

УДК 330.34-026.15

## КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

*Горда О. С.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация  
E-mail: alx2777@mail.ru*

В статье определены роль и место креативного сектора экономики в современных условиях социально-экономического развития. Исследована сущность категории «креативная экономика», проанализировано её значение и содержание, а также изучены теоретические подходы зарубежных и отечественных ученых к пониманию сути указанной категории. Проведенные исследования позволили сделать вывод о существовании нескольких подходов к пониманию этого термина, а также привести трактовку креативной экономики как базового элемента новой экономики, в основе которого лежит концепция, характеризующаяся системой специфических отношений между субъектами хозяйствования, которая преобразует знания, умения, информационные, креативные ресурсы в инновации, новые идеи, проекты, решения, экономические и креативные продукты.

**Ключевые слова:** креативная экономика; креативность; новая экономика; креативный процесс; креативный сектор экономики; инновации; креативная деятельность.

### ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе функционирования мировая экономическая система характеризуется трансформационными процессами и становлением постиндустриальной (новой) экономики, основанной на знаниях, инновациях, интеллектуальных и творческих ресурсах, информационных, коммуникативных и компьютерных технологиях. Такое экономическое развитие приобрело новые признаки и особенности, связанные с изменением факторов производства, управленческих методов и подходов, организации бизнес-процессов, характера связей между субъектами хозяйствования и т. д. На ведущие позиции в современных условиях выходят сферы услуг и инновационная деятельность. Подобные изменения гармонично связаны с глобализационными тенденциями и их успех зависит от уровня знаний, умений, творческих навыков и интеллектуального развития человеческого капитала. При становлении новой экономики большое значение приобретает креативный сектор экономики, способствующий созданию новых качественных рабочих мест, применению новейших технологий, созданию таких креативных товаров и услуг, которые идентифицируют, выделяют и делают более привлекательными города, регионы и даже страны, а следовательно, в целом приводят к повышению конкурентоспособности, росту качества жизни и социально-экономического прогрессу.

В последнее время наблюдается активный интерес к становлению и развитию креативной экономики как со стороны зарубежных, так и отечественных ученых. Основателями указанной концепции считают таких зарубежных исследователей, как Р. Флорида [1], Дж. Хокинс [2], Ч. Лэндри [3]. Среди отечественных ученых,

занимающихся изучением вопросов, связанных с формированием и развитием креативной экономики, следует выделить таких, как: Амосова А. И., Кузнецова Е. А. [4], Бычкова А. С. [5], Дубина И. Н. [6], Заборцева Т. И., Балязина А. В. [7], Климова И. В., Семеркова Л. Н. [8], Кузнецова Н. В. [9], Никитина М. Г., Побирченко В. В., Шутаева Е. А. [10], Прокофьева Д. А., Шамардина Н. В. [11], Симашенков П. Д. [12], Фёдорова А. В., Заровняева А. И. [13], Шкарина В. С. [14] и др. Несмотря на значительное количество научных работ по этой проблеме, недостаточно внимания уделено выяснению места и роли креативной экономики на фоне глобализационных проявлений и на современном этапе становления новой экономики, а также не до конца раскрыты остаются вопросы относительно системного подхода к пониманию креативного сектора экономики и выявление особенностей его развития.

Цель статьи состоит в исследовании теоретических основ формирования и развития креативного сектора экономики в условиях становления новой экономики.

### **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Современная мировая экономическая система характеризуется трансформацией индустриальной (традиционной) экономики с ее привязкой к материальным ресурсам и доминированием материального производства к постиндустриальной (новой) экономике, базой которой являются знания, умения, научные и технические достижения, разработка и внедрение новаций, развитие информационных систем и технологий. Новая экономика – это понятие, появившееся в 90–х годах XX века с развитием глобальной сети Интернет, информационных систем и технологий и в широком понимании означает определенный прогресс вследствие изменений и процессов, происходящих в современных условиях хозяйствования. Новая экономика – это логическое направление развития как глобальных, национальных, так и региональных экономико-хозяйственных систем, отвечающее вызовам современности. В основе новой экономики лежат знания, идеи, информация, инновации и технологии, а центральную роль в ней играет человек, личность с идеей, знаниями, талантом, креативностью и т. д. Особенностью новой экономики следует считать ее неиндустриальный характер, центроличностное направление и такие факторы производства, как креативный и интеллектуальный потенциал, интеллектуальные ресурсы.

На фоне функционирования новой экономики появилось понятие «креативная экономика», характеризующее такое направление развития, в центре которого лежат не материальные, а интеллектуальные, творческие ресурсы, человеческий потенциал и их преобразование, и реализация через создание креативных, оригинальных и неповторимых идей, решений, проектов для получения новых товаров, продуктов, услуг, доходов, успехов, достижения и повышения конкурентоспособности и обретения уникальности.

Также новая экономика тесно связана с инновациями, являющимися ее стержнем, базой, сущностью, ведущей характеристикой, которые дают толчок для социально-экономического развития. Нельзя не признать важность инноваций в

современных условиях и их ведущую роль и влияние на функционирование экономики. В экономических исследованиях также часто встречается отдельное понятие «инновационная экономика», под которым в общем смысле понимают экономику, основанную на инновациях, информационных технологиях, позитивном восприятии и готовности к внедрению новых идей, разработок, результатом чего является использование полученной высокотехнологичной продукции во всех секторах и сферах человеческой деятельности, а также положительное влияние на общественное и экономическое развитие.

Одной из базовых составляющих новой экономики выступают знания, продуктивное использование которых способствует социально-экономическому росту и инновационному развитию. В постиндустриальных условиях знания выступают фактором современного развития и являются общественным благом, которое умножается при его использовании. В современных научных исследованиях активно используется категория «экономика знаний», которая определяется в общем понимании как экономика, базирующаяся на знаниях [15]. Таким образом, креативная экономика, инновационная экономика и экономика знаний являются составляющими новой экономики, которые тесно пересекаются друг с другом и образуют ее основу (рис. 1).

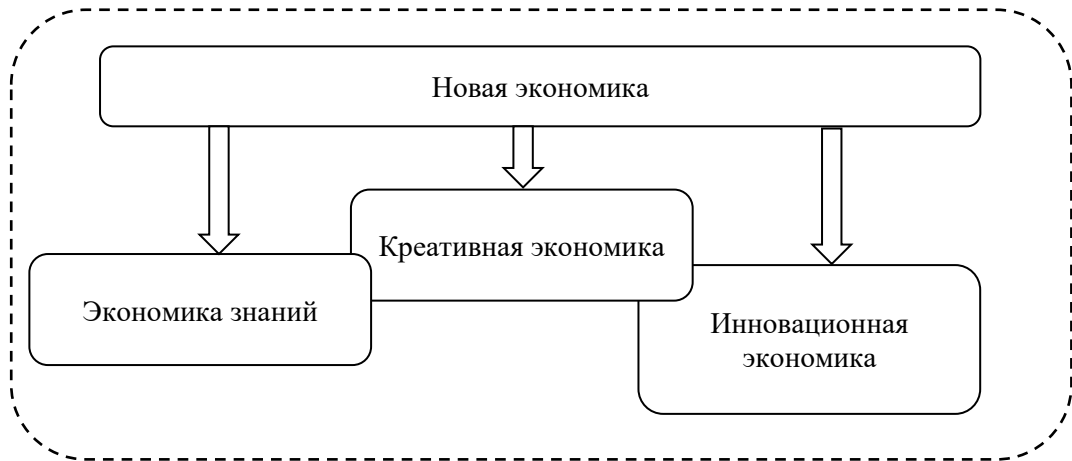


Рисунок 1. Основные составляющие новой экономики  
Составлено автором

В целом под новой экономикой следует понимать экономику, которая имеет постиндустриальный характер и отличается переходом на новые методы ведения бизнеса, принципы управления и факторы производства с применением информационных технологий, инноваций, креативности, знаний, умений и навыков, что приводит к усилению роли нематериальных активов, креативного потенциала, человеческого капитала и интеллектуальных ресурсов в условиях таких ведущих мировых экономических тенденций, как глобализация и интеграция.

Учитывая вышеизложенное, акцентируем внимание на том, что креативная экономика является составляющей новой экономики, сектором быстрого развития в

современных условиях, стратегическим направлением и сферой деятельности, что обеспечивает конкурентоспособность предприятий на основе реализации креативности и преобразовании ее результатов в функционирующие бизнес-проекты, способные осуществлять свою деятельность за счет собственных талантов.

При исследовании сущности креативной экономики, по нашему мнению, следует особое внимание уделить категории «креативность». Изменения в современных экономических системах, в их отношениях и связях на фоне перманентной нестабильности внешней среды все больше требуют умения к ней приспосабливаться, создавать и применять что-то кардинально новое, используя креативные подходы, решения и технологии. Термин креативность происходит от латинского слова «creato» – творчество, создание. В общем смысле под креативностью следует понимать творческие способности определенного человека, обладающего способностью к восприятию и усвоению новой информации, созданию новаций благодаря нетривиальному мышлению и нетрадиционному подходу для достижения поставленных целей и задач, решения возникающих проблем. Такое понимание креативности приводит к возникновению понятий «креативный человек», «креативный индивид» или «креативная личность», под которыми нужно понимать склонность ко всему новому, способность превращать полученные ресурсы в процессе нестандартного мышления на основе опыта, умений, знаний и интеллекта в оригинальные идеи, решения, подходы и инновации. Именно на этом этапе начинается креативная деятельность, постепенно охватывая все звенья социально-экономических отношений. Зарождение креативного процесса происходит на низовом уровне – в пределах отдельной личности, для которой потребность в реализации сгенерированных идей и получении от них доходов становится катализатором распространения и передачи креативности на следующий уровень – предприятий, а затем на другие – высшие звенья, включая самый высокий уровень – уровень мировой экономической системы, в пределах которой формируются креативные сектора, креативные индустрии, креативная экономика.

Таким образом, креативный процесс, по нашему мнению, имеет несколько уровней:

– первый – это уровень личности или отдельного человека, который можно рассматривать как систему личностных качеств индивида, которая дает возможность генерировать нетривиальные идеи, избегать стандартных приемов логики и мышления, быстро и оригинально достигать поставленной цели, оценивать ситуацию, решать проблемы и принимать решения;

– второй – это деятельность на уровне предприятий (микроуровень): в рамках этого звена предприятия занимаются оформлением креативной идеи или решения и их реализацией, доведением до потребителя с целью получения прибыли или ее приумножения;

– третий – это уровень, на котором функционируют различные формы объединения предприятий (корпоративные, интегрированные структуры, кластеры и т. п.);

– четвертый – уровень города, региона (мезоуровень) – в его пределах происходит аккумуляция креативного процесса и его результатов, что связано с созданием креативных хабов и пространств;

– пятый – уровень государства (макроуровень) – на нем происходит формирование и развитие креативных индустрий и национального креативного сектора в пределах экономической системы определенного государства;

– шестой уровень – уровень мировой экономической системы (мегауровень) – характеризуется формированием глобальной креативной экономики.

Эффективное функционирование экономики, в том числе креативной, зависит от успешной реализации креативного процесса на всех вышеперечисленных уровнях.

Креативная деятельность тесно связана с инновационным процессом, а с точки зрения последовательности реализации можно отметить, что креативность как творческий процесс выступает основой, необходимым элементом, предпосылкой для осуществления инновационной деятельности. Креативность можно описать следующими признаками, основными из которых являются: скорость – количество инноваций и идей, возникающих за определенный период; гибкость – способность к быстрому и адекватному реагированию на изменения, влияющие на процесс решения проблем и оперативного выявления тех лиц, которые смогут их оригинально осуществлять; готовность и возможность переключаться с одной идеи на другую; чувствительность – склонность к необычным вещам, информации, деталям, неопределенности и т. п.; оригинальность – способность вырабатывать новые идеи, реакции, решения, имеющие отличия от стандартных; критичность – умение подвергать сомнению любую информацию, позицию и т. п. и способность вовремя задавать вопросы; рискованность – способность рисковать в процессе создания, внедрения и использования инноваций; интегрированность – способность создавать новые комбинации путем сочетания уже известных составляющих, которые будут выступать в новом альтернативном качестве; результативность – следствие проявления креативности, возможность оценить зависимость результативных показателей деятельности хозяйствующих субъектов от степени нестандартности и необычности идей, проектов, решений и т. п. и успешности их реализации.

Обобщая и систематизируя результаты проведенных исследований, представляется возможным сделать следующие выводы относительно сущностных характеристик креативной экономики:

во-первых, она связана с такими видами и секторами экономической деятельности, в которых большое значение приобретают знания, креативный талант и критическое мышление как базис для новейших идей и решений;

во-вторых, её суть заключается в приобретении новых форм и масштабов, а также в формировании социально-экономических связей и отношений между субъектами хозяйствования, которые приводят к созданию новых товаров и услуг, новых рабочих мест, генерированию доходов и развитию городов, регионов и целых стран;

в-третьих, она проявляется в реализации практической экономической деятельности на основе новейших технологий, новаций, а также достижений человеческого капитала (творческих разработок, решений, идей, реакций и т. п.);

в–четвертых, она опирается в своем функционировании и развитии на постоянное обновление, расширение, приумножение умений и навыков, на применении информационно-коммуникационных и компьютерных технологий, в связи с чем требует привлечения высококвалифицированного персонала.

Понятие «креативной экономики» появилось в конце XX века и начало активно формироваться в начале XXI века. В кратком виде генезис категории «креативная экономика» можно представить следующим образом:

– 1998 год – публикация доклада «Проектирование креативной индустрии» Министерством культуры, средств информации и спорта Великобритании, в котором содержалось определение креативной индустрии как способствующей повышению уровня благосостояния и увеличению количества рабочих мест на основе применения и развития креативности, знаний и умений [16];

– 2000 год – появление дефиниции креативная экономика в журнале «Business Week» в статье «The 21–st century corporation: The Creative Economy», в которой было отмечено, что в XXI веке, крупным компаниям и корпорациям для своей адаптации к условиям новой экономики, необходимо учитывать, что основным фактором ее производства является интеллектуальный капитал [17];

– 2001 год – выход книги Дж. Хоккинса «Креативная экономика», где автор утверждает о появлении новой экономики, которая, изменяя отношения между предпринимательством и творчеством и сочетая их, будет достигать уникальности и эффективности [2].

При этом эксперты Конференции ООН по вопросам торговли и развития под креативной экономикой понимают креативную собственность с потенциалом для роста и развития экономики. А в докладе ЮНЕСКО креативная экономика определяется как один из наиболее быстро растущих секторов мирового хозяйства не только с точки зрения получения дохода, но и создания новых рабочих мест и увеличения объема экспортных поступлений [18].

Однако следует отметить, что приведенным выше этапам становления и развития креативной экономики предшествовали события, которые смогли произойти только благодаря применению креативности, созданию новых идей и решений, а их реализация коренным образом изменила мировое экономическое и социальное устройство. Среди основных таких событий следует отметить следующие:

– разработка и создание компьютеров, появление которых ознаменовало зарождение информационной эры;

– появление Интернета, что привело к возможности быстро получать нужную информацию, объединять людей и различные социальные группы, сделать мир единым целым и положило начало переходу к глобальной эпохе;

– изобретение, внедрение и активное дальнейшее применение социальных сетей, что способствовало быстрому общению и привело к вхождению человечества в коммуникационную эпоху;

– применение сети Интернет и социальных сетей для коммерческих целей, продвижение с их помощью продуктов, услуг и даже своей личности; зарождение и развитие электронной коммерции и начало цифровой эры.

Всё вышеперечисленное является результатом применения и реализации новых идей, решений, проектов, креативной деятельности, что привело к необходимости тщательного исследования теоретических и практических аспектов функционирования креативной экономики. В дальнейшем изучением феномена креативной экономики заинтересовались как зарубежные, так и отечественные ученые, которые начали изучать и представлять свои взгляды относительно его понимания. На основе результатов анализа существующих подходов к определению сути категории «креативная экономика» можно сделать следующие выводы:

Во-первых, понятие «креативная экономика» сравнительно новое и молодое, сформированное недавно и находящееся на стадии становления.

Во-вторых, существует достаточно большое количество определений понятия «креативная экономика», что не упрощает, а наоборот усложняет понимание указанного термина.

В-третьих, такое положение вещей говорит о сложности, многогранности и многоаспектности термина «креативная экономика».

В-четвертых, на основе изученного разнообразия трактовок вышеупомянутого термина можно выделить такие подходы к его пониманию (рис. 2).

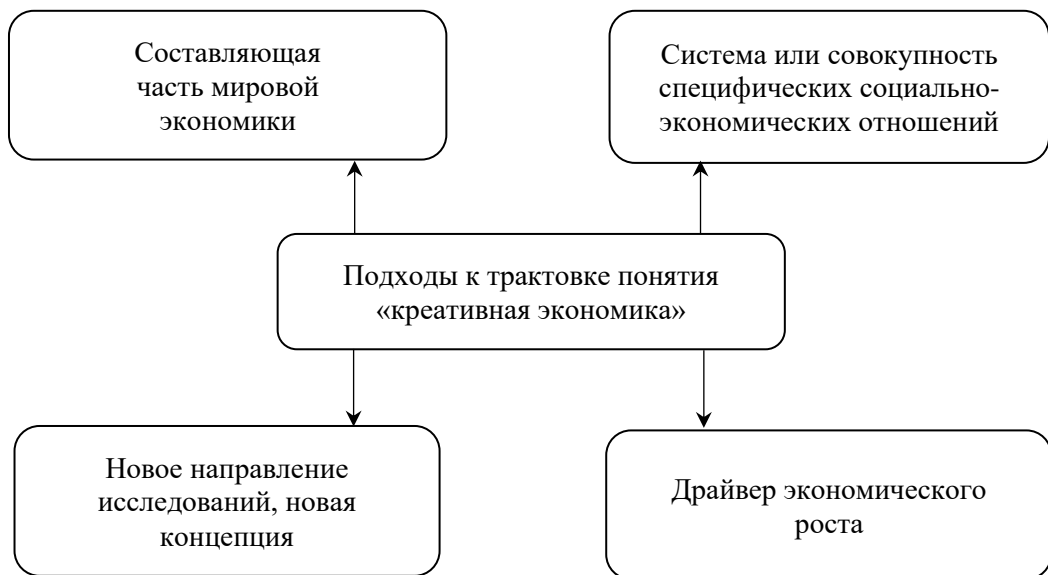


Рисунок 2. Подходы к пониманию дефиниции «креативная экономика»  
Составлено автором на основе [1, 2, 15, 20–23].

По нашему мнению, креативную экономику можно определить как экономику, основанную на применении креатива во всех видах деятельности на основе интеллектуальной собственности как фактора производства для создания креативных благ, материальных и нематериальных креативных активов; которая имеет гибкую модульную структуру индивидуализированного и/или корпоративного характера с

взаимодействием двух основных компонентов: функционального (креативный класс, креативный сектор, креативные индустрии) и пространственного (креативное сообщество, креативный кластер, креативный город/регион) с размыванием границ развития и распространения (рис. 3).

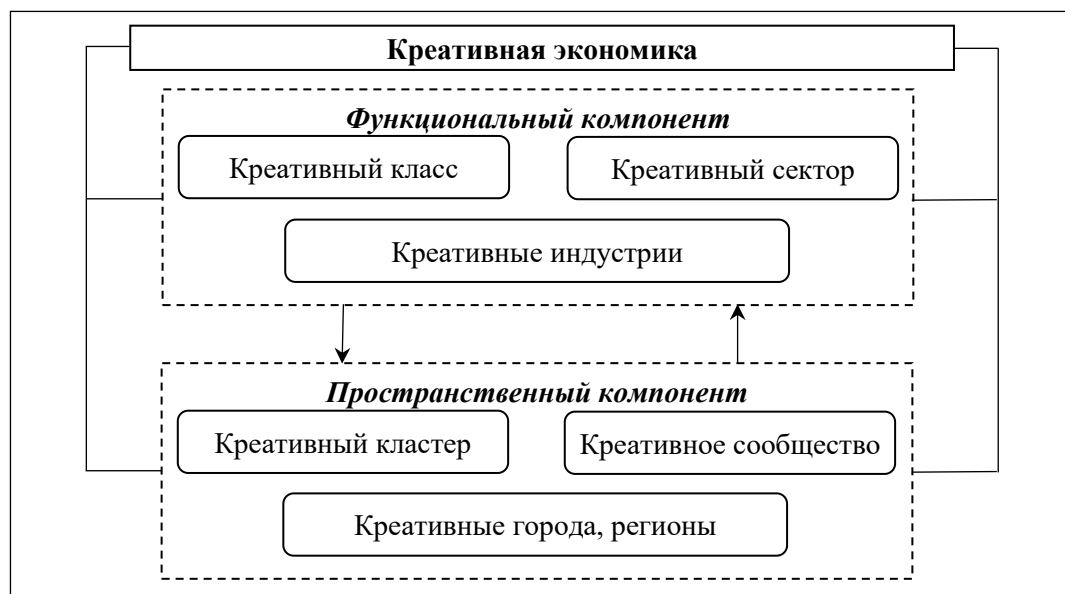


Рисунок 3. Основные компоненты креативной экономики  
Составлено автором

Креативная экономика – это составляющая новой (постиндустриальной) экономики, в основе которой находится концепция, основанная на совокупности специфических отношений между экономическими субъектами относительно производства, реализации, потребления и распределения, функционирование которой требует творческих ресурсов, знаний, информации для создания новых идей и ценностей, инноваций, креативной продукции, что обуславливает позитивные социально-экономические сдвиги.

Креативная экономика имеет и ряд других характеристик, например, сфера человеческой деятельности и сектор экономики. Остановимся на некоторых из них подробнее. В основе креативной экономики лежит индивидуальное творчество, опирающееся на индивидуальные знания, навыки, таланты и способности. В отличие от серийного производства при создании креативного продукта затраты труда являются показателем, полностью зависящим от личных качеств производителя–творца, уровня его квалификации, творческого замысла и других факторов. Каждое произведение эксклюзивно, поэтому его оценка либо невозможна, либо довольно субъективна. Такая особенность креативной экономики усложняет оценку ценности продукта и стандартизацию подхода к качеству предлагаемого на рынке товара.

Креативный сектор экономики создает объекты интеллектуальной собственности, среди которых значительный удельный вес составляют



нематериальные активы, что обуславливает сложность оценки и учета этих активов, оценку их балансовой стоимости, специфику обесценивания, расчета остаточной стоимости и т. д. Например, цена произведений изобразительного искусства определяется не столько себестоимостью расходных материалов, сколько художественной ценностью, имеющей субъективный характер, стоимость таких произведений не обесценивается со временем, а, наоборот, растет. Поэтому экономический подход к оценке их стоимости требует использования специфических операций учета и формирования отчетности.

Эволюция постиндустриальной парадигмы креативной экономики как фактора глобального экономического развития обусловила формирование парадигмы креативной экономики, которая на начальных этапах ограничивалась креативными видами деятельности как внутри креативных индустрий, так и вне их (рис. 4).

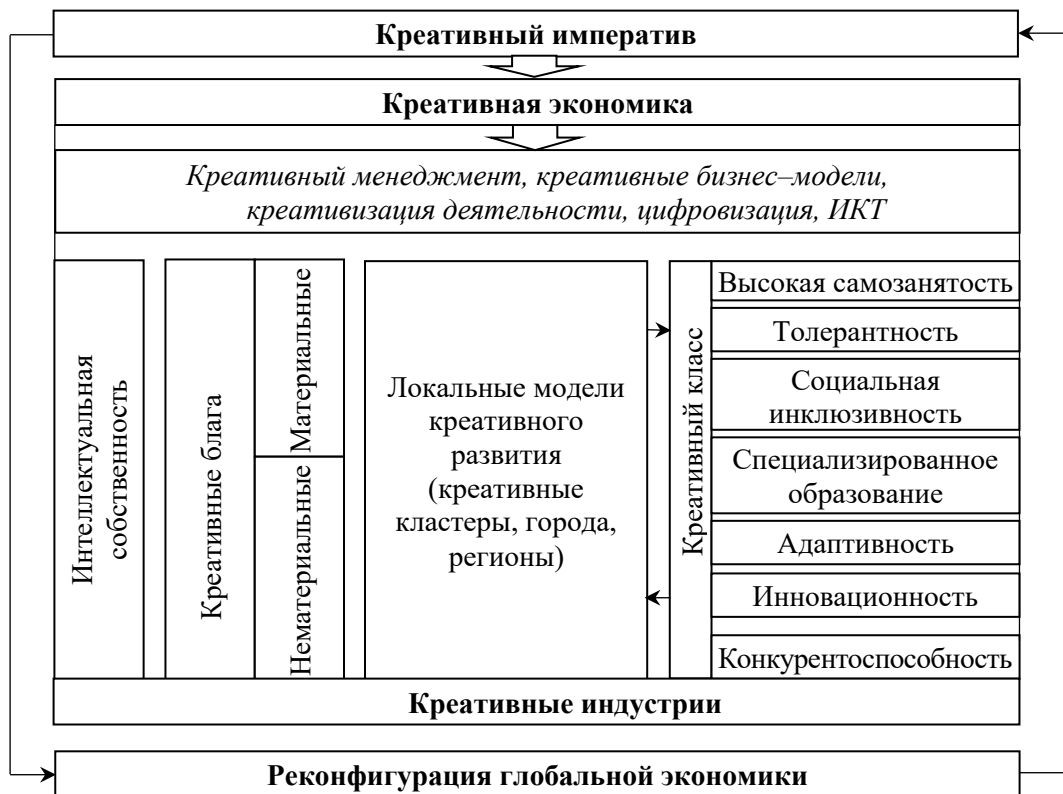


Рисунок 4. Основные компоненты креативной экономики  
Составлено автором

По количеству субъектов хозяйствования среди участников креативной экономики преобладают мини- и микропредприятия, сосуществующие со средними предприятиями и мощными конгломератами. Фактически, основные производители работают на основе самозанятости, хотя возможна занятость и других лиц, связанных с созданием продукта и/или его ресурсной составляющей. Такая особенность

## **КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И...**

креативной экономики, с одной стороны, является положительным явлением, поскольку способствует продуктивному использованию рабочей силы и творческих способностей трудоспособного населения.

Креативная экономика как системное явление выполняет ряд функций, а ее функционирование основывается на определенных принципах (рис. 5).



Рисунок 5. Креативная экономика как системное явление  
Составлено автором

Следует особо подчеркнуть значение креативной экономики в содействии самозанятости лиц с недостатками здоровья, молодежи и лиц т. н. «третьего возраста». Деятельность в сфере креативной экономики как ни один другой вид деятельности стимулирует социальную инклюзию и рост ценности человеческого капитала. В то же время достаточно трудно проанализировать, как эти человеческие ресурсы используются при создании нового креативного продукта, а также оценить производительность труда и эффективность использования талантов и способностей в креативном секторе экономики.

Креативная экономика как системный объект характеризуется такими свойствами, как динамичность, гибкость, адаптивность, открытость. Рассматривая креативную экономику с позиции теории систем, необходимо отметить, что на нее влияет внешняя среда, под действием которой она может со временем изменяться. С нашей точки зрения, следует выделить следующие факторы формирования, роста и развития креативной экономики: человеческий и интеллектуальный потенциал; спрос; уровень доходов потребителей; уровень образования и компетентности; способность создавать инфраструктурные объекты, необходимые для полноценной реализации знаний; творческая деятельность всех субъектов рынка; инновации и инвестиции; технологическая, организационная и институциональная модернизация; наличие соответствующих навыков; высокий уровень развития общественного сектора; эффективное взаимодействие общественных и государственных институтов; наличие крупных коммерческих структур; наличие эффективных заведений высшего образования.

Учитывая вышесказанное, можно выделить следующие особенности креативной экономики как системного явления: ведущее место новаций в деятельности и сферах, формирующих креативную экономику; характерное инновационное развитие; постоянная необходимость в получении новых знаний, создании идей; существенное развитие информационных и компьютерных технологий; высокий процент неопределенности в функционировании и высокая зависимость от воздействия внешней среды; изменение характера знаний, постоянная потребность в их перманентном продуцировании; переход и применение новых методов ведения бизнес-процессов и принципов управления.

Анализируя практические аспекты развития креативных индустрий в частности и креативной экономики в целом можно сформулировать основные проблемы её становления и развития в современных российских реалиях: несовершенство нормативно-правового обеспечения; недостаточность, а иногда отсутствие финансовых ресурсов в регионах и городах; отсутствие заинтересованности в осуществлении инноваций в отдельные составляющие креативной экономики – культура, спорт, образование; низкий уровень информированности представителей бизнеса, власти и т. п. относительно перспектив и преимуществ креативной экономики; несовершенство разработанных программ развития креативной экономики; недостаточный уровень бюджетного финансирования развития креативной экономики и ее составляющих; отсутствие применения регионального маркетинга по формированию и развитию креативной экономики.

Вышеупомянутые проблемы требуют решения. Соответственно, для успешного функционирования и развития креативной экономики необходима реализация следующих мер: повышение уровня взаимодействия и доверия между экономическими субъектами, органами власти и населением; ускорение распространения информационных потоков между участниками креативных видов деятельности; обеспечение надлежащих условий для развития личности; выявление и формирование имеющегося креативного потенциала в регионах и городах и оказание помощи в его реализации; поддержка способности и умения как отдельных лиц, так и хозяйствующих субъектов генерировать новые идеи, реализовывать нестандартные проекты и принимать нетривиальные решения.

Практические шаги по преодолению проблем в креативной сфере и реализация предложенных мер по их решению должны позволить достичь определенных положительных результатов: эффективное развитие малого бизнеса креативного сектора; повышение уровня инвестиционной и экономической привлекательности территории, на которой функционируют секторы и виды креативной экономики; повышение качества жизни и квалификации населения, его культурного и образовательного уровня; повышение конкурентоспособности экономических субъектов сектора креативной экономики; эффективное использование природно-ресурсного потенциала территорий.

## **ВЫВОДЫ**

Креативная экономика является одной из базовых составляющих новой экономики, которая в современных условиях находится на стадии становления и сущность которой заключается в применении последних достижений, разработок, инноваций, технологий, креативности в своем функционировании, что сопровождается изменением подходов и принципов организации и управления бизнес-процессами, способствует укреплению и занятию ключевых позиций нематериальных факторов производства.

В современных условиях превалирует парадигма креативной экономики, отражающая новый подход к теоретико-методологическому обоснованию глобального экономического развития на основе всеобъемлющей креативизации экономики, включая: инноватизацию и интеллектуализацию всех видов деятельности, которая выходит за пределы креативного класса, креативного сектора; доминирование креативных форм коммерциализации интеллектуальной собственности; пространственную организацию в формах креативного сообщества, креативных кластеров и городов; дуальность локального создания и интернационализацию реализации материальных и нематериальных креативных благ; распространение креативных бизнес-моделей и общественно-политических технологий; широкое применение самозанятости и социальной инклюзии.

Применение системного подхода к изучению креативной экономики позволяет сделать вывод, что она представляет собой сложную систему, направленную на реализацию таких целей, как: повышение конкурентоспособности местного бизнеса; повышение качества продукции и услуг; обеспечение занятости населения и повышение её качества; увеличение доходов местных бюджетов; уменьшение уровня

оттока талантливых и креативных людей с определенной территории; активизацию туристской деятельности. В результате активное и эффективное развитие креативных индустрий и креативной экономики в современных реалиях становится неотъемлемой частью и необходимым условием обеспечения высоких темпов социально-экономического развития городов, регионов, стран и повышения качества жизни их населения.

#### Список литературы

1. Florida R. The creative class and economic development. *Economic development quarterly*. 2014. Vol. 28. № 3. P. 196-205.
2. Howkins J. *Creative Economy: how people make money from ideas*. Penguin Group (USA) J. Howkins Incorporated. Allen Lane. 2001. 263 p.
3. Landry C. *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Routledge, 2012. - 352 P.
4. Амосова А. И., Кузнецова Е. А. Креативная экономика и ее значение // *Бизнес-образование в экономике знаний*. 2022. № 2 (22). С. 4–7.
5. Бычкова А. С. Траектории развития креативных индустрий в России // *Вестник науки*. 2022. №8 (53). С. 5–9.
6. Дубина И. Н. К вопросу о соотношении понятий «Креативная экономика», «Инновационная экономика» и «Экономика знаний» // *КЭ*. 2009. № 6. С. 109–116.
7. Заборцева Т. И., Балязина А. В. Креативная экономика и креативная география: методологические подходы и практика // *Известия Иркутского государственного университета. Серия: Науки о Земле*. 2019. № 2. С. 53–67.
8. Климова И. В., Семеркова Л. Н. Влияние креативных индустрий на инновационное развитие территории // *Организатор производства*. 2022. № 4. С. 83–96.
9. Кузнецова Н. В. Новая парадигма современности - креативная экономика // *Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право*. 2022. № 1. С. 15–37.
10. Никитина М. Г., Побирченко В. В., Шутаева Е. А. Креативная экономика в парадигме социо-пространственного развития территорий // *Механизмы формирования модели креативного пространственного развития экономики Республики Крым*. Симферополь: ИП Корниенко, 2023. С. 9–21.
11. Прокофьева Д. А., Шамардина Н. В. Влияние креативной экономики на современный менеджмент креативных индустрий // *Вестник ГУУ*. 2020. № 7. С. 120–127.
12. Симашенков П. Д. Креативная экономика: панацея или паллиатив? // *Концепт*. 2022. № 9. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-panatseya-ili-palliativ>.
13. Фёдорова А. В., Заровняева А. И. Креативная экономика: возможности и проблемы // *Индустриальная экономика*. 2021. № 5. С. 583–586.
14. Шкарина В. С. Креативная экономика: мировой опыт и вызовы для России // *Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество)*. 2022. № 4. С. 17–30.
15. Друкер П. Ф. *Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества*. Санкт-Петербург: Вильямс, 2007. 323 с.
16. Department for Digital, Culture, Media & Sport (1998). *Creative Industries Mapping Document 1998*. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
17. Coy P. The Creative Economy (The 21st Century Corporation). *Business Week*. 2000. 28. №. 3696. P. 76.
18. *Creative Economy Report 2013 by UNESCO*. URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>.
19. Vdovenko N., Deriy J., Seliverstova L., Kurmaiev P. Formation of the information economy: Organizational and financial aspects. *International Journal of Supply Chain Management*. 2019. Vol. 8, № 4. Pp. 956–961.
20. Дубина И. Н. К вопросу о соотношении понятий «Креативная экономика», «Инновационная экономика» и «Экономика знаний». *Креативная экономика*. 2009. № 6. С. 109–116.

## ***КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И...***

21. 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.

22. Клоудова Й. Влияние развития креативной экономики на экономически отсталые регионы. [Электронный ресурс]. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/6476828.pdf>

23. Геоэкономика. Понятийно-терминологическая система: академический словарь / [М. Г. Никитина, В. В. Побирченко, Е. А. Шутаева, И. Н. Буценко]; под ред. М. Г. Никитиной. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2023. 287 с.

*Статья поступила в редакцию 09.10.2023*