

УДК 338:001.895
DOI 10.14258/epb202527

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РОССИИ¹

С. В. Панасенко, И. В. Христофорова, Н. М. Сурай

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (Москва, Россия)

Цель данного исследования — выявление современных проблем становления креативных индустрий в России и идентификация перспективных траекторий их развития. В статье представлены проблемы в деятельности креативных индустрий. Среди перспектив развития креативных индустрий в отечественной экономике были определены следующие: консолидация усилий по развитию креативных индустрий, рост влияния различных ассоциаций и союзов; усиление масштабирования передовых практик, ускорение внедрения инноваций в этой области и т. д. Сформулированы выводы о необходимости совершенствования нормативно-правового обеспечения деятельности креативных индустрий, статистического учета и мониторинга; создания необходимых условий для настройки взаимодействия между креативными предпринимателями, государством, обществом и медиа; расширения линейки локальных продуктов креативных индустрий России; картирования инфраструктурных участников такого сегмента, создания каталога творческих проектов; развития цивилизованных подходов к рынку труда; создания мультиканальных возможностей финансирования и вложения инвестиций в креативные индустрии и др.

Ключевые слова: проблемы, перспективы, развитие, креативные индустрии, экономика России.

MODERN PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES IN RUSSIA

S. V. Panasenko, I. V. Khistroforova, N. M. Surai

Plekhanov Russian University of Economics (Moscow, Russia)

The purpose of this study is to identify current problems of the formation of creative industries in Russia and to identify promising trajectories of their development. The article presents the problems in the activities of creative industries. Among the prospects for the development of creative industries in the domestic economy, the following were identified: consolidation of efforts to develop creative industries, the growing influence of various associations and unions; increased scaling of best practices, acceleration of the implementation of innovations in this area, etc. Conclusions are formulated on the need to improve the regulatory framework for the activities of creative industries, statistical accounting and monitoring; creation of the necessary conditions for setting up interaction between creative entrepreneurs, the state, society and the media; expansion of the line of local products of the creative industries of Russia; mapping the infrastructural participants in this segment, creating a catalog of creative projects; development of civilized approaches to the labor market; creation of multichannel opportunities for financing and investing in creative industries, etc.

Keywords: problems, prospects, development, creative industries, Russian economy.

Введение. В настоящее время актуальным направлением исследований является изучение потенциала и особенностей социально-экономической деятельности, связанной с производством интеллектуальных продуктов

и услуг, которые являются результатом функционирования креативных индустрий. Это особенно важно в эпоху знаний, интеллекта, цифровизации экономики, ее отраслей, сегментов и сфер в условиях нестабильности внешней среды, экономиче-

¹ Статья подготовлена в соответствии с грантом РЭУ имени Г. В. Плеханова «Креативные индустрии как драйвер инновационного развития регионов РФ в условиях цифровой трансформации».

ских санкций, необходимости поиска эффективных путей развития отечественного предпринимательства.

Креативные индустрии представляют собой особый уникальный сектор экономики, который прежде всего основан на предоставлении услуг, а также продаже товаров, являющихся продуктами интеллектуальной деятельности. Существенную роль в производстве таких товаров и оказании услуг играет развитие интеллектуальных технологий и инноваций. Они охватывают такие области, как мода, дизайн, реклама, туризм, культура, шоу-бизнес и развлечения, а также изобразительное и фотографическое искусство, арт-индустрия, ювелирное дело, печатные СМИ, кино, музыка, звукозапись, телевидение, литература и издательские услуги, архитектура, компьютерные и видеоигры, творческое образование, информационные технологии, разработка программного обеспечения и множество других форм и жанров творческой или интеллектуально насыщенной деятельности.

Целью данного исследования является выявление современных проблем становления креативных индустрий в России и идентификация перспективных траекторий их развития.

Методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых и практиков в области креативной экономики. Среди методов и подходов в исследовании использованы: методы анализа, синтеза, индукции и дедукции, исторический, монографический, графический, табличный, статистический, экспертный, прогнозный, а также системный, комплексный и ситуационный подходы. Авторами проводились кабинетные исследования с анализом, обработкой и обобщением вторичных данных по рассматриваемой проблематике, представленных в обзоре и приложенном к публикации списке литературы. Контент-анализ публикаций в этой научной области показал, что можно выделить несколько направлений исследований, по которым фокусируется научно-исследовательский интерес как отечественных, так и зарубежных авторов.

Во-первых, это вектор, связанный с уточнением понятийно-категориального аппарата креативных индустрий. Например, Д. Н. Боровинская исследует вопросы единого понимания «креативных индустрий», указывая, что анализ процесса креативного производства и потребления на современном этапе развития общества свидетельствует о важных изменениях, к числу которых относятся сдвиги в экономической активности, появление новых форм среди культурных индустрий, рост коммуникационных технологий, расширение пространства креативных продуктов, усложнение вкусов и привычек потребителей, изменения в по-

литике и регулировании такой деятельности, поэтому требуется четко смоделированная сетка категорий, связанных с понятийным полем креативных индустрий как особого сектора экономики [1].

А. А. Назарикова рассматривает понятие креативных индустрий как отдельного сектора экономики в России и в мире [2]. I. D. Turgel, V. V. Derbeneva, I. V. Baskakova, K. V. Chukavina также изучают теоретические подходы к определению креативных индустрий [3]. Другие авторы, О. Я. Емельянова, И. В. Шершень, рассматривают понятие креативных индустрий как симбиоз традиций, новаторства и творческих исканий [4]. Другие авторы фокусируются на понятийном поле в отдельных креативных индустриях, например, А. Д. Березина исследует соотношение понятий «культурные индустрии» и «креативные индустрии» через призму киноиндустрии России [5].

Креативные индустрии способны улучшать качество жизни, стимулировать инновации и привлекать инвестиции. Кроме того, они являются важным инструментом сохранения и продвижения культурного наследия и идентичности [6].

В России при исследовании данной проблематики обращают внимание на изменения, которые произошли в креативных индустриях в постпандемное время, проводят сравнительные исследования в России и мире, анализируют лучшие практики развития креативных индустрий в условиях цифровой трансформации экономики России, изучают потенциал развития креативных индустрий в экономике России и т. д.

Проведенный контент-анализ показал, что большинство авторов сходятся во мнении, что роль и значение креативных индустрий в экономике современной России устойчиво возрастает, креативные индустрии являются драйвером развития отечественного предпринимательства в сфере услуг, повышения конкурентоспособности РФ. Но комплексных исследований, которые бы описывали всю палитру имеющихся проблем и перспектив в развитии креативных индустрий как части отечественной экономики, пока недостаточно. Данное исследование нацелено на внесение определенного вклада в устранение этого научно-исследовательского пробела.

Результаты исследования. Анализ практической деятельности в креативных индустриях показал, что этот сектор за рубежом так же, как и в России, имеет высокий потенциал развития в связи с повышением роли в экономике креативных идей, товаров и услуг, и других продуктов, основанных на интеллектуально окрашенной деятельности.

Данные о вкладе креативных индустрий в валовый внутренний продукт (ВВП) стран и занятость в странах несколько расходятся, но од-

нозначно определяют лидеров. Например, как указывает А. А. Сысо, вклад креативных индустрий в ВВП в США в 2019 г. составлял 4,2%, Великобритании — 5,5%, Германии — 3,1%, Италии — 3,8% [7].

По количеству занятых в креативных индустриях среди основных лидеров эксперты отмечают Великобританию, Италию, Францию. Согласно расчетным данным, по соотношению занятых в креативных индустриях к общему их числу среди лидеров находятся и такие страны, как: Германия, Австралия, Россия, Канада, США и др. (табл. 1) [8].

Таблица 1

**Число занятых в креативных индустриях, %
от общей численности занятых, 2019 г.**

№ п/п	Название страны	Вклад креативных индустрий в ВВП стран, %
1	Индия	0,2
2	Бразилия	0,9
3	США	3,3
4	Канада	3,5
5	Россия	3,8
6	Австралия	3,8
7	Германия	4,1
8	Франция	5,0
9	Гонконг	5,5
10	Италия	6,1
11	Великобритания	6,3

Согласно исследованиям Агентства стратегических инициатив (далее АСИ), вклад креативных индустрий в ВВП России в 2021 г. составил 4,87%. Это соответствует 6 трлн руб. Из них 2,3% относится к индустрии, связанной с информационными технологиями, разработкой программного обеспечения. Это стало возможным в силу того, что в России в последние годы развитию креативных индустрий, учитывая их роль и значение, уделяется все более возрастающее внимание. В 2021 г. была принята Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, которую Правительство РФ рекомендует учитывать при разработке региональных стратегий социально-экономического развития.

В данной Концепции отмечено, что в России в соответствии с подходами ООН по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) творческие (креативные) индустрии сочетают создание, производство и коммерциализацию товаров и услуг, которые преимущественно основаны на использовании результатов интеллектуальной деятельности.

Однако поскольку данная Концепция была принята в 2021 году (в допандемийное время и до начала СВО), то многие ее разделы, например, такие как раздел II «Основные тенденции развития творческих (креативных) индустрий», раздел III. «Проблемы и барьеры развития творческих (креативных) индустрий» и другие разделы нуждаются в соответствующей коррекции с учетом современных реалий.

В целом, по данным Государственной думы РФ, сейчас в нашей стране действуют около 20 законов, регулирующих деятельность креативных индустрий, в том числе кинопроизводство, информационные технологии, архитектуру. Правоприменение в сфере креативных индустрий по видам деятельности распределено между более чем 10 органами исполнительной власти.

В настоящее время принят ФЗ № 330 «О развитии креативных (творческих) индустрий в РФ» (от 08.8.2024). Федеральный закон утвердил основы правового регулирования организации и развития в Российской Федерации креативных индустрий как базового сектора креативной экономики и устанавливает условия деятельности и господдержки субъектов таких индустрий. В ФЗ закреплено понятие «креативные индустрии», под которым понимается экономическая деятельность, непосредственно связанная с созданием, продвижением на внутреннем и внешнем рынках, распространением и (или) реализацией креативного продукта, обладающего уникальностью и экономической ценностью. Под креативным продуктом понимается результат интеллектуальной деятельности или совокупность результатов интеллектуальной деятельности, а также продукция, работы, услуги, добавленная стоимость которых обусловлена использованием результатов интеллектуальной деятельности и (или) средств индивидуализации. Согласно данному ФЗ, определяются полномочия органов государственной власти в сфере креативных индустрий, субъекты и инфраструктура поддержки креативных индустрий и т. д.

Проведенное исследование позволило выяснить, что нормативно-правовое обеспечение деятельности креативных индустрий находится в активном процессе становления и совершенствования в новейшем времени (то есть пока еще отсутствует достаточный для анализа опыт применения вновь принятых законов). Надо отметить, что от состояния нормативно-правового обеспечения зависят существующие и будущие условия развития креативных индустрий, меры поддержки со стороны органов власти как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Кроме того, следует отметить и пока недостаточно развитый статистический учет резуль-

татов деятельности креативных индустрий в России. Так, лишь относительно недавно 21.12.2023 Росстатом был подписан Приказ № 674 «Об утверждении Официальной статистической методологии расчета показателей «Валовая добавленная стоимость креативной экономики» и «Доля валовой добавленной стоимости креативной экономики в валовом внутреннем продукте Российской Федерации», в котором не только указаны показатели для такого учета, но и перечень агрегированных отраслей системы национальных счетов (СНС), используемых для определения креативной экономики.

В то же время современными недостатками статистического учета деятельности креативных отраслей является несовершенство международного сравнительного анализа и сопоставления результатов деятельности в креативных индустриях. Так, в мире имеются несколько подходов к выделению креативных индустрий: аналитический — на основе учета занятых (по численности специалистов креативных профессий), отраслевой подход (по видам экономической деятельности) и подход, основанный на собирательных группировках креативных товаров и услуг [9]. Следует отметить, что фактически сложилась ситуация, когда в каждой отдельной стране мира присутствуют свои субъективные взгляды к выбору национальных подходов в этом отношении.

Для России наиболее подходящим для статистического учета является использование подхода по видам экономической деятельности. Хотя показатели, принятые в международной практике для оценки результатов развития креативных

индустрий, могут быть использованы и в России (с целью формирования сравнительных данных); целесообразно также разрабатывать уникальные или специфические группы показателей для каждого аналитического аспекта креативных индустрий. Это позволит более точно охарактеризовать результаты соответствующей творческой деятельности, например, при проведении пространственного анализа креативных кластеров.

Так, сравнение структуры занятых в креативных профессиях в 2019 г. и 2021 г. позволяет утверждать, что в начальном периоде анализа (в 2019 г.) преобладали представители профессий, имеющих отношение к индустриям моды, музыки и издательской деятельности, а в 2021 г. на первом месте по соотношению в общей структуре оказались специалисты по рекламе, маркетингу и разработчики программного обеспечения. Вероятными причинами таких структурных сдвигов в профессиональном разрезе креативных индустрий является не только объективный рост количества работающих в этих отраслях, но и актуальные изменения в классификации таких видов деятельности в России.

Помимо проблем недостаточного развития нормативно-правового обеспечения и статистического учета деятельности креативных индустрий в ходе исследования авторами были выявлены и другие проблемы, среди которых следующие: недостаток кадрового обеспечения, несовершенство инфраструктуры креативных индустрий, недостаток финансирования деятельности и др. Ключевые проблемы деятельности креативных индустрий в России представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Ключевые проблемы деятельности креативных индустрий в России

С точки зрения кадрового обеспечения креативных индустрий следует отметить, что в условиях цифровизации происходит усложнение требований к квалификационному уровню задействованных

в них специалистов, а также наблюдается повышение конкуренции со стороны искусственного интеллекта. Прогнозно, на наш взгляд, в ближайшие 5–10 лет искусственный интеллект не заменит пол-

ностью творческие профессии, но коренным образом изменит технологии решения технических задач креативной сферы, обусловит проблемы необходимости переобучения имеющих или высвобождающихся кадров в креативной экономике.

Часто на практике имеющимся креативным продуктам (например, камнерезных центров, ювелирных мастерских, гастротуризма, продукции на основе уникальной природной косметики и т. д.) не хватает специалистов по дизайнерскому оформлению и маркетинговому продвижению в составе компаний, ведущих креативные виды деятельности. Кроме того, пока отсутствуют необходимые меры по обеспечению активного вовлечения в деятельность креативных индустрий молодежи, женщин и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

В отношении неразвитости инфраструктуры креативных индустрий исследование показало недостаточность центров коллективного пользования специальным оборудованием и техникой, креативных кластеров и инкубаторов, креативных хабов, аналитических и исследовательских центров, центров по обучению новым технологиям и распространению передовых практик и методов работы. Недостаточно изучены возможности повышения капитализации нематериальных активов и ресурсов в креативных индустриях (в частности, региональных брендов).

Недостаточно развитым является и взаимодействие с органами государственной и муниципальной власти (особенно в регионах нашей страны). Например, недостаточны меры по популяризации товаров и услуг отечественных креативных индустрий, не слишком активно привлекается внимание к исторически ценным градоформирующим креативным объектам, еще не получили необходимого развития сети историко-культурных заповедников в нашей стране, возрождение народных промыслов в локальных культурных контекстах, недостаточным является и финансирование деятельности креативных индустрий. Кроме того, проблемным аспектом является и неравномерный уровень развития креативных индустрий в российских регионах. Подобная хаотичная дифференциация развития креативных индустрий в региональном разрезе затрудняет оптимизацию национальной стратегии развития креативных индустрий.

Экспертным путем в ходе исследования также было выявлено, что становление креативных индустрий находится на стадии роста (характеризуясь быстрым увеличением числа занятых, вклада в ВПП страны, ростом внимания к этой сфере социально-экономической деятельности со стороны всех стейкхолдеров). На наш взгляд, роль и значение креативных индустрий в отечественной эко-

номике будет поступательно увеличиваться. Среди перспектив развития креативных индустрий можно отметить следующие [10, 11]:

- 1) креативные индустрии будут все в большей степени рассматриваться как актуальный приоритет стратегии развития российской экономики в условиях активного внедрения цифровых и интеллектуально емких технологий;
- 2) постепенно и неуклонно будет развиваться инфраструктура креативных индустрий (аналитических центров, проектных и образовательных офисов, школ и т. д.);
- 3) будут разрабатываться необходимые меры по защите прав и интеллектуальной собственности в креативных индустриях, которые находятся на стыке искусства, культуры, бизнеса и технологий. Это сферы, где в основе лежит индивидуальное творческое начало, а их продуктом являются объекты интеллектуальной собственности и чрезвычайно важным аспектом выступают вопросы защиты и охраны соответствующих прав;
- 4) будет расти профессиональный уровень работников креативных индустрий (с учетом развития цифровых технологий, особенно на фоне внедрения достижений, связанных с искусственным интеллектом), увеличится количество и качество обучающих семинаров, тренингов, конференций, круглых столов, бизнес-сессий, форумов и других площадок для развития в этом направлении;
- 5) наблюдается рост интереса к национальным и региональным креативным идеям, продуктам и инновационным услугам. К числу примеров можно отнести онлайн-витрину креативных продуктов города Москвы, на которой представлены новинки в области моды, предметного дизайна, украшений, а также новинки кино, видео и фотографии и прочее. Также можно упомянуть Аллею креативных продуктов Дальнего Востока, которая предоставляет информацию о регионе, его природных и культурных особенностях, а также демонстрирует локальные креативные изделия и другие аналогичные примеры;
- 6) усилится симбиоз креативного бизнеса и цифровых платформ (в том числе малого и среднего предпринимательства);
- 7) будет происходить консолидация усилий по развитию креативных индустрий и большую роль в этом будут играть различные ассоциации и союзы (например, Федерация креативных индустрий, Торгово-промыш-

- ленная палата РФ, Московская торгово-промышленная палата и др.);
- 8) усиление масштабирования передовых практик, которые, в свою очередь, будут значительно влиять на ускорение внедрения инноваций в этой области, все чаще и шире станут проводиться различные бизнес-миссии, стратегические сессии по обмену опытом и т. д.;
 - 9) все в большей степени усилятся коллаборации между разными стейкхолдерами, которые заинтересованы в деятельности креативных индустрий. Примером из практики является организация Форума креативных индустрий в Хабаровске 1–3 августа 2024 г., данное событие организовали Министерство по развитию Дальнего Востока и Арктики, Корпорация развития Дальнего Востока и Арктики и Правительство Хабаровского края;
 - 10) ожидается, что новые инструменты для освещения, продвижения и поддержки деятельности креативных индустрий будут разрабатываться и совершенствоваться. Партнерство и сотрудничество станут важными аспектами, а внедрение инновационных инструментов будет активно распространяться как в рамках отрасли, так и в региональных направлениях развития;
 - 11) в перспективе увеличится число всероссийских и региональных конкурсов для участников креативных индустрий (например, уже сейчас проводится ежегодный конкурс «Креативные индустрии: журналистский взгляд», в 2024 г. в данном профессиональном соревновании приняли участие 79 сотрудников федеральных и региональных СМИ, победители конкурса представили работы, связанные с оценкой эффективности инвестиций в российский кинематограф, инициирования практики создания акселераторов креативной деятельности и т. д.);
 - 12) ожидается, что появятся все новые и новые форматы по генерации креативных идей (например, креатоны, хакатоны и другие марафоны по их генерации и т. д.). Так, по данным Федерации креативных индустрий, число школ креативных индустрий к 2030 г. может достигнуть 240 учреждений по РФ, а число учащихся — до 25 000 человек;
 - 13) будет накапливаться социально-экономический синергический эффект от расширения деятельности в креативных индустриях, что позволит сделать качественный рывок в экономике России в целом как на национальном уровне, так и на мезоуровне (в региональном разрезе — в федеральных округах, отдельных субъектах РФ и т. д.);
 - 14) несомненно, получит развитие экспорт креативных продуктов и международное продвижение локальных брендов, кино, анимации, музыки и других креативных идей, это станет устойчивым фундаментом развития креативного предпринимательства как в России, так и в мире. По данным Федерации креативных индустрий, такими примерами является проведение онлайн круглых столов и презентаций деятельности центров по развитию креативных индустрий Ульяновска, Тюмени и Якутска, рассмотрение вариантов сотрудничества между российскими креативными брендами и оживленными рынками ОАЭ и других стран Персидского залива и т. д.
- Заключение.** Проведенное исследование показало, что необходимо максимально эффективно использовать открывающееся поле возможностей для развития креативных индустрий, создавать необходимые условия для настройки взаимодействия между сообществом креативных предпринимателей, профильными ведомствами, общественными организациями и медиа, способствовать расширению линейки локальных продуктов креативных индустрий, созданию карты инфраструктурных участников рынка креативных индустрий, а также каталога инфраструктурных организаций и проектов в сфере креативных индустрий (среди них офлайн- и онлайн-площадки, проектные офисы, институты развития, федеральные структуры, межотраслевые организации, представители медиа и т. д.), которые осуществляют различные виды поддержки: финансирование, лоббирование интересов, образование для участников, нетворкинг, проведение экспертизы, инфоподдержки, предоставление консалтинговых услуг и т. д.
- Необходимым представляется и создание эффективной и действенной информационной и статистической базы для формирования повестки дальнейшего развития данного сектора экономики (для мониторинга и объективной оценки состояния креативных индустрий России, прогнозирования развития отдельных индустрий и креативной экономики в целом, унификации терминов и определений, характерных для креативных индустрий и т. д.).
- Необходимо формирование цивилизованного рынка труда для креативных индустрий (в том числе посредством реализации соответствующих проектов в области среднего и высшего профессионального образования, обеспечения признания квалификации в сфере креативного предпринимательства).

тельства, формирования требований к профессии, например, в виде профессиональных стандартов, создания возможностей для эффективного кадрового поиска сотрудников в области творческих профессий, формирования кадровых резервов и расширения практики создания инновационных школ креативных индустрий).

Представляется необходимым создание возможностей для формирования различных каналов источников инвестиций в креативные индустрии (например, за счет формирования системы грантовой поддержки, венчурного финансирования, инкубирования и акселерации в сфере креативного предпринимательства, создания инновационных банковских продуктов, предоставляющих кредитование для креативных индустрий и др.).

Актуальным является развитие инфраструктурных возможностей для креативного предпринимательства в России (в том числе определение системы взаимодействия креативных индустрий и государственных, коммерческих, некоммерческих организаций, создание возможностей для сотрудничества их представителей и промышленного сектора, реализация проектов в области защиты интеллектуальной собственности и т. д.).

Необходимо создавать и развивать локальные региональные экосистемы креативных индустрий [12]. В этом контексте важно определить приори-

теты их развития как на уровне Российской Федерации в целом, так и в отдельных регионах. Это включает в себя создание условий для взаимодействия и сотрудничества представителей креативных индустрий на региональном уровне, развитие национального рынка креативных продуктов, товаров и услуг, а также создание коммуникационных платформ для консолидации участников данной сферы и обмена информацией.

Кроме того, требуется налаживание отношений с государственными органами, что будет способствовать формированию благоприятной среды для развития креативных индустрий. Важными аспектами этого процесса являются защита интеллектуальной собственности, разработка рациональной налоговой системы для креативного предпринимательства, устранение регуляторных барьеров и создание целостной межведомственной системы государственной поддержки.

Необходимо всестороннее улучшение имиджа креативных индустрий как нематериального ресурса (в том числе за счет поддержки и развития спроса на российские креативные продукты, товары и услуги, формирование программ повышения престижности креативных индустрий и т. д.).

Только весь комплекс перечисленных мер позволит выстроить оптимальную траекторию развития креативных индустрий в нашей стране.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Боровинская Д. Н. К вопросу о едином понимании «креативных индустрий» // Вестник Тюменского государственного института культуры. 2022. № 4 (26). С. 21–25.
2. Назарикова А. А. Креативные индустрии как отдельный сектор креативной экономики в России и в мире // Молодой ученый. 2023. № 9 (456). С. 111–113.
3. Turgel I. D., Derbeneva V. V., Baskakova I. V., Chukavina K. V. Theoretical Approaches to Identifying Creative Industries // R-Economy. 2022. Vol. 8, No. 4. Pp. 310–326.
4. Емельянова О. Я., Шершень И. В. Креативные индустрии: симбиоз традиций, новаторства и творческих исканий: монография. Воронеж, 2023. 171 с.
5. Березина А. Д. Соотношение понятий «культурные индустрии» и «креативные индустрии» через призму киноиндустрии России // Формирование хозяйственных систем евразийского типа: динамика, противоречия, эффективность: сборник научных статей по итогам выполнения инициативной НИР (регистрационный номер ИНИР в системе ЦИТИС 121042600253–4) и научно-исследовательской конференции профессорско-преподавательского состава факультета экономики и финансов, Санкт-Петербург, 19 апреля 2022 года / под ред. Т. А. Селищевой. СПб., 2022. С. 156–160.
6. Курочкин В. Н. Креативная индустрия в экономике России: реальность и потенциал в сервисной деятельности // Сервис в России и за рубежом. 2023. № 5 (107). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-industriya-v-ekonomike-rossii-realnost-i-potentsial-v-servisnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 12.12.2024).
7. Сысо А. А. Вклад креативных индустрий в экономику страны в различных государствах // Молодой ученый. 2023. № 11 (458). С. 116–118.
8. Салтанова С. В. Картотека: креативные индустрии в России. URL: <https://cluster.hse.ru/news/493165206.html/> (дата обращения: 03.08.2024).
9. Темербулатова Ж. С., Жупарова А. С., Нусюпаева А. А. Статистика в области креативных индустрий: обзор методологических основ // Экономика: стратегия и практика. 2020. Т. 15, № 4. С. 139–146.

10. Панасенко С. В. Направления маркетинговых исследований в метавселенных (на примере креативных индустрий) // Маркетинг в новой реальности: монография. М., 2024. С. 506–514.
11. Панасенко С. В., Мкртчян В. С. Перспективы использования нейротехнологий в различных отраслях цифровой экономики // Российское предпринимательство. 2018. № 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-ispolzovaniya-neyrotekhnologiy-v-razlichnyh-otraslyah-tsifrovoy-ekonomiki> (дата обращения: 12.12.2024).
12. Христофорова И. В., Черникова Л. И., Эльканова Е. А. Экономика впечатлений в России: тенденции развития, методологические основы и инструменты поддержки // Сервис в России и за рубежом. 2023. Т. 17, № 3 (105). С. 31–47.

REFERENCES

1. Borovinskaya D. N. On the issue of a common understanding of «creative industries». Bulletin of the Tyumen State Institute of Culture. 2022. No. 4 (26). Pp. 21–25.
2. Nazarikova A. A. Creative industries as a separate sector of the creative economy in Russia and in the world. Young scientist. 2023. No. 9 (456). Pp. 111–113.
3. Turgel I. D., Derbeneva V. V., Baskakova I. V., Chukavina K. V. Theoretical Approaches to Identifying Creative Industries. R-Economy. 2022. Vol. 8, No. 4. Pp. 310–326.
4. Emelyanova O. Ya., Shershen I. V. Creative industries: a symbiosis of traditions, innovation and creative pursuits: monograph. Voronezh, 2023. 171 p.
5. Berezina A. D. The relationship between the concepts of «cultural industries» and «creative industries» through the prism of the Russian film industry. Formation of economic systems of the Eurasian type: dynamics, contradictions, efficiency: Collection of scientific articles based on the results of the implementation of initiative research (INIR registration number in the CITIS system 121042600253–4) and a research conference of the teaching staff of the Faculty of Economics and Finance, St. Petersburg, April 19, 2022 / edited by T. A. Selishcheva. Saint Petersburg, 2022. Pp. 156–160.
6. Kurochkin V. N. Creative Industry in The Russian Economy: Reality and Potential in Service Activities. Service in Russia and Abroad. 2023. No. 5 (107). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-industriya-v-ekonomike-rossii-realnost-i-potentsial-v-servisnoy-deyatelnosti> (date of access: 12.12.2024).
7. Syso A. A. The contribution of creative industries to the country's economy in various states. Young scientist. 2023. No. 11 (458). Pp. 116–118.
8. Saltanova S. V. Card index: creative industries in Russia. URL: <https://cluster.hse.ru/news/493165206.html/> (date of access: 03.08.2024).
9. Temerbulatova Zh. S., Zhuparova A. S., Nusyupaeva A. A. Statistics in the field of creative industries: a review of methodological foundations. Economy: strategy and practice. 2020. Vol. 15, No. 4. Pp. 139–146.
10. Panasenko S. V. Directions of marketing research in metauniverses (on the example of creative industries). Marketing in the new reality: monograph. Moscow, 2024. Pp. 506–514.
11. Panasenko S. V., Mkrтчян V. S. Prospects for Using Neurotechnologies in Various Sectors of The Digital Economy. Russian entrepreneurship. 2018. No. 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-ispolzovaniya-neyrotekhnologiy-v-razlichnyh-otraslyah-tsifrovoy-ekonomiki> (date of access: 12.12.2024).
12. Khristoforova I. V., Chernikova L. I., Elkanova E. A. The impression economy in Russia: development trends, methodological foundations and support tools. Service in Russia and abroad. 2023. Vol. 17. No. 3 (105). Pp. 31–47.

Поступила в редакцию: 17.12.2024.

Принята к печати: 20.02.2025.