

УДК 332.1

© М. П. Бадлуева

КРЕАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕРРИТОРИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ РЕГИОНА

Функционирование особой экономической зоны туристско-рекреационного типа в байкальском регионе требует развития креативных отраслей как ключевого направления экономики. В статье проведен анализ современного состояния креативных индустрий в Сибирском федеральном округе, предложена методика расчета интегрального показателя развития креативного потенциала региона.

Ключевые слова: креативные индустрии; Республика Бурятия, креативная экономика; креативные индустрии в Сибирском федеральном округе, креативный потенциал.

М. П. Badlueva

CREATIVE POTENTIAL AS A FACTOR IN THE TERRITORY OF THE REGION TOURIST SERVICES

The functioning of the special economic zone of tourist-recreational type in the Baikal region requires the development of creative industries as a key direction of the economy. The article analyzes the current state of creative industries in the Siberian Federal District, proposed a method for calculating the integral index of the creative potential of the region.

Keywords: creative economy; creative industries, Republic of Buryatia, creative potential of the region.

Индустрия туризма во многих странах мира выходит на позиции одной из ведущих отраслей экономики. На ее долю приходится около 10 % мирового валового национального продукта, всех рабочих мест и мировых потребительских расходов.

Россия с ее уникальным ресурсным наследием имеет огромный потенциал для развития въездного и внутреннего туризма. Однако, сегодня ее доля в мировом туристском обороте составляет немногим более одного процента.

Развитие экономических отношений в ключе рыночных концепций привело к достаточно жесткой конкуренции туристских продуктов. На мировом туристском рынке России непросто завоевать себе позиции в качестве конкурента развитых в туристском отношении стран, в особенности «пляжных». Классические направления (солнце, море и песок) с избытком предлагаются во всем мире и находятся под жестким прессом конкуренции. Классический туризм уступает место познавательному, в том числе, культурному туризму, под которым имеется в виду индивидуальные и семейные путешествия туристов с целью наиболее интеллектуально, с учетом развития собственного человеческого потенциала, использовать свое свободное время.

Одним из самых перспективных видов туризма сегодня признается культурный туризм, приобретающий все большую экономическую значимость. Согласно оценкам Всемирной туристской организации, в настоящее время данный вид туризма охватывает 10 % мирового потока туристов, имеющих

уровень доходов выше среднего и постоянно ищущих новые направления для путешествий. Так, только в Европе в рамках культурного туризма генерируется около 35 млн. ежегодных международных туристских поездок.

Культурные характеристики страны и ее регионов, наряду с такими факторами как природная красота и климат, инфраструктура и доступность территории, уровень цен, в значительной степени определяют привлекательность туристского направления. При этом все больший приоритет на мировом рынке культурного туризма отдается регионам с самобытной и уникальной культурой, пока еще не освоенным широким кругом потенциальных потребителей туристских услуг.

Стратегической задачей государства является долгосрочное социально-экономическое развитие регионов и основой эффективного регионального управления является точное и доскональное знание всех процессов, обеспечивающих комплексное развитие социально-экономической системы региона. Социально-экономическое развитие региона в современных условиях характеризуется новыми конкурентными условиями, учитывая, что основная стратегическая цель развития территории — поддержание и повышение уровня жизни населения, то территория не должна рассматриваться только как пространственная, природно-ресурсная, экономическая, инфраструктурная категория, но и как культурная, от состояния которой зависит качество и условия проживания.

Последнее десятилетие характеризуются изменением подходов к обеспечению устойчивого развития регионов. Масштабное промышленное производство и агропромышленный комплекс перестают быть основой социально-экономического роста для многих территорий, особенно это характерно для Республики Бурятия. Это связано с тем, что на социально-экономическое развитие республики существенное влияние оказывает так называемый «байкальский фактор» — это законодательно установленный особый режим природопользования в бассейне озера Байкал, который жестко регламентирует все виды и объекты жизнедеятельности.

Байкал серьезно лимитирует возможности расширения производства, обусловленная данным фактором экологизация хозяйственного комплекса Бурятии снижает эффективность производства из-за дополнительных затрат на природоохранные мероприятия. Удельный вес экологических затрат в себестоимости продукции в республике значительно превышает среднеотраслевые общероссийские показатели. Платежи за пользование водными ресурсами превышают единый тариф по водохозяйственным системам страны по поверхностным источникам в 4,3 раза, а по подземным источникам — 2,75 раза. Платежи за загрязнение окружающей среды также являются более высокими по сравнению со среднеотраслевыми, поскольку к базовым нормативам платы применяется региональный коэффициент, дифференцированный по природно-антропогенным зонам Республики Бурятия. Так, в первой природоохранной зоне, включающей прибрежную территорию оз. Байкал, коэффициент к тарифу платы за загрязнение воздуха равен 1,4, за сброс сточных вод на рельеф — 1,1, в водоемы — 1,7.

Это обусловлено необходимостью сохранения самого оз. Байкал, его экосистемы и большим влиянием любых антропогенных преобразований на территории бассейна озера на его гидрохимический и гидробиологический режим.

Следовательно, формирование экономики региона должно учитывать воздействие «байкальского фактора» и в связи с этим было принято решение о приоритетном развитии туризма. В Бурятии была начата реализация одной из семи особых экономических зон туристско-рекреационного типа, в конце 2014 года правительством России было принято решение о продолжении финансирования только одной зоны, в Бурятии, как наиболее продвинутой.

Развитие туризма в Бурятии, это не только, учитывая климат, отдых на Байкале, это знакомство с удивительным краем, где встречается Восток и Запад, где переплетаются культуры, религии и мировоззрения. Все это отражается в культурном пространстве региона, и отражается в слогане «Бурятия — пространство впечатлений».

В связи с вышеизложенным, в качестве одного из перспективных центров развития культурного туризма в России может рассматриваться Республика Бурятия.

В 2014 году Бурятию посетили 940 тысяч человек, что выше показателей 2013 года на 14,6 %. Объем платных услуг вырос на 16,5 % и составил 2 млрд 83 млн рублей. Больше всего Бурятию посетили в 2014 году жители стран СНГ (41,1 %), Монголии (31,1 %), Китая (13,7 %) и других стран (14,1 %).

В первом полугодии 2015 года Бурятию посетили 562 тыс. туристов из Монголии. Основная причина — отмена визового режима. В целом прогнозируемый прирост по сравнению с 2014 годом составит порядка 18 %.

Одной из причин медленного становления туристского комплекса региона является недоиспользование огромного потенциала культурного туризма, отсутствие организационно-экономической стратегии его развития, что отражается в слабом имидже региона как туристского Центра, об ограниченности туристского предложения, нехватке объектов показа, (фактически предлагается небольшой универсальный набор туристских достопримечательностей, обзорные экскурсии, беглый осмотр огромных территорий), исключительной сезонности, когда больше половины годовых туристских прибытий приходится на июль — август.

Все вышесказанное обуславливает актуальность исследования креативного потенциала территории для определения ключевых направлений развития туризма в регионе. Поддержка сферы культуры и развитие творческого потенциала в развитых странах признаны одним из приоритетных направлений формирования модели устойчивого сбалансированного социально-экономического роста и создания новых конкурентных преимуществ территорий.

Одним из первых официальных международных документов, который отметил влияние культуры на возможность обеспечения устойчивого развития, стал итоговый документ Международной конференции ЮНЕСКО «Новые стратегии для культуры в контексте обеспечения устойчивого развития». Как

отмечает идеолог теории конкурентоспособности М. Портер, «по мере того, как нация будет производить те товары и услуги, в которых имеет уникальное преимущество благодаря культуре, появятся новые образцы международной специализации». Сегодня культура определена экспертами ООН и многими правительствами развитых стран как один из факторов устойчивого развития территорий в XXI в., а творческие ресурсы становятся одним из важнейших факторов обеспечения конкурентоспособности территорий.

В зарубежной прессе понятие «креативной экономики» впервые было введено в оборот журналом Business Week в августе 2002 года в статье «THE 21ST CENTURY CORPORATION: The Creative Economy»[1]. В ней автор высказывает свои рассуждения о будущем корпораций XXI века, как они будут адаптироваться к условиям новой «знаниевой — креативной» экономики, где всё большая важность принадлежит идеям, а основным средством производства становятся интеллектуальные ресурсы. В «креативной экономике» главной интеллектуальной собственностью, особо ценным активом, становится «содержимое головы человека».

Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) дает следующее определение креативной экономики: «Креативная экономика — это развивающееся понятие, основой такой экономики становятся креативные активы, за счет которых происходят экономический рост и развитие»[2].

В 2001 году вышла в свет книга Джона Хокинса[3], члена консультационного совета ООН по креативной экономике, посвященная становлению и развитию креативного сектора в новой экономике, основанной на интеллектуальных ресурсах. Исследованиям креативной экономики как социально-экономического явления посвящены такие работы как «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» американского профессора, экономиста и социолога Ричарда Флориды [4] и «Креативный город» создателя фирмы «Comedia» и эксперта Всемирного банка британца Чарльза Лэндри [5]. На основе теорий основателей этого направления креативная экономика представляется как система, состоящая из трех элементов: креативного города, креативного класса и креативных индустрий.

В настоящее время существует множество подходов к понятию «креативные индустрии». Основные определения этого понятия приведены в табл.1.

Таблица 1

Подходы к определению понятия «креативные индустрии»

| Источник | Определение |
|--|--|
| Министерство культуры, СМИ и спорта Великобритании | Производство, основанное на творческом потенциале каждого отдельного человека, его умениях и талантах; при этом существует потенциал развития производства, увеличения прибыли, создания новых рабочих мест на основании использования данного потенциала и интеллектуальной собственности |

| | |
|---|---|
| Международный центр социально-экономических исследований «Леонтьевский центр» | Термин, используемый для обозначения такой предпринимательской деятельности, при которой экономическая ценность продукции неразрывно связана с ее существованием в качестве элемента культуры |
| Ассоциация «Американцы за искусство» | Производство товаров и услуг, связанное с созданием и распространением как любительского, так и профессионального искусства |
| Центр идей (Гонконг) | Отрасли производства, которые создают товары и услуги, используя творческий потенциал и интеллектуальную собственность в качестве основных активов |
| ЮНЕСКО (Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры) | Культурные отрасли промышленности, культурные и артистические услуги как в живом исполнении, так и в записи; характеризуются использованием творческих или артистических усилий |

На сегодня сегмент креативных индустрий в экономике Сибирского федерального округа является наиболее динамично развивающимся. Рассмотрим количество компаний в данной сфере в административных центрах Сибирского федерального округа, чтобы оценить масштабы развития креативных индустрий.

Таблица 2

Анализ компаний креативных индустрий в административных центрах Сибирского федерального округа, 2014 г.

| Город СФО: | Горно-Алтайск | Барнаул | Улан-Удэ | Чита | Иркутск | Кемерово | Красноярск | Новосибирск | Омск | Томск | Кызыл | Абакан | Итого |
|--|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|
| Население | 61 42 0 | 63 28 48 | 42 14 53 | 33 57 60 | 61 29 73 | 54 40 06 | 10 35 52 8 | 15 47 91 0 | 11 66 09 2 | 55 71 79 | 11 39 86 | 17 32 05 | 72 02 36 0 |
| Теле-, радиокомпании | 2 | 5 | 4 | 3 | 9 | 4 | 4 | 13 | 7 | 3 | 2 | 8 | 64 |
| Издательства (предпечатная подготовка) | 1 | 5 | 5 | 2 | 4 | 1 | 5 | 16 | 4 | 9 | 2 | 2 | 56 |
| Рекламные агентства полного цикла | 5 | 86 | 48 | 10 | 52 | 43 | 11 8 | 17 2 | 51 | 18 | 5 | 14 | 62 2 |
| Web-студии | 1 | 53 | 15 | 9 | 52 | 43 | 76 | 12 7 | 66 | 59 | 6 | 15 | 52 2 |
| Дизайн-студии | 10 | 19 9 | 79 | 31 | 24 4 | 17 2 | 27 5 | 50 1 | 25 6 | 11 8 | 12 | 29 | 19 26 |
| Архитектурно-строительные ком- | 21 | 14 1 | 52 | 14 | 7 | 8 | 4 | 25 | 5 | 87 | 13 | 25 | 40 2 |

М. П. Бадлуева. Креативный потенциал территории как фактор развития туристической сферы региона

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|--------------|
| пании | | | | | | | | | | | | | |
| Художественные мастерские | 8 | 43 | 16 | 4 | 61 | 48 | 67 | 141 | 72 | 30 | 6 | 3 | 499 |
| Фотостудии | 2 | 120 | 30 | 27 | 91 | 39 | 111 | 222 | 150 | 92 | 9 | 13 | 906 |
| Модельные агентства | 0 | 8 | 5 | 2 | 11 | 6 | 18 | 21 | 16 | 7 | 4 | 1 | 99 |
| Художественные школы | 1 | 4 | 1 | 2 | 9 | 3 | 8 | 15 | 9 | 6 | 5 | 3 | 66 |
| Танцевальные школы | 1 | 79 | 27 | 18 | 132 | 65 | 120 | 259 | 111 | 74 | 28 | 27 | 941 |
| Творческие коллективы | 22 | 54 | 26 | 3 | 28 | 27 | 31 | 78 | 64 | 37 | 14 | 2 | 386 |
| Ночные клубы | 7 | 23 | 11 | 9 | 35 | 12 | 26 | 48 | 18 | 17 | 3 | 4 | 213 |
| Кинотеатры | 2 | 8 | 5 | 4 | 15 | 13 | 19 | 22 | 16 | 7 | 4 | 7 | 122 |
| Галереи, выставки | 2 | 12 | 11 | 2 | 10 | 3 | 8 | 14 | 6 | 4 | 2 | 2 | 76 |
| Туристические агентства | 14 | 215 | 116 | 76 | 420 | 241 | 561 | 684 | 471 | 218 | 16 | 68 | 3100 |
| Итого компаний креативной индустрии (ед.) | 99 | 1055 | 451 | 216 | 1180 | 728 | 1451 | 2358 | 1322 | 786 | 131 | 223 | 10000 |
| Компании креативной индустрии (ед. на тыс. чел.) | 1,6 | 1,7 | 1,1 | 0,6 | 1,9 | 1,3 | 1,4 | 1,5 | 1,1 | 1,4 | 1,1 | 1,3 | 1,4 |

*составлено авторами по данным Электронной справочной системы 2GIS (дата обращения 01.12.2014)

На основе анализа данных таблицы 2 можно утверждать, что креативные индустрии в административных центрах Сибирского федерального округа оказывают достаточное влияние на региональное развитие. В среднем на 1 тыс. жителей приходится 1,4 компаний креативных индустрий, что является достаточно высоким показателем. Лидером по данному показателю является город Иркутск, где на тысячу жителей приходится около 1,9 компаний креативных индустрий. Общее количество компаний креативных индустрий в городах — административных центрах Сибирского федерального округа составило 10000 единиц. Рассмотрим долю каждого города, чтобы определить лидирующие города по данному показателю.

Таким образом, по численности компаний креативных индустрий в Сибирском федеральном округе со значительным отрывом лидирует город Новосибирск (24 %), далее примерно на одном уровне по данному показателю находятся города: Красноярск (15 %), Омск (13 %), Иркутск (12 %), Барнаул (11 %). Города Забайкалья Улан-Удэ и Чита имеют сравнительно низкую долю 4 % и 2 % соответственно.

Можно заметить, что существует определенная степень корреляции между уровнем развития креативных индустрий и объемом валового регионального

продукта, что свидетельствует о значимости креативных индустрий как фактора экономического роста региональной экономики.



Рис. 1. Доля численности компаний креативных индустрий в административных центрах регионов СФО, 2014. г.

Анализ данных Росстата о количестве зарегистрированных предприятий в столичных городах Сибирского федерального округа показывает, что компании креативных индустрий имеют устойчивую и значимую долю в структуре всех зарегистрированных предприятий равную 5,1 %. Данный показатель составляет существенную для региональной экономики величину.

На сегодня предприятия креативных индустрий во всем мире имеют высокий потенциал экономического развития [9] и являются значимым фактором повышения конкурентоспособности территорий. Таким образом, эффективное социально-экономическое развитие региона на основе социокультурных проектов креативной экономики будет способствовать наиболее полной реализации потенциала территории.

Так, в условиях глобализации и постиндустриальной экономики определилась новая парадигма развития социально-экономической системы региона. Теперь в основе экономических, политических и общественных преобразований лежит положение о необходимости анализа не только вещественных рынков и осязаемых активов, но и рынков нематериальных активов, куда входят креативные индустрии, основанные на научно-техническом прогрессе и инновациях на всех этапах создания и продвижения товара, а также специфических знаниях и креативных способностях человека.

Сегодня территория понимается не только как пространственная, природно-ресурсная или инфраструктурная категория, а скорее, как социальное пространство, имеющее историко-культурную и экологическую составляющую, что формирует качество и уровень жизни. В связи с этим представляется актуальным исследование креативного потенциала территории для выделения ключевых направлений развития.

Креативный потенциал региональной социально-экономической системы представляет собой способность социально-экономической системы к развитию отраслей креативной экономики на основе генерации и анализа идей, вариантов для повышения эффективности и конкурентоспособности региональной экономики в будущем.

Также автором предложен механизм расчета интегрального показателя развития креативного потенциала региона, на основе которого можно оценить состояние и развитие креативного потенциала региона в современных условиях. Механизм оценки приведен на рисунке 2.

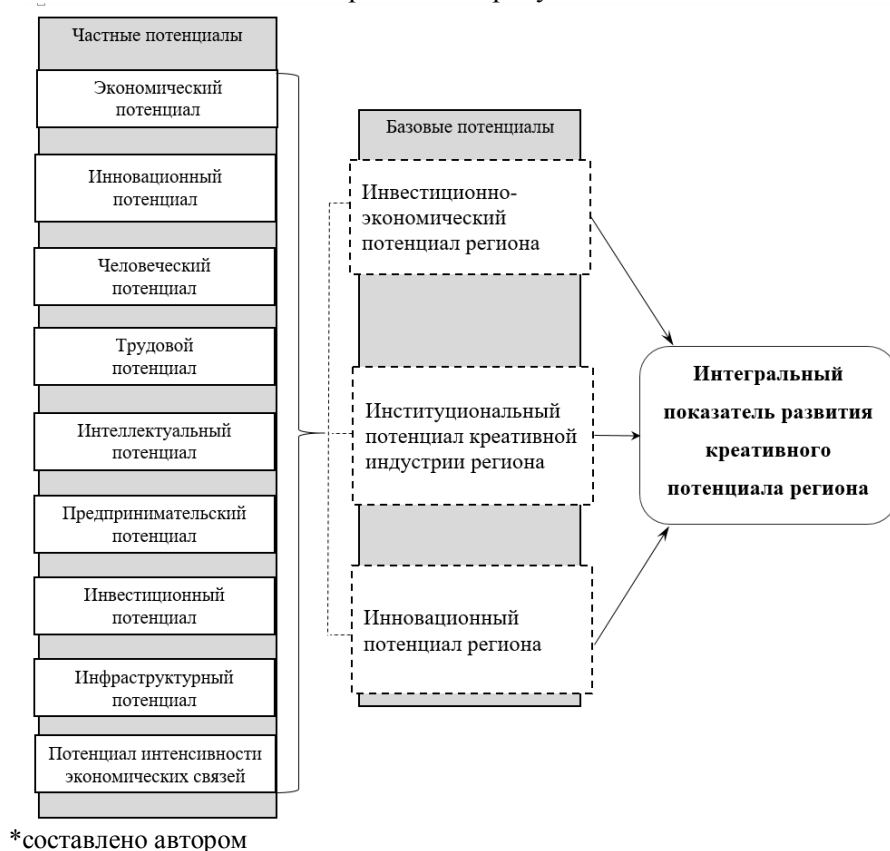


Рис. 2. Механизм расчета интегрального показателя развития креативного потенциала региона

Важным аспектом развития креативного потенциала в современных условиях является его взаимосвязь с инновационным потенциалом и зависимость от человеческого и интеллектуального потенциала. Таким образом, креативный потенциал является основным источником развития инновационного потенциала.

Разберем предлагаемый показатель интегральной оценки развития креативного потенциала региона по его элементам в виде таблицы (см. Табли-

цу 3). Предлагаемый механизм расчета интегрального показателя включает 9 базовых элементов, каждый из которых можно оценить на основе определенных статистических показателей. В качестве примера применения данной методики рассчитаем предлагаемый показатель для Республики Бурятия за 3 последних года, что позволит оценить динамику развития креативного потенциала региона.

Таблица 3

Показатели интегральной оценки развития креативного потенциала региона

| | Показатели | Показатели количественной оценки | 2011 | Индекс | 2012 | Индекс | 2013 | Индекс |
|--|--|--|------|--------|------|--------|------|--------|
| Инвестиционно-экономический потенциал региона | Инвестиционный потенциал | Удельный вес инвестиций в основной капитал | 0,27 | 0,05 | 0,34 | 0,06 | 0,37 | 0,04 |
| | Экономический потенциал | Валовой региональный продукт в структуре ВВП РФ | 0,03 | | 0,03 | | 0,02 | |
| | Трудовой потенциал | Удельный вес населения трудоспособного возраста в структуре всего населения | 0,64 | | 0,65 | | 0,59 | |
| Инновационный потенциал региона | Инновационный потенциал | Удельный вес инновационных предприятий и предприятий осуществляющих НИОКР в общей структуре организации | 0,02 | 0,08 | 0,02 | 0,16 | 0,02 | 0,17 |
| | Интеллектуальный потенциал | Удельный вес ученых и работников сферы науки в общей структуре занятого населения | 0,19 | | 0,02 | | 0,02 | |
| | Человеческий потенциал | Удельный вес обучающихся в учебных заведениях в структуре всего населения | 0,12 | | 0,12 | | 0,13 | |
| Институциональный потенциал креативной индустрии региона | Потенциал интенсивности экономических связей | Удельный вес ассоциаций, корпораций, консорциумов, концернов в общем количестве субъектов хозяйствования | 0,03 | 1,78 | 0,04 | 2,06 | 0,03 | 1,70 |
| | Предпринимательский потенциал креативной индустрии | Удельный вес предприятий креативных индустрий, которые получили прибыль | 0,05 | | 0,04 | | 0,05 | |
| | Инфраструктурный потенциал креатив- | Удельный вес учреждений культуры и искусства, спорта и | 0,05 | | 0,05 | | 0,05 | |

М. П. Бадлуева. Креативный потенциал территории как фактор развития туристической сферы региона

| | | | | | | | | |
|--|-------------|--------------------------------------|------|------|------|--|--|--|
| | ной отрасли | туризма в структуре всех организаций | | | | | | |
| Интегральный показатель креативного потенциала региона | | | 0,20 | 0,26 | 0,23 | | | |
| Средний интегральный показатель креативного потенциала региона за 3 года | | | 0,23 | | | | | |

*составлено и рассчитано автором на основе данных Росстата

Методика основана на выделении трех базовых составляющих креативного потенциала: инвестиционно-экономический потенциал региона; инновационный потенциал региона; институциональный потенциал креативной индустрии региона.

Частные индексы потенциалов (инвестиционный, экономический, трудовой, инновационный, интеллектуальный, человеческий, интенсивности экономических связей, предпринимательский потенциал креативной индустрии, инфраструктурный потенциал креативной отрасли) находятся на основе соответствующих показателей, характеризующих статистическими показателями. Каждый из частных потенциалов опирается на три статистических показателя, который характеризуют удельные веса величин.

Три базовых потенциала рассчитываются по формуле

$$X_n = \frac{\min(x)}{\max(x) - \min(x)} \quad X_n = \frac{\min(x)}{\max(x) - \min(x)},$$

где X_n — базовый потенциал интегрального показателя креативного потенциала региона; $\min(x)$ — минимальное значение среди частных индексов потенциалов; $\max(x)$ — максимальное значение среди частных индексов потенциалов.

Интегральный показатель креативного потенциала региона рассчитываются на основе трех базовых составляющих — трех базовых потенциалов (инвестиционно-экономический потенциал региона, инновационный потенциал региона, институциональный потенциал креативной индустрии региона), на основе следующей формулы с применением средней геометрической:

$$IKP = \sqrt[3]{IEP \times IP \times InsP},$$

где IKP — интегральный показатель креативного потенциала региона,

IEP — инвестиционно-экономический потенциал региона,

IP — инновационный потенциал региона,

$InsP$ — институциональный потенциал креативной индустрии региона.

Результаты исследования и оценки креативного потенциала Республики Бурятия за 2011-2013 гг. показали, что потенциал республики находится примерно на одном уровне и колеблется в диапазоне от 0,201 до 0,230 при средней величине за три года 0,231, что является средним показателем в СФО (как показало дальнейшее проведение исследования).

Корректировка стратегических приоритетов развития региональной социально-экономической системы является актуальной задачей региональной политики субъектов Российской Федерации, в которой креативный потенци-

ал играет роль резерва экономического развития и выступает значимым фактором повышения конкурентоспособности экономики. Высокий уровень креативного потенциала региона будет способствовать развитию отраслей креативной экономики повышая при этом темпы роста региональной социально-экономической системы.

Важнейшим направлением практического использования предложенного подхода по измерению креативного потенциала экономики региона является организация его мониторинга, который важен для целей местного, регионального, и государственного управления.

На региональном уровне управления социально-экономической системой результаты исследования креативного потенциала позволят определить направления использования конкурентных преимуществ региона; принять обоснованные решения в области формирования бюджетных программ финансирования; обеспечить привлечение инвесторов для развития креативных отраслей экономики обладающих высоким потенциалом развития.

Определение креативного потенциала региональной экономики на основе предложенного показателя интегральной оценки развития креативного потенциала региона особенно важно для целей государственного управления, в целях политики регулирования устойчивого развития регионов и определения путей оптимизации механизма распределения средств между государственными программами, а также принятия государственных решений по инициированию государственных программ развития отдельных регионов.

Анализ креативного потенциала региона позволяет выявить те субъекты федерации, которые имеют те или иные региональные специализации. Такая информация может быть полезной для совершенствования инструментов управления социально-экономическим развитием регионов.

Таким образом, креативный потенциал региона напрямую определяет его конкурентоспособность на мировом рынке. Исследования и оценка креативного потенциала региона необходимы для улучшения конкурентных преимуществ территорий.

Литература

1. PeterCoy. «THE 21ST CENTURY CORPORATION: The Creative Economy». BusinessWeek Magazine. August 28, 2000 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.businessweek.com/2000/00_35/b3696002.htm>
2. Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) [Электронный ресурс]. URL: <http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx>
3. Хокинс Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги. М.: Классика — XXI, 2011.
4. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика — XXI, 2007.
5. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика — XXI, 2006.
6. Каменских М. А. Исследование понятия креативных индустрий и оценка их влияния на экономическое развитие России // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 8. С. 62–68.

7. Браун Дж. Картирование творческих индустрий: семинаре «Creative industries mapping» (г. Петрозаводск, 14–18 июля 2003 г.) [on-line]. [Цит. 10 марта 2004 г.] Электронный ресурс]. URL: <<http://www.cpolicy.ru/doc.plx?id=64>>

8 Пахтер М., Лэндри Ч. Культура на перепутье. М.: Классика-XXI, 2003.

9. Вуд Ф. Круговорот городского творчества: пер. с англ. М. Хрусталева [Электронный ресурс]. URL: <<http://www.cpolicy.ru/doc.plx?id=63>>

10. Е. Зеленцова, Н. Гладких. Творческие индустрии: теории и практики. М., Классика — XXI, 2010

Бадлуева Майя Павловна, ассистент кафедры менеджмента, Бурятский государственный университет, Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а, e-mail: badlueva11@gmail.com

Badlueva Maya Pavlovna, assistant of the department of management, Buryat State University, 24a Smolina st., Ulan-Ude, 670000 Russia.