

Креативный сектор экономики Москвы: тенденции и направления развития

Елена Н. Ковалева

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
Смоленский филиал, Смоленск, Россия, ken_ar@mail.ru*

Аннотация. Интенсивное развитие креативного сектора мировой экономики, усиление инфраструктурной, финансовой и консультационной поддержки креативных индустрий в мировых мегаполисах обусловило необходимость анализа актуального состояния креативного сектора России для выявления возможностей его развития на основе изучения зарубежного опыта с сохранением существующих многовековых традиций. Необходим анализ основных показателей отрасли, поиск баз бенчмаркинга для дальнейших сопоставительных исследований, выявление критериев оценки креативных индустрий и изменение методологии сбора статистической отчетности в целях выявления потенциальных возможностей повышения эффективности отрасли и совершенствования ее инфраструктурной поддержки. Вышеперечисленные задачи легли в основу исследования, основные результаты которого представлены в статье. Исследование носило поисковый характер, методами исследования послужили общенаучные – анализ и синтез, дедукция, индукция, сравнение и сопоставительный анализ – и прикладные методы, в частности статистический анализ данных. В ходе исследования был проведен бенчмаркинг-анализ развития креативных индустрий Германии, проведен анализ статистических данных, характеризующих развитие креативных индустрий Москвы, выявлены особенности и отличительные черты развития отрасли в Москве и актуальное состояние инфраструктурной поддержки. Предложены направления совершенствования инфраструктуры поддержки и стимулирования развития креативных индустрий Москвы, статистического учета данных, характеризующих отрасль, повышения квалификации сотрудников креативных индустрий и повышения конкурентоспособности отрасли на мировом рынке.

Ключевые слова: креативные индустрии, мегаполис, инфраструктура поддержки, анализ

Для цитирования: Ковалева Е.Н. Креативный сектор экономики Москвы: тенденции и направления развития // Вестник РГГУ. Серия: «Экономика. Управление. Право». 2022. № 1. С. 67–81. DOI: 10.28995/2073-6304-2022-1-67-81

Creative sector of Moscow economy. Trends and directions of development

Elena N. Kovaleva

*Plekhanov Russian University of Economics, Smolensk branch
Smolensk, Russia, ken_ap@mail.ru*

Abstract. Intensive development of the creative sector of the world economy, strengthening of infrastructural, financial and consulting support for creative industries in world megalopolises made it necessary to analyze the current state of the creative sector in Russia to identify opportunities for its development on the basis of studying foreign experience while preserving the existing centuries-old traditions. It is necessary to analyze the main indicators of the industry, search for benchmarking bases for further comparative studies, identify criteria for evaluating creative industries and change the methodology for collecting statistical reports in order to identify potential opportunities for increasing the efficiency of the industry and improving its infrastructure support. The above tasks formed the basis of the study, the main results of which are presented in the article. The research was exploratory by nature and the research methods were the general scientific – analysis and synthesis, deduction, induction, comparison and contrastive analysis – and the applied methods, in particular, statistical analysis of data. In the course of the study the author carried out a benchmarking analysis of the development of creative industries in Germany as well as an analysis of statistical data characterizing the development of creative industries in Moscow. She also identified the specifics and distinctive features of the development of the industry in Moscow and the current state of an infrastructure support. The article proposes the directions of improving the infrastructure of support, financial and material stimulation of the development of creative industries in Moscow, statistical accounting of data characterizing the industry, advanced training of employees of creative industries and increasing the competitiveness of the industry in the world market.

Keywords: creative industries, metropolis, support infrastructure, analysis

For citation: Kovaleva, E.N. (2022), “Creative sector of Moscow economy. Trends and directions of development”, *RSUH/RGGU Bulletin. “Economics. Management. Law” Series*, no. 1, pp. 67-81, DOI: 10.28995/2073-6304-2022-1-67-81

Введение

Сегодня креативные индустрии являются драйвером экономического развития крупнейших городов мира. 2021 год объявлен ООН Международным годом креативной экономики в целях устойчивого развития¹. Креативные индустрии – это сектор эко-

¹ Официальный сайт Организации Объединенных Наций [Электронный ресурс]. URL: <https://undocs.org/pdf?symbol=ru/A/C.2/74/L.16/REV.1> (дата обращения 12 сентября 2021).

номики, основную ценность для потребителей в которых представляют креативные способности создателя продукта или услуги, способные удовлетворить потребность или создать особую потребительскую ценность, используя особые творческие способности, навыки или талант. Еще несколько десятилетий назад к креативным индустриям относили лишь сферу культуры, сегодня это один из самых динамично развивающихся экономических секторов в развитых странах, который базируется на интеллектуальной деятельности человека и его творчестве [Глушкова, Пахомова, Баширзаде 2019; Метелева 2018; Каверина, Гретченко, Гретченко 2019; Медведь, Грибкова, Киселева 2018].

Генеральная Ассамблея ООН определила креативную экономику как

...экономическую деятельность, основанную на знаниях и взаимосвязи человеческого творчества и идей, знаний и технологий, а также на культурных ценностях или художественном творчестве, культурном наследии и других формах индивидуального или коллективного творческого самовыражения².

Термин «креативная» экономика является калькой с английского, в англосаксонской практике используется многими исследователями, в том числе как синоним терминов «культурные» и «креативные индустрии». Несмотря на активное использование концепта «культурные индустрии», в частности М. Хоркхаймером, Э. Мораном, А. Тойнби и Т. Адорно, в России термин продолжает вызывать активные дискуссии. Так, В.В. Громыко, выражая мнение ряда специалистов, считает, что «экономика может основываться на применении творческого потенциала человека, но сама по себе творческой быть не может» [Громыко 2012, с. 29]. Однако данная отрасль, на наш взгляд, может считаться самостоятельной экономической отраслью, поскольку все сегменты, входящие в ее состав, обладают важным отличительным свойством – создают высокую добавленную стоимость за счет высокой оценки креативной составляющей труда участников процесса.

В разных странах существуют различные перечни отраслей, относимых к креативным индустриям. Исследователи выделяют до пятнадцати сегментов креативной экономики, в том числе издательская деятельность, мода, музыка, исполнительское искусство,

² Там же.

медиа, архитектура, арт и фотография, реклама, дизайн, ювелирное дело, программное обеспечение и компьютерные игры, кино и анимация [Каменских 2013]. Традиционно в совокупный результат при формировании отчетов по креативным индустриям не включаются данные по государственным и муниципальным организациям, которые также реализуют данные виды деятельности. Также пока дискуссионным остается вопрос, как учитывать вклад специалистов, производящих креативный продукт в некреативных индустриях, и «некреативных» специалистов, занятых в креативных индустриях.

Уровень развития креативной экономики можно оценивать по различным критериям, например, предложенным Р. Флоридой показателям, среди которых инвестиции в креативность, рост креативной производительности и рост креативной рабочей силы [Флорида 2007]. Однако в настоящее время только статистика развитых стран позволяет выделить и анализировать креативную отрасль, при этом в научном дискурсе существует обоснованная критика методологии сбора соответствующей информации. Методология оценки креативных индустрий также является актуальным предметным полем исследований.

Креативные индустрии – одна из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Глобальные вызовы требуют от экономики России интеграции в мировое креативное пространство, учитывая перспективные потребности глобального рынка. Особого внимания требует развитие креативных индустрий г. Москвы как территории с историческими и экономическими предпосылками к наиболее интенсивному развитию данного сектора экономики. Это обуславливает необходимость анализа основных показателей отрасли, поиска основы для бенчмаркинг-ового сопоставления, выявления критериев оценки креативных индустрий и изменения методологии сбора статистической отчетности. Это позволит выявлять потенциальные возможности повышения конкурентоспособности отрасли на мировом рынке, сформулировать модели реализации для регионов страны и совершенствовать инфраструктурную поддержку. Вышеизложенные тезисы легли в основу цели и задач исследования, которое носило поисковый характер. Методами исследования послужили общенаучные – анализ и синтез, дедукция, индукция, сравнение и сопоставительный анализ, а также методы статистического анализа данных.

Развитие креативных индустрий: мировой опыт

Креативные индустрии – одна из наиболее динамично растущих отраслей постиндустриальной экономики, показатели развития которой в последние годы свидетельствуют о наличии существенного потенциала для роста. По данным Всемирной организации интеллектуальной собственности, креативные индустрии в среднем создают 5,2% ВВП развитых и новых индустриальных стран, и этот показатель продолжает расти более активными темпами, чем ВВП развитых стран в целом³.

Креативные индустрии активно развиваются в крупных городах, с каждым годом осваивая все большие пространства промышленных зон, в особенности тех, которые расположены в центральных районах городов. По оценкам британского Департамента цифровых технологий, культуры, СМИ и спорта, сектор креативных индустрий за 2019 г. вырос на 7,6% – это в два раза быстрее, чем экономика страны в целом – и на него уже приходится более 5% валовой добавленной стоимости, что превышает аналогичный показатель автомобильной, аэрокосмической и нефтегазовой отраслей. Отмечается высокий уровень проникновения креативных профессий в другие отрасли экономики⁴.

Согласно данным Федерации креативных индустрий Германии, совокупный оборот креативных индустрий ФРГ по итогам 2019 г. составил около 174,1 млрд евро, превысив годовые обороты таких отраслей экономики страны, как химическая промышленность, электроэнергетика и финансовый сектор, составив ок. 3,1% ВВП. По объемам выручки креативные индустрии заняли третью строчку после машиностроения и автомобилестроения. За последние десять лет креативный сектор Германии рос примерно на 2,6% в год, демонстрируя темпы роста выше, чем по основным отраслям промышленности страны. Особо следует подчеркнуть, что объем валовой добавленной стоимости креативных индустрий страны по итогам 2019 г. составил 117,967 млрд евро, что составляет 59,9% совокупного объема валовой выручки отрасли – это значительно выше, чем соответствующие показатели по подавляющему большинству других отраслей (табл. 1). Благодаря низкой материалоемкости основу в структуре выручки составляет оценка труда креативного ра-

³ Официальный сайт Организации Объединенных Наций.

⁴ Официальный сайт Департамента цифровых технологий, культуры, СМИ и спорта Великобритании [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-digital-culture-media-sport> (дата обращения 12 сентября 2021).

ботника, что делает отрасль наиболее перспективной с точки зрения устойчивого развития.

В совокупности в креативных отраслях Германии занято 1 835 278 работников, в том числе 1 235 767 на постоянной основе. Таким образом, на одного постоянного работника креативных индустрий приходится 95 460 евро валовой добавленной стоимости и 159 139 совокупного валового оборота в год⁵. Основную долю валовой выручки по итогам 2019 г. дает индустрия компьютерных игр и софта – 50,2 млрд евро; 30 млрд евро составил оборот в секторе прессы, 29,9 млрд евро пришлось на рекламу и 20,9 млрд евро – на сегмент дизайна. 12,4 млрд евро в 2019 г. заработал сектор архитектуры, 14,5 – книгоиздательская деятельность, 10 – киноиндустрия, 9 – музыка, 5,7 – изобразительное искусство, 2,2 – искусство других жанров и 1,4 млрд евро составила выручка организаций, вид деятельности которых не удалось четко идентифицировать (табл. 1)⁶.

Таблица 1

Основные показатели креативных индустрий Германии, 2019 г.⁷

№ п/п	Сфера креативной индустрии	Численность предприятий, ед.	Добавленная стоимость, млрд евро	Валовый продукт, млрд евро	Средний доход на предприятие, тыс. евро	Рентабельность, %
1	Музыка	14670	6,197	9,039	616,16	68,6
2	Книгоиздательская индустрия	17450	5,549	14,257	817,02	38,9
3	Искусство	12390	1,292	2,192	176,92	58,9
4	Киноиндустрия	19975	7,473	10,011	501,18	74,6
5	Радио	17091	8,135	10,864	635,66	74,9
6	Изобразительное искусство	21212	5,724	8,247	388,79	69,4
7	Дизайн	60481	10,745	20,949	346,37	51,3
8	Архитектура	38395	7,882	12,427	323,66	63,4
9	Пресса	31082	12,774	30,019	965,80	42,6
10	Реклама	29142	11,866	29,633	1016,85	40,0
11	Софт/игры	41963	36,712	50,166	1195,48	73,2
12	Другое	8197	1,095	1,378	168,11	79,5
	Итого	312048	115,444	199,182	672,69	61,1

⁵ Официальный сайт Федерации креативных индустрий Германии Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2020 (bmwi.de).

⁶ Там же.

⁷ Там же.

Как следует из табл. 1, организации креативной индустрии, занятые в сфере софт, рекламы и прессы, имеют наибольший средний уровень валовой выручки, что объясняется большей численностью работников и возможностью производить креативные продукты и услуги только с участием большого числа сотрудников, работающих как на постоянной основе, так и фрилансеров или частично занятых. В то же время для многих организаций отрасли характерно наличие всего нескольких сотрудников, большинство организаций дизайна и изобразительного искусства относятся к микропредприятиям. При этом 1 235 767 (67,3%) работников креативных индустрий Германии трудятся на полную ставку, 599 511 (32,7%) работают на неполную ставку. Профессии в креативной экономике примечательны своей интеграцией в некреативные отрасли. Категорийно их можно разделить на «специалистов» – креативные профессии в креативных индустриях, «интегрированные профессии» – креативные профессии в прочих индустриях (например, PR-менеджер в государственной корпорации) и «вспомогательный персонал» – прочие профессии в креативных индустриях (например, бухгалтер в рекламном агентстве).

Экономические показатели сегментов креативных индустрий Германии, как и в других странах, различны. Наибольший уровень валовой добавленной стоимости демонстрируют сегменты софт и компьютерных игр (73,2%), изобразительное искусство (69,4%), кино- и радиоиндустрия (74,6% и 74,9%), музыка (68,6%).

Особое место в системе институционализации креативных индустрий мира занимают креативные площадки – территории, объединенные креативной идеей и привлекательные, в том числе с экономической точки зрения, для субъектов креативных индустрий. В мире функционирует целый ряд успешных примеров креативных площадок, которые являются единой территорией с соответствующей инфраструктурой, реализуя различные профили креативной экономики. В качестве примеров можно выделить следующие:

1) рор-ап фестиваль “48 Hours Neukölln” (Берлин) – самый крупный фестиваль современного искусства в Берлине, зародившийся 20 лет назад, чтобы привлечь в неблагополучный район столицы Германии Neukölln современных художников. Фестиваль ежегодно привлекает более 70 тыс. посетителей, задействовано более 600 площадок и более 1200 художников. Проведение фестиваля позволило изменить имидж района, экономически это проявилось в увеличении инвестиционной привлекательности района и в ряде социальных эффектов (снижение преступности, рост удовлетворенности условиями жизни проживающих в этом районе граждан и др.);

2) фестиваль “Survival Kit” (Рига) – поп-ап фестиваль современного искусства, решающий проблему пустующих пространств,

которые не могут найти своего покупателя или арендатора. Фестиваль ежегодно привлекает более 50 тыс. посетителей, в нем задействовано более 100 площадок.

Таким образом, креативные индустрии за рубежом активно развиваются как под воздействием имплицитных факторов, связанных с особенностями функционирования отрасли и появлением новых возможностей, доступом к новым ресурсам, так и эксплицитных факторов – ростом спроса на услуги креативных индустрий на фоне формирования новых потребностей потребителей сегментов B2B, B2C и их модификаций в условиях формирования шестого технологического уклада. Глобальное стремление к устойчивому развитию неизбежно усилит спрос на продукты и услуги креативных индустрий, что делает необходимым активизацию инфраструктурной поддержки российского креативного сектора.

Состояние сектора креативных индустрий Москвы

Более половины всей добавленной стоимости креативных индустрий России создается в Москве. На 1 января 2020 г. в Москве было зарегистрировано 113,7 тыс. юридических лиц (63,3 тыс. организаций и 50,4 тыс. ИП), хотя бы одним из видов деятельности которых является отрасль креативной индустрии. Общее число занятых в креативных индустриях Москвы в 2019 г. составило 470 тыс. человек. В столице функционирует 36 технопарков, это более 64 тыс. рабочих мест и более 2000 компаний-резидентов. Площадь технопарков составляет более 2,3 млн кв. м. При этом 82% резидентов – компании-субъекты МСП⁸.

Общая выручка предприятий креативных индустрий Москвы на начало 2020 г. составила 3,1 трлн руб., добавленная стоимость в выручке предприятий сектора – 1,12 трлн руб. (36,1%), что значительно ниже, чем в Германии (59,9%). При этом выручка предприятий креативных индустрий всех остальных регионов России, включая крупные города (Санкт-Петербург, Казань и др.), на начало 2020 г. составила лишь 2,1 трлн руб., т. е. на долю Москвы приходится 3/5 выручки креативных индустрий всей страны.

Доля креативных индустрий в ВРП Москвы (6,3%) более чем вдвое превышает аналогичный показатель по России (2,24%). Основные показатели по ключевым отраслям креативных индустрий столицы на начало 2020 г. представлены в табл. 2.

⁸ Официальный сайт Московской городской Думы [Электронный ресурс]. URL: <https://duma.mos.ru> (дата обращения 04 мая 2021).

Таблица 2

Основные показатели креативных отраслей г. Москвы, 2019 г.

№	Отрасль креативной индустрии	Количество зарегистрированных юридических лиц, ед.	% от общего количества	Выручка, млрд руб.	% от объема выручки	Численность занятых, тыс. чел.	Средняя численность штатных сотрудников в отрасли, чел.	Объем выручки в расчете на одного сотрудника, млн руб.	Средний объем выручки в отрасли, млн руб.
1	Ювелирное дело (меньше всего юр. лиц из всех КИ)	1146	1,2	27,1	1,3	5,9	5,1	4,59	23,65
2	Арт-индустрия	3702	3,9	5,3	0,3	2	0,5	2,65	1,43
3	Музыка	3844	4,1	21,2	1,0	3	0,8	7,07	5,52
4	Архитектура	9068	9,7	373,4	18,4	53,4	5,9	6,99	41,18
5	Кино и анимация	10 192	10,8	191,4	9,4	15,7	1,5	12,19	18,78
6	Издательская деятельность	13 905	14,8	277,3	13,7	56	4,0	4,95	19,94
7	IT и компьютерные видеоигры	25957	27,6	852,5	42,1	142,6	5,5	5,98	32,84
8	Реклама	26150	27,8	277,3	13,7	53,4	2,0	5,19	10,60
	Итого	93964	–	2025,5	–	332	–	–	–

* Данные представлены на 1 января 2020 г. по данным СПАРК.

Как следует из приведенных в табл. 2 данных, общий объем выручки 93 964 зарегистрированных юридических лиц восьми ведущих отраслей креативных индустрий г. Москвы за 2019 г. составил 2025,5 млрд руб., численность занятых (без договоров ГПХ) составила 332 000 чел. Наибольшее число зарегистрированных юридических лиц отмечено в сфере производства IT и компьютерных видеоигр, рекламы. Однако по объемам выручки лидерами являются сфера архитектуры, издательская деятельность, IT и компьютерные видеоигры, индустрия рекламы. Наибольшее количество рабочих мест дают столице сферы IT и компьютерных видеоигр, рекламы и архитектуры. Годовой объем выручки на одного сотрудника по четырем отраслям колеблется в пределах 4,8–5,8 млн руб. Наибольший объем выручки в расчете на одного сотрудника отмечен в сфере кино и анимации, наименьший – в сфере арт-индустрии.

Однако представленные в таблице данные заставляют задуматься о необходимости совершенствования статистической отчетности в сфере креативных индустрий. Во-первых, работа с актуальными базами данных выявила острую необходимость в совершенствовании процедуры идентификации основного вида деятельности организаций, т. к. актуальные данные SPARK и др. не дают возможности быстрой и однозначной идентификации организаций, чьим основным видом деятельности являются именно креативные индустрии. Также осложнен анализ кадрового состава, так как большое количество сотрудников работает в режиме проектной занятости и фриланса. Данными Росстата затруднительно пользоваться, так как методология сбора и представления данных не идентифицирует субъекты креативной индустрии, принятые в мире (например, в отчетности не учитываются организации, финансируемые за счет федерального или муниципального бюджетов, сложно по видам деятельности классифицировать креативные индустрии и т. д.). Расчетные данные табл. 1 косвенно подтверждают тот факт, что большая часть сотрудников креативных отраслей работает в режиме проектной работы, являясь самозанятыми или работая неофициально. Такая ситуация требует совершенствования статистических механизмов учета труда в целях совершенствования программ поддержки и повышения социальной ответственности бизнеса и государства перед такими работниками.

Креативные кластеры Москвы

В Москве сегодня функционируют 18 креативных площадок, которые позволяют обеспечить условия для развития рынка креативных индустрий, благоустраивать городские территории, повышать туристическую привлекательность города, создавать инновационную среду, условия для обучения, обмена опытом, организовывать площадки культурных мероприятий для города. Например, музей современного искусства «Гараж» и Центр современного искусства «Винзавод» специализируются на арт-индустрии, Центр творческих индустрий «Фабрика» – на дизайне и исполнительском искусстве, Арт-центр «Мутабор» – на музыке, «Флакон» – на медиа и архитектуре.

Примерами новых креативных площадок Москвы являются центр дизайна Artplay, который стал первой площадкой, получившей статус «креативного технопарка» (в соответствии с принятым решением о реализации пилотного проекта по созданию креативных технопарков в Москве № 868-ПП от 10.07.2019 и на основании распоряжения Правительства Москвы от 02.06.2020 № 324-РП).

Инструменты и механизмы поддержки креативных индустрий

За рубежом поддержка креативных индустрий – задача, которая несколько десятилетий назад стала очевидной и активно реализуется правительствами многих стран. Так, в начале 1994 г. в Германии была создана Федерация креативных индустрий – платформа, объединяющая региональные и локальные организации в сфере креативных индустрий. В 1996 г. было создано Объединение представителей искусства и бизнеса США для целей всестороннего анализа и развития данного направления. Крупнейшие мировые столицы создали креативные агентства с целью систематической поддержки (Лондон, Сеул, Онтарио и др.).

В нашей стране активная целенаправленная поддержка креативных индустрий началась в столице лишь с 2020 г., когда было создано АНО «Агентство креативных индустрий». К его задачам относятся:

- формирование условий для развития бизнеса и создание рабочих мест;
- продвижение креативных индустрий Москвы на международном уровне;
- развитие городских территорий;
- развитие кросс-инноваций;
- цифровизация творческих индустрий.

Реализуется пилотный проект по созданию креативных технопарков в рамках постановления Правительства Москвы 868-ПП. Создан первый креативный технопарк столицы – центр дизайна Artplay, на базе которого работают более 60 архитектурных бюро и строительных компаний, 40 дизайн-студий, 20 рекламных агентств, 2 коворкинга, центр цифрового искусства для проведения мультимедийных выставок, кинофильмов, спектаклей, концертов и других мероприятий. Его резиденты могут претендовать на получение субсидии на покупку или лизинг оборудования, выплату процентов по кредитам или до 70% коммунальных расходов (максимальный размер – 10 млн рублей). Представители креативной индустрии города Москвы выделены в перечень получателей финансовой поддержки: субсидии и гранты на экспорт, участие в выставках, обучение персонала; гарантийная поддержка для получения кредитов, льготные ставки по кредитам в банках-участниках городской программы субсидирования и др.

Пандемия внесла коррективы в динамику развития креативных индустрий: часть из них полностью прекратила деятельность; другая часть не только не снизила активность, но и смогла минимизировать издержки (в том числе за счет экономии при организации удаленного труда сотрудников) и найти новые ниши и географические рынки для реализации своих продуктов и услуг.

Направления развития креативных индустрий в Москве

Процесс институционализации инфраструктурной поддержки в Москве находится на начальном этапе развития. В регионах этот процесс не институализирован, что требует особого бенчмаркинг-анализа передового опыта других стран и территорий. Изучение опыта других стран, в частности Германии, показывает, что основными для развития креативных индустрий г. Москвы могут стать следующие направления:

в области инфраструктуры поддержки креативных индустрий:

- формирование комплексной системы поддержки и развития креативных индустрий г. Москвы на основе потребностей представителей отрасли и передовых мировых практик;
- создание дискуссионных площадок для диалога и взаимодействия с представителями креативных индустрий Москвы;
- расширение линейки специализированных инструментов финансовой, образовательной, акселерационной, информационной и консультационной поддержки для креативного бизнеса;

- организация тематических секций на российских и зарубежных конгрессно-выставочных мероприятиях;
- разработка региональных стратегий развития креативных индустрий в городах с населением свыше одного миллиона человек;
- разработка плана экспорта креативных услуг, выделение креативных индустрий в отдельное стратегическое направление несырьевого неэнергетического экспорта с соответствующей инфраструктурной, консультационной и финансовой поддержкой со стороны Российского экспортного центра;

в области нормативно-правового регулирования:

- формирование предложений о внесении изменений в действующие нормативно-правовые акты федерального значения («Основы законодательства Российской Федерации о культуре», Указ Президента Российской Федерации от 24.12.2014 № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики», нормативно-правовые акты, регулирующие сферу предпринимательской деятельности) вместе с экспертным сообществом – как практиками, так и учеными-исследователями;
- формирование предложений, направленных на развитие и актуализацию законодательства в сфере интеллектуальной собственности;
- обсуждение и принятие новых нормативно-правовых актов, направленных на поддержку креативных индустрий и на закрепление их статуса на региональном уровне;

в области статистического учета:

- корректировка систем классификации в статистическом учете: классификация и кодирование креативных профессий и видов экономической деятельности разделением по источникам финансирования;

в области финансовой и материальной поддержки:

- выделение городских площадей для отдельных направлений креативных индустрий со льготной ставкой аренды;
- выделение регионального бюджета на реализацию программ поддержки креативных индустрий;
- выделение субсидий на компенсацию рекламных расходов для организаций, работающих в секторах креативной экономики;

в сфере повышения квалификации сотрудников креативных индустрий и повышения конкурентоспособности отрасли на мировом рынке:

- обновление ФГОС по специальностям, относящимся к креативным индустриям, запуск образовательных программ по

креативному предпринимательству и охране прав интеллектуальной собственности, поддержка новых образовательных программ для вузов и площадок дополнительного профессионального образования.

Заключение

Для России в целом и для Москвы как мегаполиса с большим креативным потенциалом развитие креативных отраслей следует считать приоритетной задачей. Москва способна стать креативной столицей мира, учитывая исторические особенности и многовековые традиции развития российской культуры и образования в тех ее направлениях, которые составляют основу креативной индустрии. Креативные индустрии способны создавать значительную добавленную стоимость, при этом поддерживают традиционные устои общества, способствуют сохранению культуры и цивилизации, повышению социальной востребованности таланта, интеллектуального и культурного развития молодежи. Креативные индустрии обладают особым синергетическим эффектом, развивая экономику одновременно с выполнением социальной, экологической и культурной функции бизнеса, тем самым в наивысшей степени соответствуя принципам устойчивого развития.

Литература

- Глушкова, Пахомова, Баширзаде 2019 – Глушкова Ю.О. Пахомова А.В., Баширзаде Р.Р. Концептуальный подход к разработке экономико-управленческой стратегии развития креативной индустрии // Креативная экономика и социальные инновации. 2019. Т. 9. № 2 (27). С. 103–119.
- Громько 2012 – Громько В.В. Новая экономика, креативная экономика и прочие понятийные инновации в экономической теории // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2012. № 3 (45). С. 2–36.
- Каверина, Гретченко, Гретченко 2019 – Каверина Н.А. Гретченко А.И., Гретченко А.А. Современное развитие креативных индустрий в России (опыт столицы и регионов) // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2019. № 1 (75). С. 58–64.
- Каменских 2013 – Каменских М.А. Теоретико-методические подходы к понятию «креативная экономика» и оценка уровня развития креативной экономики США и России // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 20 (323). С. 16–20.
- Медведь, Грибкова, Киселева 2018 – Медведь Э.И., Грибкова Г.И., Киселева О.И. Индустрия креативного досуга в городском пространстве мегаполиса // UniverCity: Города и Университеты. Москва: Экон-информ, 2018. С. 207–223.

- Метелева 2018 – *Метелева Е.Р.* Креативные индустрии и экономика города // Региональная Россия: история и современность. 2018. № 1. С. 340–347.
- Флорида 2011 – *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2011. 430 с.

References

- Florida, R. (2007), *Kreativnyi klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee* [The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life], Klassika-XXI, Moscow, Russia.
- Glushkova, Yu.O. Pakhomova, A.V. and Bashirzade, R.R. (2019), “Bashirzade R.R. Conceptual approach to the development of an economic and management strategy for the development of the creative industry”, *Creative Economy and Social Innovations*, vol. 9, no. 2 (27), pp. 103–119.
- Gromyko, V.V. (2012), «New economy, creative economy and other conceptual innovations in economic theory», *Vestnik Rossiiskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G.V. Plekhanova*, Moscow, Russia, no. 3 (45), pp. 28–36.
- Kamenskikh, M.A. (2013), “Theoretical and methodological approaches to the concept of “creative economy” and assessment of the development level of the creative economy of the United States and Russia”, *Economic analysis: theory and practice*, Moscow, Russia, no. 20 (323), pp. 16–20.
- Kaverina, N.A., Gretchenko, A.I. and Gretchenko, A.A. (2019), “Modern development of creative industries in Russia (experience of the capital and regions)”, *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta*, Saratov, Russia, no. 1 (75), pp. 58–64.
- Medved', E.I., Gribkova, G.I. and Kiseleva, O.I. (2018), “The industry of creative leisure in the urban space of a megalopolis”, *Ekon-inform*, Moscow, Russia, S. 207–223.
- Metel'eva, E.R. (2018), “Creative industries and city economy”, *Regional Russia: history and modernity*, no. 1, pp. 340–347.

Информация об авторе

Елена Н. Ковалева, кандидат экономических наук, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Смоленский филиал, Смоленск, Россия; 214030, Смоленск, ул. Нормандия-Неман, д. 21; ken_ap@mail.ru

Information about the author

Elena N. Kovaleva, Cand. of Sci. (Economics), Russian State Plekhanov University of Economics, Smolensk branch, Smolensk, Russia; bld. 21, Normandiya-Neman Street, Smolensk, Russia, 214030; ken_ap@mail.ru