

Научная статья

УДК 338.2

EDN FWPQNV

DOI 10.17150/2411-6262.2022.13(3).14



И.Б. Королёва✉, И.Л. Соколова

Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: И.Б. Королёва, fine-1@yandex.ru

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ В РОССИИ И МИРЕ: СОСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ

АННОТАЦИЯ. В современном мире все больше стран уделяют внимание развитию экономики, основанной на интеллектуальном труде, достижениях науки и культуры, инновациях и творчестве. Экономическая ценность такой экономики выходит за рамки простого производства культурных товаров или занятости творческих людей, она играет важную роль в стимулировании процесса изменения всей экономики страны. Анализ современной экономической научной литературы показал отсутствие единого подхода к терминологии и содержанию понятия такой экономики. В статье рассматриваются основные подходы к содержанию понятий «креативная экономика» и «креативные индустрии», а также к составу их видов деятельности. Дается отличие содержания понятий «креативная экономика», «инновационная экономика» и «экономика знаний». Проводится исследование состояния и основных тенденций креативных индустрий в мире и России. Делается вывод, что креативные индустрии в России активно развиваются, но пока не могут обеспечить потребности внутреннего рынка при имеющемся значительном потенциале для импортозамещения. Выявляются и описываются основные проблемы управления развитием креативной экономики в России, такие как методологические, институциональные, координационные, законодательные, инфраструктурные, проблемы авторского права, финансовые и кадровые. Определяются основные перспективы развития креативной экономики в России.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Креативная экономика, креативные индустрии, охраняемые интеллектуальным правом индустрии, перспективы, состояние, тенденции, проблемы развития, Россия.

ИНФОРМАЦИЯ О СТАТЬЕ. Дата поступления 27 мая 2022 г.; дата принятия к печати 29 июля 2022 г.; дата онлайн-размещения 31 августа 2022 г.

Original article

I.B. Koroleva✉, I.L. Sokolova

Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation

Corresponding author: I.B. Koroleva, fine-1@yandex.ru

CREATIVE INDUSTRIES IN RUSSIA AND THE WORLD: STATE, TRENDS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT MANAGEMENT

ABSTRACT. In the modern world, more and more countries are paying attention to the development of an economy based on intellectual labor, scientific achievements, culture, innovation and creativity. The economic value of such an economy goes beyond the simple production of cultural goods or employment of creative people; it plays an important role in changing the entire economy of the country. The review of modern economic academic literature has shown a lack of a unified approach to the terminology and content of the concept of such an economy. The study discusses main approaches to the concepts of "creative economy" and "creative industries", as well as to the composition of their activities. We examined the differences between the content of the concepts of "creative economy", "innovative economy" and "knowledge economy".

© Королёва И.Б., Соколова И.Л., 2022

Baikal Research Journal

электронный научный журнал Байкальского государственного университета

A study of the state and main trends of creative industries in the world and Russia is being conducted. We found that creative industries in Russia are actively developing, but so far they cannot meet the needs of the domestic market with a significant potential for import substitution. We studied main problems of managing the development of the creative economy in Russia such as methodological, institutional, coordination, legislative, infra structural, copyright, financial and personnel problems. The main prospects for the development of the creative economy in Russia are determined.

KEYWORDS. Creative economy, creative industries, industries protected by intellectual property rights, perspectives, condition, trends, development problems, Russia.

ARTICLE INFO. Received May 27, 2022; accepted July 29, 2022; available online August 31, 2022.

В современных реалиях одним из основных факторов устойчивого экономического развития и условием для формирования и совершенствования человеческого капитала является креативная экономика. Она все чаще признается значимой, внося существенный вклад в социальное и экономическое развитие территорий. Однако, анализ современной научной литературы показал отсутствие единого подхода к терминологии, определению содержания основных понятий, связанных с креативной экономикой и оценке ее состояния. На практике потенциал новой экономической модели часто недоиспользуется. В этой связи целью исследования является теоретическое осмысление подходов к содержанию основных понятий, связанным с креативной экономикой и структуре ее отраслей, изучения состояния, определения тенденций и возникающих при управлении ее развитием проблем.

Впервые в современных научных кругах о креативной экономике заговорили в 1994 г. благодаря документу, разработанному австрийским правительством: «Творческая нация: культурная политика государства»¹. В нем обосновывалась важность культуры для экономического развития страны. Она рассматривалась в широком смысле, включая помимо традиционных сфер, также кино, радио, библиотеки и многое другое. Выделялись тенденции креативных индустрий, которые способствовали формированию новых рабочих мест, инноваций в культурных и смежных сферах, а также усилению конкурентоспособности региона.

Также одними из первых трудов в области креативной экономики считаются работы: П. Коя «Креативная экономика» (2000 г.), где автор говорит о надвигающемся преобразовании мировой экономики из индустриальной в ту, где наиболее важной силой является «растущая сила идей» [1], Т. Бентли «Эпоха творчества» (2000 г.) [2], Ч. Лэндри «Креативный город: инструментальный для городских инноваторов» (2000 г.) [3], Д. Хокинс «Креативная экономика: как люди делают деньги из идей» (2001 г.) [4]. Данные авторы рассматривают понятие креативности как главного ресурса эффективного развития новой экономики.

Работа Р. Флориды «Возникновение креативного класса: и как это меняет работу» (2002 г.) [5], также считается одной из первых, но в ней используется другой подход к изучению креативной экономики. Р. Флорида сосредотачивает внимание на людях, работающих в данных сферах — креативном классе.

С понятием «креативной экономики» тесно связан термин «креативные индустрии», который впервые был использован в 1998 г. Департаментом культуры, средств массовой информации и спорта Великобритании в «Документе по картированию креативных индустрий»².

В целом, единого термина и общего определения для обозначения данной сферы пока не существует. Можно выделить следующие основные понятия, применяющиеся в данном качестве: «креативная экономика», «медиаиндустрия», «экономика впечатлений», «креативные индустрии» (используются Департамент

культуры, СМИ и спорта Великобритании и ЮНЕСКО), «культурные и креативные индустрии» (используется ЕС), «охраняемые интеллектуальным правом индустрии» (используется Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС)). Сегодня стратегические документы социально-экономического развития в различных странах мира разрабатываются с использованием таких определений, как «креативная индустрия», «креативный класс», «креативный город».

Чаще всего в теории и практике употребляются два понятия — «креативная экономика» и «креативные индустрии». Данный термин принято употреблять во множественном числе, так как к нему относят целый ряд отраслей, которые имеют разную динамику развития, экономическую логику и специфику производства [6].

Для осмысления различий, вкладываемых в содержание этих понятий и соотнесения их между собой авторами составлена табл. 1.

На основе данных табл. 1 можно сделать следующие выводы:

1. «Креативная экономика» — это более широкий термин, чем «креативные индустрии», под которым понимается определенный ее тип. При характеристике секторов (отраслей или определенных видов деятельности) креативной экономики используется понятие «креативных индустрий».

Таблица 1

Понятия «креативной экономики» и «креативных индустрий» по определениям различных организаций и авторов в хронологическом порядке^{*1}

Источник	Год	Содержание понятия
Департамент культуры, СМИ и спорта Великобритании ^{*2}	1998	«Креативные индустрии — это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности»
Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД)	2004	«Креативная экономика — это развивающееся понятие, основой такой экономики становятся креативные активы, за счет которых происходят экономический рост и развитие» ^{*3} .
	2018	«Креативный бизнес — это производство и распространение товаров и услуг, основанное, в первую очередь, на творчестве и интеллектуальном капитале, ориентированное на создание экономической ценности и получение дохода на основе рыночных продаж в рамках законов о защите интеллектуальной собственности» ^{*4} .
	2004	«Креативные индустрии — это сектор экономики, находящийся на стыке искусства, культуры, бизнеса и технологий, в котором доход получают за счет торговли товарами/услугами, в качестве основных ресурсов для которых используют творческий или интеллектуальный потенциал» ^{*5}
Д. Хокинс [4]	2004	«Креативная экономика — новый способ мышления и действия, который оживляет производство, услуги, розничную торговлю и индустрию развлечений с акцентом на индивидуальные таланты или навыки, а также искусство, культуру, дизайн и инновации»
А. Зеленцова, Н. Гладких [7]	2010	«Креативные индустрии — это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности»
Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) ^{*6}	2014	«Креативные индустрии, основанные на авторском праве — это отрасли, которые являются специализированными, взаимозависимыми либо прямо или косвенно связаны с созданием, производством, представлением, выставкой, передачей, распространением или розничной продажей материалов, охраняемых авторским правом»

Окончание табл. 1

Источник	Год	Содержание понятия
Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) ^{*7}	2015	«Культурные и креативные индустрии — сектора организованной деятельности, основной целью которых является производство, воспроизведение, продвижение, распространение и/или коммерциализация товаров и услуг, а также культурная, художественная деятельности, или деятельность связанная с культурным наследием»
ИСИЭЗ НИУ ВШЭ ^{*8}	2018	«Креативная экономика — совокупность общественных отношений и практик хозяйственной деятельности, в основе которой лежат взаимосвязи между творчеством, культурой, экономикой и технологиями». «Креативные индустрии — секторы экономики, значимая часть добавленной стоимости которых формируется за счет творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность»
Правительство РФ ^{*9}	2021	«Креативная экономика — тип экономики, основанный на капитализации интеллектуальной собственности во всех областях человеческой деятельности — научной, научно-технической, культурной и в целом творческой деятельности». «Творческие (креативные) индустрии — сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества»

Примечания:^{*1} Составлена авторами.^{*2} Creative Industries Mapping Document. 1998. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>.^{*3} United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) // Creative Economy Programme. URL: <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>.^{*4} Creative Economy Outlook and Country Profile report. 2018 // UNCTAD. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf.^{*5} United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) // Creative Economy Programme. URL: <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>.^{*6} How to Make a Living in the Creative Industries // World Intellectual Property Organization. URL: <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4166&plang=EN>.^{*7} Reshaping cultural policies: a decade promoting the diversity of cultural expressions for development // UNESCO. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000242866>.^{*8} Измерение креативной экономики // НИУ «Высшая школа экономики». 2021. URL: <https://measurecreativity.hse.ru/>.^{*9} Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. от 20 сент. 2021 г. № 2613-п. URL: <http://government.ru/news/43350/>.

2. «Креативная экономика» и «креативные индустрии» базируются на следующих наиболее важных отличительных характеристиках:

- они косвенно или прямо основаны на творчестве, культуре, индивидуальных талантах и навыках;
- предполагают значительный (определяющий) вклад человеческого творчества в ходе производственного процесса;
- несут в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мес;
- путем производства и эксплуатации прав на интеллектуальную собственность;
- их товары и услуги обеспечивают формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни;
- имеют не только экономическое, но и социально-культурное значение.

В научной литературе наряду с понятием «креативная экономика», используются термины «инновационная экономика» и «экономика знаний». Четкого разделения данных понятий пока нет. Существуют прямо противоположные точки зрения на разграничение содержания данных понятий: одни авторы (например, О.С. Белокрылова, Е.С. Дубская [8] и др.). считают их синонимами, полагая что в «креативной экономике» растет роль образования и инвестиций в человеческий капитал, что способствует порождению различного рода знаний, лежащих в основе инноваций, направленных на удовлетворение растущих человеческих потребностей.

Другие авторы (например, И.Н. Дубина [9] и др.) являются сторонниками комбинированного подхода. Они полагают, что сложно разграничить понятия «креативная экономика», «инновационная экономика» и «экономика знаний», поскольку они являются пересекающимися и не обособленными друг от друга. Ими предлагается использовать такие термины как «интеллектуально-креативная» и «инновационно-креативная экономика», характеризующие «новую экономику».

Авторы данной статьи придерживаются третьего подхода, считая, что данные понятия не являются синонимами, а креативность является главным фактором роста новой экономики. Традиционное понимание «инновационной экономики» связано с научно-технологическими разработками и их реализацией, и не охватывает многие сферы креативной экономики, такие как культура, искусство, дизайн, «экономика впечатлений», куда относятся сферы туризма, ресторанного бизнеса, музейный и выставочный бизнес и др.

Несмотря на то, что творческие идеи часто ассоциируется со знаниями, на самом деле это не синонимы, поскольку творчество является основой появления новых знаний, что показано в ряде исследований (например, Е.К. Жарова [10]).

Вопрос о структуре креативной экономике на сегодняшний день остается дискуссионным. Выделяют несколько подходов к составу видов деятельности креативной экономики (см табл. 2).

Таблица 2

*Теоретические подходы к структуре видов деятельности (секторов) креативной экономики^{*1}*

Подход	Описание подхода
Отраслевой	Выделяют два варианта состава отраслей: Различный перечень отраслей креативной экономики, создающих креативные продукты и услуги ^{*2, *3} [3] Определенный перечень отраслей, относящихся к ядру креативной экономики, периферии и пограничным (сопутствующим) индустриям ^{*4} [11]
Основанный на защите авторских прав ^{*5}	Выделяют виды деятельности, связанные с созданием продукции, защищенной авторскими правами (copyright industries)
Основанный на этапах создания креативного продукта или услуги ^{*6}	Выделяют виды деятельности с учетом разработки, производства, распределения и сохранения результатов деятельности креативных индустрий

Примечания:

^{*1} Составлена авторами.

^{*2} Creative Industries Mapping Document. 1998. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>.

^{*3} Creative Economy Outlook and Country Profile report. 2018 // UNCTAD. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf.

^{*4} Creative Economy Report. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making // UNCTAD-2008. URL: <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-report-2008-challenge-assessing-creative-economy-towards-informed-policy>.

^{*5} National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries // WIPO-2006. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/624/wipo_pub_624.pdf.

^{*6} Креативная экономика Москвы в цифрах // НИУ «Высшая школа экономики». URL: <https://measurecreativity.hse.ru/>.

Стоит отметить, что уникальный набор отраслей определяет каждую местную креативную экономику, отражающую культуру, традиции и наследие этого места. Мы согласны с мнением И.Н. Дубина, который считает, что: «Отличие рассмотренных подходов заключается лишь в широте спектра креативных отраслей, формирующих креативную экономику. Однако ни один из существующих на данный момент подходов не выделяет действительно «творческий» вклад в экономику» [9]. Тем не менее данные подходы необходимы, поскольку позволяют провести оценку состояния, проблем и перспектив развития креативной экономики.

Оценка креативной экономики является актуальной и неоднозначной задачей. Выделяют следующие теоретические подходы к оценке креативной экономики³: отраслевой подход, предполагающий оценку по экономическим показателям видов деятельности, входящих в креативную экономику, оценку занятости и оценку торговли креативными товарами и услугами. Определим состояние, динамику и тенденции креативной экономики в России и мире с использованием всех трех подходов.

Креативная экономика является одним из самых перспективных направлений мировой экономики. Она демонстрирует более высокие темпы роста, ее вклад в мировой ВВП в 2019 г составил 3 %. В ней занят 1 % экономически активного населения планеты⁴.

Вклад креативных индустрий в ВВП России в 2019 г. составляет более 3 % (рис. 1), что соответствует среднемировому, но ниже, чем в странах-лидерах.

Лидерами стран по вкладу креативных индустрий в ВВП и занятость в 2019 г. являются по убыванию США (11,99 % и 7,71 %), Канада (6,15 % и 5,35 %), Италия (6,10 % и 6,10 %) и Великобритания (5,80 % и 6,30 %). Вклад креативных индустрий в ВВП и занятость России в три и почти в два раза меньше, чем в США. Тем не менее по вкладу креативных индустрий в ВВП и занятость Россия опережает Германию и Бразилию. Непосредственно в креативных индустриях России в 2019 г. по разным оценкам работали от 2,7 до 4,9 млн человек, или 3,8-6,8 % занятых в стране. По этому показателю Россия близка к Канаде. За период с 2017–2019 гг численность занятых в креативной экономике России увеличилась на 14,6 %, что соответствует общемировым тенденциям.

Так, по данным РБК⁵ даже во время экономического спада объем мирового креативного сектора вырос на 14 %, а капитализация творческих индустрий в мире сегодня составляет почти 2,3 трлн долл.

С 2013 по 2019 гг общая выручка креативных индустрий в Европе увеличилась почти на 17 % или на 93 млрд евро⁶.

Рассмотрим внешнеторговый оборот товаров и услуг креативных индустрий по странам за 2019 г (табл. 3).

По данным табл. 3, ряд развитых страны (США, Китай, Великобритания, Италия, Ю. Корея, Франция) покрывают потребности внутреннего рынка в креативных товарах и услугах, о чем говорит положительное сальдо их торгового баланса. Другие страны, такие как Канада, Австралия, Австрия, Германия, Япония, Бразилия и Россия возмещают отсутствие предложения за счет импорта. Причем у

³ Креативная экономика Москвы в цифрах // НИУ «Высшая школа экономики». URL: <https://measurecreativity.hse.ru/>.

⁴ Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы // НИУ «Высшая школа экономики». URL: https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538088/Human_Capital_NCMU_Digest_1_Creative_Industries_2021.pdf.

⁵ Что такое креативные индустрии? // РБК. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5dd54dbf9a79471180f57ce7https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5dd54dbf9a79471180f57ce7>.

⁶ The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis // Rebuilding Europe. 2021. URL: https://www.akm.at/wp-content/uploads/2021/01/Rebuilding-Europe_EY-GESAC-full-report.pdf.

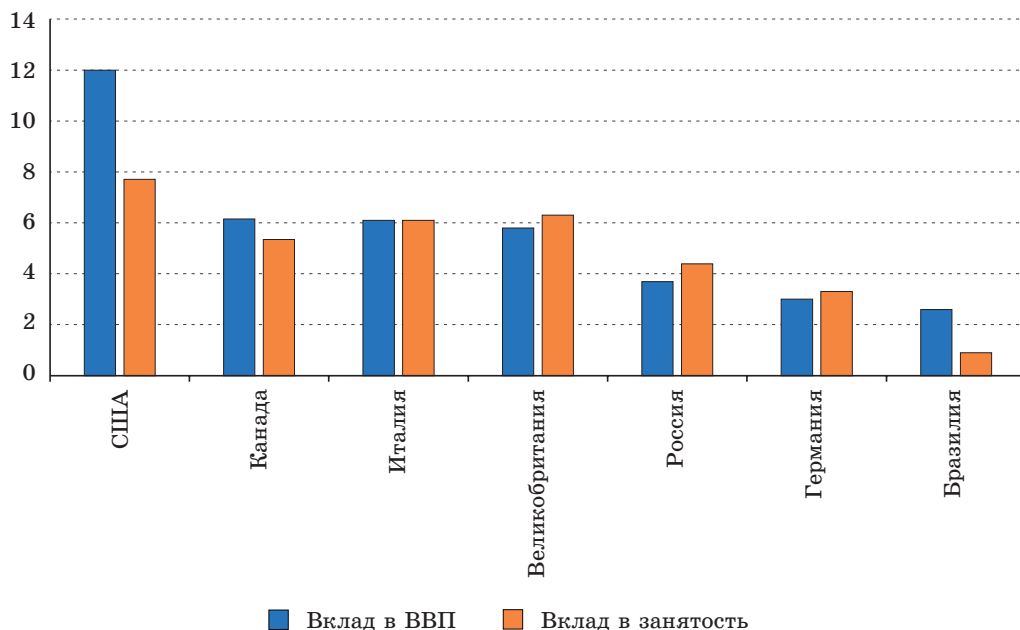


Рис. 1. Основные показатели вклада креативных индустрий в ВВП и занятость стран мира за 2019 г., в процентах

Составлен авторами на основе обобщения данных: ВОИС (The economic contribution of the copyright industries // WIPO-2021. URL: https://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/overview_results_2021.pdf); АСИ (Атлас креативных индустрий Российской Федерации // Агентство стратегических инициатив. 2021. URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?url=va-disk-public%3A%2F%2Fk-wuwUCI8Axf1StbKyNTl49MIQSXflrcW5uCEtu54td1UPN55tiPwxexkxtKqKN0skEAmkQ4kXOg0TR8ZsX-ayQ%3D%3D&noiframe=1&uid=122339115_&name=Atlas_Russia_creative_industries.pdf&lang=ru); ВШЭ (Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы // НИУ «Высшая школа экономики». URL: https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538088/Human_Capital_NCMU_Digest_1_Creative_Industries_2021.pdf).

Таблица 3

Внешнеторговый оборот товаров и услуг креативных индустрий по странам за 2019 г., млн р.*

Страна	Экспорт	Импорт	Сальдо торгового баланса
США	106 138 030	2 860 653	103 277 377
Китай	4 126 045	2 404 392	1 721 653
Великобритания	1 508 797	822 689	686 108
Италия	626 990	248 202	378 788
Ю. Корея	435 149	194 132	241 017
Франция	737 844	702 516	35 328
Бразилия	35 876	38 490	-2 614
Япония	388 929	395 376	-6 447
Германия	605 772	638 367	-32 594
Россия	37 679	87 843	-50 164
Австрия	48 515	109 882	-61 367
Австралия	51 027	177 007	-125 979
Канада	100 854	303 597	-202 743

* Составлена авторами на основе данных ЮНЕСКО: International trade in cultural goods // The UNESCO Institute for Statistics. URL: http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?DataSetCode=CTRD_DS#.

России зависимость от импорта в 2,5 раза меньше, чем у Австралии и в 3,5 раза меньше, чем у Канады.

Рассмотрим динамику экспорта и импорта товаров и услуг данной сферы в Российской Федерации с 2013 по 2019 гг. (рис. 2).

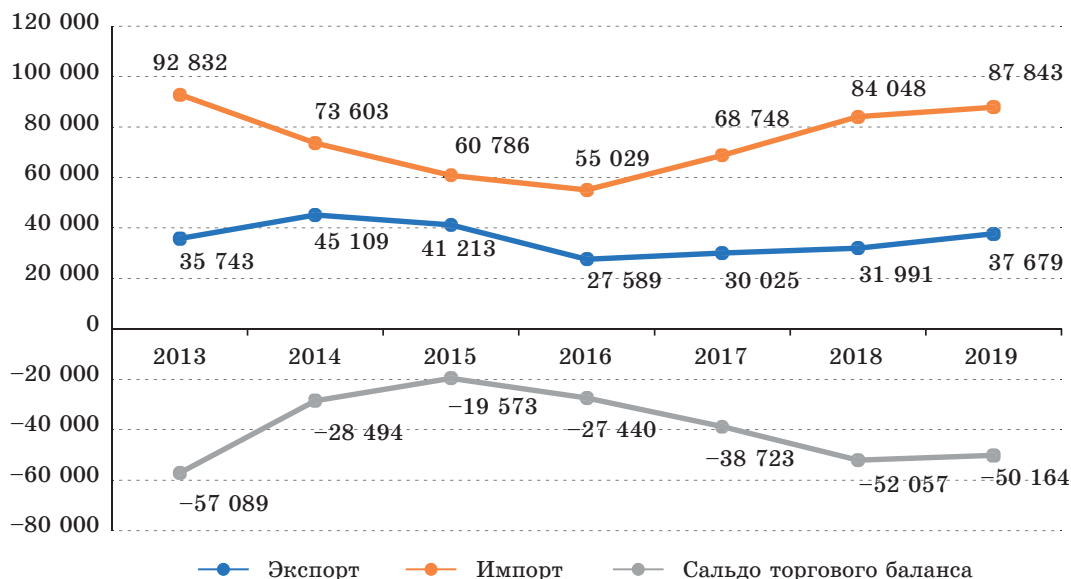


Рис. 2. Экспорт и импорт товаров и услуг креативных индустрий в РФ за период с 2013–2019 гг., млн р.

* Составлена авторами на основе данных ЮНЕСКО: International trade in cultural goods // The UNESCO Institute for Statistics. URL: http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?DataSetCode=CTRD_DS#.

Данные рис. 2 показывают, что в каждый из периодов с 2013 по 2019 гг сальдо торгового баланса нашей страны было отрицательным. Однако, при сравнении данных 2013 г. и последующих периодов, можно говорить о позитивной тенденции снижения отрицательного сальдо торгового баланса, которое в 2013 г. составляло 57 089 млн р., а в 2019 г. — 50 164 млн р.

Следовательно экспорт товаров и услуг креативной экономики в стране увеличивается, а импорт — постепенно снижается.

Рассмотрим структуру экспорта и импорта товаров и услуг креативных индустрий Российской Федерации в 2019 г. (табл. 5).

По данным табл. 5, можно сказать, что РФ имеет положительное сальдо торгового баланса по двум из шести категорий товаров и услуг креативных индустрий, которые являются товарами низкого передела: книги и печатные товары, а также товары культурного и природного наследия. По таким категориям товаров и услуг креативных индустрий как изобразительные искусства и ремесла, товары для представлений и праздников, аудиовизуальные и интерактивные СМИ, а также дизайн и креативные сервисные товары сальдо торгового баланса РФ является отрицательным. В структуре импорта более 40 % продукции приходится на товары изобразительных искусств и ремесел, почти 30 % — это товары для представлений и праздников, включающие костюмы, декорации, предметы для организации торжеств и многое другое, по 15 % — это книги и печатные издания, а также аудиовизуальные и интерактивные СМИ.

Таблица 5

**Структура экспорта и импорта товаров и услуг креативных индустрий
в РФ в 2019 г.**

Категория	Экспорт, р.	Уд. вес, %	Импорт, р.	Уд. вес, %	Сальдо торгового баланса, р.
Книги и печатные товары	25 726 036 566	68,277	13 081 512 190	14,892	12 644 524 376
Товары культурного и природного наследия	339 731 556	0,902	215 262 373	0,245	124 469 183
Изобразительные ис- кусства и ремесла	8 694 687 735	23,076	37 892 931 544	43,137	-29 198 243 809
Товары для представ- лений и праздников	1 369 357 761	3,634	23 889 085 770	27,195	-23 752 150 009
Аудиовизуальные и интерактивные СМИ	1 548 534 812	4,110	12 763 133 645	14,530	-11 214 598 833
Дизайн и креативные сервисные товары	689 200	0,002	783 378	0,001	-94 178
<i>Всего</i>	37 679 037 631	100	87 842 708 901	100	-50 163 671 270

* Составлена авторами на основе данных ЮНЕСКО: International trade in cultural goods // The UNESCO Institute for Statistics. URL: http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?DataSetCode=CTRD_DS#.

Креативные индустрии в России активно развиваются, но пока не могут обеспечить потребности внутреннего рынка, хотя у России есть все возможности для импортозамещения. Рассмотрим структуру и динамику внутреннего рынка креативных индустрий в Российской Федерации (табл. 6).

По данным табл. 6 можно сделать следующие выводы. Основная доля в структуре креативных индустрий в России за период 2014-2019 гг по убыванию приходится на арт-рынок или рынок искусств (2019 г. — 36,65 %), представляющий собой систему товарного обращения произведений искусства, рынок средств массовой информации (СМИ) (2019 г. — 22, 28 %), к которым относятся телевидение, радио и новые медиа, а также рынок музыки (2019 г. — 13,45 %). Далее идут примерно с равными долями архитектурный и проектный рынок (2019 г. — 7,34 %), дизайн, который представлен средовым, промышленным, интерьерным, графическим, ювелирным и т.д. (2019 г. — 6,54 %), мода (2019 г. — 5,93 %) и часть рынка информационных технологии, относящаяся к креативным индустриям (2019 г. — 4,37 %). Наименьшую долю в креативных индустриях занимают следующие рынки: реклама (2019 г. — 1,21 %), культурно-досуговый и event-рынок (2019 г. — 0,71 %), издательское дело (2019 г. — 0,44 %), исполнительные искусства (2019 г. — 0,42 %), видеоигры и другие игры (2019 г. — 0,42 %), кино и мультипликация (2019 г. — 0,14 %) и ремесла (2019 г. — 0,04 %).

В целом большая часть направлений, входящих в креативные индустрии, за период 2014-2019 гг демонстрируют устойчивую тенденцию к росту. Наибольший прирост в 2019 г. по сравнению с 2014 г. показали: культурно-досуговый и event-рынок, который увеличился на 510 %, рынок СМИ (122 %), рынок исполнительных искусств (96 %) и рынок дизайна (88 %). Также увеличились: рынок ремесел (30 %), рынок информационных технологий (29 %), кино и мультипликации (28 %), видеоигр и других игр (25 %).

Стабильную тенденцию к сокращению за рассматриваемый период демонстрируют рынок издательского дела и музыки (на 31 % в 2019 г. по сравнению с 2014 г.), рынок моды (чуть больше 8 %). Арт-рынок, а также архитектурный и проектный рынки нестабильны в своем развитии: то растут, то падают.

Таблица 6
Структура и динамика креативных индустрий в Российской Федерации за период 2014–2019 гг.*

Направление	2014		2015		2016		2017		2018		2019		Темп прироста, %
	Млн р.	Уд. вес, %	Млн р.	Уд. вес, %	Млн р.	Уд. вес, %	Млн р.	Уд. вес, %	Млн р.	Уд. вес, %	Млн р.	Уд. вес, %	
Арт-рынок	13 170 552	39,38	12 012 530	35,84	13 716 810	38,59	17 715 295	42,54	18 554 664	44,35	14 143 100	36,65	7,38
Архитектурный и проектный рынок	2 716 200	8,12	3 338 500	9,96	3 138 720	8,83	2 913 600	7,00	2 836 920	6,78	2 852 900	7,39	5,03
Видеоигры и др. игры	131 000	0,39	156 700	0,47	157 200	0,44	155 100	0,37	156 000	0,37	163 400	0,42	24,73
Дизайн	1 339 840	4,01	1 584 815	4,73	1 845 806	5,19	2 040 205	4,90	2 205 780	5,27	2 521 860	6,54	88,22
Издательское дело	250 100	0,75	243 800	0,73	236 570	0,67	248 160	0,60	189 760	0,45	170 970	0,44	-31,64
Информационные технологии	1 306 794	3,91	1 320 225	3,94	1 457 694	4,10	1 626 760	3,91	1 518 054	3,63	1 684 425	4,37	28,90
Используемые искусстваа	83 180	0,25	100 324	0,30	114 198	0,32	127 128	0,31	141 656	0,34	163 595	0,42	96,68

Окончание табл. 6

На- прав- ление	2014		2015		2016		2017		2018		2019		Темп приро- ста, %
	Млн р.	Уд. вес, %	Млн р.	Уд. вес, %	Млн р.	Уд. вес, %	Млн р.	Уд. вес, %	Млн р.	Уд. вес, %	Млн р.	Уд. вес, %	
Кино и мульт ипли- кация	43 300	0,13	43 500	0,13	48 300	0,14	53 600	0,13	50 300	0,12	55 500	0,14	28,18
Куль- тур- но-до- суго- вый и event- рынок	45 096	0,13	152 448	0,45	167 221	0,47	207 692	0,50	235 538	0,56	275 289	0,71	510,45
Мода	2 500 000	7,48	2 270 000	6,77	2 300 000	6,47	2 360 000	5,67	2 360 000	5,64	2 290 000	5,93	-8,40
Музы- ка	7 548 018	22,57	7 399 330	22,07	7 139 683	20,09	7 531 656	18,08	5 726 957	13,69	5 188 940	13,45	-31,25
Рекла- ма	436 400	1,30	395 800	1,18	454 500	1,28	583 700	1,40	614 800	1,47	466 000	1,21	6,78
Ремес- ла	10 508	0,03	13 544	0,04	12 911	0,04	11 254	0,03	13 393	0,03	13 665	0,04	30,04
СМИ	3 862 160	11,55	4 487 650	13,39	4 753 100	13,37	6 072 050	14,58	7 234 520	17,29	8 595 115	22,28	122,55
Всего	33 443 148	100,00	33 519 166	100,00	35 542 713	100,00	41 646 200	100,00	41 838 342	100,00	38 584 759	100,00	15,37

* Составлена авторами на основе данных АСИ: Атлас креативных индустрий Российской Федерации // Агентство стратегических инициатив.
2021. URL: <https://100gorodov.ru/creativeindustries>.

В целом креативные индустрии в РФ в 2019 г. по сравнению с 2014 г. выросли на 15,4 %.

Безусловно, что в период кризиса, вызванного пандемией, показатели многих сфер, входящих в креативные индустрии значительно снизились. Тем не менее рынки, связанные с онлайн и IT-сферой, в данный период стремительно развивались. Однако, в целом отечественные креативная экономика характеризуется высоким недоиспользованным потенциалом, что связано со следующими проблемами управления ее развитием (рис. 3).

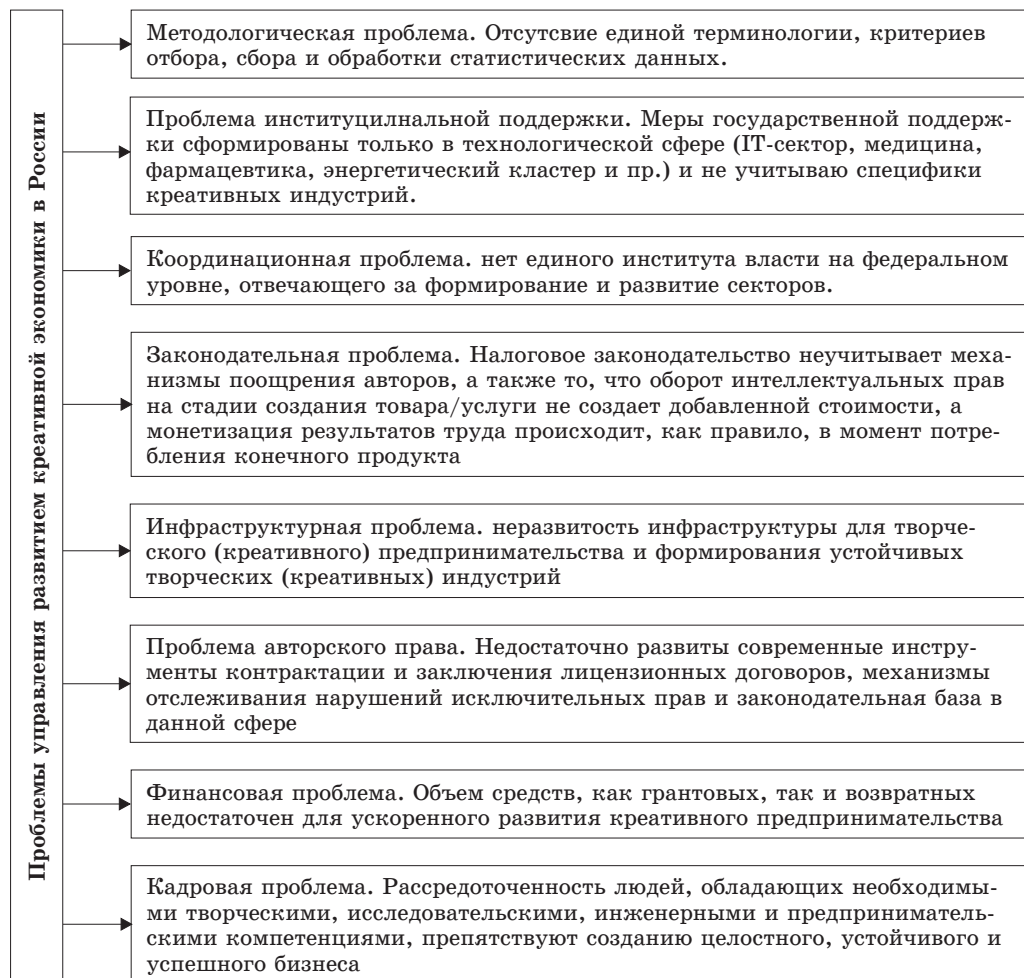


Рис. 3. Основные проблемы управления развитием креативной экономики в России

Составлена авторами на основе данных: Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. от 20 сент. 2021 г. № 2613-р. URL: <http://government.ru/news/43350>.

Понимание важности развития креативной экономики, выделение указанных проблем и необходимости их решения способствовало принятию правительством Российской Федерации «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и

крупнейших городских агломерациях до 2030 года» (распоряжение от 20 сентября 2021 г. № 2613-р г.).⁷ Реализация концепции должна обеспечить: конкурентоспособность экономик субъектов Российской Федерации («рост доли российских креативных товаров и услуг в структуре мирового экспорта к 2030 г. — до 3 %, в ВВП России к 2030 г. — до 10 %, к 2024 г. — достижение положительного сальдо внешнеторгового баланса»⁸; миграционную привлекательность для квалифицированных творческих, в том числе международных кадров, возможность вовлечения талантов в национальную экономику («рост доли занятых в сфере креативных индустрий в общей занятости к 2030 г. — до 12 %) и предотвратить отток талантливой молодежи»; «рост налогооблагаемой базы за счет смещения производственных затрат на выплаты персоналу»; «повышение качества жизни, получение экономических выгод от инвестиций в человеческий капитал и творческий труд»⁹.

Подводя итоги выше сказанному можно отметить, что к началу XXI в. на передний план мировой экономической системы выходит новый тип экономики — креативная экономика, основным фактором экономического роста которой является творчество. По словам Е.К. Жарова: «Данная экономика является высшей ступенью развития постиндустриальной системы» [10].

Ведущие страны имеют заметный вклад креативной экономики в ВВП и занятость. Так, «средняя доля креативной экономики в мировом ВВП составляет от 3 до 6,6 %, в развитых странах эта доля достигает 8–12 % при среднегодовом росте в 15 %, что существенно превышает средние темпы роста мировой экономики (прогнозируется сохранение этой тенденции в среднесрочном периоде)»¹⁰. Вклад креативных индустрий в ВВП России по разным оценкам составляет от 3 до 6 %. Оборот российских креативных индустрий с 2017 по 2019 гг вырос на величину от 6 до 15 %, что соответствует среднемировому уровню. В целом креативные индустрии в стране по данным НИУ ВШЭ¹¹ выглядят по ряду показателей (в основном количественным) развитыми на среднемировом уровне, по другим (качественным) близкими к состоянию развитых стран. Однако сектор креативных индустрий пока не обеспечивает потребностей внутреннего рынка, что говорит о его высоком недоиспользованном потенциале.

В условиях экономических, технологических и социальных проблем, связанных с пандемией и беспрецедентными мерами санкционного давления на Россию, креативные индустрии, могут стать фактором ускорения развития экономики страны. Современные мировые тренды, обусловленные форсированной цифровизацией и трансформацией структуры занятости населения, также способствуют росту креативных индустрий и увеличению их доли в национальной экономике даже в кризисных условиях.

Креативные индустрии как одно из важных направлений развития экономики Российской Федерации, обеспечивают следующие возможности: неограниченную воспроизводимость ресурсов для создания товаров/услуг; экономический рост за счет производства товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью; создание своего дела широкими слоями населения; стимулирование и содействие в развитии многих сфер экономики; открытие неограниченных возможностей для аль-

⁷ Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. от 20 сент. 2021 г. № 2613-р. URL: <http://government.ru/news/43350>.

⁸ Там же.

⁹ Там же.

¹⁰ Там же.

¹¹ Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы // НИУ «Высшая школа экономики». URL: https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538088/Human_Capital_NCMU_Digest_1_Creative_Industries_2021.pdf.

тернативной занятости, сохранение и развитие человеческого капитала, в том числе в регионах и муниципальных образованиях, обеспечивая сбалансированное территориальное развитие; культурное развитие, повышение туристической привлекательности, узнаваемости локальных брендов; развитие и редевелопмент территорий, повышение конкурентоспособности страны.

Список использованной литературы

1. Coy P. The Creative Economy. Which Companies Will Thrive in the Coming Years? Those That Value Ideas above All Else / Coy P. // *Bloomberg Business Week*. — 2000. — August 28. — URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2000-08-27/the-creative-economy>.
2. Bentley T. *The Creative Age* / T. Bentley. — London : Demos, 2000. — 214 p.
3. Howkins J. *Creative Economy: How People Make money from Ideas* / J. Howkins. — London : Penguin, 2002. — 288 p.
4. Landry C. *The Creative City: a Toolkit for Urban Innovators* / C. Landry. — London : Earthscan Publ., 2000. — 300 p.
5. Florida R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life* / R. Florida. — New York : Basic Books, 2002. — 430 p.
6. Федотова Н.Г. Креативные индустрии (Creative Industries): теория и практика / Н.Г. Федотова // *Культурное обозрение*. — 2012. — № 4. — С. 52–72.
7. Зеленцова Е.В. Творческие индустрии: теории и практики / Е.В. Зеленцова, Н.М. Гладких. — Москва : Классика-XXI, 2010. — 237 с.
8. Белокрылова О.С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России / О.С. Белокрылова, Е.С. Дубская // *Terra Economicus*. — 2013. — Т. 11, № 4-2. — С. 5–11.
9. Дубина И.Н. Подходы к определению, характеристике и анализу креативной экономики / И.Н. Дубина. — Москва : Креативная экономика, 2010. — 589 с.
10. Жаров Е.К. Новые экономические модели в системе постиндустриального развития общества / Е.К. Жаров. — EDN [WMRVQL](https://www.edn.ru/WMRVQL) // *Современные научные исследования и инновации*. — 2016. — № 8. — С. 174–178.
11. Hesmondhalgh D. *The Cultural Industries* / D. Hesmondhalgh. — London : SAGE, 2002. — 290 p.
12. Савина О. Творчество как товар. Как развивается креативная экономика в России? / О. Савина // *ПОЛИТ.РУ*. — 2020. — 24 авг. — URL: <https://polit.ru/article/2020/08/24/creative/>.

References

1. Coy P. The Creative Economy. Which Companies Will Thrive in the Coming Years? Those That Value Ideas above All Else. *Bloomberg Business Week*, 2000, August 28. Available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2000-08-27/the-creative-economy>.
2. Bentley T. *The Creative Age*. London, Demos, 2000. 214 p.
3. Howkins J. *Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London, Penguin, 2002. 288 p.
4. Landry C. *The Creative City: a Toolkit for Urban Innovators*. London, Earthscan Publ., 2000. 300 p.
5. Florida R. *The Rise of the Creative Class: and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York, Basic Books, 2002. 430 p.
6. Fedotova N.G. Creative Industries: Theory and Practice. *Cultural Review*, 2012, no. 4, pp. 52–72. (In Russian).
7. Zelencova E.V., Gladkih N.M. *Creative Industries: Theory and Practice*. Moscow, Klassika-XXI Publ., 2010. 237 p.
8. Belokrylova O.S., Dubskaya E.S. World Experience of Emerging of the Creative Economy and the Opportunities of Its Use in Russia. *Terra Economicus*, 2013, vol. 11, no. 4-2, pp. 5–11. (In Russian).
9. Dubina I.N. *Approaches to the Definition, Characterization and Analysis of the Creative Economy*. Moscow, Kreativnaya ekonomika Publ., 2010. 589 p.

10. Zharov Ye.K. New Economic Models in System of Post-Industrial Development of Society. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovatsii = Modern Scientific Researches and Innovations*, 2016, no. 8, pp. 174–178. (In Russian). EDN: [WMRVQL](#).

11. Hesmondhalgh D. *The Cultural Industries*. London, SAGE, 2002. 290 p.

12. Savina O. Creativity as a Commodity. How is the Creative Economy Developing in Russia? *POLIT.RU*, 2020, August 24. Available at: <https://polit.ru/article/2020/08/24/creative/> (In Russian).

Информация об авторах

Королёва Ирина Борисовна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, fine-1@yandex.ru, SPIN-код: 7299-3931, AuthorID РИНЦ: 918773.

Соколова Ирина Леонидовна — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, sokol71998@mail.ru.

Authors

Irina B. Koroleva — PhD in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, fine-1@yandex.ru, SPIN-Code: 7299-3931, AuthorID RSCI: 918773.

Irina L. Sokolova — Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, sokol71998@mail.ru.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Для цитирования

Королёва И.Б. Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием / И.Б. Королёва, И.Л. Соколова. — DOI 10.17150/2411-6262.2022.13(3).14. — EDN [FWPQNV](#) // Baikal Research Journal. — 2022. — Т. 13, № 3.

For Citation

Koroleva I.B., Sokolova I.L. Creative Industries in Russia and the World: State, Trends and Problems of Development Management. *Baikal Research Journal*, 2022, vol. 13, no. 3. (In Russian). EDN: [FWPQNV](#). DOI: 10.17150/2411-6262.2022.13(3).14.