

Прилепина В. Р.

Оценка роли развития креативных индустрий в экономике страны и регионов

В статье рассмотрены вопросы возможности развития креативных индустрий в России, в том числе национальная законодательная база как основа закрепления института творческих (креативных) индустрий. Представлен краткий обзор процессов и результатов развития креативных индустрий в мире и в Российской Федерации, раскрыта специфика развития креативных индустрий на национальном уровне, определена доля их вклада в национальную экономику. Сделан вывод о перспективности развития креативных индустрий в региональном уровне и необходимости их поддержке как драйвера развития депрессивных территорий.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативная экономика, национальная экономика, экономика региона.

ГРНТИ: Экономика / Экономические науки: 06.71.02 Организация и структура отраслей экономики. Внутриотраслевые и межотраслевые связи.

Prilepina V. R.

Assessment of the role of creative industries development in national and regional economies

The article deals with the issues of opportunities for the development of creative industries in Russia, including the national legislative framework as the basis for establishing the institution of creative industries. The article provides a brief overview of the processes and results of creative industries development in the world and in the Russian Federation, reveals the specifics of creative industries development at the national level, and determines the share of their contribution to the national economy. It is concluded that the development of creative industries at the regional level is promising and that they should be supported as a driver of development in disadvantaged areas.

Key words: creative industries, creative economy, national economy, regional economy.

JEL classifications: L10

© Прилепина В.Р., 2022

Последнее десятилетие очевидно характеризуется развитием относительного нового направления в экономике, основанном на инновациях, идеях, воображении, изобретательности и мастерства, которое получило название «креативная экономика». В отличие от творчества, по мнению специалистов, креатив ведет к появлению инноваций в той или иной сфере. Сегодня это динамичная и быстрорастущая отрасль экономики, в которой не деньги, а новые идеи играют главную роль, и которая дает новую жизнь производству, торговле, культурной сфере. По большому счету, она создает особую среду жизни, в которой люди хотят учиться, работать, изобретать и творить. Современные экономика и общество в развитых странах все в большей степени становятся креативными (творческими), главными продуктами в которых являются новые идеи, инновации в различных областях человеческой деятельности. В развитых странах креативность становится и основным источником экономической ценности. В связи с этим научный интерес представляет анализ и мониторинг этой сферы экономики.

По нашему мнению, возникновение современной креативной экономики – это значимый и достаточно высокий этап развития общества и экономики в целом. Креативные индустрии разных стран активно развиваются и по оценке специалистов являются одним из драйверов инновационного развития мировой и национальных экономик, ведь по данным экономистов их доля составляет до 3 % мирового ВВП с числом занятого населения до 1 % (рис. 1).

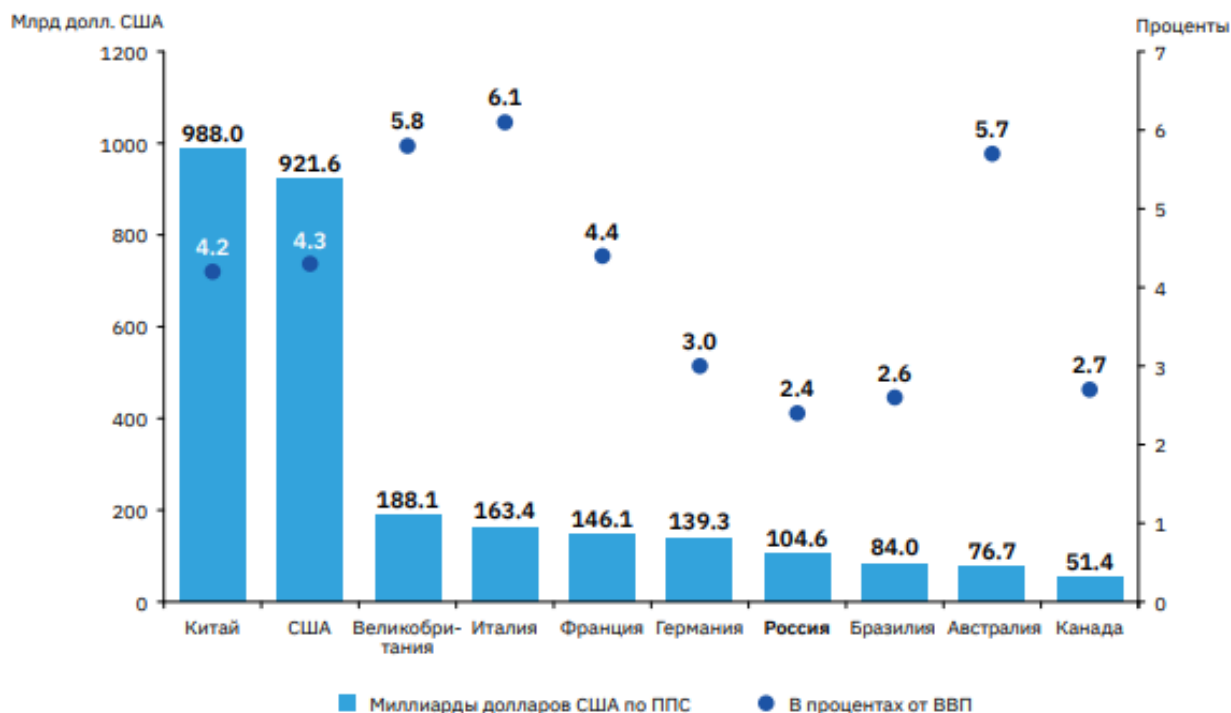


Рис. 1. Валовая добавленная стоимость креативных индустрий по странам за 2019 г. [15, с. 5]

Рассмотрим результаты развития направлений креативной индустрии в России и оценим уровень ее обеспеченности необходимыми ресурсами.

2021 г. был объявлен ООН Международным годом креативной экономики, что свидетельствует о признании роли данного направления развития на международном уровне. Министерство культуры РФ предложило впервые на законодательном уровне закрепить понятия «креативные индустрии» и «креативное предпринимательство» [16]. Представленные предложения по развитию креативной индустрии в стране были приняты Правительством РФ и в сентябре минувшего года нашли отражение в стратегическом документе «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» [3], что несомненно укрепило основу для развития креативных индустрий в РФ.

Кроме того, понятие креативных индустрий и оценка их вклада в экономику представлена в иных стратегических документах, характеризующих развитие страны в ближайшей перспективе – Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 г., утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р [4], и планируется внесение изменений в основополагающий документ в сфере культуры «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» [2] в части закрепления института творческих (креативных) индустрий.

Следует отметить, что креативные индустрии как социально-экономический феномен существует уже более 40 лет, поэтому в экономической науке присутствует множество трактовок этого понятия и наблюдается разнообразие подходов. Условно список направлений, включаемых в понятие креативных индустрий достаточно широк: искусство, мода, дизайн, ремесла и др. Но в разных странах есть различия в структурных составляющих, например, городское предпринимательство как основа урбанистической трансформации или использование креативности как катализатора экономических процессов [10, с. 1].

В любом случае, в настоящее время признано, что креативная экономика позволяет создать продукт и оказывать услуги, используя культурные пространства, и не предполагает наличие производственных мощностей в виде станков, цехов, заводов, однако может использоваться и накопленный потенциал других отраслей, где и может быть создан креативный продукт.

Анализ практики развития креативных индустрий в разных странах показывает, что роль государства в их развитии неоспорима и включает следующие меры: создание условий защиты интеллектуальных прав, собственности; развитие институтов поддержки предпринимательских инициатив и реализация национальной политики, включающей поддержку и развитие креативных индустрий [18].

Таким образом, развитие и обучение креативным компетенциям должно быть принято государством и созданы условия для реализации креативных технологий. С другой стороны, креативная экономика носит и социальную окраску, поскольку ориентирована на удовлетворение потребностей в конкретном регионе и в ограниченное время. При этом творческая деятельность далеко не всегда имеет своей целью извлечение прибыли. Это особенность, а не изъян, ведь человек не сводим к экономической функции. Кроме того, представители креативного сектора зачастую предпочитают находиться вне поля зрения налоговых и статистических органов государства [20, с. 30]. Зачастую невозможно отследить и установить изменение финансового состояния таких компаний, что в свою очередь приводит к низкому уровню доверия со стороны инвесторов и потенциальных партнеров [21, с. 54–60]. У большинства творцов нет заводов или станков, они нераздельно вплетены в ткань городской жизни. Будучи невидимым, креативный сектор выпадает из контура экономической политики государства.

Центр городских компетенций Агентства стратегических инициатив (АСИ) оценил долю креативных индустрий в ВВП России в размере 4,37 % (натуральном выражении более 4,8 триллиона рублей) и оказалась существенно выше среднемировой (2,6 %) (рис. 2).

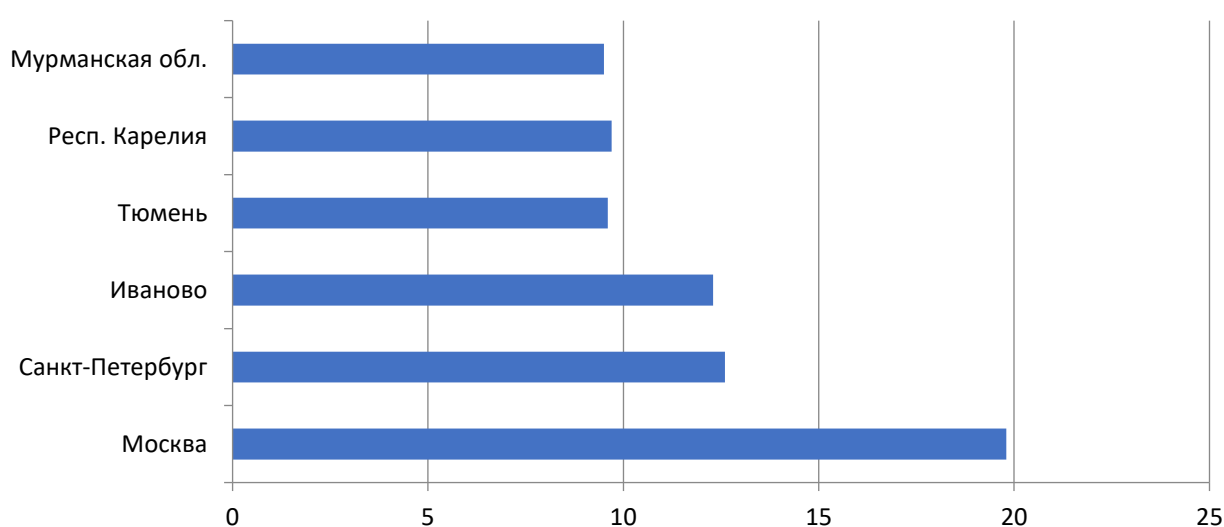


Рис. 2. Доля креативных индустрий в стране по регионам в 2019 г., % [8]

Определенная часть организаций креативных индустрий персонализирована (рис. 3).

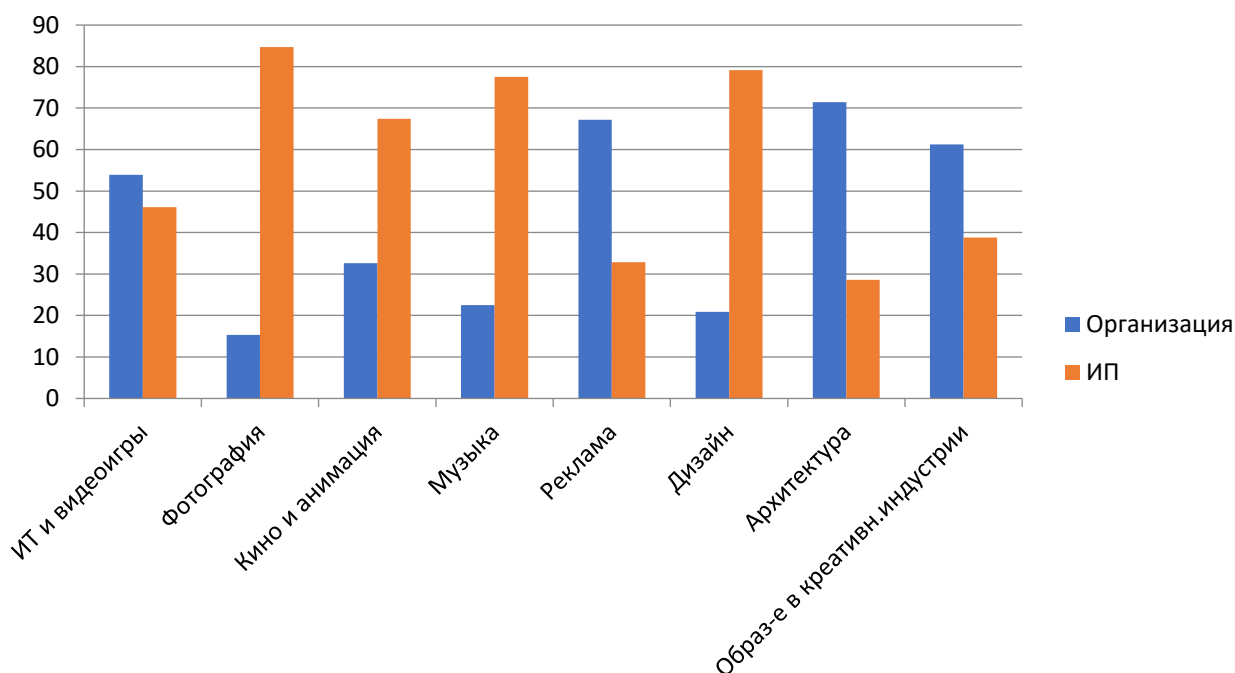


Рис. 3. Доля ИП в общем числе организаций креативной индустрии в г. Москва

По оценке специалистов доля креативных индустрий в России может достичь 15–20 % за 10 лет [7].

Отечественная сфера креативных индустрий развивается и в настоящее время объединяет более 20 профессиональных организаций, творческих союзов и успешных компаний креативного бизнеса: Роскультцентр, МХАТ им. М. Горького, Институт национальных проектов, Ассоциация продюсеров кино и телевидения (АПКиТ), Ассоциация анимационного кино России, Ассоциация IPChain, Российская ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК), Российский музыкальный союз, Союз креативных кластеров, Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) и др. которые вошли в Федерацию креативных индустрий созданную конце 2020 г. [6]. В основу деятельности положено решение задачи

развития креативных индустрий в стране, повышение роли сегмента в структуре национальной экономики и реализация программ регионального развития.

Наибольший вклад креативные индустрии вносят в экономику Москвы (19,8 %), Санкт-Петербурга (12,6 %), Иванова (12,3 %) и Тюмени (9,6 %) [12, с. 46].

Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ в рамках анализа креативной экономики Москвы – «Креативная экономика Москвы в цифрах» отмечает, что в креативных индустриях Москвы действуют более 58 тыс. организаций и 54 тыс. ИП. В 2018 г. общий объем выручки компаний составил 3.04 трлн р., а численность занятых превысила 463 тыс. человек (без учета организаций, не предоставивших информацию). По оценкам НИУ ВШЭ, в 2019 г. размер выручки организаций креативных индустрий достиг 4 трлн руб. При этом в креативном секторе Москвы в целом зарегистрировано больше организаций, чем ИП, но если отдельно рассмотреть отраслевую принадлежность, то отмечается, преобладание ИП (рис. 3) [17, с. 3–20].

Таким образом, можно утверждать, что в креативной экономике имеются большие возможности для развития малого бизнеса, предоставляющего комфортные условия труда и удобство регуляторных режимов, что позволяет использовать скрытый потенциал населения путем предоставления рабочих мест домохозяйкам, фрилансерам, пенсионерам и студентам [13, с. 58]. Качество целевых ориентиров развития субъектов малого бизнеса могут быть и региональные направления развития экономики, которые должны найти отражение и системе регулирования и поддержки данной сферы бизнеса [5, с. 128]. Возможно одним из путей развития креативных направлений могло бы стать включение их в программы поддержки на национальном уровне – в рамках национальных проектов и

программ, что позволило бы субъектам малого бизнеса получить финансовые стимулы для развития данной сферы [10, с. 426–428].

Одним из самых распространённых направлений среди креативных индустрий является туристическая привлекательность территорий. По оценкам экспертов в Европейских странах более 15 % населения заняты в сфере туризма, основанного на брендинге территорий [15, с. 175].

Рассмотрим некоторые виды креативных индустрий.

Основные характеристики анимационного рынка представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные характеристики анимационной индустрии

Характеристика	Значение
Границы рынка	Наличие узнаваемого бренда, федеральный уровень (ниже производство контента не рентабельно), подготовленная аудитория
Масштаб	Широкая аудитория
Объем продукции	Рынок относится к оптово-розничному уровню, что предполагает продажу прав пользования трансляцию, показ в кинотеатрах, возможность продажи напрямую потребителю через интернет
Ориентация	Бизнес – структуры и потребительская аудитория
Объем рынка	В мире более 250 млрд долларов / год, в России до 2,5 млрд долларов / год
Доступность финансовых показателей	Ограниченный доступ, сведения в рамках финансовой отчетности в целом характеризуется как непрозрачный

Анимационная индустрия имеет свою специфику:

научно-технический прогресс позволяет увеличивать производительность и существенно снижать производственные затраты (30 лет назад для производства мультипликационного фильма продолжительностью 5 мин. требовалось около 9 мес. 5 мин. сейчас – около недели и менее);

для достижения окупаемости, необходимо, чтобы сборы превышали вдвое затраты на производство, поскольку часть сборов от проката уходит на посредников (дистрибьюторов, кинотеатры и др.);

производство анимационных фильмов выступает в качестве рекламы для мерчандайзинга, герои которых смогут обеспечивать получение доходов длительное время после проката.

За последние 8–10 лет российская анимация буквально возродилась: в 2011 г. было менее 30 студий, в 2019 г. – уже 50, в прогнозе – более 70, результаты наиболее значимых студий представлены в табл. 2.

Таблица 2

Основные достижения мультипликационных студий – лидеров российского рынка

Студия	Мультипликационный фильм	Бюджет, долларов	Сбор в прокате, долларов	Результат
«Мельница»	«Карлик Нос»	1,5 млн	700 тыс.	Продукция осталась убыточной
«Мельница»	«Илья Муромец и Соловей-Разбойник»	2,5 млн	9,74 млн	Продукция окупилась
«КиноАтис»	«Белка и Стрелка: звездные собаки»	4,5 млн	6,5 млн	Продукция окупилась
«Рики»	«Смешарики»	11,5 млн	7,8 млн	Продукция осталась убыточной
«Анимаккорд»	«Маша и медведь»	300 тыс. за серию, 78 серий оценивают в 23 млн	Топ 2 самых популярных детских шоу в мире	

Другой, не менее распространённой и значимой, является индустрия дизайна и моды. Данная сфера включает производство особой одежды, сырья, оборудования, таким образом является драйвером для других от-

раслей (сельского хозяйства, машиностроения, текстильного производства и др.). По данным 2020 г. стране работает 458 крупных и средних предприятий легкой промышленности, в том числе 221 швейное производство. Более 80 % продукции составляют изделия сферы B2B (спецодежда) и B2G (униформа для силовых и гражданских ведомств) и только 20 % в общем объеме выпуска занимают товары для обычных людей (B2C). Рынок индустрии моды в России – второй по величине после продовольственного, его объем в 2020 г. составил 2,3 трлн рублей. В России отрасль модной одежды развивается благодаря имеющимся молодым и креативным дизайнерам и растущему спросу на модные товары, особенно в массовом демократическом сегменте.

Также интересным представляется нам возможность включения музеев в данное направление [11, с. 456]. Несмотря на то, что музеи не преследуют только коммерческие цели, они являются центром культурного и экономического притяжения. Спецификой музеев является возможность не создавать новые продукты и услуги креативного характера, а использовать свои коллекции для развития творческих направлений – культурного продукта. Примерами реализации таких услуг является производство и продажа современными авторами представленных в музеях изделий, проведение матер-классов, проведение тематических мероприятий и др. Таким образом музей обладают ресурсами для создания музейного продукта и могут считаться полноправными участниками культурных индустрий [22, с. 131].

Музеи обладают огромными возможностями, большим штатом и, безусловно, являются важнейшими социальными, туристическими, инфраструктурными или даже политическими институтами. Вклад этих музеев в городскую и мировую жизнь бесценен, как и опыт, который они нам дают для работы [6]. Обстоятельства 2020 г. оказались чрезвычайными и даже

экстремальными, однако музеи все-таки работали, пусть и с перерывами на локдауны и в условиях жестких ограничений. В 2019 г. в НК РФ появилась статья 284.8, которая предоставила право музеям, театрам и библиотекам применять с 01.01.2020 г. ставку налога на прибыль в размере 0 %, при соблюдении ряда условий [1]. Налоговые возможности есть и у регионов [19].

Конечно, креативная экономика не может развиваться без развития креативных компетенций населения. Постоянное обновление производства, внедрение современных и инновационных технологий диктует необходимость изменения требований к современному работнику. Креативность – это уникальное свойство личности, которое является практически неисчерпаемым ресурсом. Такая личность обладает способностями нестандартно мыслить, создавать новые идеи и мышления. Креативные люди – это люди-новаторы, которые способны найти неожиданное и нестандартное решение проблемы. У каждого из нас есть что-то отличительное от других, креативность в каждом человеке заложена с рождения и его нужно развивать с детства. Поэтому так необходимо с раннего возраста выявить способности у ребенка, будь это рукоделие, искусство, музыка и помочь ему развить его, ведь каждая деятельность раскрывает самые разные таланты.

По мнению американского исследователя Ричарда Флориды (именно он ввел понятие креативного класса), одним из трех ключевых индексов креативности являются: талант, технология и толерантность – без этого развитие креативной экономики невозможно [14, с. 481].

Специалисты предупреждают, что в недалеком будущем рынок труда изменится до неузнаваемости, ведь прогресс порождает новые профессии и специальности. В России профессии будущего изучают с помощью

технологического форсайта. Благодаря было проведено большое исследование. На основе исследования востребованных профессий в будущем Московской школой управления «Сколково» совместно с Агентством стратегических инициатив был составлен «Атлас новых профессий» в девятнадцати экономических отраслях [24], и креативные индустрии сферы услуг занимают в нем не последнее место. Например, появление новых цифровых платформ, финансовых инструментов, автоматизированных систем и приложений вносят коррективы и в финансовую сферу. Новый специалист экономической сферы должен уметь грамотно разбираться в вопросах инвестирования, прогнозирования экономического развития, анализировать новые тенденции международной экономики [23]. В «Атласе новых профессий» в финансовой сфере рассматриваются появление в будущем новых специальностей (табл. 3).

Таблица 3

Современные креативные профессии (выборка)

Наименование специальности	Задачи
Менеджер фонда прямых инвестиций в талантливых людей	Собрать инвестиционный портфель из перспективных людей, с целью максимизации их доходов и доходов фонда.
Мультивалютный переводчик	Обмен традиционных и альтернативных валют.
Разработчик персональных пенсионных планов	Разработка индивидуальных планов инвестирования в пенсионные фонды с учетом доходов, места работы и др.
Менеджер по краудфандинговым и краудинвестиционным платформам	Организация работы краудфандинговых платформ, проводит предварительную оценку проектов для получения краудфандингового финансирования, разбирает конфликты между вкладчиками и держателями проектов.
Оценщик интеллектуальной собственности	Определение стоимости нематериальных активов (идеи, бизнес-модели, изобретения и др.).

Выбор таких направлений обучения может быть заложен еще на этапе школьного обучения, когда подросткам будут рассказывать о возможностях предпринимательской деятельности [9, с. 46]. Для этого важен и школьный интернет на территории всей страны, и возможности личного и онлайн-обучения предпринимательству и творчеству еще в школе.

Безусловно, новые требования к уровню компетенции специалистов возникают постоянно и повсеместно. Наряду с общепринятыми требованиями к образованию и профессиональному опыту не менее важны будут неспециализированные навыки: системное и творческое мышление, свободное владение несколькими иностранными языками, умение управлять проектами и процессами, программирование ИТ-процессами, работа с искусственным интеллектом и др. В связи с появлением новых технологий необходимо постоянно актуализировать свои знания, подстраиваться под реалии современности поэтому спрос на дополнительное постдипломное образование будет расти. Развитие новых технологий порождает спрос на появление новых профессий, которые будут дополнять уже существующие.

Таким образом, признаками креативной экономики являются: интеллектуальная собственность, инновации и технологии в области сервисного бизнеса; рост доли специалистов с творческими способностями и управленческими компетенциями; повышение роли сферы услуг над производственной; активное использование сети Интернет при разработке и реализации креативных услуг; повышение роли образования и рост инвестиций в данную сферу. Перечисленные признаки мы наблюдаем в национальной экономике. Интерес государства в креативных индустриях растет, активно формируется нормативное регулирование данной сферы

и осуществляется поддержка отдельных направлений и сфер креативного бизнеса. Соответственно, можно утверждать, что в настоящее время развитие креативных индустрий оказывает определенное и возрастающее влияние на национальную экономику. По нашему мнению, развитие креативных индустрий может быть драйвером развития региональной и национальной экономики, в том числе в депрессивных регионах, поэтому и требует более детального научного изучения.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 02.07.2021) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>
2. Основы законодательства Российской Федерации о культуре, утверждено ВС РФ 09.10.1992 № 3612-1 (ред. от 30.04.2021) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>
3. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 г. № 2613 «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года [Электронный ресурс]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVlxBCjAtAya8FAVDUfP.pdf>
4. Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>
5. Афанасьев К.С., Бушенева Ю.И., Стецюнич Ю.Н. Технология управления по целям в системе региональной поддержки малого предпринимательства // Актуальные проблемы менеджмента: менеджмент как важнейший фактор экономического роста и подъема уровня жизни в регионах: материалы международной научно-практической конференции. Санкт-Петербургский государственный университет, 2019. – С. 127–129.
6. Березкин Л. В Петербурге обсудили развитие современных музеев России // Санкт-Петербургские ведомости. 11.05.2021. [Электронный ресурс]. – URL: <https://spbvedomosti.ru/news/culture/v-peterburge-obsudili-razvitie-sovremennykh-muzeev-rossii/>.
7. Бизнес с творческим подходом: в России создана Федерация креативных индустрий // Российская газета от 26.02.2021 [Электронный ресурс]. – URL: <https://rg.ru/2021/02/26>
8. Бутрин Д. Доля креативных индустрий в России оценена значимо выше среднемирового уровня // Газета Коммерсант. – 14.09.2020. – №166/П.
9. Бушенева Ю.И., Стецюнич Ю.Н. Методические разработки по обучению предпринимательству в школе и вузе // Экономика нового мира. – 2019. – Т. 4. – № 3 (15). – С. 44–54.
10. Зайцев А.А., Стецюнич Ю.Н. Оценка регионального уровня развития малого и среднего предпринимательства в российской федерации на современном этапе //

Устойчивое развитие цифровой экономики, промышленности и инновационных систем: сборник трудов научно-практической конференции с зарубежным участием / под ред. Д.Г. Родионова, А.В. Бабкина, 2020. – С. 426–428.

11. Захарова В.А. Финансирование музеев в России // Молодой ученый. – 2021. – № 23 (365). – С. 456–457.

12. Каменских М.А. Значение креативной экономики в стратегическом развитии России // Инновации и инвестиции: Вестник УрФУ. Экономика и управление. – № 6. – 2013. – С. 46–52.

13. Ленковец О.М. Современные проблемы социально-экономического развития национальной экономики РФ // Современное общество: проблемы, противоречия, решения: сборник научных трудов. II Межвузовский научный семинар с международным участием. – СПб., 2021. – С. 58–60.

14. Макарова А.Д. Анализ и перспективы развития креативной экономики в РФ // Молодой ученый. – 2016. – № 28 (132). – С. 481–484.

15. Новикова С.К. Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт // Новые технологии. – 2019. – № 2 (48). – С. 175–184.

16. Охлопков А. Россия в центре креатива // Ведомости: электр. журн. – 2019. – URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/12/24/819475-rossiya-kreativa>.

17. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы // Научный дайджест № 1. – Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. – С. 1–20 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.hse.ru/data>

18. Савина О. Творчество как товар. Как развивается креативная экономика в России? // Полит.ру: электронный журнал. 2020. – URL: <https://polit.ru/article/2020/08/24/creative/>

19. Стецюнич Ю.Н. Государственная налоговая политика: региональный аспект // Государственное и региональное развитие: возможности и ограничения в условиях пандемии: материалы Международной научно-практической конференции. – СПб., 2021. – С. 121–126.

20. Стецюнич Ю.Н. Неправомерное банкротство: экономические признаки и возможности предотвращения // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2014. – Т. 6. – № 2. – С. 29–36.

21. Стецюнич Ю.Н. Новые формы налогового контроля как современный инструмент государственного финансового контроля // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – СПб., 2021. – С. 54–60.

22. Самозанятость и креативность в социально-экономическом развитии России: коллект. моногр. / под ред. Ю.В. Гнездовой, И.В. Хриптулова. – М. Издательство «Научный консультант», 2019.

23. Щукин Д. Гибкая креативная индустрия // Российская газета. – Экономика Центрального округа. – 2021. – № 146 (8497).

24. Официальный сайт Автономной некоммерческой организации «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». – URL: <https://asi.ru/news>

References

1. *Nalogovyj kodeks Rossijskoj Federacii (chast' vtoraya) ot 05.08.2000 № 117-FZ (red. ot 02.07.2021)*. URL: <http://www.consultant.ru>

2. *Osnovy zakonodatel'stva Rossijskoj Federacii o kul'ture: utverzhdeno VS RF 09.10.1992 № 3612-1 (red. ot 30.04.2021)*. URL: <http://www.consultant.ru>

3. *Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 20.09.2021 g. № 2613 «Koncepciya razvitiya tvorcheskikh (kreativnykh) industriy i mekhanizmov osushchestvleniya ikh gosudarstvennoj podderzhki v krupnykh i krupnejshikh gorodskikh aglomeracijakh do 2030 goda.* URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVlXBCjIAtAya8FAVDUfP.pdf>

4. *Strategii prostranstvennogo razvitiya Rossijskoj Federacii na period do 2025 goda, utverzhdennoj rasporyazheniem Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 13 fevralya 2019 g. № 207-r.* URL: <http://www.consultant.ru>

5. Afanas'ev K.S., Busheneva YU.I., Stecyunich YU.N. *Tekhnologiya upravleniya po celyam v sisteme regional'noj podderzhki malogo predprinimatel'stva.* Aktual'nye problemy menedzhmenta: menedzhment kak vazhnejshij faktor ehkonomicheskogo rosta i pod"ema urovnya zhizni v regionakh. materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj universitet. 2019. P. 127–129.

6. Berezkin L. *V Peterburge obsudili razvitie sovremennykh muzeev Rossii.* Sankt-Peterburgskie vedomosti. 11.05.2021. URL: <https://spbvedomosti.ru/news/culture/v-peterburge-obsudili-razvitie-sovremennykh-muzeev-rossii/>.

7. *Biznes s tvorcheskim podkhodom: v Rossii sozdana Federaciya kreativnykh industrij.* Rossijskaya gazeta ot 26.02.2021. URL: <https://rg.ru/2021/02/26>

8. Butrin D. *Dolya kreativnykh industrij v Rossii ocenena znachimo vyshe srednemi-rovogo urovnya.* Gazeta Kommersant. 14.09.2020. № 166/P.

9. Busheneva YU.I., Stecyunich YU.N. *Metodicheskie razrabotki po obucheniyu predprinimatel'stvu v shkole i vuze.* Ehkonomika novogo mira. 2019. T. 4. № 3 (15). P. 44–54.

10. Zajcev A.A., Stecyunich YU.N. *Ocenka regional'nogo urovnya razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v rossijskoj federacii na sovremennom ehtape.* Ustojchivoe razvitie cifrovoj ehkonomik, promyshlennosti i innovacionnykh sistem Sbornik trudov nauchno-prakticheskoy konferencii s zarubezhnym uchastiem. 2020. P. 426–428.

11. Zakharova V. A. *Finansirovanie muzeev v Rossii.* Molodoj uchenyj. 2021. № 23 (365). P. 456–457.

12. Kamenskikh M.A. *Znachenie kreativnoj ehkonomiki v strategicheskom razvitie Rossii.* Innovacii i investicii. Vestnik URFU. Ehkonomika i upravlenie. №6. 2013. P. 46–52.

13. Lenkovec O.M. *Sovremennye problemy social'no-ehkonomicheskogo razvitiya nacional'noj ehkonomiki RF.* Sovremennoe obshchestvo: problemy, protivorechiya, resheniya Sbornik nauchnykh trudov. II Mezhvuzovskij nauchnyj seminar s mezhdunarodnym uchastiem. Sankt-Peterburg, 2021. P. 58–60.

14. Makarova A. D. *Analiz i perspektivy razvitiya kreativnoj ehkonomiki v RF.* Molodoj uchenyj. 2016. № 28 (132). P. 481–484.

15. Novikova S.K. *Kreativnaya ehkonomika kak drajver rosta: mirovoj i rossijskij opyt.* Nove tekhnologii. – 2019. – № 2 (48). – P. 175–184.

16. Okhlopov A. *Rossiya v centre kreativa.* Ehlekt. zhurnal. Vedomosti. 2019. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/12/24/819475-rossiya-kreativa>.

17. *Razvitie kreativnykh industrij v Rossii: klyuchevye indicatory.* Nauchnyj dajdzhest №1. Vysshaya shkola ehkonomiki. Nacional'nyj issledovatel'skij universitet. P. 1-20. URL: <https://www.hse.ru/data>

18. Savina O. *Tvorchestvo kak tovar. Kak razvivaetsya kreativnaya ehkonomika v Rossii?* Ehlekt. zhurnal. Polit.ru. 2020. URL: <https://polit.ru/article/2020/08/24/creative/>

19. Stecyunich YU.N. *Gosudarstvennaya nalogovaya politika: regional'nyj aspect.* Gosudarstvennoe i regional'noe razvitie: vozmozhnosti i ogranicheniya v usloviyakh pandemii. Materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. St. Petersburg, 2021. P. 121–126.

20. Stecyunich YU.N. *Nepravomernoje bankrotstvo: ehkonomicheskie priznaki i vozmozhnosti predotvrashcheniya*. Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina. 2014. T. 6. № 2. P. 29–36.

21. Stecyunich YU.N. *Novye formy nalogovogo kontrolya kak sovremennyy instrument gosudarstvennogo finansovogo kontrolya*. Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir. XII Vserossiyskaya nauchno-prakticheskaya konferenciya s mezhdunarodnym uchastiem. St. Petersburg, 2021. P. 54–60.

22. *Samozanyatost' i kreativnost' v social'no-ehkonomicheskom razvitii Rossii. Kollektivnaya monografiya*. Moscow: Izdatel'svto «Nauchnyj konsul'tanT», 2019.

23. Shchukin D. *Gibkaya kreativnaya industriya*. Rossiyskaya gazeta-Ekonomika Central'nogo okruga. 2021. № 146 (8497).

24. Oficial'nyj sayt Avtonomnoj nekommercheskoj organizacii «Agentstvo strategicheskikh iniciativ po prodvizheniyu novykh proektov». URL: <https://asi.ru/news>