

СФЕРЫ УСЛУГ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ГОСУДАРСТВАХ-УЧАСТНИКАХ СНГ: ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ИННОВАЦИОННЫЕ ПРАКТИКИ

Любовь Викторовна ХОРЕВА¹, д.э.н., профессор
Марина Владимировна ВОЛОШИНОВА², к.э.н., доцент
Елена Евгеньевна ШАРАФАНОВА³, д.э.н., профессор
Александр Викторович ШРАЕР⁴, д.э.н., доцент

^{1,2,4}Санкт-Петербургский государственный экономический университет, кафедра экономики
и управления в сфере услуг,

Адрес для корреспонденции: 191023, Санкт-Петербург, Россия, наб. канала Грибоедова,
д. 30-32, лит. А

³Проректор по научной работе, Автономная некоммерческая организация высшего
образования «Международный банковский институт имени Анатолия Собчака», Санкт-
Петербург, Россия

Адрес для корреспонденции: 191023, Невский пр., д. 60, Санкт-Петербург, Россия

Аннотация

Целью статьи является представление результатов анализа подходов к трактовке креативных и творческих индустрий и креативных услуг, присутствующие как в современной научной литературе, так и в нормативных документах, регламентирующих деятельность в этой сфере; авторами предлагается в качестве ключевого критерия дифференциации творческих и креативных индустрий использовать нацеленность последних на развитие бизнес-практик. В качестве основных методов исследования были использованы методы систематизации, сравнительный анализ и обобщений материалов публикаций по теме исследования, экспресс-анализ состояния законодательной и нормативной базы государств-участников СНГ и анализ практик в сфере креативных индустрий. В статье приведены результаты анализа состояния нормативной базы, регулирующей этот сектор услуг на пространстве государств-участников СНГ; систематизированы национальные практики бизнеса в сфере услуг креативных индустрий и дан сравнительный анализ уровня развития отдельных отраслей креативных индустрий в государствах-участниках СНГ. Основные выводы: для развития креативного сектора целесообразно осуществить подготовку и принятие Модельного закон о Креативных индустриях в государствах-участниках СНГ для гармонизации креативного и творческого пространства в этих странах.

Ключевые слова

сервисная экономика, услуги, креативные индустрии, творческие индустрии, услуги креативных индустрий, инновационные практики, инновационные бизнес-модели

SERVICE AREAS OF CREATIVE INDUSTRIES IN THE CIS MEMBER STATES: LEGAL REGULATION AND INNOVATION PRACTICES

**Lyubov Viktorovna KHOREVA¹, Doctor of Economics, Professor,
Marina Vladimirovna VOLOSHINOVA², Candidate of Economic Sciences, Associate
Professor**

**Elena Evgenievna SHARAFANOVA³, Doctor of Economics, Professor
Alexander Viktorovich SHRAYER⁴, Doctor of Economics, Associate Professor**

^{1,2,4}St. Petersburg State Economic University, Department of Economics and Management in the
Service Sector,

Address for correspondence: 191023, St. Petersburg, Russia, emb. Griboyedov Canal, 30-32, lit. A

³Vice-rector for scientific affairs, Autonomous Non-Profit Organization of Higher Education
«International Banking Institute named after Anatoly Sobchak», St. Petersburg, Russia

Address for correspondence: 191023, Nevsky Prospect, 60. St. Petersburg, Russia

Abstract

The purpose of the article is to present the results of the analysis of approaches to the interpretation of creative and creative industries and creative services, present both in modern scientific literature and in regulatory documents regulating activities in this area; the authors propose to use the focus of the latter on the development of business practices as a key criterion for differentiating creative and creative industries. The main research methods used were the methods of systematization, comparative analysis and generalization of publications on the topic of the study, express analysis of the state of the legislative and regulatory framework of the CIS member states and analysis of practices in the field of creative industries. The article presents the results of the analysis of the state of the regulatory framework governing this service sector in the CIS member states; systematizes national business practices in the field of creative industry services and provides a comparative analysis of the level of development of individual sectors of the creative industries in the CIS member states. Key conclusions: for the development of the creative sector, it is advisable to prepare and adopt a Model Law on Creative Industries in the CIS member states to harmonize the creative and artistic space in these countries.

Keywords

service economy, services, creative industries, creative industries, creative industry services, innovative practices, innovative business models

Введение

Современный этап развития сервисной экономики связан с активным внедрением творческого начала во многие сферы человеческой жизни, поиском инновационных решений и коммерциализацией результатов интеллектуального труда. Наиболее заметно этот процесс реализуется в сфере услуг креативных индустрий, которые во всех странах становятся важным фактором развития социально-экономических систем в целом. Согласно данным, представленным на информационном Интернет-портале государств-участников Содружества Независимых Государств (СНГ) на конец 2023 г. доход креативных индустрий достиг почти 2,3 трлн долл. США, число занятых в 2023 г. составило 29,5 млн чел. (или доля в занятости – 6,2 %), а международная торговал в сфере креативных индустрий в 2022 г. достигла 250 млрд долл. США. Пока это конечно не очень большая доля в международной торговле услугами (по разным оценкам от 3 %⁵² до 4,5 %⁵³), но динамика позитивная и по прогнозам, сектор услуг креативных индустрий в ближайшие годы может сформировать до 10 % мирового ВВП⁵⁴ (сегодня это около 3 %⁵⁵).

Практика показывает, что «креативные индустрии оказывают все большее влияние на различные сферы жизни современного общества»⁵⁶, и могут рассматриваться как направление диверсификации экономики и «перехода от экономики сырьевого типа к постиндустриальной» [1], к экономике, в которой все большее значение играет не просто сфера услуг, а сфера услуг, базирующихся на творческом и интеллектуальном потенциале человека. В модели роста экономики «креативные услуги считаются основной движущей силой экономического развития страны» [2]. Заинтересованность в развитии креативных индустрий демонстрируют как участки современного рынка, производящие новые продукты и услуги, нацеленные на приращение прибыли; органы государственного управления различных стран, демонстрирующие нацеленность на рост национальных экономик; а также отдельные граждане,

⁵²Creative Economy Outlook and Country Profile report. 2018 // UNCTAD. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf (дата обращения: 03.04.2024).

⁵³World Trade Statistical Review - 2023. World Trade Organization. Centre William Rappard. URL: https://intosairussia.org/images/reports/WTO_Stat_trade_review_wtsr_2023_e.pdf (дата обращения: 03.04.2024).

⁵⁴Центральноазиатское чудо: интеллект, технологии, творчество. Интернет-портал СНГ. Пространство интеграции. 2023. 25 декабря. URL: <https://e-cis.info/news/566/114672/> (дата обращения: 03.04.2024).

⁵⁵UNESCO Reshaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good. Paris: UNESCO. 2022.

⁵⁶Центральноазиатское чудо: ... (дата обращения: 03.04.2024).

являющиеся потребителями креативных продуктов и услуг и стремящиеся к получению уникальных эмоций и впечатлений.

Целью статьи является представление результатов анализа подходов к трактовке креативных и творческих индустрий и креативных услуг, присутствующие как в современной научной литературе, так и в нормативных документах, регламентирующих деятельность в этой сфере. Авторы сосредоточили внимание на особенностях и траекториях развития сферы креативных услуг на пространстве государств-участников СНГ, рассмотреть вопросы состояния нормативной базы, регулирующей этот сектор услуг в отдельных странах, а также подчеркнуть национальные особенности и практики креативных индустрий стран СНГ.

Обзор литературы

Сервисная экономики формирует высококонкурентную рыночную среду, в которой необходим постоянный поиск новых решений для развития бизнеса, максимально нацеленного на удовлетворение ожиданий клиентов и снижения потребительской уступки. Услуги креативных индустрий в сервисной деятельности связаны, как указывает В.Н. Курочкин, с индивидуализацией услуг, «комплексностью проектов, необходимостью постоянного творческого развития, важностью роста качества услуг и, как следствие, репутации» [3, с. 76] сервисной компании. Если отталкиваться от определения, которое используется Агентством стратегических инициатив (АСИ)⁵⁷, то под креативными индустриями следует понимать сектор экономики, объединяющий значительное число творческих видов деятельности. Рассмотрению понятия креативных индустрий посвящено довольно много работ, авторы которых понимают эти индустрии как вид экономической деятельности [4]; акцентируют внимание на индивидуальном характере этой деятельности (К. Мюллер с коллегами) [5]; говорят о важности аспекта создания интеллектуальной собственности как результата креативного продукта [6], указывают на безусловную творческую составляющую креативной активности [7; 8] (с чем мы полностью согласны [9]); говорят о создании добавленной стоимости и новых рабочих мест [10].

Креативные индустрии выросли из культурных индустрий и сегодня тесно с ними связаны и переплетены. Как указывает И. Мур, термин «культурные

⁵⁷ Атлас креативных индустрий // Агентство стратегических инициатив. URL: <https://asi.ru/library/main/192164/?yscHd=lof52ry82n966841741> (дата обращения: 11.02.2024).

индустрии» обычно используют по отношению к сферам деятельности, обеспечивающим процесс создания/производства и коммерциализации творческого контента [11]. По мнению А. Боковой различие между культурными и креативными индустриями состоит в том, что последние изначально ориентируются на создание коммерчески успешного товара, а культурные индустрии нацелены, в первую очередь, «на создание продукта, имеющего символическую ценность и/или просветительский потенциал» [12, с. 62]. Здесь мы не в полной мере согласны с данным автором, поскольку, если проследить генезис формирования культуры как социального института, то можно видеть важность «коммерциализации» результатов труда выдающихся творческих личностей, которые именно за счет продажи собственных произведений обеспечивали себе средства к существованию. По мнению Т.Г. Бутовой с коллегами, виды деятельности, «включенные в состав креативных индустрий, имеют существенные взаимосвязи в виде цепочек формирования стоимости креативного продукта» [13, с. 79].

В целом можно указать, что в современной исследовательской литературе нет единого устоявшегося мнения о разделении этих понятий, скорее можно говорить о наличии смешанных трактовок [14]. Результатом подобного смешения и неопределенности являются разночтения в отраслевой классификации креативных индустрий, которая представлена в документах профессиональных ассоциаций и нормативных актах отдельных стран.

Так, в базовом документе «Концепция развития творческих (креативных) индустрий...»⁵⁸, дано определение «творческих (креативных) индустрий, которые по мнению законодателя рассматриваются как синонимы, а также приведено отраслевое деление этих индустрий. В документах Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) предложена несколько отличная модель креативных индустрий, включающая четыре отраслевых блока: (1) наследие; (2) искусство; (3) медиа; (4) функциональные творения [15]. Данная классификация носит, с нашей точки зрения, спорный характер, поскольку пытается охватить широкий спектр деятельности, в том числе вполне традиционной, например, книгоиздательство, газетный бизнес (активно дрейфующий в сторону диджитал-прессы), архитектура и т.п. Но, что важно

⁵⁸ Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года: утв. распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. №2613-п // Собрание законодательства Российской Федерации. 2021. № 40. Ст. 6877.

отметить, анализируя данный подход, это то, что культура и искусство в современной экономике рассматриваются как фундамент творческой, созидательной деятельности, который лежит в основе формирования нового сектора экономики – креативного сектора и соответствующего рынка услуг, на котором взаимодействуют спрос и предложение как индивидуальных игроков, так и неких бизнес-структур. Необходимо подчеркнуть, что рассматриваемый новый сектор экономики связан как творчеством отдельного человека, так и с коллективным творчеством работников бизнес-структур. Кроме того, приведенные классификации прежде всего учитывают в составе креативных индустрий сферу услуг. И поэтому креативные индустрии можно рассматривать не только как экономические институты. Уточняя и конкретизируя, следует говорить о секторе услуг креативных индустрий, оставляя открытым вопрос об его отраслевой структуре. Ответ на этот вопрос требует дальнейшей детальной проработки.

Авторы настоящей статьи в большей степени акцентируют свое внимание на условиях, особенностях и траекториях развития сферы услуг креативных индустрий в государствах-участниках СНГ. Высокий спрос на данные виды услуг, значение креативной индустрии как инструмента мягкой силы на международной арене обуславливают пристальное внимание правительств государств-участников СНГ в этом виде предпринимательской активности. Кроме разработки национальных законодательств и разработки отдельных нормативных актов в этой области реализуются национальные стратегии, концепции и целевые программы, национальные планы развития креативных услуг.

Материалы и методы

В ходе исследования были реализованы следующие задачи:

- систематизированы подходы к трактовке понятия «услуги креативных индустрий», встречающиеся в отечественных и зарубежных научных изданиях;
- выполнен анализ законодательных и нормативных документов, регламентирующих деятельность в сфере креативных и творческих индустрий в государствах-участниках СНГ, выделены основные документы в каждом из государств-участников СНГ;

- проведен анализ практик реализации креативных проектов в государства-участника СНГ.

Для анализа состояния нормативного поля был использован метод систематизации законодательных и нормативных документов, размещенных в открытом доступе на Портале Законодательства государств-участниках СНГ, а также на национальных интернет-порталах правовой информации государств-участниках СНГ и на сайтах национальных информационных агентств, и в других открытых официальных источниках правительственной информации государств-участников СНГ. Состояние нормативного поля государств-участников СНГ, регламентирующего деятельность в сфере услуг в целом, был проведен авторами ранее в работе [16]. Материалы на закрытых порталах авторами в данной работе не анализировались. Кроме того, в систематизацию законодательства в сфере креативных/творческих индустрий не попали законы трех стран: Республики Таджикистан, Туркменистана и Украины из-за отсутствия в открытом доступе информации о нормативном регулировании творческих индустрий.

Для анализа состояния индустрии и конкретных практик креативной деятельности был проведен анализ исследовательской литературы, материалов конференций и практики организации креативной/творческой деятельности в государствах-участниках СНГ.

Результаты и обсуждение

В ходе данного исследования мы провели краткий анализ нормативного поля государств-участников СНГ по вопросам регулирования креативных индустрий и выделены в каждой стране основные законодательные и нормативные документы, регулирующие данную сферу прямо или косвенно⁵⁹. Систематизация основных документов, регулирующих развития креативных индустрий приведена в табл. 1.

⁵⁹На 2024 год в содружество входят следующие страны: Азербайджанская Республика, Республика Армения, Белорусская Республика, Республика Казахстан, Киргизская Республика, Республика Молдова, Российская Федерация, Республика Таджикистан, Туркменистан, Республика Узбекистан и Украина (как наблюдатель).

Таблица 1 – Основные нормативные документы, прямо или косвенно регулирующие деятельность в сфере креативных индустрий в государствах-участниках СНГ⁶⁰.

Государство	Основные законодательные и нормативные документы	Прямое/косвенное регулирование
Азербайджанская Республика	Закон Азербайджанской Республики от 21.12.2012 г. № 506-IVQ «О культуре» (актуальный на 06.10.2023 г.)	Косвенное регулирование через основные направления государственной политики в сфере культуры
Республика Армения	Закон Республики Армения от 18.12.2002 г. №ЗР-465 «Об основах культурного законодательства» (в ред. 01.03.2024 г. №ЗР-55)	Косвенное регулирование через создание условий для воспроизводства и развития творческого потенциала общества
Республика Беларусь	Постановление Совмина Республики Беларусь от 28.12.2023 г. № 961 «О Концепции развития национального культурного пространства во всех сферах жизни общества на 2024–2026 гг.»	Косвенное через развитие национального культурного пространства и реализацию интеллектуального и творческого потенциала нации
	Государственная программа «Культура Беларуси» на 2021-2025 гг.»	Косвенное регулирование через поддержку искусства и творчества, в том числе в сфере информатизации и создания цифрового контента
	Кодекс Республике Беларусь о культуре от 20.06.2016 г. № 413-3	Косвенное регулирование через реализацию государственной политики в сфере культуры и сохранения культурного наследия
Республика Казахстан	Закон Республики Казахстан от 15.12.2006 г. № 207 «О культуре»	Косвенное регулирование через создание правовых гарантий для развития и воспроизводства творческого потенциала общества
	Концепция культурной политики Республики Казахстан на 2023-2029 гг.	Прямое регулирование через создание центров и кластеров для реализации креативные проекты, открытие креативных хабов, развития духовного и креативного мышления и пр., в том числе на базе учреждений культуры
Кыргызская Республика	Закон Кыргызской Республики от 08.08.2022 г. № 88 «О Парке креативных индустрий»	Прямое регулирование через закрепление понимания креативных индустрий как вида экономической деятельности, основанной на творчестве и создании продуктов интеллектуальной собственности
Республика Молдова	Национальная программа развития креативных	Прямое регулирование через стимулирование сектора, повышение его

⁶⁰В данной таблице приведены все страны, которые подписали договор при создании СНГ в 1991 г. и присоединившиеся в качестве членов к 2017 г.

	индустрий «Креативная Молдова» на 2024-2027 гг.	конкурентоспособности и роли в экономике страны
Российская Федерация	Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года	Прямое регулирование через детальное описание и характеристику сектора креативных/творческих индустрий и учет специфики этих индустрий для организации мер господдержки
Республика Узбекистан	Стратегия развития Нового Узбекистана на 2022-2026 гг.	Косвенное регулирование через реализацию Концепции «Новый Узбекистан — просвещенное общество»
	Стратегии «Узбекистан-2030»	Прямое регулирование через организацию в регионах страны «креативных парков» для развития «современных профессий»

Источник: составлено авторами.

Проведенный нами анализ показал, что в каждом из представленных в табл. 1 государствах-участниках СНГ вопросы, связанные с регулированием креативных индустрий, затрагиваются либо в рамках базовых законов о культуре, либо в рамках национальных стратегий, концепций, программ и кодексов о культуре. Данные документы мы можем отнести к документам косвенного регулирования тех или иных аспектов творческой/креативной деятельности. Нормативные документы, которые непосредственно посвящены вопросам правового регулирования креативных индустрий были нами выделены в таких странах как Россия (развернутая Концепция развития креативных индустрий в стране на период до 2030 г.), принятая в 2021 г. Далее, в Кыргызстане в 2022 г. был принят специальный закон «О Парке креативных индустрий» и в 2024 г. в Молдове была принята Национальная программа развития креативных индустрий «Креативная Молдова», эти документы мы можем отнести к документам прямого действия. Во всех остальных странах СНГ документов прямого регулирования креативных индустрий нами не обнаружено.

Далее приведем результаты анализа современного состояния и направлений развития сферы услуг креативных индустрий в государствах-участниках СНГ. Анализ исследовательской литературы и прочих источников позволил выделить следующие особенности креативных индустрий на пространстве СНГ.

Так, в 2015 г. Европейским союзом была запущена программа «Культура и креативность», нацеленная на поддержку и развитие креативных индустрий в ряде постсоветских государств, из государств-участников СНГ в эту программу

вошли: Азербайджан, Армения, Беларусь и Молдова. Сегодня вклад креативных индустрий в ВВП Азербайджана не очень высок (не более 1 %). Но несмотря на это, страна имеет большой потенциал для развития креативных индустрий, в том числе за счет расширения творческого туризма, создания творческих кластеров, оказания творческим людям необходимой поддержки для открытия собственного дела, увеличения инновационного и экспортного потенциала креативных индустрий⁶¹. Сегодня в стране идут активные дискуссии о направлениях развития креативных индустрий на самом высоком уровне. Так, в конце 2023 г. в Баку прошел Форум Культуры и Творческих индустрий, который был нацелен на обсуждение перспектив взаимодействия между участниками рынка креативных индустрий не только в Азербайджане, но и в других странах СНГ. На форуме присутствовали представители ряда стран СНГ. Так, председатель Ассоциации креативных индустрий Кыргызстана, сообщил, что «создана сеть творческих индустрий Казахстана, Узбекистана и Кыргызстана. К сети уже подключились более трех тысяч компаний». Он отметил, что ключевыми вопросами являются формирование правовой базы, финансовых и инновационных креативных кластеров, проведение тренингов для заинтересованных сторон⁶². В качестве основных направлений развития креативных индустрий в Азербайджане сегодня называют возрождение традиционного национального декоративно-прикладного искусства: ювелирного дела, ковроткачества, «азербайджанский кялагаи» (традиционный элемент женской одежды); кинематографа как одного из крупных направлений креативных индустрии; программ трансформации закрытых фабрик, заводов, железнодорожных станций и др. объектов в креативные кластеры⁶³.

Армения также была участником трехгодичной программы Европейского союза «Культура и креативность», результат которой получил развитие в рамках сотрудничества со специализированной структурой ООН по промышленному развитию (ЮНИДО). Проект, реализуемый в настоящее время под эгидой ЮНИДО нацелен на повышение конкурентоспособности экономики, в том числе

⁶¹Обсуждены возможности бизнеса в креативной индустрии. Портал Агентства развития малого и среднего бизнеса Азербайджанской Республики. 2022. 23 февраля. URL: clck.ru/3СуС3W (дата обращения: 22.04.2024).

⁶²Обзор форума Культуры и Творческих Индустрий. Портал Министерства культуры Азербайджанской Республики. 2023. 01 декабря. URL: <https://goo.su/r0IU> (дата обращения: 04.04.2024).

⁶³Творчество как доходный бизнес: Сделаем Азербайджан креативной экономикой! // Портал «Культура и креативность». 2022. 22 февраля. URL: <https://goo.su/ZKPaS> (дата обращения: 04.04.2024).

малого и среднего бизнеса и начинающих предпринимателей⁶⁴. Согласно данным Министерства иностранных дел в Армении активно развивается индустрия fashion-дизайна. В рамках сотрудничества с ЮНИДО создан единый национальный бренд одежды, часть коллекции была выставлена на 4-х международных и 3-х национальных выставках. В сотрудничестве с ведущим российским дизайнером, коллекция одежды, разработанная и произведенная бенефициарами при поддержке ЮНИДО, была представлена в рамках Недели моды в Париже [17]. Наиболее перспективными креативными отраслями в Армении помимо fashion-дизайна, называют: изготовление авторских украшений, гончарное и кузнечное искусство, ковроткачество и др. виды национального бизнеса, а также взят тренд на расширение креативных кластеров для творческих людей.

В Республике Беларусь в контексте творческих индустрий активно поддерживаются национальные дизайнеры и IT-специалисты, руководство страны стремится максимально использовать самобытность национальных культурных ресурсов [18]. Однако, как указывают исследователи, частных (не государственных) творческих пространств и площадок, что в общем случае является заметными стимулирующим фактором развития креативного бизнеса, в стране не так много, первые стали появляться только в 2009 г. В качестве примеров можно привести Галерею «Ў» и креативное пространство «Место» в Минске. Сегодня появляются и другие локации, которые притягивают творческих людей (лофт «Балки», «Корпус 8» и «Верх», «Горизонт», бизнес-клуб «IMAGURU», «Песочница» и др.). Важно отметить, что подобная деятельность стимулируется предпринимателями, представителями творческих и общественных организаций [19]. Укажем, что, хотя законодательство Республики Беларусь в сфере культуры достаточно развернутое, однако нормативных актов прямого характера, регулирующих креативные отрасли как бизнес-деятельности на данный момент, нет, все регламентирующие документы скорее делают акценты на культуре как основе формирования национальной идентичности.

Казахстан сегодня, пожалуй, одна из наиболее активно развивающихся в части креативных индустрий страна СНГ. Здесь утверждены «43 основных вида

⁶⁴Портал Министерства иностранных дел Республики Армения. URL: <https://goo.su/dM3Jr2n> (дата обращения: 04.05.2024).

экономической деятельности, относящиеся к креативным индустриям»⁶⁵. Важным шагом в развитии креативной среды Казахстана стало открытие креативного Хаба «AlatauCreative HUB» в г. Алматы, а также креативной площадки в г. Астана⁶⁶. Для снижения негативного влияния ограниченных ресурсов в сфере креативных индустрий целесообразно создание профильных программ обучения, развитие системы грантов для представителей индустрии [20], поощрение стратегического мышления и, что мы считаем особенно важным, развитие системы профильного образования как в системе формализованных, так и в системе неформальных институтов, таких как мастер-классы, наставничество, коучинг и т.д. В Концепции культурной политики Республики Казахстан на 2023-2029 гг. подчеркивается, что креативная индустрия должна сделать культурное наследие неотъемлемой частью повседневности жизни нового поколения жителей страны⁶⁷.

Кыргызстан сегодня также активно включается в формирование сектора креативных индустрий. В стране создана и действует Ассоциация креативных индустрий Кыргызстана, которая с 2022 г. проводит Фестиваль креативных индустрий «CREATE4», который в 2022 г. и 2023 г. посетили более 6 тыс. человек. Фестиваль позиционируется как площадка для поддержки креативных индустрий в стране, а также для объединения «креаторов и инноваторов»⁶⁸. В 2024 г. фестиваль пройдет при поддержке Программы развития ООН (ПРООН).

Если говорить об основных креативных отраслях в Кыргызстане, то сошлемся на работу Ч.Б. Аламановой и ее коллег [21], в которой авторы подробно представили спектр и долю в экономике Кыргызстана креативных отраслей. Согласно приведенным в этой статье данным в Кыргызстане наибольшее развитие получили такие сферы креативных индустрий как рекламная деятельность – 19,7 % (по доле предприятий на рынке), издательское дело – 16,4 %, искусство во всем его многообразии (от исполнительских искусств до библиотечной и архивной деятельности) и др. Напомним, что Кыргызстан является одной из немногих стран СНГ, где разработан и действует нормативный

⁶⁵Центральноазиатское чудо. URL: <https://e-cis.info/news/566/114672/> (дата обращения: 03.04.2024).

⁶⁶Концепция культурной политики Республики Казахстан на 2023 – 2029 годы. Утверждена постановлением Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 250. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000250#z34> (дата обращения: 06.04.2024).

⁶⁷Там же.

⁶⁸Портал Ассоциации креативных индустрий Кыргызстана. URL: <https://creative.kg/> (дата обращения: 06.04.2024).

документ, направленный на регламентацию собственно креативного сектора: Закон Кыргызской Республики «О Парке креативных индустрий».

Однако, потенциал креативного сектора в стране далеко не исчерпан, он все еще находится в тени основной экономической деятельности, что «лишает бизнес возможности использовать официальные финансовые инструменты, получать госзаказы, заключать контракты с зарубежными партнерами и другие возможности развития, которые существуют для бизнеса, работающего в легальной зоне» [21, с. 319].

Креативный сектор в Республике Молдова по оценкам исследователей за последние 6 лет, начиная с допандемийного 2019 г., добился значительного роста и в 2023 г. в стране было зарегистрировано более 2 тыс. креативных компаний с числом занятых около 9 тыс. человек⁶⁹. В стране действует Национальная программа развития креативных индустрий «Креативная Молдова», объединяющая такие креативные отрасли как визуальное и исполнительское искусство, издательская деятельность, аудиовизуальная сфера, реклама и новые медиа-, архитектура⁷⁰. В стране активно поддерживаются стартапы и прочие бизнес-структуры, связанные с креативной деятельностью и предоставлением услуг творческого характера.

В целом можно говорить, что Российская Федерация среди государство-участников СНГ в сфере развития креативных индустрий демонстрирует наиболее высокие показатели вклада в экономику страны и находится в настоящее время на стадии активного роста. По данным отчета НИУ ВШЭ вклад креативных индустрий в ВВП России в 2019 г. составил 2390 млрд руб. (или 2,4 % ВВП страны). При этом указывается, что Россия по этому показателю находится на среднемировом уровне (3 %). В 2019 г. прирост производства наблюдался прежде всего в таких креативных отраслях как рекламная деятельность (+48 %) и информационные технологии (+36 %). В 2019 г. в российском сегменте креативной экономики было занято около 5 млн чел. (или 6,8 % всех занятых в экономике страны)⁷¹. Более подробно ознакомится с

⁶⁹В Молдове вышла на подъем креативная индустрия: работает более 2000 компаний. URL: <https://goo.su/P4H3Lm> (дата обращения: 03.05.2024).

⁷⁰Принята Национальная программа развития креативных индустрий «Креативная Молдова». Государственное Информационное Агентство «МОЛДПРЕС» 13.03.2024. URL: <https://www.moldpres.md/ru/news/2024/03/13/24001785> (дата обращения: 05.04.2024).

⁷¹Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы Научный дайджест №1 НИУ ВШЭ. URL: <https://goo.su/Nbsg> (дата обращения: 05.04.2024).

анализом сектора креативных индустрий в России можно в указанном отчете НИУ ВШЭ.

Республика Узбекистан также входит в число стран, ориентированных на развитие креативных индустрий. Сегодня в Узбекистане зарегистрировано около 10 тыс. предприятий сферы услуг креативных индустрий, основную часть – около 8 тыс., составляют микропредприятия. Число работников в креативном секторе Узбекистана в 2022 г. было более 84 тыс. чел.⁷². В рамках стратегии «Узбекистан-2030» указывается на необходимость создания в каждом регионе страны как минимум одного «креативного парка» для реализации творческих устремлений молодежи. В стране выбран курс не только на развитие творчества, но и на обеспечение возможности для креаторов продать свои идеи и продукты, а для потребителей – беспрепятственно приобретать креативные услуги. В качестве одного из вариантов развития бизнеса в индустрии предлагается формирование креативных Хабов. Примером такого Хаба является созданное в 2021 г. креативное пространство в экспериментальном экодоме «Жемчуг» в Ташкенте⁷³, в котором организуются различные программы образовательного, культурного и социального характера. В 2024 г. в Узбекистане должна пройти IV Всемирная конференция креативной экономики, важной задачей которой определяется разработка механизмов взаимодействия в области креативных индустрий без социальных и территориальных границ. Темой конференции названа такая: «Инклюзивное творчество: изменившаяся реальность», и в том числе решение проблем влияния искусственного интеллекта, правовые и этические аспекты творческой деятельности. Меры поддержки со стороны правительства в Узбекистане получают прежде всего такие виды креативной деятельности как традиционные ремесла, гончарное дело и народное искусство, а также производство фильмов и телепрограмм. Несмотря на достаточное разнообразие программы поддержки, следует указать, что существует ограниченное признание креативных индустрий как целостного экономического института страны, что сдерживает более динамичное развитие этого сектора в Узбекистане.

⁷² Поддержка в разработке и реализации политики в области образовательных инициатив и развития креативной экономики. Рекомендации по развитию креативных индустрий в Узбекистане. Май 2022 год. URL: <http://surl.li/kwvivic> (дата обращения: 04.05.2024).

⁷³ От идеи до реальности: как работают креативные пространства Ташкента. URL: <https://hook.report/2024/02/creative-culture/> (дата обращения: 20.04.2024).

Заключение

Закачивая обзор развития креативных индустрий в государствах-участниках СНГ укажем, что во всех странах безусловным является признание важности данного сектора сервисной экономики как фактора активизации инновационной деятельности и развития человеческого капитала. Все страны используют различные инструменты для привлечения в креативный сектор не просто творческих людей, но предпринимателей, готовых развивать инновационные производства и выводить на рынок креативные услуги. Среди таких инструментов создание креативных кластеров, хабов, инновационных парков, бизнес-инкубаторов и т.д. Во всех странах в большей или меньшей степени сформировано нормативное поле, в рамках которого функционирует креативный сектор. Однако на данный момент не во всех государствах-участниках СНГ разработаны документы, регулирующие непосредственно креативный бизнес, не везде сформированы институциональные меры поддержки такого бизнеса, а также не все страны используют четкую классификацию креативных индустрий, что затрудняет разработку и реализацию стратегий, концепций и программ поддержки креативных индустрий на государственном или региональном уровнях. Ввиду перспективности креативного сектора как в части формирования ВВП, так и в части развития рынка труда и расширения экспортных операций, можно рекомендовать подготовку и принятие Модельного закон о Креативных индустриях в государствах-участниках СНГ для гармонизации креативного и творческого пространства в этих странах.

Список источников

1. **Шилимбетова Г.Т.** Развитие креативных индустрий как приоритет модернизации Казахстана // Экономика: стратегия и практика. 2018. № 1(45). С. 140-147.
2. **Нестерова А.А., Петрашевская Ю.В.** Модели рынка креативных услуг // Тенденции экономического развития в XXI веке: Материалы III Международной научной конференции. Минск: Белорусский государственный университет, 2021. С. 124-127.
3. **Курочкин В.Н.** Креативная индустрия в экономике России: реальность и потенциал в сервисной деятельности // Сервис в России и за рубежом. 2023. Т. 17, № 5(107). С. 69-77. DOI 10.5281/zenodo.10425637

4. **Власова В.В., Гершман М.А., Гохберг Л.М.** Креативная экономика Москвы в цифрах. М.: НИУ «Высшая школа экономики», 2021. URL: <https://measurecreativity.hse.ru/> (дата обращения: 06.04.2024).
5. **Müller K., Rammer C., Trübey J.** The role of creative industries in industrial innovation // *Innovation*. 2009. V. 11. N. 2. Pp. 148-168.
6. **Тараканова О. В.** Креативные индустрии в малых городах России как основа развития туризма // *Современные проблемы туризма и сервиса: сборник статей научных докладов по итогам V Всероссийской научно-практической конференции*. М.: Российский государственный университет туризма и сервиса, 2022. С. 224-232.
7. **Скульмовская Л. Г.** Креативные индустрии как инструмент создания творческой среды города // *Вестник Тюменского государственного института культуры*. 2021. № 3(21). С. 143-149.
8. **Юхина А.А.** «Креативные индустрии»: концепции и определения // *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2021. Т. 11. №. 8-1. С. 300-309. DOI: 10.34670/AR.2021.49.77.038
9. **Желнина З.Ю., Сизова И.А., Хорева Л.В.** Взаимодействие туризма и креативных индустрий на арктических территориях: сферы пересечения // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2023. Т. 17, № 2. С. 7-20. DOI 10.5281/zenodo.7997710.
10. **Зеленцова Е., Гладких Н.** Творческие индустрии. Теории и практики. М.: Классика XXI века, 2010. 240 с.
11. **Moore I.** Cultural and Creative Industries concept – a historical perspective // *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2014. №110. С. 738-746. DOI: 10.1016 / j.sbspro.2013.12.918A.
12. **Vokova A. V.** Industrialization of culture: From criticism to the network construction // *International Journal of Cultural Research*. 2017. V. 1. N. 26. Pp. 58-64.
13. **Счисляева Е.Р., Макиева И.В.** Особенности функционирования сети организаций креативных индустрий // *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. 2024. № 1(145). С. 77-82.
14. **Бутова Т.Г., Данилина Е.П., Егوشина О.Л., Климович Н.В., Поподько Г.И.** Терминологическое исследование в области культурных и креативных индустрий // *Научный вестник: финансы, банки, инвестиции*. 2022. №. 1 (58). С. 102-109. URL: clck.ru/3Схkm1 (дата обращения: 12.02.2024).
15. **Спиридонова Г.В., Мрочко Л.В., Мрочко О.Г.** Мировая креативная экономика: состояние и прогнозы // *Экономические и социально-гуманитарные исследования*. 2020. № 3(27). С. 24-33. DOI 10.24151/2409-1073-2020-3-24-33.

16. **Карпова Г.А., Кострюкова О.Н., Хорева Л.В., Максимовская О.А., Шарафанова Е.Е.** Цифровая трансформации сферы услуг в странах-участниках СНГ // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2023. № 2(64). С. 92-96.
17. **Пешкова В.** ЮНИДО: Креативные индустрии. URL: clck.ru/3Cхksc (дата обращения: 04.04.2024).
18. **Голубева В.В.** О перспективах развития креативных индустрий в Республике Беларусь // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2023. Т. 227. С. 87-93.
19. **Веренич М.И.** Культура в контексте современных трансформаций: практика Республики Беларусь // Социологический альманах. 2019. № 10. С. 146-156.
20. **Zhuparova A., Pukala R., Doszhan R.** Analysis of the Development of Creative Industries in Kazakhstan: the Qualitative Analysis // Eurasian Journal of Economic and Business Studies. 2022. V. 4. N. 66. Pp. 145-159.
21. **Аламанова Ч.Б., Орозонова А.А., Сариева Ш.К.** Креативная экономика как драйвер роста экономики Кыргызской Республики // Экономика Центральной Азии. 2022. Т. 6, № 4. С. 309-324. DOI 10.18334/asia.6.4.116952.

References

1. **Shilimbetova G.T.** Razvitie kreativnyh industrij kak prioritet modernizacii Kazahstana // Ekonomika: strategiya i praktika. 2018. № 1(45). S. 140-147.
2. **Nesterova A.A., Petrashevskaya Yu.V.** Modeli rynka kreativnyh uslug // Tendencii ekonomicheskogo razvitiya v XXI veke: Materialy III Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. Minsk: Belorusskij gosudarstvennyj universitet, 2021. S. 124-127.
3. **Kurochkin V.N.** Kreativnaya industriya v ekonomike Rossii: real'nost' i potencial v servisnoj deyatelnosti // Servis v Rossii i za rubezhom. 2023. Т. 17, № 5(107). S. 69-77. DOI 10.5281/zenodo.10425637
4. **Vlasova V.V., Gershman M.A., Gokhberg L.M.** Kreativnaya ekonomika Moskvy v cifrah. M.: NIU «Vysshaya shkola ekonomiki», 2021. URL: <https://measurecreativity.hse.ru/> (data obrashcheniya: 06.04.2024).
5. **Müller K., Rammer C., Trüby J.** The role of creative industries in industrial innovation // Innovation. 2009. V. 11. N. 2. Pp. 148-168.
6. **Tarakanova O.V.** Kreativnye industrii v malyh gorodah Rossii kak osnova razvitiya turizma // Sovremennye problemy turizma i servisa: sbornik statej nauchnyh dokladov po itogam V Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii. M.: Rossijskij gosudarstvennyj universitet turizma i servisa, 2022. S. 224-232.
7. **Skul'movskaya L.G.** Kreativnye industrii kak instrument sozdaniya tvorcheskoj sredy goroda // Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury. 2021. № 3(21). S. 147-149.

8. **Yuhina A.A.** «Kreativnye industrii»: koncepcii i opredeleniya // *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra*. 2021. T. 11. №. 8-1. S. 300-309. DOI: 10.34670/AR.2021.49.77.038
9. **Zhel'nina Z.Yu., Sizova I.A., Horeva L.V.** Vzaimodejstvie turizma i kreativnykh industrij na arkticheskikh territoriyah: sfery peresecheniya // *Sovremennye problemy servisa i turizma*. 2023. T. 17, № 2. S. 7-20. DOI 10.5281/zenodo.7997710.
10. **Zelencova E., Gladkih N.** *Tvorcheskie industrii. Teorii i praktiki*. M.: Klassika XXI veka, 2010. 240 s.
11. **Moore I.** Cultural and Creative Industries concept – a historical perspective // *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2014. №110. C. 738-746. DOI: 10.1016 / j.sbspro.2013.12.918A.
12. **Bokova A.V.** Industrialization of culture: From criticism to the network construction // *International Journal of Cultural Research*. 2017. V. 1. N. 26. Pp. 58-64.
13. **Schislyayeva E.R., Makieva I.V.** Osobennosti funkcionirovaniya seti organizacij kreativnykh industrij // *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*. 2024. № 1(145). S. 77-82.
14. **Butova T.G., Danilina E.P., Egoshina O. L., Klimovich N.V., Popodko G.I.** Terminologicheskoe issledovanie v oblasti kul'turnykh i kreativnykh industrij // *Nauchnyj vestnik: finansi, banki, investicii*. 2022. №. 1 (58). S. 102-109. URL: clck.ru/3Cckmi (data obrashcheniya: 12.02.2024).
15. **Spiridonova G.V., Mrochko L.V., Mrochko O. G.** Mirovaya kreativnaya ekonomika: sostoyanie i prognozy // *Ekonomicheskie i social'no-gumanitarnye issledovaniya*. 2020. № 3(27). S. 24-33. DOI 10.24151/2409-1073-2020-3-24-33.
16. **Karpova G.A., Kostryukova O.N., Horeva L.V., Maksimovskaya O.A., Sharafanova E.E.** Cifrovaya transformacii sfery uslug v stranah-uchastnikah SNG // *Tekhniko-tehnologicheskie problemy servisa*. 2023. № 2(64). S. 92-96.
17. **Peshkova V.** YUNIDO: Kreativnye industrii. URL: clck.ru/3Ccksc (data obrashcheniya: 04.04.2024).
18. **Golubeva V.V.** O perspektivah razvitiya kreativnykh industrij v Respublike Belarus' // *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*. 2023. T. 227. S. 87-93.
19. **Verenich M.I.** Kul'tura v kontekste sovremennykh transformacij: praktika Respubliki Belarus' // *Sociologicheskij al'manah*. 2019. № 10. S. 146-156.
20. **Zhuparova A., Pukala R., Doszhan R.** Analysis of the Development of Creative Industries in Kazakhstan: The Qualitative Analysis // *Eurasian Journal of Economic and Business Studies*. 2022. V. 4. N. 66. Pp. 145-159.
21. **Alamanova Ch.B., Orozonova A.A., Sarieva Sh.K.** Kreativnaya ekonomika kak drajver rosta ekonomiki Kyrgyzskoj Respubliki // *Ekonomika Central'noj Azii*. 2022. T. 6, № 4. S. 309-324. DOI 10.18334/asia.6.4.116952.