

УДК 332.1

С.А. Астафьев*Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация***Г.В. Хомкалов***Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация***И.С. Толстоухова***Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация*

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА КАК КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

АННОТАЦИЯ. Структура доходной части бюджета в Российской Федерации в последние претерпевает изменения. Если ранее во времена Советского Союза в основном бюджет пополнялся за счет налоговых поступлений от промышленных предприятий и продажи различного сырья на экспорт, то уже на протяжении нескольких десятков лет в различных регионах страны большинство промышленных предприятий не функционируют, а работавшие ранее в них люди перешли на работу в малый бизнес или уехали в другие регионы. В этих условиях пополнение бюджета и повышение уровня жизни населения возможно только посредством развития непромышленных секторов экономики. В статье были использованы такие эмпирические методы исследования как анализ и синтез, сравнение, обобщение и др., базирующиеся с одной стороны на изучении имеющихся исследований, а с другой стороны на основе полученного опыта авторами статьи в развитии креативных пространств в рамках различных конкурсов, проводимых Агентством стратегических инициатив по продвижению новых проектов. В последние несколько лет, в стране на федеральном уровне активно развивается поддержка отраслей, относящихся к так называемой креативной экономике. В статье проведен анализ различных публикаций на данную тему и дается обоснование влияния непромышленных творческих отраслей экономики на развитие регионов. В частности, за счет развития туристической отрасли у Байкальского региона есть все шансы на стабильный экономический рост. В качестве примера приводится проект развития сельского туризма в Республике Бурятия, разработанный в рамках конкурса туристско-рекреационных территорий, проводимого в РФ в 2020 г. Агентством стратегических инициатив. На основе проведенного исследования и полученного опыта участия в развитии туристско-рекреационного кластера сделаны выводы о возможности повышения бюджетной, коммерческой и социальной эффективности развития территорий за счет поддержки креативных индустрий.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Креативная экономика, устойчивое развитие, развитие территорий, комплексное развитие территорий, туризм.

ИНФОРМАЦИЯ О СТАТЬЕ. Дата поступления 26 мая 2021 г.; дата принятия к печати 19 июля 2021 г.; дата онлайн-размещения 31 августа 2021 г.

S.A. Astafyev*Baikal State University,
Irkutsk, Russian Federation***G.V. Khomkalov***Baikal State University,
Irkutsk, Russian Federation*

© Астафьев С.А., Хомкалов Г.В., Толстоухова И.С., 2021

I.S. Tolstoukhova
Baikal State University,
Irkutsk, Russian Federation

CREATIVE ECONOMY AS A KEY ELEMENT OF SUSTAINABLE TERRITORIAL DEVELOPMENT

ABSTRACT. The structure of the revenue side of the budget in the Russian Federation has been undergoing changes in recent years. If earlier, during the Soviet Union, the budget was mainly funded through tax revenues from industrial enterprises and sale of various raw materials for export. Later for several decades in various regions of the country, most industrial enterprises did not function, and people who previously worked in them began to work for small business or moved to other regions. In these conditions, funding the budget and raising the standard of living of the public was only possible through the development of non-production sectors of the economy. The article used empirical research methods such as analysis and synthesis, comparison, generalization, etc. to review available research, and firsthand experience of the authors of the article who developed creative spaces within the framework of various competitions held by the Agency strategic initiatives to promote new projects. In the past few years, support for industries related to the so-called creative economy has been gaining weight at the federal level.

The article analyzed multiple publications on the topic and provided a rationale for the influence of non-productive creative sectors of the economy on the development of regions. In particular, due to the development of the tourism industry, the Baikal region has every chance of stable economic growth. As an example, there is project to develop rural tourism in the Republic of Buryatia as part of the competition for tourist and recreational territories, held in the Russian Federation in 2020 by the Agency for Strategic Initiatives, is given. Based on the study and the experience gained from participating in the development of tourist and recreational sector, we suggest that there is a possibility of increasing the budgetary, commercial and social efficiency of the development of territories by supporting creative industries.

KEYWORDS. Creative economy, sustainable development, territorial development, integrated territorial development, tourism.

ARTICLE INFO. Received May 26, 2021; accepted July 19, 2021; available online August 31, 2021.

Исследованию экономики общественного сектора, как отрасли экономики, базирующейся на оказании различных услуг посвящено много публикаций. Ведь ВВП страны основывается не только на так называемой индустриальной экономике, но и на тех отраслях, что не выпускают материальный продукт, но при этом в них задействовано очень много людей. Пандемия, связанная с коронавирусом, еще больше усилила важность отраслей и сфер деятельности, связанных с общением человека с человеком. В настоящее время доля услуг в развитых странах составляет от 65 до 75 % от ВВП [1; 2]. Е.Г. Абрамов считает, что не все услуги, оказываемые населению и бизнесу можно отнести к креативным. Необходим элемент творчества в процессе оказания этой услуги. Например, услуга по перевозке пассажиров — это тоже услуга, но ее вряд ли можно считать креативной. Вероятно, понятие креативный и понятие инновации каким-то образом можно и нужно синхронизировать друг с другом. Например, услуги фотографирования — это своего рода определенное искусство, а искусство оно всегда креативно, а уж если съемка мероприятий или природы осуществляется с использованием инновационных технологий, то это вдвойне можно отнести к сфере креативной экономики. Такие же примеры можно провести на основе оказания туристических услуг. В целом, услуги туризма — это конечно услуги, а поскольку туризм связан с изучением досто-

примечательностей, получением эстетического удовольствия от увиденного — то туризм так же относят к креативной сфере экономики, причем обеспечивающей в определенных регионах страны и за границей существенную долю в ВВП. Однако, когда туризм в его обычно понимании становится обыденным, растиражированным походом к получению удовольствия от посещения достопримечательностей, вероятно туристические организации, оказывающие услуги обычного туризма — как посещения мест достопримечательности в чистом виде уже затруднительно признать креативными. У них не хватает признака инновационной услуги. Такие компании со временем уходят с рынка, поскольку не могут дать ничего нового, креативного своим клиентам. На их место приходят другие компании, которые смогли придумать какие-то инновационные подходы к тому же самому туризму, причем по тем же самым местам. Таким образом, необходимо глубже проанализировать понятие как самого термина *креативный*, так и понятия *креативная экономика*. В работах [1–11] приводятся мнения ученых, посвященных как терминологии, так и сравнению понятий креативная экономика, экономика общественного сектора, сервисная экономика, экономика впечатлений и т.п.

Понятие «креативная экономика» впервые появилось в американском журнале *Business Week* в августе 2000 г. Это новое понятие заинтересовало многих экономистов-исследователей, а также предпринимателей. Но так как механизм развития данного направления экономики не был предложен, это определение несколько лет было не востребовано, хотя креативная экономика набирала обороты и силу. Затем, спустя десятилетие, выходит книга Джона Хокинса с одноименным названием «Креативная экономика», где автор попытался проследить развитие креативной экономики и ее влияние в мировом масштабе [7]. Джон Хокинс выделил две ключевые характеристики креативной экономики: масштаб и объем. Масштаб — это количество людей, рабочих мест и предприятий, чья работа связана с креативом. Объем — это диапазон деятельности, в которой используется креатив. Измерить же и объем, и масштаб с экономической точки зрения можно через ВВП и то, какую долю выручка предприятий, относимых к креативным индустриям, составляет в общей выручке предприятий всех сфер экономики стране или регионе. Например, в Иркутской области доля в ВВП региона креативных индустрий находится на уровне 8 %.

Современные ученые, под креативной экономикой понимают экономику интеллекта (разума), заключенного в знаниях, умениях и навыках человека. Предметными областями креативной экономики являются теория интеллектуального капитала, экономика знаний, управление знаниями (менеджмент знаний), инновационные (в том числе высокие) технологии, информация, базы и банки знаний, информационные технологии, процессы формирования нематериальных активов и интеллектуальной собственности, коммуникационные технологии, технологии создания и использования бренд-капитала и др. На рис. 1 [2] отражена динамика преобладания креативных знаний, креативной экономики над индустриальной в рамках прохождения технических революций. Конечно же, чем дальше, тем больше ручной не интеллектуальный труд будет заменяться на труд роботов, в том числе и в сфере оказания услуг. Причем это само по себе это уже будет креативным процессом, когда робот или компьютер заменит человека, причем не только в сфере сборки запчастей на конвейере, а, например, в рисовании, вернее в штамповании нарисованных человеком картин. Но будет ли это креативной экономикой? Очевидно креативным процессом, но не сферой креативной экономики. Ведь все ученые склоняются к мысли о том, что именно человек является центральным звеном креативной экономики. То, что может сделать человек своими руками, оказать услугу другому человеку в различных сферах, связанных с искусством, а не монотонным штампованием услуг и можно считать сферой креативной экономики.



Рис. 1. Классификация экономических эпох в зависимости от соотношения в использовании материальных и нематериальных активов

В работе [3] приводится анализ численности компаний креативных индустрий, проведенный авторами в 2014 г. В различных городах Сибирского федерального круга (см. табл. 1).

Из таблицы видно, что в Иркутской области на 1 человека приходится наибольшее число фирм, отнесенных к индустриям креативной экономики, среди других городов СФО. В том числе это связано с наибольшим числом туристических фирм.

Л.Р. Зотовой [5] проводится оценка взаимосвязи понятий «творческие индустрии (creative industries)» и «креативный город». Так, в статье указывается, что еще в 1998 г. В Великобритании сформировали понятие *творческие индустрии*, как деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности». С целью оценки вклада, который приносят творческие индустрии в ВВП стран и появляется понятие «креативная экономика». В Китае, например, целью развития творческих индустрий является не увеличение числа рабочих мест или «восстановление» городов, а создание инноваций, о чем мы уже писали ранее. Основной акцент в развитии творческих индустрий делается на программное обеспечение, мультимедиа, 3D-технологии, рекламу и другие виды интеллектуальных продуктов.

Таким образом, с помощью эмпирических методов исследования на основе публикаций различных ученых мы провели анализ различных подходов к понятию креативная экономика. Креативная экономика на сегодняшний день находится в сложных условиях как с точки зрения методологической базы так и с точки зрения содержания преподавания. С некоторой осторожностью можно сказать, что процесс изучения креативной экономики и смежных дисциплин, всегда занимавших особое место в исследованиях, претерпел наибольшие изменения так как находится в верхнеуровневом сценарии будущего.

**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	61 420	632 848	421 453	335 760	612 973	544 006	1 035 528	1 547 910	1 166 092	557 179	113 986	173 205	7 202 360
Теле-, радиокomпании	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	118	172	51	18	5	14	622
Web-студии	1	53	15	9	52	43	76	127	66	59	6	15	522
Дизайн-студии	10	199	79	31	244	172	275	501	256	118	12	29	1 926
Архитектурно-строительные компании	21	141	52	14	7	8	4	25	5	87	13	25	402
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	3 100
Итого компании креативной индустрии (ед.)	99	1 055	451	216	1 180	728	1 451	2 358	1 322	786	131	223	10 000
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

На сегодняшний день любой регион заинтересован в том, чтобы оптимально интегрироваться в мировую систему, став полноценным ее участником. Одним из главных направлений в этом процессе являются сильные устойчивые города и населенные пункты. Так, приняв за основу Цели Устойчивого развития ООН (ЦУР) и в частности № 11¹ мы стремимся улучшить качество жизни применяя общепри-

¹ Цель 11: Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической устойчивости городов и населенных пунктов // Цели в области устойчивого развития. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/cities/>.

нятые стандарты такие как ISO 37101² и ISO 37120³ и другие, направленные на качественное изменение территории для устойчивого развития и сохранения человеческого капитала. Одним из основных признаков креативной экономики является креативное проектирование, но, размышляя сегодня об инновационных процессах в управлении, мы, к сожалению, забываем о креативном подходе. Всегда ли стремление региональной и муниципальной власти совпадает с общекультурной тенденцией? Всегда ли территории оказываются в нужном русле международного потока?

Рассматривая проблему становления и развития креативной экономики, определился неизученный аспект данной темы. Данная статья лишь попытка восстановить некоторые пробелы, отойти от распространенного анализа понятийного аппарата и внутренней динамики развития креативной экономики к акцентированию ее социокультурной обусловленности и практической реализации. Поскольку креативная экономика не есть нечто неизменное, а представляет собой развивающуюся целостность, то возникает проблема систематизации опыта и качественного применения его на практике разработки и реализации проектов развития территорий. Постановка подобной задачи — первый шаг в области наших исследований.

Поскольку демаркация между креативной экономикой и традиционной экономикой весьма зыбка, проблема обозначенная выше включает в том числе и проблему отсутствия методологии расчетов социально-экономических эффектов при применении технологии креативной экономики — это следующий этап наших исследований.

При раскрытии темы следует учитывать политические, экономические, социальные и демографические факторы, которые оказали влияние на состояние развития креативной экономики в период COVID 19 когда произошел быстрый скачок в изменении форматов объектов недвижимости, принципов зонирования и функционального назначения и продвижения территорий. Тем самым мы можем определить, что новый период развития креативной экономики формируется, отвечая на определенную потребность общества, оказывая заметное воздействие на развитие всех сфер, связанных с территориальным развитием.

Как пример, Тилбург (Голландия) отходя от традиционной модели «выбрал для себя совершенно новую форму городской администрации, которая стала известна под именем «Тилбургской модели (Tilburg Model), где город рассматривается как холдинговая компания» [6, с. 44].

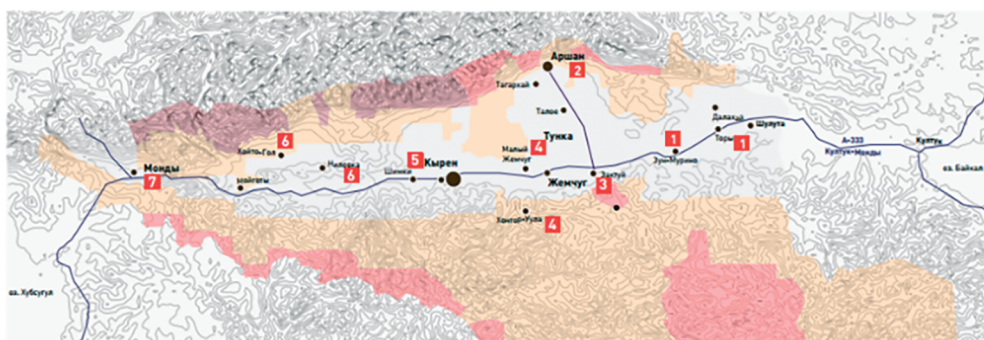
Как уже было сказано выше, близость Байкала порождает большое число туристических фирм в структуре креативных организаций в Иркутской области. Такая же ситуация и в Республике Бурятия. Однако с учетом некоторых особенностей, свойственных этой республике. Говоря про прямую связь слов *креативный* и *инновационный* применительно к туризму, можно сказать, что необходимо провести демаркацию в креативной экономике и разделить ее как минимум на два уровня. К организациям первого уровня можно отнести организации, относимые традиционно к отраслям креативной экономики и оказывающие услуги населению, не применяя инновационных подходов по оказанию таких услуг. К организациям второго, более продвинутого уровня по степени креативности, следует относить организации, внедряющие различные инновационные формы и способы оказания услуг населению. Например, в сфере туризма к инновационным компаниям второго уровня по степени креативности можно отнести компании, занимающиеся сельским туризмом, экотуризмом, научным туризмом, приключенческим туризмом, кино туризмом, индустриальным туризмом, космическим туризмом, фестивальным туризмом, апи-туризмом и др.

В 2020 г., например, при разработке проекта концепции туристско-рекреационного комплекса Национальный парк «Тункинский», мы увидели глобальные изменения в структуре потребления и поведенческих стереотипов, что позволило

предложить уход от модели МОНОПАРК к ПАРК многофункциональный. Наполнив территорию проекта (1,1 млн га) новыми функциями и сервисами члены Консорциума, который работал над развитием ТРК «Тункинская долина», создали основу для применения технологий креативной экономики, сформировав экосистему семи центров устойчивого развития в Тункинской долине (рис. 2). Каждый центр имеет свою специализацию, основанную на разработанных сценариях для туристов, что позволяет построить комфортную потребительскую среду вокруг уже сложившихся сценариев и даст возможность снять антропогенную нагрузку с перегруженных природных объектов показа.

Каждый центр имеет свою тематику, сосредоточен в одном или нескольких населенных пунктах и взаимодополняет друг друга, создавая единую экосистему парка.

Географически первый из них — «АГРОЭКОХАБ» (рис. 3) располагается в границах поселков Шулуты, Зун-Мурино, Торы, Далахай с культурным центром Бухэ-Нойона.



Центры туризма ТРК:

- | | |
|---|---|
| <p>1 АГРОЭКОХАБ с культурным центром Бухэ-Нойона.
Центры: Шулуты, Зун-Мурино, Торы, Далахай</p> <p>2 «Поселок-курорт «Аршан».
Центр: Аршан</p> <p>3 «Центр активного туризма».
Центр: Зактуй</p> <p>4 «Центр отдыха и традиционного оздоровления»
Центры: Жемчуг, Хонгор-Уула</p> | <p>5 «Научно-образовательно музейный комплекс». Центры: Кырен, Шимки</p> <p>6 «Природно-оздоровительный центр».
Центры: Ниловка, Хойто-Гол</p> <p>7 «Ворота «Восток-Запад».
Центр: Монды</p> |
|---|---|



Рис. 2. Семь центров устойчивого развития Тункинской долины

В данном проекте нами впервые введено новое понятие «АГРОЭКОХАБ» — модель зонального центра, как локального аграрного, экологически ориентированного научно-инновационного и интеграционного формирования, включающего в себя сельскохозяйственные производственные, перерабатывающие и сбытовые организации, научную и учебно-производственную базу региональных научных центров и ВУЗов, выставочный центр, развитую инфраструктуру логистики и хранения, центр событийности территории. В отличие от традиционных кластерных, сетевых структур в проекте зонального «АГРОЭКОХАБА» обосновано создание лабораторно-сертификационного, туристско-рекреационного, эколого- и культурно-просветительского центров.



Рис. 3. Проект первого центра устойчивого развития «АГРОЭКОХАБ»

Туризм, как основная ставка в данном проекте, продуктивно развивается как акт гостеприимства, поэтому «АГРОЭКОХАБ» в рамках развития экотуризма призван обеспечить всем участникам жизненного цикла центра качественное питание, места размещения, экосувениры, экопросвещение и оздоровление.

Как производитель, «АГРОЭКОХАБ» планируется, что будет включать: производство, сертификацию, доставку. Такая модель — самый короткий путь от производителя экологической сельскохозяйственной продукции к потребителю. Планируется, что «АГРОЭКОХАБ» будет работать и как вспомогательное направление в национальном парке (Поставка экопродуктов и экосувениров) и как самостоятельная туристическая территория. Таким образом, «АГРОЭКОХАБ» — это территория где формируется креативная экономика в сфере экологического, сельскохозяйственного туризма, где интегрируются все виды туризма на сельской местности: активный экологический, сельский, аграрный, гастрономический, апитуризм, этнографический, лечебно-оздоровительный, детский познавательный, событийный.

Это позволило сформировать концепцию мастер-плана в которую вошли: визит-центр «Шулуты», Культурный центр Бухэ-Нойона, Скульптурный комплекс «Встреча», Международный центр агротуризма, Центр апитуризма, Научно-исследовательская и образовательная база Тункинской долины, Кооператив с/х предприятий по производству органической продукции «АГРОЭКОФЕРМЫ» с территориями для агротуризма, Центр ландшафтного дизайна, Центр лесоразведения, Центр изучения и восстановления водных биоресурсов, Центр изучения и восстановления дикоросов, Опытно-учебное предприятие по производству органических удобрений «Baikal Alin», Туристический фаблаб, Креативный хаб, Тревелхаб, Биосферный парк, филиал Центра детского познавательного туризма «Приключения Новика», подразделение центра

компетенций по экотуризму, экодеревня глемпингов, придорожный кемпинг, этническая деревня (Гостиницы и гостевые дома), ресторанчики и тематические кафе.

На базе Проектного офиса Байкальского государственного университета совместно с преподавателями университета был проработан первый этап «АГРОЭКОХАБА» и сформирована модель «Школа — центр экопросвещения и кооперации» рис. 4.

В рамках проектного обучения преподавателей была разработана дорожная карта первого этапа проекта рис. 5

Все это позволило интегрировать проект в федеральные и региональные программы, нацпроекты и конкурсы как показано на рис. 6. и предложить пакет мер для зоны экономического благоприятствования туристско-рекреационного типа. (рис. 7).



Рис. 4. Школа — центр экопросвещения и кооперации

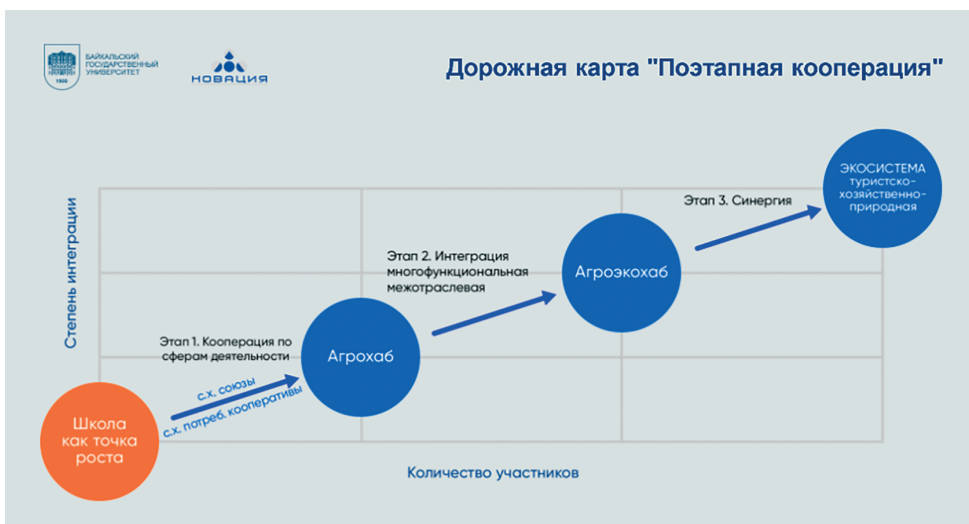


Рис. 5. Дорожная карта первого этапа проекта

Описывая сформированную модель устойчивого развития территории важно отметить, что по итогу у нас получился проект дестинации экологического туризма на границе Европы и Азии на базе консолидации возможностей Национального парка «Тункинский» и муниципального образования, с развивающейся креативной экономикой, обеспечивающей баланс новых отношений Природы и Человека.

Все это дает нам возможность подтвердить то, что «креативная экономика связана с оригинальной специфической формой экономического мышления, которая отличается от традиционных логических типовых схем; способностями вносить

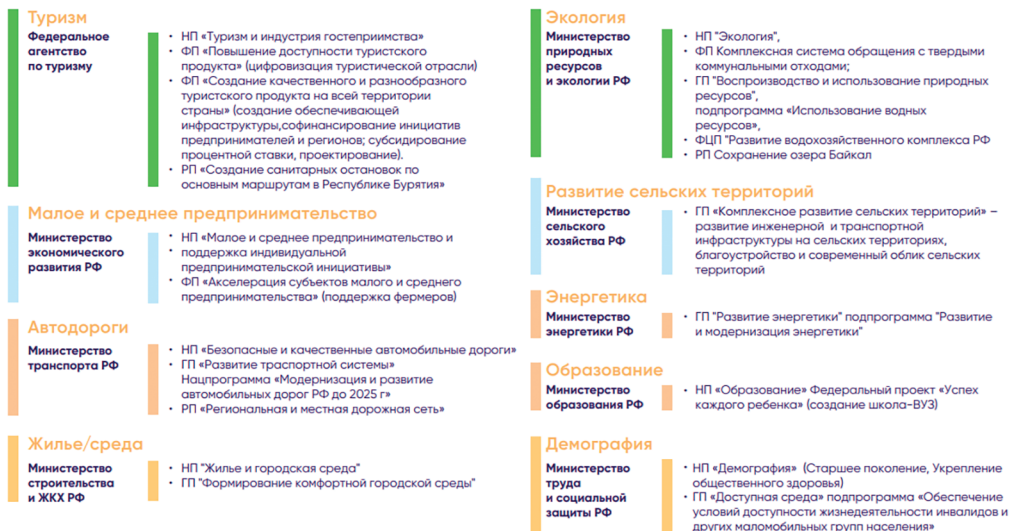


Рис. 6. Интеграция проекта в систему программ и проектов

Налоговые льготы	Вид налога	Обычная ставка	Льготная ставка	Срок действия льготы
	Налог на прибыль	20%	13,5%	На 10 лет
	Налог на имущество	2,2%	0%	На 10 лет
	Земельный налог*	1,5%	0%	На 5 лет
	Страховые взносы	30%	-	-

*устанавливается представительным органом местного самоуправления

Гранты в форме субсидий

- до 1 млн. руб. на развитие экологического туризма
- до 1 млн. руб. на развитие сельского туризма
- до 1 млн. руб. на развитие социального туризма
- до 1 млн. руб. на продвижение туристского потенциала Республики Бурятия

Субсидии до 90% на поддержку и развитие малого предпринимательства в сфере туризма

Земельный участок в аренду без торгов при проекте от 30 млн. руб.

Рис. 7. Пакет мер для зоны экономического благоприятствования туристско-рекреационного типа

что-то оригинальное и новое в практическую деятельность; постоянной готовностью решать нестандартные ситуации и вопросы»⁴.

Как новая форма аграрного и экологического туризма «АГРОЭКОХАБ» является механизмом комплексного развития сельских территорий через сохранение и эффективное использование природных ресурсов, историко-культурного наследия и сельскохозяйственного потенциала.

Особенностью проекта являются созданные условия для развития агротуризма через участие в традиционном сельском труде, в сельскохозяйственном производстве, при котором туристы будут совмещать участие в проектах сельхозпроизводителей и активный экологический отдых. Это создаст дополнительные возможности для реализации предпринимательских инициатив на территории особо охраняемых природных территориях.

Модель «АГРОЭКОХАБА» также будет способствовать развитию основных и новых видов сельскохозяйственной и туристической деятельности, что обеспечит увеличение основного и дополнительного источника дохода в бюджеты разных уровней. Примерный укрупненный расчет инвестиций в проект комплексного развития ТРК Тункинская Долина показан на рис. 8:

Сводный сметный счет проекта

Сумма проекта, тыс. руб.



9 303 620 тыс. руб.

общий бюджет на развитие территории

Показатели эффективности проекта

Срок окупаемости для предпринимателя **6 лет**
Срок возврата бюджетных инвестиций с учетом мультипликативного эффекта **9 лет**



Более 30% рентабельность для предпринимателей
1,3 млн чел посетителей в год

	2021	2025	2030
Прирост выручки, тыс. руб (с мультипликативным эффектом)			
	2 444 255	13 239 313	30 428 231
Прирост годовой прибыли, тыс. руб (с мультипликативным эффектом)			
	641 277	3 596 309	9 310 814
Прирост чистой прибыли, тыс. руб (с мультипликативным эффектом)			
	55 203	634 643	1 643 085

Рис. 8. Укрупненный расчет инвестиций в проект

По итогу конкурса Туристско-рекреационных кластеров, который проводило Агентство стратегических инициатив в 2020 г., а также проводимого в 2021 г. акселератора развития креативных индустрий в регионах *RurbanCreativeLab*, авторам статьи вместе с другими участниками и первого и второго акселератора удалось сначала вывести республику Бурятию в число 10 регионов победителей, а затем Иркутскую область в области развития креативной экономики так же в 10-ку финалистов. Причем, что в первом случае, что во втором случае авторы статьи занимались в проекте разработкой стратегии развития и экономическим обоснованием развития креативных индустрий, что подтверждает очевидный факт — за креативной экономикой будущее в Байкальском регионе, а созданный для этого региональный Продюсерский центр *Байкальская Сибирь*, в рамках акселерато-

⁴ Креативная экономика и ее развитие // Справочник от Автор24. URL: https://spravochnick.ru/ekonomika/kreativnaya_ekonomika_i_ee_razvitiye.

ра АСИ *RurbanCreativeLab* должен в первую очередь разработать региональную нормативную базу для функционирования Продюсерского центра, определиться с тем, какие отрасли для Иркутской области являются приоритетными при решении задачи повышения ВВП от этих отраслей. В дальнейшем планируется уделить внимание именно экономическому и нормативно-правовому обоснованию функционирования креативных индустрий в Иркутской области, то есть развития региональной креативной экономики.

Список использованной литературы

1. Абрамов Е.Г. Феномен креативной экономики в бизнесе / Е.Г. Абрамов, О.Н. Мельников // Вопросы инновационной экономики. — 2011. — № 1 (1). — С. 36–43.
2. Абрамов Е.Г. Мы вошли в эпоху креативной экономики: четвертая волна или креативная экономика как экономическая эпоха начала XXI века / Е.Г. Абрамов // Российское предпринимательство. — 2012. — № 2 (100). — С. 72–78.
3. Бадлуева М.П. Новые тенденции функционирования и развития социально-экономической системы региона: развитие креативного потенциала / М.П. Бадлуева, А.Б. Аюрзанайн. — DOI 10.18334/се.9.8.576 // Креативная экономика. — 2015. — Т. 9, № 8. — С. 947–962.
4. Долгова И.В. Возможности применения маркетинга впечатлений в продвижении территории: теоретические и практические аспекты / И.В. Долгова. — DOI 10.18334/err.8.2.39087 // Экономика, предпринимательство и право. — 2018. — Т. 8, № 2. — С. 95–110.
5. Зотова Л.Р. Креативный город: творческие индустрии и развитие городов / Л.Р. Зотова. — DOI 10.18334/се.9.11.2085 // Креативная экономика. — 2015. — Т. 9, № 11. — С. 1465–1490.
6. Лендри Ч. Креативный город / Ч. Лендри ; пер. с англ. В. Гнедовского, М. Хрусталевой, М. Гнедовского. — Москва : Классика-XXI, 2006. — 397 с.
7. Левченко И.И. Значение «креативной экономики» в современном инновационном развитии: зарубежный опыт / И.И. Левченко // Креативная экономика. — 2014. — № 12 (96). — С. 44–54.
8. Мыльникова Е.М. Модель привлекательности территории — «многоугольник территориальной привлекательности» / Е.М. Мыльникова, Н.П. Нагибина, О.В. Якупова. — DOI 10.18334/ео.9.2.40662 // Экономические отношения. — 2019. — Т. 9, № 2. — С. 1321–1328.
9. Старикова М.С. Креативный потенциал как основа инновационного развития / М.С. Старикова, Э.А. Безуглый, В.В. Шахов. — DOI 10.18334/vines.8.2.39150 // Вопросы инновационной экономики. — 2018. — Т. 8, № 2. — С. 235–254.
10. Свинцицкая О.Н. Креативная экономика и креативные индустрии : учеб. пособие / О.Н. Свинцицкая, В.А. Ткачук. — Житомир : Изд-во Житомирского политехн. ун-та, 2020. — 218 с.
11. Фьерару В.А. Разработка программы формирования креативных кластеров в Санкт-Петербурге / В.А. Фьерару. — DOI 10.18334/се.10.12.3714 // Креативная экономика. — 2016. — Т. 10, № 12. — С. 1481–1488.

Информация об авторах

Астафьев Сергей Александрович — доктор экономических наук, заведующий кафедрой экономики строительства и управления недвижимостью, директор Проектного офиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: astafievs@mail.ru.

Хомкалов Геннадий Владимирович — доктор экономических наук, профессор, кафедра экономики строительства и управления недвижимостью, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: hgv1950@mail.ru.

Толстоухова Илона Сергеевна — магистрант, кафедра экономики строительства и управления недвижимостью, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: 89021775747@mail.ru.

Authors

Sergey A. Astafyev — D.Sc. in Economics, Head of the Department of Construction Economics and Real Estate Management, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: astafievsa@mail.ru.

Gennadiy V. Khomkalov — D.Sc. in Economics, Professor, Department of Construction Economics and Real Estate Management, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation; e-mail: hgv1950@mail.ru.

Iлона S. Tolstoukhova — Master's Degree Student, Department of Construction Economics and Real Estate Management, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: 89021775747@mail.ru.

Для цитирования

Астафьев С.А. Креативная экономика как ключевой элемент устойчивого развития территорий / С.А. Астафьев, Г.В. Хомкалов, И.С. Толстоухова. — DOI 10.17150/2411-6262.2021.12(3).16 // Baikal Research Journal. — 2021. — Т. 12, № 3.

For Citation

Astafyev S.A., Khomkalov G.V., Tolstoukhova I.S. Creative Economy as a Key Element of Sustainable Territorial Development. *Baikal Research Journal*, 2021, vol. 12, no. 3. DOI: 10.17150/2411-6262.2021.12(3).16. (In Russian).