

В.С. Шкарина*

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: МИРОВОЙ ОПЫТ И ВЫЗОВЫ ДЛЯ РОССИИ

В условиях современного развития цифровых технологий и информатизации общества творческие идеи становятся конкурентами реального сектора экономики, формируя коммерческие и потребительские цели. Период распространения коронавирусной инфекции и изоляция населения во всем мире свидетельствуют об активности продвижения и доходности творческих идей. Если в 2018 г. в Глобальном отчете ЮНЕСКО было отмечено, что многие малые предприятия, в том числе творческие, из развивающихся стран сталкиваются с многочисленными проблемами в процессе интеграции в глобальные экспортные рынки, в отличие от тех стран, которые имеют доступ к таким услугам (логистика для доставки товаров за границу, знание регуляторных требований относительно экспорта стран-импортеров и т.п.), то к 2021 г. данная ситуация стала меняться в положительную сторону. Актуальность развития креативных индустрий усиливается в период повышения темпов экономического развития, глобализации мировой экономики и стирания национальных границ. Целью статьи является оценка современного состояния креативных индустрий в России как одного из направлений стратегического развития страны. Для достижения цели были использованы методы анализа и сравнения международного опыта, систематизации статистических данных. На основе анализа литературных источников, опыта и систематизации статистических данных выявлены тенденции развития креативных индустрий в России. Определены приоритетные направления развития данной сферы, обеспечивающей конкурентные преимущества страны в условиях глобализации. Раскрыты проблемы становления и развития отечественного рынка креативных индустрий в РФ и определены пути их решения. Направление дальнейших исследований заключается в акцентировании внимания на формировании целостной, унифицированной системы показателей креативных индустрий, их комплексного анализа с учетом зарубежного опыта. Это позволит идентифицировать креативные индустрии как стратегический вектор развития экономики и выработать действенные инструменты их эффективного внедрения и использования, а также надлежащего нормативного и правового обеспечения.

Шкарина Вера Сергеевна — кандидат экономических наук, старший преподаватель, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Российская Федерация; *e-mail*: verashkarina@gmail.com

Ключевые слова: креативные индустрии, креативная экономика, малый бизнес.

In the conditions of modern development of digital technologies and informatization of society, the situation has developed in such a way that creative ideas become competitors of the real sector of the economy, forming commercial and consumer goals. The period of the spread of coronavirus infection and the isolation of the population around the world indicate the active promotion and profitability of creative ideas. In 2018, the UNESCO Global Report noted that many small enterprises, including creative ones, from developing countries face numerous problems in the process of integration into global export markets, unlike those countries that have access to such services (logistics for the delivery of goods abroad, knowledge of regulatory requirements regarding exports of importing countries, etc.), then by 2021 this situation began to change in a positive direction. The relevance of the development of creative industries is growing at a time of increasing economic development, globalization of the world economy and the erasure of national borders. The purpose of the article is to assess the current state of creative industries in Russia as one of the directions of the country's strategic development. To achieve the goal, methods of analysis and comparison of international experience, systematization of statistical data were used. Based on the analysis of literary sources, experience and systematization of statistical data, trends in the development of creative industries in Russia have been identified. Priority directions for the development of this sphere, which provides competitive advantages of the country in the context of globalization, have been identified. The problems of formation and development of the domestic market of creative industries in the Russian Federation are revealed and the ways of their solution are determined. The direction of further research is to focus on the formation of a holistic, unified system of indicators of creative industries, their comprehensive analysis taking into account foreign experience. This will make it possible to identify creative industries as a strategic vector of economic development and develop effective tools for their effective implementation and use, as well as appropriate regulatory and legal support.

Key words: creative industries, creative economy, small business.

Введение

Особенностью современного мира является всесторонняя глобализация, которой присущи растущая взаимозависимость национальных экономик различных государств, усиление открытости рынков товаров и услуг, а также углубление кооперирования и разделения труда. В мировом экономическом сообществе креативные индустрии уже длительный период занимают ключевые позиции в формировании регионального развития, имплементации

процессов демократизации, а также прав и свобод гражданского общества¹. Они способствуют формированию инновационных рынков, развитию торговли, политики, экономики знаний, искусства и культуры. Учитывая международные тенденции, отечественным ученым и практикам стоит уделить больше внимания поиску путей создания благоприятных условий для стабильного социально-экономического и культурного развития РФ на основе максимального использования достижений научного и социально-гуманитарного прогресса.

Целью статьи является исследование отечественной и зарубежной практики креативных индустрий, процесса их формирования как сегмента стратегического развития страны.

Для достижения цели в исследовании решался комплекс задач развития креативного потенциала экономики страны. Научной новизной исследования является доказательство тезиса, что важнейшим источником динамического экономического процесса РФ является креативная экономика, включающая в производственный процесс ресурсы искусства, культуры, инноваций, прорывные бизнес-модели, использующая интеллектуальную собственность как первоначальный капитал.

В теоретическом и практическом масштабе основоположниками изучения креативных индустрий выступила научная школа Великобритании, США и Японии. Среди ученых, сосредоточивших свое внимание на исследовании особенностей и специфики креативных индустрий, необходимо выделить Д. Тросби², Дж. О'Коннора³, Ч. Лэндри⁴, П. Линднера⁵, А. Скотта⁶, П. Холла⁷,

¹ *Мацевич И.Я.* Креативное общество: в поисках релевантной социальной теории // Социология: теория, методы, маркетинг. 2019. № 2. С. 98–111.

² *Тросби Д.* Экономика и культура / пер. с англ. И. Кушнareвой. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». 2-е изд. М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2018. 256 с.

³ *О'Коннор Дж.* Культурная политика как влияние: Экспорт идеи «творческих индустрий» в Санкт-Петербург // Творческие индустрии в России. Культурные стратегии: Экспертный клуб. Вып. 3. М.: Институт культурной политики, 2004. С. 12–34.

⁴ *Лэндри Ч.* Креативный город / Пер. с англ. М.: Издательский дом «Классика XXI», 2005. 400 с.

⁵ *Сигневич Д.* Креативные индустрии: от теоретических моделей к реальным проектам (по материалам доклада профессора П. Линднера, март 2009 г.) // Новостная служба портала ГУ-ВШЭ.

⁶ *Scott A.J.* The cultural economy of cities: Essays on the geography of image-producing industries. L.: Sage Publications Ltd, 2000. 256 p.

⁷ *Hall P.* Cities in Civilization. NY: Pantheon, 2001. 1184 p.

Р. Флориду⁸. Базовые формы развития креативных индустрий, основывающиеся на теоретических и практических разработках мировых ученых, определены в моделях департамента медиа, культуры и спорта Великобритании (UK DSMS model), функциональной модели (Symbolic texts model), модели концентрических кругов (Concentric circles model), модели Всемирной организации интеллектуальной собственности (WIPO copyright model), модели креативных индустрий Института статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute for Statistics).

Однако, несмотря на то, что в России последние 10 лет отечественными учеными и практиками (наиболее активными среди которых являются А.Р. Агаева⁹, К.Г. Григорян¹⁰, Ю.О. Глушкова¹¹, А.В. Кошкин¹² и др.) уделяется пристальное внимание проблемам становления креативной экономики, вопрос функционирования и продвижения данного сектора на рынок творческих индустрий остается открытым и требует дополнительного изучения.

Основная часть

Эксперты Всемирного экономического форума (Давос 2019) утверждали, что на протяжении последнего десятилетия креативная экономика рассматривается как новая модель роста, а один из ее крупнейших кластеров в Европе координирует деятельность 140 тыс. творческих предпринимателей, создавая добавленную стоимость на 5,7 млрд евро ежегодно¹³.

В России процесс развития креативных индустрий находится на этапе становления, они идентифицированы в качестве видов экономической деятельности, целью которых является создание добавленной стоимости и рабочих мест через культурное (художественное)

⁸ Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее. М.: Манн, Иванов и Фербер. 2016. 420 с.

⁹ Агаева А.Р., Джабраилова А.О., Шемеева С.Х. Креативная экономика: перспективы развития DIGITAL технологий // Экономика и предпринимательство. 2020. № 8 (121). С. 625–627.

¹⁰ Григорян К.Г. Анализ креативных индустрий как нового сектора мировой экономики // E-Scio. 2019. № 11 (38). С. 408–413.

¹¹ Глушкова Ю.О., Бабаян И.В. Теоретические подходы к анализу креативных индустрий // Beneficium. 2019. № 3 (32). С. 14–24.

¹² Кошкин А.В. Креативные индустрии: культурные проекты и политика правительства // Сфера культуры в глобальной экономике: от развития артрынка до брендов территорий и маркетинга. СПб.: КультИнформПресс. 2020. С. 23–27.

¹³ 5 things you need to know about creativity. Davos 2019 // The World Economic Forum [Электронный ресурс]. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2019/04/5-things-you-need-to-know-about-creativity> (дата обращения: 20.09.2022).

жественное) и/или креативное выражение, а их продукты и услуги — результат индивидуального творчества. Поскольку мировая экономика сосредоточена, в основном, в информационном и инновационном капиталах, то можно утверждать, что внимание к креативным индустриям в России позволит повысить имидж нашей страны в мировом экономическом пространстве, а также выступит перспективным направлением экспортной политики государства.

В частности, в рамках Российской креативной недели (Russian Creative Week, RCW), проходившей с 7 по 10 июля 2022 г. в Москве, экспертами зафиксировано, что креативное предпринимательство обеспечивает порядка 1–2% ВВП России (в развитых странах 10–15% ВВП) последние 5 лет¹⁴. Тем не менее, данный показатель свидетельствует о значительном, но недостаточном, по сравнению с мировыми тенденциями, уровне влияния креативного предпринимательства на отечественную экономику. В развитии обозначенного контента представители креативного бизнеса нуждаются не только во внутренней, но и в международной поддержке партнеров. В частности, отечественные предприниматели в сфере креативных индустрий в 2021–2022 гг. выступили организаторами и активными участником международных программ, среди которых, в том числе, ежегодный Фестиваль игровой индустрии PlayPort (Калининград)¹⁵. Российский книжный союз продвигает международные проекты¹⁶: образование в креативных индустриях (81 проект), искусство (63 проекта), издательское дело и журналистика (33 проекта). Среди номинаций Creative Event: проекты по созданию фестивалей, перформансов, творческих образовательных программ, выставок, конкурсов, квестов и т.д.; Creative Terra: проекты по развитию территорий, направленные на организацию пространства как знакового места, центра притяжения для творческих сообществ, а также на повышение туристической привлекательности региона и увеличение туристического потока; CreativeDigital: цифровой проект в культуре, например, мобильное приложение, игра-симулятор, онлайн-курс, цифровой продукт и т.д.

¹⁴ Заседание представителей профессиональных гильдий российской креативной недели «Безопасность креативных индустрий в условиях санкций и политики отмены» // Российская креативная неделя — 2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://creativityweek.ru/event/2251> (дата обращения: 20.09.2022).

¹⁵ Фестиваль игровой индустрии PlayPort Fest [Электронный ресурс]. URL: <https://playport.org/fest21> (дата обращения: 20.09.2022).

¹⁶ Российский книжный союз провел конкурс молодежных проектов в сфере креативных индустрий // Книжная индустрия [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bookind.ru/events/11387/> (дата обращения: 20.09.2022).

Безусловно, стратегия продвижения креативного предпринимательства имеет целью переход России к экспорту наукоемкой инновационной продукции для устойчивого развития и успешного выхода на мировые рынки. Реализация сформулированных приоритетных задач заключается в создании условий стимулирования торговли и реализации инноваций для диверсификации экспорта, развития сферы услуг по поддержке бизнеса и торговли. Кроме того, в перспективе обозначены направления в области обеспечения повышения конкурентоспособности сектора малого и среднего бизнеса, а также совершенствование их навыков и компетенций, необходимых для участия в международной торговле. Для выполнения задач выбран перспективный круг направлений экономики с целью выхода отраслей на международные рынки, которые в перспективе могут способствовать инновациям, модернизации и созданию высокой добавленной стоимости, созданию новых рабочих мест, привлечению инвестиций, обеспечению преимуществ в привлечении страны к глобальной совокупности создания добавленной стоимости.

Наиболее перспективными, с точки зрения российского экспорта креативных индустрий, эксперты отмечают четыре направления:

- индустрия моды;
- креативные индустрии, связанные с созданием цифрового контента;
- кино- и телевизионная индустрия;
- анимационная индустрия.

Как результат такого сотрудничества с международными партнерами в 2018 г. экспорт информационно-коммуникационных услуг составил 2,8 млрд долл. США и увеличился на 116,7 млн долл. по сравнению с предыдущим годом. В течение 2019 г. усилилась положительная тенденция, а именно, по итогам года объем экспорта этих услуг достиг 3,3 млрд долл. США, что больше на 17,9% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года¹⁷. Это свидетельствует о высоком потенциале данной отрасли в обеспечении преимуществ России на мировом рынке. Крупнейшими экспортными рынками в 2019 г. стали Великобритания (39,2% общего объема экспорта услуг сектора), США (30,7%) и Китай

¹⁷ Внешняя торговля технологиями России // Наука. Технологии. Инновации. [Электронный ресурс]. URL: https://issek.hse.ru/data/2019/08/01/1484726209/NTI_N_138_01082019.pdf (дата обращения: 20.09.2022).

(8,6%)¹⁸. По результатам 2019 г. 25 отечественных компаний попали в рейтинг 100 лучших поставщиков услуг аутсорсинга. Тем не менее, данные показатели весьма незначительны и Россия по итогам 2021 г. в рейтинге занимает 20-е место, опережая Польшу, Бельгию и Финляндию¹⁹. В настоящее время Россия аккумулирует более 1% от общего числа креативных индустрий, что в 1,7 раз ниже ее доли в мировом валовом продукте²⁰.

В 2022 г. рейтинг стран-лидеров по привлекательности для ведущих направлений креативных индустрий возглавили пять стран: США, Великобритания, Китай, Германия и Япония. Согласно анализу, лидеры креативных индустрий в основном располагаются в крупных экономиках и странах с высокими доходами населения. 23 страны из рейтинга занимают высокие позиции и в списке по величине ВВП. Кроме того, 22 страны из рейтинга относятся к странам с высоким уровнем дохода, семь — с уровнем дохода выше среднего (Россия, Китай, Бразилия, Турция, Мексика, Перу и ЮАР), одна — ниже среднего (Индия)²¹.

В целом исследования способствовали определить отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг на отечественном и международном рынке, среди которых:

- менторская поддержка перспективных проектов;
- консультационная и аналитическая поддержка в сфере внешнеэкономической деятельности (ВЭД), маркетинга и т.д.;
- грантовая и организационная поддержка участия в международных выставках, фестивалях;
- тревел-гранты;
- организация международных мероприятий, привлекающих потенциальных потребителей, торговые миссии и другие экспорт ориентированные мероприятия;
- грантовая поддержка приезда потенциальных потребителей и поддержка проектов на ранней стадии;

¹⁸ Внешняя торговля технологиями России // Наука. Технологии. Инновации. [Электронный ресурс]. URL: https://issek.hse.ru/data/2019/08/01/1484726209/NTI_N_138_01082019.pdf (дата обращения: 20.09.2022).

¹⁹ IBA Group — в рейтинге «The 2020 Global Outsourcing 100» [Электронный ресурс]. URL: https://club.cnews.ru/blogs/entry/iba_group_v_rejtinge_the_2020_global_outsourcing_100 (дата обращения: 20.09.2022).

²⁰ Как выглядит топ-30 стран по привлекательности // РБК. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/62de9c1c9a7947f5e818e9f8> (дата обращения: 20.09.2022).

²¹ Творческие профили стран: как развиваются креативные индустрии в мире. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/62de9c1c9a7947f5e818e9f8> (дата обращения: 20.09.2022).

- кредитные инструменты стимулирования экспорта;
- фискальные инструменты стимулирования экспорта;
- программы содействия формированию кластеров и сетевому взаимодействию креативных индустрий разных стран;
- инфраструктурная поддержка;
- информационная поддержка креативных и творческих индустрий.

Таким образом, перед отечественными специалистами стоит задача выработки такой модели культурной политики, когда за центрами (в частности, Министерством культуры РФ и Министерством экономического развития РФ) остаются полномочия в принятии решений, касающихся федерального значения, а остальные вопросы должны отойти к компетенции региональных и местных органов власти. Однако в настоящее время в экспертной среде отсутствует четкое концептуальное видение организационных и институциональных основ децентрализации культурной политики.

Важнейшим стратегическим направлением креативной индустрии является связь культурной политики государства с инновационной. В данном случае инновационная экономика является фундаментом для развития креативной индустрии. Курс на инновационное развитие в программах формирования креативных индустрий должен быть основным, поскольку в противном случае довольно сложно будет построить внутренний рынок креативной продукции, а тем более усилить экспортные перспективы. Как считают эксперты, «...прежде всего государственная культурная политика должна усвоить ряд понятий, используемых в отношении инновационной составляющей культурного развития»²² и системно объясняют:

- инновации в сфере культуры — новые формы культурной деятельности, коммуникации и управления культурным процессом, которые направлены на осмысление и использование исторического опыта и практики человечества XXI в.;
- инновационная деятельность в сфере культуры — создание нового культурного продукта, форм организации культурного процесса и креативных технологий, которые направлены на удовлетворение культурных потребностей современного

²² Степанов А.А., Савина М.В. Система регулирующего воздействия государства как инструмент формирования и развития эффективного креативного класса в инновационной экономике // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 2 (38). С. 35.

человека и обеспечения устойчивого социально-экономического развития общества;

- инновационный потенциал культуры — совокупность материальных и ментальных (символических, ценностных, интеллектуальных, коммуникативных) ресурсов, обеспечивающих проектирование и реализацию инновационной культурной деятельности;
- инновационная инфраструктура культуры — организационная система, которая способствует проектированию и реализации инновационной культурной деятельности;
- инновационная культура — система знаний, навыков и коммуникаций, которая направлена на обеспечение развития и прогресс человека, общества и государства.

Таким образом, указанное подтверждает положение, что без существования современной инновационной экосистемы эффективно развиваться креативным индустриям будет сложно, а на уровне регионов и отдельных городов — просто невозможно, поскольку всегда будет освоен только уровень мер в сфере досуга.

В связи с тем, что креативные индустрии как основа креативного сектора в основном представлены малыми предприятиями, значительная роль должна быть отведена обеспечению условий для развития предпринимательства в РФ²³. Хронически нестабильная макроэкономическая ситуация в России не только негативно сказывается на росте отечественных представителей малого и среднего бизнеса (МСП), но и ограничивает возможности для осуществления новых инициатив. Поэтому государству следует продолжить осуществление масштабной программы горизонтальных и структурных преобразований, создав институциональные условия для развития МСП, разработав подробную стратегию реализации и четко определив функции ответственности руководящих органов. Важное направление государственной политики — поддержка малого бизнеса и создание бизнес-инкубаторов в сфере креативных индустрий²⁴. Возможность начать и вести свой бизнес-проект — основное и необходимое условие роста креативной экономики. Важнейшим способом ее развития является создание бизнес-инкубаторов для креативных предпринимателей.

²³ Боровинская Д.Н. Специфика креативного продукта как товара культурной индустрии // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. 2016. № 3 (71). С. 133–139.

²⁴ Махалина О.М., Махалин В.Н. Инновационная или креативная экономика? Подходы к управлению // Вестник Университета (Гос. ун-т управления). 2014. № 21. С. 37–39.

На основе проведенных исследований нами проведен SWOT-анализ потенциала развития креативной экономики в РФ (табл. 1).

Таблица 1

SWOT-анализ потенциала развития креативной экономики в России²⁵

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Улучшение делового климата благодаря попытке осуществлять реформы (дерегуляция, лицензирование, функциональные центры предоставления государственных услуг, услуги электронного правительства и др.).</p> <p>Заметные успехи в направлении снижения технических барьеров для торговли, принятия нового законодательства (законы о технических регламентах, сертификации, стандартизации, метрологии 2015–2020 гг.).</p> <p>Существенная доля исследователей и разработчиков, имеющих научную степень, что говорит о высоком научном потенциале. Высокая эффективность научных исследований подтверждается показателем поданных патентных заявок на изобретения, полезные модели и промышленные образцы.</p> <p>Наличие в регионах достаточного количества стратегических инноваторов крупных предприятий, ориентированных на выпуск конкурентоспособной продукции, вокруг которых размещаются креативные малые предприятия.</p>	<p>Недостаточное материально-техническое и информационное обеспечение научно-технологической и инновационной деятельности.</p> <p>Низкий уровень развития большинства креативных индустрий и неразвитость инновационной инфраструктуры в части коммерциализации креативных идей.</p> <p>Отсутствие комплексной стратегии развития МСП.</p> <p>Отсутствие комплексной стратегии развития креативной индустрии / креативной экономики.</p> <p>Затрудненный доступ к финансовым средствам.</p> <p>Слабое взаимодействие между государственными органами и недостаточное финансирование мероприятий по поддержке креативного бизнеса и инноваций.</p> <p>Неудовлетворительное состояние формирования институциональных условий функционирования базовых элементов инновационной инфраструктуры.</p>

²⁵ Источник: составлено автором на основе: Гительманн Л.Д., Кожевников М.В. Центры компетенций — прогрессивная форма организации инновационной деятельности // Инновации. 2013. № 10 (180). С. 92–98; Lazzaretto L., Boix R., Capone F. Do Creative Industries Cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain // Industry and Innovation. 2008. Vol. 15. Issue 5. P. 549–567; Хокинс Д. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги / пер. с англ. И. Щербаковой. М.: Финансовая корпорация «Открытие»; Классика-XXI. 2011. 255 с.; Галазова С.С. Креативная сфера: Проблемы рыночной трансформации // Terra Economicus. 2016. Т. 14. № 4. С. 31–41; Левченко И.И. Значение «креативной экономики» в современном инновационном развитии: зарубежный опыт // Креативная экономика. 2014. № 12 (96). С. 44–54; Мацевич И.Я. Формирование и развитие концепции креативной индустрии в современной социальной теории // Социология. 2012. № 3. С. 80–93.

<p>Внедрение на промышленных предприятиях высокотехнологичного современного оборудования. Наличие в регионах / городах базовых условий для формирования креативных кластеров в приоритетных направлениях развития креативных индустрий. Внедрение на промышленных предприятиях высокотехнологичного современного оборудования</p>	
<p>Возможности</p>	<p>Угрозы</p>
<p>Развитие научно-производственной инновационной и современной информационно-технологической инфраструктуры — обеспечивает непрерывность цикла «исследования — разработки — продукт — рыночная реализация».</p> <p>Формирование научно-технологической развивающейся и системы финансирования.</p> <p>Относительно развит частный рынок услуг для бизнеса (например, частные бизнес-инкубаторы, инновационные центры, консалтинг).</p> <p>Децентрализация в регионах России, что дает возможность для реализации современной культурной политики на местах</p>	<p>Военный конфликт с соседним государством, введение санкций, что отражается на макроэкономической ситуации и инвестиционной привлекательности.</p> <p>Недостаточное количество новых собственных макротехнологий.</p> <p>Отток молодых ученых из сферы науки.</p> <p>Сокращение финансирования из бюджета.</p> <p>Большой неформальный сектор экономики, недостаточно проработанные стандарты отчетности и корпоративного управления.</p> <p>Отток за границу конкурентоспособной и хорошо образованной рабочей силы</p>

Таким образом, первоочередной перечень предлагаемых мер для развития креативной экономики в России должен включать:

- проработку для каждого представителя креативной экономики (креативной индустрии) собственной стратегии развития;
- выделение грантов субъектам и муниципалитетам, которые лучше справились с реализацией дорожных карт развития креативных индустрий;
- создание многофункциональных креативных кластеров, имеющих культурную и социальную функцию на базе нефункционирующих зданий и помещений;
- создание креативных бизнес-инкубаторов, технопарков при вузах, ссузах, общеобразовательных учреждений;

- предоставление льготных кредитов креативным субъектам, а также стимулирование выведения креативных индустрий из «серой зоны» экономики;
- популяризация и поддержка экспорта креативных продуктов, проведение Года креативной России и др.

Прогнозируется, что при реализации предложенных мер к 2025 г. можно достичь достижения креативной экономики до уровня 6–8% ВВП, к 2035 — 10% ВВП²⁶.

Заключение

По результатам проведенного исследования можно утверждать, что креативные индустрии являются важной составляющей экономики страны и главным требованием ее конкурентоспособности. Положительное влияние креативных индустрий на объемы экспорта подтверждается увеличением объемов товарооборота креативной продукции. Перспективными для России в направлении наращивания экспорта являются рынки Китая, Азии и Африканского континента. Для реализации этих возможностей России необходимо создать эффективную федеральную сеть институтов по поддержке креативных индустрий. Также необходимо оказывать всестороннюю поддержку продвижению креативных индустрий, внедрять грантовые программы, поддерживать ученых, которые занимаются образовательными программами в этой области, формировать благоприятные экономические условия для открытия новых предприятий в сегментах креативной экономики, обеспечить для них доступные условия кредитования.

Также стоит подчеркнуть роль системы образования, поскольку она отвечает за обучение людей творческим навыкам, необходимым для развития креативных индустрий, привлекающим молодежь и увеличивает ее желание остаться в России, а не выезжать за ее пределы. В настоящее время исследователи все чаще устанавливают связи между креативной экономикой и предоставлением молодежи возможности оставаться в России.

Литература

Агаева А.Р., Джабраилова А.О., Шемеева С.Х. Креативная экономика: перспективы развития DIGITAL технологий // Экономика и предпринимательство. 2020. № 8 (121). С. 625–627.

²⁶ Творцам нужны льготы и оборудование. В РСПП предложили план развития креативных кластеров // Коммерсантъ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5582699> (дата обращения: 20.09.2022).

Бокова А.В. Креативные индустрии как совокупность сложных сетевых систем // Вестн. Томского гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. 2016. № 1 (21). С. 5–12.

Боровинская Д.Н. Специфика креативного продукта как товара культурной индустрии // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. 2016. № 3 (71). С. 133–139.

Галазова С.С. Креативная сфера: Проблемы рыночной трансформации // Terra Economicus. 2016. Т. 14. № 4. С. 31–41.

Гительманн Л.Д., Кожевников М.В. Центры компетенций — прогрессивная форма организации инновационной деятельности // Инновации. 2013. № 10 (180). С. 92–98.

Глушкова Ю.О., Бабаян И.В. Теоретические подходы к анализу креативных индустрий // Beneficium. 2019. № 3 (32). С. 14–24

Григорян К.Г. Анализ креативных индустрий как нового сектора мировой экономики // E-Scio. 2019. № 11 (38). С. 408–413.

Кошкин А.В. Креативные индустрии: культурные проекты и политика правительства // Сфера культуры в глобальной экономике: от развития артрынка до брендов территорий и маркетинга. СПб.: КультИнформ-Пресс. 2020. С. 23–27.

Левченко И.И. Значение «креативной экономики» в современном инновационном развитии: зарубежный опыт // Креативная экономика. 2014. № 12 (96). С. 44–54.

Лэндри Ч. Креативный город / Пер. с англ. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005. 400 с.

Махалина О.М., Махалин В.Н. Инновационная или креативная экономика? Подходы к управлению // Вестник Университета (Гос. ун-т управления). 2014. № 21. С. 37–39.

Мацевич И.Я. Формирование и развитие концепции креативной индустрии в современной социальной теории // Социология. 2012. № 3. С. 80–93.

Мацевич И.Я. Креативное общество: в поисках релевантной социальной теории // Социология: теория, методы, маркетинг. 2019. № 2. С. 98–111.

О'Коннор Дж. Культурная политика как влияние: Экспорт идеи «творческих индустрий» в Санкт-Петербург // Творческие индустрии в России. Культурные стратегии: Экспертный клуб. Вып. 3. М.: Институт культурной политики, 2004. С. 12–34.

Степанов А.А., Савина М.В. Система регулирующего воздействия государства как инструмент формирования и развития эффективного креативного класса в инновационной экономике // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 2 (38). С. 35.

Тросби Д. Экономика и культура / пер. с англ. И. Кушнаревой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». 2-е изд. М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2018. 256 с.

Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее. М.: Манн, Иванов и Фербер. 2016. 420 с.

Хокинс Д. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги / пер. с англ. И. Щербаковой. М.: Финансовая корпорация «Открытие»; Классика-XXI. 2011. 255 с.

Hall P. Cities in Civilization. NY: Pantheon, 2001. 1184 p.

Lazzeretti L., Boix R., Capone F. Do Creative Industries Cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain // Industry and Innovation. 2008. Vol. 15. Issue 5. P. 549–567.

Scott A.J. The cultural economy of cities: Essays on the geography of image-producing industries. L.: Sage Publications Ltd., 2000. 256 p.