и повышения имиджа территорий.

### **Литература**

1. Жупарова А.С., Исмаил Г.Ж. Экономика креативных индустрий: сущность и основные характеристики // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2021. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-kreativnyh-industriy-suschnost-i-osnovnye-harakteristiki> (дата обращения: 18.10.2023).
2. Климова И.В., Семеркова Л.Н. Влияние креативных индустрий на инновационное развитие территории // Организатор производства. 2022. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-kreativnyh-industriy-na-innovatsionnoe-razvitiie-territorii> (дата обращения: 18.10.2023).
3. Ковалькова Е.Ю. Право креативных индустрий // Образование и право. 2022. № 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravo-kreativnyh-industriy> (дата обращения: 18.10.2023).
4. Кузнецова Н.В. Новая парадигма современности - креативная экономика // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. 2022. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-paradigma-sovremennosti-kreativnaya-ekonomika> (дата обращения: 18.10.2023).
5. Симашенков П.Д. Креативная экономика: панацея или паллиатив? // Концепт. 2022. № 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-ranatseya-ili-palliativ> (дата обращения: 18.10.2023).
6. Сопина Н.В. Развитие креативных индустрий в регионах России: возможности и их реализация // КЭ. 2021. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiie-kreativnyh-industriy-v-regionah-rossii-vozmozhnosti-i-ih-realizatsiya> (дата обращения: 18.10.2023).
7. Старкова А.П. Креативная экономика в развитии современных индустрий и предпринимательства // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2022. № 2 (40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-v-razvitii-sovremennyh-industriy-i-predprinimatelstva> (дата обращения: 18.10.2023).
8. Стуглев А.А., Ходько С.Т., Любенова А.М. Креативная экономика и индустрия событий. Значение для экономики города // КЭ. 2021. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-i-industriya-sobytiy-znachenie-dlya-ekonomiki-goroda> (дата обращения: 18.10.2023).
9. Шкарина В.С. Креативная экономика: мировой опыт и вызовы для России // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). 2022. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-mirovoyo-opyt-i-vyzovy-dlya-rossii> (дата обращения: 18.10.2023).
10. Шкарина В.С., Леонтьева Л.С. Особенности развития отечественного рынка креативных индустрий в условиях глобализации // Инновации и инвестиции. 2023. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-otechestvennogo-rynka-kreativnyh-industriy-v-usloviyah-globalizatsii> (дата обращения: 18.10.2023).

## References

1. Zhuparova A. S., Ismail G. Zh. Economics of creative industries: essence and main characteristics // Models, systems, networks in economics, technology, nature and society. 2021. No.3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-kreativnyh-industriy-suschnost-i-osnovnye-harakteristiki> (accessed: 10/18/2023).
2. Klimova I. V., Semerkova L. N. The influence of creative industries on the innovative development of the territory // Organizer of production. 2022. No.4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-kreativnyh-industriy-na-innovatsionnoe-razvitie-territorii> (accessed: 18.10.2023).
3. Kovalkova E. Yu. The law of creative industries // Education and law. 2022. No.7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravo-kreativnyh-industriy> (accessed: 10/18/2023).
4. Kuznetsova N. V. New paradigm of modernity - creative economy // Asia-Pacific region: economics, politics, law. 2022. No. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-paradigma-sovremennosti-kreativnaya-ekonomika> (accessed: 18.10.2023).
5. Simashenkov P. D. Creative economy: a panacea or a palliative? // Concept. 2022. No.9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-panatseya-ili-palliativ> (accessed: 10/18/2023).
6. Sopina N.V. Development of creative industries in the regions of Russia: opportunities and their implementation // CE. 2021. No. 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-kreativnyh-industriy-v-regionah-rossii-vozmozhnosti-i-ih-realizatsiya> (accessed: 18.10.2023).
7. Starkova A. P. Creative economy in the development of modern technologies and entrepreneurship // USNTU Bulletin. Science, education, economics. Series: Economics . 2022. No.2 (40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-v-razviti-sovremennyh-industriy-i-predprinimatelstva> (accessed: 18.10.2023).
8. Stuglev A. A., Khodko S. T., Lyubenova A.M. Creative economy and event industry. Significance for the city's economy // KE. 2021. No. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-i-industriya-sobytiy-znachenie-dlya-ekonomiki-goroda> (accessed: 10/18/2023).
9. Shkarina V. S. Creative Economy: world experience and reviews for Russia // Bulletin of the Moscow University. Series 21. Management (State and society). 2022. No.4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-mirovoy-opyt-i-vyzovy-dlya-rossii> (accessed: 18.10.2023).
10. Shkarina V. S., Leontieva L. S. Features of the development of the domestic market of creative technologies in the context of globalization // Innovations and investments. 2023. No.5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-otechestvennogo-rynka-kreativnyh-industriy-v-usloviyah-globalizatsii> (accessed: 18.10.2023).

*Поступила в редакцию 5 октября 2023 г.*