



Цифровая и креативная экономика в современном пространстве

Михайлова А.В.¹

¹ Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, Якутск, Россия

АННОТАЦИЯ:

Работа посвящается оценке развития цифровой и креативной экономики в рамках формирования постиндустриального и информационного общества. Статья содержит заключение о связи между цифровой и креативной экономикой и обозначения общих точек соприкосновения. Фундаментом роста цифровой и креативной экономики являются данные на 3-х уровнях: экономические сферы, цифровая среда и институт развития и поддержки. Важно учитывать, что главное различие цифровой и креативной экономики заключается в создаваемой добавочной стоимости через капитализацию стоимости интеллектуальных вкладов. Это обеспечение производства, промышленности, бизнеса и прочих экономических сфер, когда ключевая добавленная стоимость возникает благодаря технологиям. Сделано заключение о том, что в сегодня зарождаются новые креативные слои, которые автором предлагаются называться креатосферой. В цифровой и креативной экономике креатосфера является средой формирования потенциала человека.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: цифровое пространство (среда), информационное общество, креативная экономика, креатосфера, цифровая экономика.

Digital and creative economy in the modern space

Mikhaylova A. V.¹

¹ North-Eastern Federal University in Yakutsk (NEFU), Russia

Введение

В современном мире нельзя обойтись без информационной технологии, меняющей и облегчающей разные отрасли, открывающей рыночный новый потенциал. Возникновение новой цифровой инфраструктуры, разработка технологий цифровой коммуникации и вычислительной техники провоцирует рождение новых возможностей в сфере информационных технологий, их интеграцию в экономическую и социально-политическую общественную жизнь, формирование новой системы международной экономики – *цифровой*.

Впервые понятие «информационной экономики» было обозначено в 1976 году Марком Поратом, который являлся работником в Стэнфордском центре междисциплинарного анализа.

Что представляет собой информационная экономика? Она является современной стадией развития цивилизации, характеризующейся главенствующей ролью творческого труда и информативных продуктов. Во-вторых, указанное выше понятие может означать экономическую теорию информационного социума.

В соответствии с последним критерием, Америка пребывает на окончательной стадии трансформации экономики в информационный тип, одновременно с тем, как РФ для этого требуется двигаться больше 30 лет.

Специалистами выделяется несколько ключевых аспектов, на базе которых можно говорить, что экономика стала информационной:

- социально-экономическая характеристика (если половина населения в обществе и больше задействована в области информационных услуг, то это указывает на то, что такое общество и есть информационное);
- техническая характеристика (срок общественной информатизации не должен быть свыше 6 десятков лет).

Цифровая экономика основывается на разработке электронной продукции и сервисов высокотехнологичным бизнес-организациям и сбыте данного товара через электронную коммерцию.

Представляется цифровая экономика 3-мя уровнями, благодаря тесному взаимодействию влияющими на жизнь общества и граждан в целом:

ABSTRACT:

The work is devoted to assessing the development of the digital and creative economy in the formation of post-industrial and information society. The article contains the conclusion about the relationship between digital and creative economies and the designation of common points of contact. The basis for the growth of the digital and creative economy are data at 3 levels: economic spheres, digital environment and the Institute of development and support. It is important to bear in mind that the main difference between the digital and creative economies is the value added through the capitalization of the value of intellectual contributions. This is the provision of production, industry, business and other economic spheres, when the key value added arises due to technology. Thus, the author jumps into conclusion that in today new creative layers emerge, and they can be called createsphere. In the digital and creative economy createsphere is the environment of formation of human potential.

KEYWORDS: digital space (environment), information society, creative economy, createsphere, the digital economy

JEL Classification: L15, L86, O33

Received: 04.01.2018 / **Published:** 31.01.2018

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Mikhaylova A.V. (Mikanya23@mail.ru)

CITATION:

Mikhaylova A.V. [2018] Tsifrovaya i kreativnaya ekonomika v sovremennom prostranstve [Digital and creative economy in the modern space]. Kreativnaya ekonomika. 12. (1). – 29-42. doi: 10.18334/ce.12.1.38783

- технологии и платформы,
- экономические отрасли и рынки,
- фундаментальные условия (пространство, создающее условия для формирования технологий и платформ, в том числе для продуктивного взаимодействия рыночных субъектов и сфер экономики, охватывающей нормативное регулирование, безопасность информации, кадры, информационную инфраструктуру).

Исследователями (Бузгалин А.В. (2017), Mikhailova, Vinokurova (2017), Аликперов И.М. (2017), Абанкина Т.В. (2017)) проводится работа над анализом терминов цифровой и креативной экономики в рамках информационного и постиндустриального общества.

Доктор экономических наук, профессор Лисовская Л.Г. полагает, что: «развитие современной экономики побуждает нас к поиску путей формирования экономической теории так, чтобы ею охватывались новые организации и структуры, которые создавались бы по мере цифровизации и глобализации современного мира» [17, с. 112] (*Lisovskaya, 2017*).

Евтяновой Д.В. понимается, что под «цифровой экономикой» представлено автоматизированное регулирование хозяйства на базе информационной передовой технологии; экономический новый стандарт, который опирается на продуктивное информационное управление производственными системами и для которого требуется современный мир, чтобы осуществлять успешный экономический рост. Чтобы осуществить новый уклад, необходимо повсеместно внедрять цифровые управленческие платформы, соответствующие конкретным критериям, выполняющие определенные функции» [10, с. 54] (*Evtyanova, 2017*).

По нашему мнению, цифровой экономикой является сфера деятельности, где основным производственным фактором представлена информация в цифровой форме, а ее обработка и применение в большом объеме способствует повышению качества, продуктивности и эффективности в разных производственных отраслях, а также в сферах оборудования и технологий в процессе потребления, доставки, продажи и хранения продукции и услуг.

К предмету цифровой экономики относятся законы и экономические отношения. Отношения возникают при производстве, обмене, перераспределении и потреблении научно-технических данных через информационные цифровые технологии, а формирование таких процессов подчиняется законам экономики.

ОБ АВТОРЕ:

Михайлова Анна Викторовна, заведующий кафедрой социологии и управления персоналом, кандидат экономических наук (Mikanya23@mail.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Михайлова А.В. Цифровая и креативная экономика в современном пространстве // Креативная экономика. – 2018. – Том 12. – № 1. – С. 29-42. doi: [10.18334/ce.12.1.38783](https://doi.org/10.18334/ce.12.1.38783)

Цифровая экономика относится к основному направлению развития государства до 2025 года. Принята стратегия формирования информационного общества в РФ на период с 2017 по 2030 годы. В ближайшие десять лет каждая рыночная отрасль, направления деятельности подлежит переориентированию согласно требованиям новых экономических цифровых моделей. Мы придерживаемся выводов следующих аналитиков: Рожанская А.Г., Кулик А.М., Коряков Д.П.: «рост цифровой экономики воздействует не только на внешнюю и внутреннюю бизнес среду, но и на политические правительственные функции. Со стороны организации, интернет помогает любым компаниям сбывать свой товар по всему миру, в том числе с капитальными незначительными инвестициями; сокращать расходы; существенно увеличивать продуктивность и эффективность деятельности» [16, с. 64] (*Kulik, Koryakov, Rozhanskaya, 2017*).

Принята программа «Цифровая экономика РФ», ориентированная на обеспечение условий для формирования общества знаний в государстве, увеличения качества и благосостояния жизни граждан нашего государства через повышение качества и доступности услуг и товаров, выполненных в цифровой экономике с применением цифровых современных технологий, увеличения уровня цифровой грамотности и информированности, улучшения качества и доступности госуслуг для граждан, в том числе безопасности, как за пределами государства, так и внутри страны.

Ашхотовым А.М., Османовой В.П. отмечается, что «формирование креативной экономики осуществляется на базе промышленного системообразующего ядра, вокруг которого происходит развитие расширяющегося эффективного слоя постиндустриального вида хозяйственной деятельности. В связи с чем при определении продуктивности разных вариантов промышленного роста разработка повышенной добавленной валовой стоимости не является приоритетным аспектом. Ключевым критерием продуктивности промышленности становится обеспечение рабочих мест и доходов населения в продолжительной воспроизводственной цепочке» [4, с. 90] (*Ashkhotov, Osmanova, 2013*). Иными словами, креативная экономика относится к основе обеспечения развития производительности труда, добавочного капитала и, как следствие, увеличения качества существования трудовых ресурсов.

Фроловой С.В. делается заключение, что «креативная экономика является довольно расплывчатым термином. В различных мировых государствах в разное время в нее входили различные рынки. Однако их объединяет одна общая характеристика. Эти отрасли деятельности основываются на применении человеческих умений и знаний. Товар креативной экономики – услуги и продукты, возникновение которых нереально без активного задействования их разработчика» [23, с. 168] (*Frolova, 2017*).

К примеру, в большинстве субъектов РФ в 21 столетии традиционным промышленным сферам отводилась ключевая роль обеспечения региональных валовых продуктов. Так, к примеру, Республика Саха в Якутии является важным горнодобывающим и минерально-сырьевым регионом России, ей отводится ведущее место в государстве в сфере добычи сурьмы, золота, алмазов. В существенных масштабах для экспортных

и внутренних целей производится добыча нефти и угля, для внутренней потребности добывается платина, природный газ, строительные материалы, камнецветное сырье и иные полезные ископаемые. Согласно рейтингу суммарных запасов различных типов природных ресурсов, Якутии отводится первое место в государстве. Удельная масса всех запасов полезных ископаемых в минерально-сырьевом потенциале РФ в Якутии достигает: 82 % по алмазам, 17 % по золоту, 61 % по урану, 82 % по сурьме, 6,2 % по железной руде, 40 % по углю, 28 % по олову, 8 % по ртути¹. Есть существенные запасы вольфрама, свинца, серебра, редкоземельных элементов. Важное значение отводится региональному управлению, определена прямая взаимосвязь между промышленным и региональным ростом. Это фундамент развития в креативной экономике. Согласимся с точкой зрения Ашхотова А.М., что «для современной промышленности имеют значение сегменты обрабатывающего производства и отрасли, которые связаны с разработкой полезных ископаемых. Однако увеличение долевой части промышленности в отечественной экономике сопровождается сокращением процента обрабатывающих заводов индустриального сегмента экономики. В контексте развития креативной экономики такая тенденция требует усиленного взаимодействия регионального и промышленного роста» [5, с. 82] (Ashkhotov, 2013).

Креатосфера является особым сектором экономики, который основан на интеллектуальной работе. Ключевыми характеристиками представлены:

- важная роль новой технологии и открытия в различных сферах человеческой деятельности;
- мвысокий уровень неопределённости;
- большая масса уже существующих познаний и острая необходимость генерировать новые знания.
- «Креатосфера» состоит из трех слагаемых:

Первое – ресурс творческой работы – каждый феномен культуры, в том числе итог социальной, художественной, технической, образовательной, научной работы, которые можно отнести к новой культурной ценности (при всех трудностях определения новизны это является рабочей формулировкой креатологии). Креатосфера представляется миром, который качественно отличается от материи, традиционно анализируемой экономистами, в которой ресурсы всегда ограничиваются с «технической» позиции.

Вторым слагаемым креатосферы является процесс творческой работы. Субъектом творческой работы в современном мире представлено не только лицо свободной профессии, не только менеджмент и финансовая «элита», но и все «массовые», «рядовые» креативные сотрудники – библиотекари, инженеры, художники, врачи, учителя, рекреаторы общества и природы.

¹ Информация об экономической ситуации в Республике Саха (Якутия) // <http://old.sakha.gov.ru/node/1106> (дата обращения 10.01.2018)

Третьим слагаемым креатосферы является продукт творческой работы, который с «технологической» позиции так же не ограничен, как и его ресурсы. Вследствие этой позиции в креатосфере возможна «собственность всех на все».

Профессором, доктором экономических наук Степановым А.А., кандидатом экономических наук, доцентом Савиной М.В. предоставлена терминология креативной экономики. «Креативная экономика является совокупностью социально-экономических специальных взаимоотношений, которые возникают по вопросам потребления, обмена, производства, перераспределения, базируемых на нетрадиционных, нестандартных, не копируемых стратегиях, концепциях, идеях, мероприятиях, формирующих эффективное решение социально-экономических вопросов на основании новых познаний, принципиально качественно других решений» [22, с. 104] (*Stepanov, Savina, 2013*). Благодаря такому подходу, по нашему мнению, применяется понятие креативности, креативной личности, инноваций. Однако важно знать, что в креативной экономике формируется новый креативный класс, категория креатосферы. Мы делаем заключение на основе позиции исследователей Савиной М.В. и Степанова А.А. «На стадии формирования инновационной экономики все чаще появляется и будет продолжать появляться необходимость в создании новых методических, методологических, теоретических и практических способов и подходов активизации, продуктивного и рационального применения креативно-интеллектуального потенциала человека в качестве основного источника, стратегического средства продуктивного применения основной производительной человеческой силы в постиндустриальном социуме» [22, с. 105] (*Stepanov, Savina, 2013*).

Действительно в креативной экономике и обновленном информационном обществе потенциал человека является основой развития. Исследователем Журавлевым В.А. отмечается, что «ключевыми факторами развития креативной экономики представляется потенциал человека, инвестиции, инновации, внутренний спрос; обеспечивающими критериями представлены продуктивный, производственный, инвестиционный, креативный, инновационный и социальный менеджмент; дополнительным критерием становится спрос извне» [11, с. 52] (*Zhuravlev, 2010*).

Кроме этого, креативную экономику можно характеризовать с позиции креативного подхода, который основан на проектном мышлении, креативном воображении (т.е. моделировании), практической направленности.

Согласимся с американским популярным социологом Ричардом Флорида, доказывающим, что постиндустриальная экономика относится к основе креативного класса. Руководствуясь выводом Фроловой С.В., «принципиальна для них конкретная «плотность» культурного пространства, творческие условия и атмосфера толерантности» [23, с. 165] (*Frolova, 2017*). Мы полагаем, что другой креатокласс обуславливается повышенной мобильностью, направленностью на реализацию творческого потенциала и поиск комфортного и благоприятного места проживания.

Абанкина Т.В. в своей исследовательской работе делает заключение о том, что «современная концепция защиты культурного наследия основана на идее увеличения качества его применения, и что возрастание креативного потенциала вместе с систематической поддержкой творческой индустрии – это ключевая задача стратегического обеспечения муниципалитетов и регионов в постиндустриальный период» [1, с. 100] (*Abankina, 2017*).

Исследователем Каменских М.А. проводился анализ, в котором сделано заключение о том, что имеется разница между финансовыми источниками в рамках креативной экономики: «отличие в финансировании НИОКР в РФ и Америки очевидно. В РФ инвестирует в креативность в основном страна, и его доля только увеличивается. В Америке в креативность инвестируют предприятия, и их доля также повышается» [14, с. 18] (*Kamenskikh, 2013*). Следовательно, институциональной моделью в креативной экономике становится взаимодействие компаний. Очередной формой может оказаться частно-государственно партнерство. Задачей такого партнерства является задействование инфраструктурных инвестиций и задействование финансирования от частных структур. В РФ в силу вступил 01.01.2016 года ФЗ от 13.07.2015 года под номером 224-ФЗ «О муниципально-частном партнерстве и государственно-частном партнерстве в РФ и внесении корректив в некоторые законодательные нормативы РФ».

Vinokurova U.A. и Mikhailova A.V. обосновали концепцию креатосферы Арктики. «Определен культурно-природный источник Арктической креатосферы. Используя пример самого масштабного региона РФ, мы рассмотрели источники развития богатства – Республики Саха в Якутии. В настоящее время Якутия является одним из крупных культурных регионов в северо-восточной части РФ. Самобытная и богатая культура Якутии по праву относится к общенациональному достоянию страны. В связи с этим защита и последующее развитие культурного и уникального духовного наследия народности Севера является задачей первостепенной важности. Народная культура населения Республики Саха в Якутии отличается традициями, которые идут из глубин столетий. Люди, которые освоили суровую, при этом красивую арктическую природу, регулярно обогащают новыми творениями древнейшую территорию Олонхо. Фундаментом креатосферы становится человеческий вклад и пространственное обеспечение. Природно-культовые места, культурное наследие арктических земель – это источник самореализации, вдохновения и творческого начала креатосферы Арктики» [25, с. 583] (*Mikhailova, Vinokurova, 2017*).

В действительности фундаментом креатосферы служат творческий потенциал, креативная индустрия и трудовые ресурсы. Согласимся с мнением кандидата экономических наук Аликперова И.М., который выделил требования в рамках формирования креатосферы: «требования к производственной силе, требования к пользователю, требования к творческой среде и требования к институциональной инфраструктуре» [3, с. 17] (*Alikperov, 2017*). Исследователем Бархатовым И.Д. определена граница креативного класса и креативной экономики, которые включают «ядро технологического

стандарта информационной экономики, индустриальной экономики, экономики инновационно-креативной экономики и знаний [6, с. 25] (*Barkhatov, Dyachenko, 2013*). Эта модель акцентирует внимание на главном компоненте – познаниях. Однако любые знания неотделимы от носителей в креативных группах. Происходит внутри общества эволюционное становление и развитие новых классов – класса креатосферы.

Исследователем Васекиной В.В. сделано заключение: «Основная ценность креативной экономики не заключается в физическом (традиционном) капитале, а выражается интеллектуальным вкладом» [8, с. 15] (*Vasekina, 2014*).

Доктором экономических наук, профессором Бузгалиным А.В. отмечается формирование креативного класса и экономики в креатосфере, выделяется «результат обеспечения общественных благ в креатосфере в виде прогресса индивидуальных человеческих качеств» [7, с. 51] (*Buzgalin, 2017*). Эта отрасль ориентирована на формирование институциональной основы личностного развития, на подготовку основы для социально-экономического прогресса. Противоположное мнение у Громыко В.В., считающей, что «креативная экономика влечет общественную сегрегацию» [9, с. 30] (*Gromyko, 2012*). Отметим, что такая позиция отчасти правильная, потому как общество расслаивается на классы традиционных экономических сфер и на классы креативных индустрий. При этом компоненты цифровой среды цифровой экономики нивелируют расслоение и сегрегацию в связи с тем, что данные элементы цифровой экономики полноценно пронизывают любые общественные взаимоотношения. Это указывает на вовлечение общественной массы в креатосферу. Подтверждение данного мнения находим у ученого Каманиной Р.В.: «Фундаментом инновационно-ориентированных моделей является солидарная практика, информация, коммуникации, наука и образование» [13, с. 171] (*Kamanina, 2017*).

Исследователем Смаглюковой Л.В. отмечается: «Развитие и применение креативного ресурса является основной задачей каждого участника экономического процесса. В рамках креативной новой экономики работа всех субъектов опирается, в первую очередь, на умение критически мыслить и создавать новые познания, что, в свою очередь, недопустимо без формирования креативного ресурса, как в рамках отдельных компаний, так и в целом в экономике. Финансирование высшего образования помогает сформировать высококвалифицированных сотрудников, высококвалифицированная деятельность которых влияет на динамику экономического развития» [21, с. 59] (*Smaglyukova, 2013*). Полагаем, что из всей разновидности инвестиций в общественные инновации самой значимой является вложение в образование. Специальное и общее образование улучшает качество, повышает запас и уровень человеческих знаний, одновременно с этим увеличивает качество и объем капитала человека.

Абрамов Е.Г. выполнил анализ периода перехода экономики от сервисной к креативной, в основу которой заложено увеличение валового товара. Сделано заключение о том, что «формирование современных инструментов обработки и передачи данных позволяет переводить обеспечение услугами на кардинально новый уровень. В пер-

вую очередь, на уровень, когда услуги могут отделяться от субъектов и предоставляться на продолжительный срок. Главной особенностью таких услуг, в отличие от услуг, свойственных эпохе индустриальной экономики, представляется возможность ее тиражирования» [2, с. 78] (*Abramov, 2012*). Действительно, итоги, приобретаемые пользователями в креативной экономике, отделяются от субъектов, которые предоставляют такие услуги, кроме того, услуга тиражируется в масштабе, в пространстве и во времени.

Исследователем Булиной А.О. и доктором экономических наук Пашкусом В.Ю. введен критерий анализа в креативной экономике, который является брендом. Исследователи ввели «интегральный анализ силы бренда в рамках анализа «креативной индустрии», «креативных городов» и «креативных классов» [18, с. 41-42] (*Pashkus, Bulina, 2014*). Полагаем, что качественный показатель анализа бренда может отличаться субъективным характером и не отражать объективных характеристик.

Исследователь Петрова Н.И., руководствуясь результатами собственной работы, выполненной на оценке формирования интеллектуальных капиталов, креативной индустрии, пришла к заключению, что «креативной экономикой обеспечиваются новые экономические внутрирегиональные сегменты, новые виды трудовой деятельности, развивая экономическую перспективу для нового общественного обеспечения и роста» [19, с. 59] (*Petrova, 2017*). Доценты-исследователи Федорова А.В. и Петрова Н.И. определяют «факторы формирования креативных индустрий в условиях Северных регионов» [20, с. 96] (*Petrova, Fedorova, 2013*). Согласимся, что исследователями Kornilova K.A., Gromova T.V. определены «критерии креативной экономики и связь креативных индустрий с креативными классами» [24, с. 69] (*Gromova, Kornilova, 2016*).

В цифровой и креативной экономики креативные и цифровые технологии применяются в качестве основы для разработки цепочки добавленной стоимости, что увеличивает капитализацию стоимости организаций, воздействуют на повышение внутренних валовых продуктов. Возникает экосистема креативной и цифровой экономики РФ, состоящей из рыночных сегментов, в которых добавленная стоимость разрабатывается через интеллектуальные познания и цифровые (информационные) технологии.

Заключение

Определим фундаментальные точки креативной и цифровой экономики. Связь цифровой экономики и креатосферы:

1. Правовое урегулирование цифровых взаимоотношений и индустрий креативной экономики.
2. Создание профессиональных и образовательных компетенций цифровой экономики.
3. Цифровая и коммуникационная площадка для сотрудничества, обработки, хранения и обмена данными, для общения и исследовательской деятельности.

4. Самоидентификация и самовыражение представителей креативной экономики в условиях цифрового пространства.

5. Формирование интеллектуальных современных транспортных и логистических технологий в цифровом пространстве для самовыражения идентичности представителей креатосферы.

6. Креативная экономика в условиях цифрового пространства становятся драйвером развития и основой зарождения нового слоя и креатокласса.

7. Выявлены продукты креативной индустрии и креативной экономики.

8. Охрана свобод и прав в цифровой среде, «цифровое пространство доверия».

Креативная и цифровая экономика тесно взаимосвязаны и являются не только векторами технологического и социально-экономического развития регионов нашего государства, а также основой зарождения креатосферы.

ИСТОЧНИКИ:

1. Абанкина Т.В. Креативная экономика: переход к капитализации культурного наследия // Вопросы экономики. – 2017. – № 4. – с. 100-116.
2. Абрамов Е.Г. Эпоха четвертой волны или креативной экономики как экономическая эпоха 20 в // Российское предпринимательство. – 2012. – № 2. – с. 72-78.
3. Аликперов И.М. Креативная экономика в России: возможности и проблемы развития // Россия между модернизацией и архаизацией: 1917–2017 гг: материалы XX Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета: в 2 томах. Автономная некоммерческая организация высшего образования. – Екатеринбург, 2017. – с. 13-17.
4. Ашхотов А.М., Османова В.П. Креативная экономика: интеграция индустриального и постиндустриального секторов // Бизнес в законе. – 2013. – № 4. – с. 89-92.
5. Ашхотов А.М. Креативная экономика: усиление взаимодействия промышленного и регионального развития // Бизнес в законе. – 2013. – № 4. – с. 80-82.
6. Бархатов В.И., Дьяченко О.В. Инновационно-креативная экономика как альтернативный путь деиндустриализации экономики России // Журнал экономической теории. – 2013. – № 3. – с. 18-26.
7. Бузгалин А.В. Креативная экономика: частная интеллектуальная собственность или собственность каждого на все? // Социологические исследования. – 2017. – № 7. – с. 43-53.
8. Васекина В.В. Креативная экономика – стратегия развития общества XXI века // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2014. – № 5 (116). – с. 15-19.
9. Громько В.В. Понятие новой экономики, креативной экономики и прочих инноваций в теории экономики // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. – 2012. – № 3. – с. 28-36.
10. Евтянова Д.В. Создание цифровых платформ экономического управления: критере-

- рии // Экономические системы. – 2017. – № 3(38). – с. 54-57.
11. Журавлев В.А. Креативное общество и креативная экономика // *European Social Science Journal*. – 2010. – № 2. – с. 45-54.
 12. Журавлева Н.А. Цифровая экономика как основа экономики высоких скоростей // *Транспортные системы и технологии*. – 2017. – № 2 (8). – с. 47-49.
 13. Каманина Р.В. Человеческий ресурс – креативная составляющая вектора инновационного предпринимательства в Российской экономике // *Экономика отраслевых рынков: формирование, практика и развитие, самозанятость населения: правовой и экономическое регулирование: сборник материалов межвузовской научной конференции и круглого стола, 02–03 февраля 2017*. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К».ю 2017. – с. 163-172.
 14. 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.
 15. Кирсанова Ю.А. Новый путь экономики культуры: креативная экономика за рубежом и в России // *Человек. Коммуникация. Культура. Восток-Запад: Поиски культурной идентичности на постсоветском пространстве: материалы VI международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 24-25 апреля 2014 г.*. – Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения. 2016. – с. 211-213.
 16. Кулик А.М., Коряков Д.П., Рожанская А.Г. Цифровая экономика как экономика нового поколения // *Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции*. – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований», 2017. – с. 61-64.
 17. Лисовская Л.Г. Цифровая экономика в парадигме современной экономической теории // *Актуальные проблемы контекстуального анализа ситуационно-регионального многообразия социального развития России в XXI веке*. – Москва: Издательство: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова. – 2017. – с. 112-115.
 18. Пашкус В.Ю., Булина А.О. Экономика и культура: креативная экономика, государственное регулирование и подходы к оценке бренда территории // *Региональная экономика: теория и практика*. – 2014. – № 35. – с. 39-47.
 19. Петрова Н.И. Креативные кластеры Республики Саха (Якутия): проблемы, перспективы // *Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам VIII междунар. науч.-практ. конф: № 6(8)*. – Москва: Изд. «МЦНО», 2017. – с. 54-60.
 20. Петрова Н.И., Федорова А.В. Креативная экономика и экономика северного региона // *Современные тенденции в образовании и науке: Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 26 частях*. – Тамбов: ООО «Консалтинговая компания Юком», 2013. – с. 96-98.
 21. Смаглюкова Л.В. Креативная экономика и социальные инновации // *Креативная экономика и социальные инновации*. – 2013. – № 1(4). – с. 59-65.

22. Степанов А.А., Савина М.В. Креативная экономика: проблемы и сущность развития // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2013. – № 12 (60). – с. 104.
23. Фролова С.В. Современная креативная экономика // Eurasiascience: Сборник статей X международной научно-практической конференции. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Актуальность. РФ», 2017. – с. 165-168 .
24. Gromova T.V., Kornilova K.A. Creative economy as an economy of the XXI century // Российская наука: актуальные исследования и разработки: сборник научных статей II Всероссийской заочной научно-практической конференции, посвященной 85-летию Самарского государственного экономического университета: в 2 частях. – Самарский государственный экономический университет. Самара, 2016. – р. 68-71.
25. Mikhailova A.V., Vinokurova U.A. Kreatosfera of the Arctic: from idea to the concept // 4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM: 24 – 30 August, Book 1, Vol 5. DOI: 10.5593/sgemsocial2017/15/S05.073. 2017. – р. 583-590 .

REFERENCES:

- Abankina T. V. (2017). Kreativnaya ekonomika: perekhod k kapitalizatsii kulturnogo naslediya [Creative economy: Towards cultural heritage capitalization]. Eco. (4). 100-116. (in Russian).
- Abramov E. G. (2012). Epokha chetvertoy volny ili kreativnoy ekonomiki kak ekonomicheskaya epokha 20 v [The Fourth Wave or Creative Economy as an Economic Era at the Beginning of the XXI Century]. Russian Journal of Entrepreneurship. (2). 72-78. (in Russian).
- Alikperov I. M. (2017). Kreativnaya ekonomika v Rossii: vozmozhnosti i problemy razvitiya [Creative economy in Russia: opportunities and problems of development] Russia between modernization and archaism: 1917-2017. 13-17. (in Russian).
- Ashkhotov A. M. (2013). Kreativnaya ekonomika: usilenie vzaimodeystviya promyshlennogo i regionalnogo razvitiya [Creative economy: strengthening of interaction of industrial and regional development]. Biznes v zakone. (4). 80-82. (in Russian).
- Ashkhotov A. M., Osmanova V. P. (2013). Kreativnaya ekonomika: integratsiya industrialnogo i postindustrialnogo sektorov [Creative economy: integration of industrial and post-industrial sectors]. Biznes v zakone. (4). 89-92. (in Russian).
- Barkhatov V. I., Dyachenko O. V. (2013). Innovatsionno-kreativnaya ekonomika kak alternativnyy put deindustrializatsii ekonomiki Rossii [Innovative and creative economy as an alternative way deindustrializing development of Russia]. Journal of Economic Theory. (3). 18-26. (in Russian).

- Buzgalin A. V. (2017). Kreativnaya ekonomika: chastnaya intellektualnaya sobstvennost ili sobstvennost kazhdogo na vse? [Creative economy: private intellectual property or ownership by everybody of everything?]. Sociological Studies (Sotsiologicheskie Issledovaniia). (7). 43-53. (in Russian).
- Evtyanova D. V. (2017). Sozdanie tsifrovyyh platform ekonomicheskogo upravleniya: kriterii [The criteria for the creation of digital economic management platforms]. Ekonomicheskie sistemy. (3(38)). 54-57. (in Russian).
- Frolova S.V. (2017). Sovremennaya kreativnaya ekonomika [Modern creative economy] Eurasia science: a Collection of articles X international scientific-practical conference. 165-168 . (in Russian).
- Gromova T.V., Kornilova K.A. (2016). Creative economy as an economy of the XXI century Российская наука: актуальные исследования и разработки: сборник научных статей II Всероссийской заочной научно-практической конференции, посвященной 85-летию Самарского государственного экономического университета. 68-71.
- Gromyko V. V. (2012). Ponyatie novoy ekonomiki, kreativnoy ekonomiki i prochikh innovatsiy v teorii ekonomiki [The concept of a new economy, creative economy and other innovations in the theory of Economics]. Bulletin of Plekhanov Russian University of Economics. (3). 28-36. (in Russian).
- Kamanina R. V. (2017). Chelovecheskiy resurs – kreativnaya sostavlyayuschaya vektora innovatsionnogo predprinimatelstva v Rossiyskoy ekonomike [Human resource is a creative component of the vector of innovative entrepreneurship in the Russian economy] The economy of sectoral markets: formation, practice and development, self-employment: legal and economic regulation. 163-172. (in Russian).
- Kamenskikh M. A. (2013). Teoretiko-metodicheskie podkhody k ponyatiyu «kreativnaya ekonomika» i otsenka urovnya razvitiya kreativnoy ekonomiki ssha i rossii [Theoretical and methodological approaches to the concept of “creative economy” and assessment of the level of development of the USA and Russian creative economy]. Economic analysis: theory and practice. (20 (323)). 16-20. (in Russian).
- Kirsanova Yu. A. (2016). Novyy put ekonomiki kultury: kreativnaya ekonomika za rubezhom i v Rossii [Creative economy as new opportunities of the economy of culture: application of foreign experience in russia]Man. Communication. Culture. East-West: the Search for cultural identity in the post-Soviet space. 211-213. (in Russian).
- Kulik A.M., Koryakov D.P., Rozhanskaya A.G. (2017). Tsifrovaya ekonomika kak ekonomika novogo pokoleniya [The digital economy as the economy of the new generation] Collection of articles on the Results of the international scientific-practical conference. 61-64. (in Russian).
- Lisovskaya L.G. (2017). Tsifrovaya ekonomika v paradigme sovremennoy ekonomicheskoy teorii [Digital economy in the paradigm of modern economic theory]. Aktualnye problemy kontekstualnogo analiza situatsionno-regionalnogo mnogoobraziya sotsialnogo razvitiya Rossii v XXI veke. Moskva: Izdatelstvo: Rossiyskiy ekonomicheskii universitet imeni G.V. Plekhanova. 112-115. (in Russian).

- Mikhailova A.V., Vinokurova U.A. (2017). Kreatosfera of the Arctic: from idea to the concept 4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM. 583-590 .
- Pashkus V.Yu., Bulina A.O. (2014). Ekonomika i kultura: kreativnaya ekonomika, gosudarstvennoe regulirovanie i podkhody k otsenke brenda territorii [Economy and culture: creative economy, state regulation and approaches to assessing the territory's brand]. Regional Economics: Theory and Practice. (35). 39-47. (in Russian).
- Petrova N.I. (2017). Kreativnye klastery Respubliki Sakha (Yakutiya): problemy, perspektivy [Creative clusters of the Republic of Sakha (Yakutia): problems, prospects] Scientific forum: Economics and management: collection of articles based on VIII international scientific and practical Conference. 54-60. (in Russian).
- Petrova N.I., Fedorova A.V. (2013). Kreativnaya ekonomika i ekonomika severnogo regiona [Creative economy and economy of the Northern region] Current trends in education and science. 96-98. (in Russian).
- Smaglyukova L.V. (2013). Kreativnaya ekonomika i sotsialnye innovatsii [Creative economy and social innovations]. Kreativnaya ekonomika i sotsialnye innovatsii. (1(4)). 59-65. (in Russian).
- Stepanov A.A., Savina M.V. (2013). Kreativnaya ekonomika: problemy i suschnost razvitiya [Creative economy: problems and essence of development]. Management of economic systems: scientific electronic journal. (12 (60)). 104. (in Russian).
- Vasekina V. V. (2014). Kreativnaya ekonomika – strategiya razvitiya obschestva XXI veka [Creative economy – development of the strategy of xxi century society]. Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriya, pedagogika, filologiya. (5 (116)). 15-19. (in Russian).
- Zhuravlev V. A. (2010). Kreativnoe obschestvo i kreativnaya ekonomika [Creative society and creative economy]. European Social Science Journal. (2). 45-54. (in Russian).
- Zhuravleva N. A. (2017). Tsifrovaya ekonomika kak osnova ekonomiki vysokikh skorostey [Digital economy as the basis of high-speed economy]. Transportnye sistemy i tekhnologii. (2 (8)). 47-49. (in Russian).