



Статистика, учет и аудит, 1(92)2024, стр. 25-39
DOI: <https://www.doi.org/10.51579/1563-2415.2024.-1.02>
Экономика и менеджмент

МРНТИ 06.35.35
УДК 338.001.36

АНАЛИЗ ОЦЕНОЧНЫХ КРИТЕРИЕВ, ИНДИЦИРУЮЩИХ ЗНАЧИМОСТЬ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ЭКОНОМИКЕ СТРАН МИРА

Д.О. Исахова, А.К. Джумасейтова*

Казахстанско-Британский технический университет

**Corresponding author e-mail: danaissakhova@gmail.com*

Аннотация. Вопросы изучения влияния креативных индустрий на национальном уровне и мировую экономику в целом набирают все большую популярность вследствие их активного позитивного воздействия на экономическое развитие стран. Влияние креативных индустрий на современную экономику стран стало активно обсуждаться в середине и конце 20-века и до сих пор остается актуальной. Примеры успешного развития экономик стран в которых не малый вклад был внесен креативными индустриями смотивировали исследователей всесторонне изучить данный вопрос. Целью данной статьи является выявление критериев, позволяющих провести анализ значимости креативных индустрий в развитии экономик стран. Методология исследования включает в себя применения универсальных общенаучных методов исследования. В исследовании преобладает мультидисциплинарный подход. Научная значимость работы состоит в выявлении, систематизации и представлении оценочных критериев, используемых с целью выявления значимости креативных индустрий в экономике стран, практическая - в возможности применения полученных выводов по результатам проведенного исследования для более глубокого последующего изучения креативных индустрий и их влияния на экономику стран мира. В данном исследовании был использован анализ текущего состояния креативных индустрий и управления их развитием, а также различные подходы к оценке эффективности креативного сектора в рамках городского и странового формата. Данное исследование является начальным этапом разработки концепции управления предпринимательским потенциалом субъектов креативной индустрии с целью формирования в будущем достойной конкурентной среды на рынке креативных индустрий и реализации запросов авторов и владельцев интеллектуальной собственности, созданной в рамках конкретной отраслевой принадлежности креативного сектора.

Ключевые слова: креативные индустрии, интеллектуальная деятельность, методики оценки.

Введение. Вследствие того, что на сегодняшний день однозначное определение тех составляющих, которые входят в состав креативной экономики, находится в стадии разработки, достаточно трудно обозначить четкие критерии оценки и результативности вклада креативного сектора в экономику стран. Понятие креативности и креативной экономики находится в постоянном изменении и эволюционирует. Отрасль культуры обеспечивает 3,1% мирового валового внутреннего продукта, в 2020 году креативные товары и услуги обеспечили 3,00 % от совокупного объема экспорта товаров и 21% от совокупного объема экспорта услуг. Данный сектор обеспечивает 6,2% рабочих мест в мировом масштабе, демонстрируя наиболее высокую концентрацию занятости молодого поколения [1].

Cite this article as: Issakhova D., Jumasseitova A. Analysis of evaluation criteria indicating the importance of creative industries in the world economy. *Statistics, accounting and audit*. 2024, 1(92), 25-39. (In Russ.). DOI: <https://www.doi.org/10.51579/1563-2415.2024.-1.02>



Развитие креативных индустрий имеет важное стратегическое значение для стран. Темпы их развития намного превышают рост иных секторов вследствие наличия высокой доли добавленной стоимости во всех отраслях креативного сектора. Помимо этого, создание интеллектуального продукта не связано с большим объемом материальных ресурсов, тогда как его потребление не ограничено во времени и пространстве. Современная предрасположенность к мультиэффектам ведет к появлению большого числа новых бизнесов, находящихся на стыке творчества и предпринимательства, что влечет за собой создание новых рабочих мест, рост удовлетворенности качеством жизни. Креативные индустрии модны и, тем самым, привлекательны для поколений миллениалов и зумеров. Таким образом, глобальный потенциал креативного сектора требует изучения, рассмотрения рисков и возможностей его функционирования в будущем на благо общества.

Учитывая факты увеличения значимости креативных отраслей с позиций экономики, политики, социума, государства активно изучают и внедряют в национальное стратегическое развитие различные подходы, связанные с оценкой текущего состояния и возможного потенциала влияния креативной индустрии на потенциал развития страны.

Основные положения. Креативная экономика, креативная индустрия, креативное предпринимательство, экономика знаний - данные понятия трактуются различными учеными мирового сообщества достаточно разнопланово, однако отрицать их общность с позиций фигурирования в качестве ядра этих терминов наличие интеллектуальной собственности было бы некорректно. Возможность дальнейшего использования в качестве актива созданного субъектом (субъектами) конкретного объекта интеллектуальной собственности (далее- ИС) трансформируется в определенные экономические выгоды индивидуального и коллективного свойства, общественную пользу, стимулируя рост качества жизни социума. Объектом исследования выступают креативные индустрии, которые признаются на сегодняшний день одним из драйверов экономического роста. Цель - осуществить анализ современного состояния анализа креативных индустрий и их влияния на современное мировое сообщество. Предмет - методики оценки национальных креативных индустрий. Задачи - изучить современное состояние креативных индустрий, рассмотреть возможности и ограничения развития данного сектора. Результат данного исследования заключается в изучении и систематизации методик, позволяющих оценить текущее состояние национальной креативной индустрии. Практическая значимость - возможность применения полученных в ходе исследования выводов для дальнейшего изучения вопросов креативного предпринимательства и формирования механизма управления развитием креативного предпринимательства на мировом и национальном уровнях.

Материалы и методы. Базовыми методами исследования являются анализ и синтез, задействованы также такие методы научного исследования, как сравнение обобщение. В работе, исходя из поставленной цели, были рассмотрены существующие подходы к трактовке креативности, креативного сектора, креативной индустрии и креативной экономики. В силу отсутствия единства в трактовке вышеуказанной терминологии, отсутствия единых шаблонов оценки креативного сектора, отсутствии единых подходов к формированию критериев значимости, успешности, возможностей, рисков, ограничений деятельности и результативности деятельности представителей креативных индустрий и всего сектора в целом, необходимо детально исследовать представленные на данный момент материалы и методу, на основе чего в дальнейших исследованиях вывести авторскую методику, позволяющую проводить оценку функционирования креативных индустрий и управления с целью выявления их значимости для национальной и мировой экономики.

Обзор литературы. Изучения креативной индустрии и ее синтез с предпринимательством, ознаменовалось трудом Джона Хокинса. Творчество, способное



к монетизации, формированию капитала, рассматривается автором, который анализирует 15 креативных индустрий, рассматривает ведущие принципы управления креативной компанией с целью объединения креативности с предпринимательством [2]. Также существенный вклад в разработку данной тематики был внесен американским экономистом Ричардом Флоридой, по его мнению, креативность есть один из главных источников развития экономики. Он же вывел теорию «креативного класса», призывая объединить творческие профессии в отдельный класс общества [3]. Американские авторы Пайн и Гилмор ввели новый тип экономической ценности, рожденной в креативном секторе (впечатления и опыт), послуживший началом формирования так называемой «экономики впечатлений», или «экономики опыта», впечатления и опыт – это новый тип экономической ценности, отличный от сырья, товаров и услуг [4]. Дэвид Хезмондалш осуществил длительный анализ изменений в культурных индустриях, выявив тесную взаимосвязь и взаимопроникновение вопросов творческого производства, политической экономии, социологии [5]. Джон Ньюбайджин систематизировал основные вопросы картирования творческих индустрий; изучил инфраструктуру креативной экономики [6].

Оценка уровня развития креативных индустрий и выявление возможного потенциала напрямую связана с инновационным ракурсом, поэтому оценочные критерии часто пересекаются с показателями, задействованными в формировании Глобального инновационного индекса стран, в который включены позиции развития внутреннего рынка, креативной деятельности, человеческого капитала и науки, инфраструктурный компонент и развития предпринимательства [7].

Также с позиций оценки изначально был актуален отраслевой подход, основанный на перечне видов экономической деятельности, трактуемых как «креативные». Эта методика имеет ряд искажений вследствие отсутствия четких критериев «креативности» индустрий; возможного несовпадения официально заявляемых и реальных видов деятельности; отсутствия полноты сведений о задействованных в секторе работниках [8].

Далее рассмотрим некоторые существующие оценочные позиции более детально. Рейтинг привлекательности стран мира для звезд креативных индустрий, сформированный Институтом статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (ИСИЭЗ НИУ ВШЭ РФ). Основой формирования данного рейтинга была избрана концепция экономики суперзвезд. Исследованию подлежало 102 страны, в которых была выявлена хотя бы одна звезда креативных индустрий. Была составлена база данных самых успешных творческих личностей, брендов и компаний. Данная база состояла из 23 показателей по девяти креативным индустриям: искусство и культура, мода, киноиндустрия, игровая индустрия, реклама, архитектура, промышленный дизайн, литература, звукозапись и исполнительские искусства. Рейтинг был рассчитан как среднее арифметическое значение индексов привлекательности страны для отдельных креативных индустрий. В 2022 году лидерами рейтинга были признаны США, Великобритания, Китай, Германия и Япония. Данное исследование выявило, что лидерами креативных индустрий в основной массе являются крупные национальные экономики, обладающие высокими уровнем дохода населения и величиной валового внутреннего продукта. Также следует отметить, что в каждой стране лидируют какие-то конкретные сферы креативной индустрии, допустим, в США - мода и современное искусство, в Германии - игровая индустрия и промышленный дизайн, в Китае - игровая индустрия, архитектура, дизайн, культура и искусство, в Японии - литература, кино, мода и архитектура [9].

К оценочным критериям, изучающим уровень развития национального креативного сектора, также относятся объем экспорта товаров креативных индустрий, торговый баланс в торговле креативными товарами и услугами, темпы роста государств



в секторе креативных индустрий, выручка от реализации продукции и услуг интеллектуальной собственности, доли государств на рынках креативных индустрий.

Применение оценки уровня развития креативных индустрий на основе глобального инновационного индекса, о котором было упомянуто выше оправдано, поскольку именно инновации являются одним из наиболее существенных драйверов развития национальных и мировой экономик. Применение в качестве ориентира для оценки национального уровня развития креативных индустрий инноваций также обусловлено наличием мультиэффекта от внедрения вследствие воздействия результата как на бизнес-сообщество, так и на общество в целом. Также следует отметить возможность широкоформатного охвата инновациями сферы продуктов, услуг, технологий, бизнес-процессов и моделей. Инновационный индекс охватывает оценку институтов, позиционирующих формирование и поддержание политических, нормативно-правовых и бизнес-условий в стране; оценивает уровень развития человеческого капитала, изучает возможности инфраструктурного развития и финансового обеспечения деятельности инновационного свойства, а также проводит оценку результативности в области знаний и технологий и результатов в креативной деятельности. Рассмотрим последнее направление более подробно. Оценка креативной индустрии страны включает в себя нематериальные активы (товарные знаки, оценку брендов, промышленных и информационно-коммуникационных технологий). Креативные товары и услуги включают в себя оценку доли экспорта культурных и творческих услуг, долю экспорта креативных товаров, охват общества национальными художественными фильмами, развитие рынка развлечений и медиа, долю печатных и иных медиа в производстве. Оценка креативности в онлайн сфокусирована на изучении степени охвата общества доменами верхнего уровня, редактировании Википедии и создании мобильных приложений.

Результаты и обсуждение. Рассмотрим конкретные позиции стран мира (будут рассмотрены 5 стран-лидеров в области оценки креативного сектора по годам, с 2020 по 2022 годы).

Таблица 1 - Рейтинг государств-лидеров инновационного развития в области креативных индустрий за 2020-2022 годы [10]

Ранг	2020 год	2021 год	2022 год
1	Гонконг, Китай	Гонконг, Китай	Швейцария
2	Швейцария	Швейцария	Мальта
3	Люксембург	Люксембург	Соединенное Королевство
4	Мальта	Соединенное Королевство	Республика Корея
5	Соединенное Королевство	Швеция	Гонконг, Китай

Рассмотрим опыт первых двух стран-лидеров в 2020 и 2021 годах. Гонконг, удерживающий главенствующие позиции на протяжении нескольких лет, в качестве поддерживающих креативную индустрию направлений, активно финансирует (путем софинансирования либо грантовой поддержки на государственном уровне) производство фильмов, что способствует привлечению новых талантов в отрасль и генерирует добавленную стоимость. Действующая в стране программа по поиску и развитию талантов позволяет получить лучшим режиссерам финансирование для производства первого фильма. Также на государственном уровне реализуется финансирование кинофорумов, выставок и конференций, что в итоге обеспечивает продвижение местного рынка за пределы государства. Государством обеспечено проведение творческих ярмарок с целью привлечения и развития молодых талантов, с последующим предоставлением им возможностей реализации данных талантов на практике. Реализуется деятельность ассоциаций в гастрономии, что обеспечивает взаимодействие



ее членов и обмен информацией. Развито премирование в архитектуре, являющееся инструментом профессионального становления и развития местных архитекторов, активно поддерживаются стартапы в архитектуре. Гонконгская федерация прессы выстроила концепцию национального павильона, что дает широкие возможности для продвижения национальных писателей на международных выставках. Действуют программы поддержки молодых специалистов, предоставляющие помощь в формировании собственного портфолио и возможности получения стажировки в интересующей партнерской организации.

Швейцария на муниципальном уровне применяет оказание безвозмездной финансовой поддержки для разработки кинопроектов, производства и продвижения фильмов. Также муниципальные организации осуществляют финансирование кинофестивалей, возмещая до половины понесенных организаторами затрат. Швейцарская ассоциация художественных ремесел организует сотрудничество дизайнеров и ремесленников посредством проведения ряда программ. Швейцарская долина продуктов питания осуществляет проведение информационных мероприятий в стране и за ее пределами, целью которых является доведение до общественности необходимости сотрудничества и инновационного развития в пищевой отрасли. В гастроиндустрии реализуются программы развития молодых специалистов, что увеличивает возможности их участников по трудоустройству. Швейцарская федерация киберспорта осуществляет организацию посредничества между всеми заинтересованными сторонами в индустрии киберспорта. Швейцарское общество инженеров и архитекторов реализует целевые проекты с целью формирования высокого имиджа отрасли и роста ее привлекательности с дальнейшим повышением спроса на национальные инженерные и архитектурные услуги. На государственном уровне предоставляется безвозмездная финансовая поддержка издательствам с целью развития образования и сохранения культурного наследия [11].

Обобщив опыт отдельно взятых стран, в основной массе базирующийся на продвижении и развитии деятельности подсекторов национального креативного сектора, можно выделить разного рода программы развития, реализуемые на государственном и муниципальном уровнях за счет государства. Укрупненно представлено несколько моделей развития креативного сектора в странах мира в зависимости от ролевого фактора и силы влияния государства на этот сегмент: американская, скандинавская и восточно-азиатская.

Американская модель характеризуется отсутствием на федеральном уровне одноформатной национальной стратегии для развития креативного сектора экономики, индустрий, однако это компенсируется наличием разноплановых подходов на уровне штатов и муниципалитетов [12]. Культурный фонд Филадельфия предоставляет возможности получения грантов на искусство и культуру, на развитие молодежи [13]. Нью-Йоркский фонд искусств предоставляет финансовое и фискальное спонсорство, создан ресурсный центр художников-иммигрантов. В рамках профессиональной поддержки и развития представлены возможности получения онлайн-обучения, реализация партнерских программ, карьерные и предпринимательские инициативы, программа иммигрантов-художников. Грантовая поддержка подразумевает следующие стипендии: Стипендия для художников NYSCA/NYFA - это неограниченный денежный грант в размере 8000 долларов США, две программы грантов для артистов, находящихся в чрезвычайных ситуациях: Rauschenberg Dancer Emergency Grants и Rauschenberg Medical Emergency Grants, Грант NYSCA/NYFA для художников с ограниченными возможностями, гранты женского фонда Нью-Йорка для средств массовой информации, музыки и театра с целью поощрения и поддержки создания цифрового, кино, музыкального, телевизионного, живого или онлайн-контента, отражающего позиции всех, кто идентифицирует себя в качестве женщин, Королевский фонд искусств



финансирует проекты, которые охватывают практически все творческие начинания, включая поэзию; игры; и общественные, танцевальные, кинематографические, инсталляционные, мультимедийные, музыкальные, текстильные и скульптурные работы, Гранты Anonymous Was A Woman в области экологического искусства (AWAW EAG) в сумме до 20 000 долларов США на один проект предназначены для поддержки проектов экологического искусства, возглавляемых художниками, идентифицирующими женщин, в Соединенных Штатах и на территориях США, Стипендии JGS для фотографов в размере 7000 долларов США, Премия в размере 7000 долларов США для художников, проживающих в Соединенных Штатах и на территориях США, которые работают в стиле нового сюрреализма [14].

На данный момент в США можно выделить наличие двух секторов:

- 1) некоммерческий, он ориентирован на климат политической конъюнктуры и частные финансы;
- 2) коммерческий, состоящий из корпорации, сфокусированных на международном уровне.

Поскольку США является крупным экспортером товаров креативных индустрий (дизайнерских, печатных и аудиовизуальных), стратегическое развитие экспортоориентированного сектора креативной индустрии предусматривает ориентир на разнообразные течения с целью удовлетворения запросов иностранных рынков и иностранных потребителей.

Скандинавская модель, продвигаемая Швецией, Данией и Финляндией сформирована с учетом шведской модели социального государства, включает в себя наличие развернутой системы профессионального образования, дающей возможности получить и продвигать далее практически креативные навыки в предпринимательстве. Данный базис стимулируется грантовой поддержкой творческих начинаний, также активно финансируются инновации и творчество.

Восточно-азиатская модель сформировалась с учетом яркой поступательной динамики социального и культурного развития общества; рассмотрения креативных индустрий в качестве привлекательного ресурса экспортного потенциала; геополитической роли Китая. Развитие креативных индустрий более характерно для крупных мегаполисов. Снижение государственного контроля и децентрализация власти стали благоприятной почвой для развития индивидуальных творческих инициатив. Креативные индустрии находятся под защитой государства, но с учетом задач частного бизнеса, ориентированного на покорение внутренних и внешних рынков [12].

В мировой практике можно отметить следующие базовые подходы, применяемые к измерению креативной экономики, в зависимости от фокуса:

1. Отраслевой подход – оценка генеральных экономических показателей посредством укрупненных группировок соответствующих видов экономической деятельности (фокус- креативные индустрии).
2. Профессиональный подход - оценка уровня занятости на основе группировок профессий, которые отнесены к креативным (фокус-креативные профессии).
3. Товарный подход - оценка внешней торговли креативными товарами и услугами с применением укрупненных группировок соответствующих товаров и услуг (фокус-креативные товары и услуги) [15].

Измерение вклада креативных индустрий в экономику страны возможно осуществить в рамках отраслевого анализа, применяя в качестве индикаторов показатели выручки от реализации товаров, работ и услуг в индустрии креативного сектора, добавленной стоимости, произведенных инвестиций и уровня оплаты труда. Измерения уровня занятости в креативных профессиях возможно путем изучения численности занятых в креативных профессиях, анализа неформальной занятости и социально-демографических показателей. Внешняя торговля креативными товарами и услугами



анализируется путем оценки доли экспорта и импорта в соответствующей направленности, сальдо экспорта-импорта и внешнеторгового оборота.

Рассмотрим возможности и ограничения креативных индустрий на текущее время. Основными преобразующими факторами и точками роста можно назвать:

- усиление на современном этапе экономического развития стран;
- ускорение процессов цифровизации во всех отраслях;
- преобразование знаний и информации в главный актив;
- широкомасштабное распространение разноформатных персональных устройств с возможностью постоянного выхода в сеть Интернет;
- трансформацию потребительских предпочтений и их персонализацию;
- активное продвижение на государственном уровне концепции устойчивого производства и потребления.

К ограничителям возможного поступательного роста и развития креативных индустрий следует отнести следующие позиции:

- несовершенство национальных и межнациональных аспектов правового регулирования;
- слабое внимание и поддержка государств, как в финансовом, так и в нефинансовом ракурсах;
- невысокая степень защищенности интеллектуальных прав и малое развитие рынков интеллектуальной собственности;
- недостаток финансовых ресурсов, выделяемых на цели развития креативных индустрий;
- непроработанность и размытость предпринимательских, цифровых и специальных компетенций и их развития;
- наличие множественности понятий и классификаторов в рамках отрасли креативного сектора и неоднозначности количественного измерения его результативности.

Возможности креативного сектора таковы:

- диверсификация национального экспорта;
- появление развитого инновационного микро- и малого бизнеса;
- вывод из теневой ниши перспективных сегментов экономики;
- появление инновационных экосистем, новых кластеров национального развития;
- появление новых рабочих мест;
- возрождение депрессивных местностей;
- приток иностранных инвестиций;
- поддержка становления талантов;
- развитие возможностей включения в полноценную жизнь общества людей с ограниченными возможностями здоровья;
- поддержка наиболее уязвимых слоев населения;
- появление новых конструктивных ценностей общества.

Возможные угрозы:

- намеренное искажение ценностей, появление деструктивных установок и их продвижение в массы посредством креативных индустрий;
- увеличение потребности в профессиональных кадрах в иных, бурно развивающихся, отраслях экономики;
- усиление неравенства в доходах различных слоев общества;
- усиление социальной напряженности в обществе;
- возможный рост стоимости жизни в местностях с креативными пространствами

[16].

Далее следует отметить, что изучив ряд показателей развития креативной индустрии, которые рассматриваются в качестве оценочных, или факторов, влияющих на



возможность ее развития, можно сделать вывод о неизбежности рассмотрения в качестве иллюстрации результативности креативного сегмента, сути креативного капитала, его роли и возможностей его оценки. Можно выделить понятие креативного капитала, представленное Робертом Кушингом, согласно которому креативный капитал является частью человеческого капитала, связанной с возможностью реализации субъектами творческих инициатив, приводящих к генерированию инноваций. Автор называет наличие креативного капитала в качестве фактора, способствующего возможностям отдельно взятых городов и стран, находится в лидерах инновационного развития [17]. Цифровизация и виртуализация предоставляет множество возможностей географического разнообразия, однако, наиболее успешные технологические компании мира расположены, как и ранее, в Сан-Франциско, Лондоне, Берлине, Тель-Авиве. Переход к экономике знаний не может быть реализован только лишь за счет внедрения новейших технологий и моделей. По словам нобелевского лауреата Роберта Лукаса, в настоящий момент на первый план выходят более тонкие и не всегда измеряемые факторы: пассионарность, гибкость, предпринимательская активность, стихийная кластеризация талантливых индивидов.

Индекс креативного капитала, созданный компанией PwC и фондом Calvert 22, впервые продемонстрированный в 2016 году, представляет собой ряд показателей, оценивающих как реализованный, так и скрытый потенциал городов в сфере новой экономики. Индекс оценивает специфику социальной атмосферы, культурного и образовательного поля, развитие институциональной инфраструктуры, информационный окрас и функционирование информационного пространства с позиций возможности привлечения представителей креативного сектора и раскрытия их потенциала, принимая во внимание факторы глобального и регионального свойства. Индекс креативного капитала разделен на пять позиций: люди, город, власть, бизнес, бренды. Раздел "Люди" включает в себя оценку таких критериев, как открытость, толерантность, активная социальная позиция, культурная активность, содержит анализ социально-демографических показателей креативного сообщества. Раздел "Город" оценивает состояние экономики, культуры, науки, образования, социальную и городскую инфраструктуру, изучая действующие на момент анализа условия для развития креативной составляющей. Раздел "Власть" оценивает уровень открытости местных властей и уровень их заинтересованности в продвижении креативного сектора. Раздел "Бизнес" изучает возможности коммерческой активности креативного сообщества, исходя из существования соответствующей инфраструктуры и уровня её доступности. Раздел "Бренды" основан на экспертном мнении и анализирует восприятие города на внешнем уровне.

Каждый раздел включает в себя от 2 до 4 подгрупп, каждая из которых состоит из 3-5 индикаторов. Результаты анкетирования местных креативных специалистов о различных ракурсах развития города отнесены к качественным критериям. Количественные индикаторы - это данные статистики, профессиональных рейтингов и тематических интернет-ресурсов, Каждый блок имеет порядка 10-20 количественных индикаторов и 1-2 качественных. Данная структура дает возможность оценить, как текущее состояние новой экономики знаний, так и ее потенциал [18].

Интересен для изучения совершенно другой подход к оценке креативности городов, предложенный компанией Inkifi. Рейтинг самых креативных городов мира определялся, исходя из количества постов в Instagram об уличном искусстве, данных поисков стрит-арта, числа музыкальных исполнителей в родном городе, числа художественных галерей на квадратный метр, числа театров на квадратный метр, количества разного рода музыкальных клубов на квадратную милю, число комедийных клубов на квадратную милю, число примечательных архитектурных зданий на квадратные мили, количество памятников и статуй на квадратную милю. Для того, чтобы



выявить наиболее креативные города мира, были использованы такие мега-популярные ресурсы, как Instagram - с целью определения количества хэштегов, используемых в отношении уличного искусства, Ahrefs - с целью поиска ежемесячных поисковых данных по уличному искусству, YouGov - с целью поиска самых популярных музыкантов всех времен, чтобы найти их родные города, TripAdvisor — - с целью поиска количества художественных галерей, театров, музыкальных клубов, комедийных клубов, архитектурных сооружений, памятников и статуй, Википедия - с целью определения квадратных миль и населения каждого города, Euromonitor - с целью поиска исходного списка городов. Лидерами данного исследования стали города Париж (Франция), Барселона (Испания), Дублин (Ирландия), Лондон (Великобритания), Тель-Авив (Израиль). По количеству постов в Instagram об уличном искусстве первенство было отдано Парижу и Лондону, по критерию "Ежемесячные поиски стрит-арта" в лидерах оказались Остров Пенанг (Малайзия) и Париж, По числу музыкальных исполнителей в родном городе лидировали Нью-Йорк и Лондон, Наивысшее количество художественных галерей на квадратный метр оказалось Тель-Авиве и Париже, по количеству театров и музыкальных клубов лидируют Париж и Барселона, по числу комедийных клубов - Дублин и Париж, Барселона и Милан показали лучшие результаты по числу знаковых архитектурных зданий, Париж и Лиссабон - по числу памятников [19].

На данный момент в мире существует несколько мировых стандартов и методологий, которые используются для оценки креативных индустрий и их вклада в экономику. Наиболее используемые представлены в таблице 1.

Эти стандарты и методологии могут использоваться организациями, правительствами и исследователями для сбора данных и проведения оценки креативных индустрий и их вклада в экономику и культуру. Однако важно отметить, что конкретные методики могут различаться в зависимости от страны и целей исследования.

Как видно из таблицы 1 несмотря на существующее множество методик, практически все имеют общей целью измерить и оценить вклад креативных индустрий в экономику и культуру.

Анализ существующих методологий позволил определить общие черты и различия в методологии. К общим чертам нами отнесены:

Измерение экономического вклада: Все методы оценки уделяют внимание экономическому вкладу креативных индустрий в ВВП, занятость и добавленную стоимость.

Таблица 1 – Методологии оценки креативных индустрий

№	Название	Разработчик	Цель
1	Система классификации культурных и творческих индустрий (КТИ)	ЮНЕСКО	Эта система была разработана и используется для классификации различных секторов культурных и творческих индустрий, что облегчает сбор данных и сравнение между странами
2	Исследование ООН о культурных статистиках	ЮНЕСКО	Этот набор методологий и стандартов разрабатывается для сбора и анализа данных о культурных и творческих индустриях в мировом масштабе
3	Европейская система счетов в области культуры	Европейская комиссия	Разработка стандартов и методологии для сбора и анализа статистических данных о культурной и креативной индустрии в странах Европейского союза



Продолжение таблицы 1

4	Исследование Всемирной организации интеллектуальной собственности	Всемирная организация интеллектуальной собственности о творчестве и инновациях	Исследования о роли творчества и инноваций в экономике и разрабатывает методологии для оценки вклада интеллектуальной собственности и креативных отраслей
5	Исследования о креативной экономике от Ричарда Флориды и других ученых	Разработанные учеными	Различные исследователи разработали собственные методологии для оценки креативной экономики и влияния креативных индустрий на региональное развитие

Инновации: Методы учитывают инновационные аспекты в креативных индустриях, такие как инвестиции в исследования и разработку и количество патентов.

Культурное воздействие: Все методы учитывают культурное воздействие креативных индустрий, хотя конкретные критерии для измерения могут различаться.

Среди отличительных признаков нами выделены:

Региональные особенности: Методологии могут быть адаптированы к региональным особенностям. Например, методология Европейской комиссии ориентирована на страны ЕС, в то время как методология ООН более универсальна.

Культурная сфера: Некоторые методы, такие как методология ЮНЕСКО, уделяют больше внимания культурной сфере, в то время как другие могут сосредотачиваться на экономических аспектах.

Международные аспекты: Методы могут учитывать международные аспекты, такие как экспорт и международное воздействие, различными способами.

Цели исследования: Конкретные методы могут быть разработаны для конкретных целей исследования. Например, методология ООН о культурных статистиках ориентирована на сбор данных для международного сравнения.

В этой связи, более глубокий анализ позволяет определить 10 категорий и критериев, представленных в таблице 2.

Таблица 2 - Категории и критерии креативных индустрий

№	Категория	Критерии
1	Экономический вклад	Валовый внутренний продукт (ВВП) креативных индустрий. Занятость в креативных секторах. Доля креативных индустрий в общей экономике
2	Инновации и технологии	Объем инвестиций в исследования и разработки (ИИР) в креативных секторах. Количество и качество патентов и инноваций в креативных отраслях
3	Культурное воздействие	Степень сохранения культурного наследия. Участие в культурных мероприятиях и активностях. Роль креативных индустрий в сохранении и продвижении культурной идентичности.
4	Экспорт и международное воздействие	Объем экспорта креативных товаров и услуг. Участие в международных выставках и фестивалях. Привлечение иностранных инвестиций и партнерств с международными компаниями.
5	Социокультурные показатели	Образовательный уровень и профессиональные навыки в креативных секторах. Влияние креативных индустрий на уровень жизни и общественное благополучие.



Продолжение таблицы 2

6	Финансовая устойчивость и доступность финансирования	Уровень прибыльности и финансовая стабильность креативных предприятий. Доступность кредитов и инвестиций для креативных стартапов и предприятий.
7	Сотрудничество и сетевые связи	Уровень сотрудничества между креативными компаниями и институтами. Создание кластеров и инновационных сообществ в креативных секторах.
8	Регулирование и поддержка	Эффективность правового и налогового регулирования для креативных индустрий. Наличие государственных программ и инициатив, направленных на поддержку креативных секторов. Эффективность правового и налогового регулирования для креативных индустрий. Наличие государственных программ и инициатив, направленных на поддержку креативных секторов.

Проведенный анализ позволил выявить какие из существующих категорий являются наиболее выраженными на примере успешных примеров креативных индустрий в мире. Результаты показаны на рисунке.



Рисунок - Оценка выраженности фактора креативных индустрий
Составлено авторами на основе данных *Prospects for the creative economy in 2022* [20]

Как видно на рисунке, одной из выраженных категорий является экономический вклад креативных индустрий, которая варьируется в зависимости от множества факторов, включая размер экономики, инвестиции, инфраструктуру и ресурсы. Индикатор экономического вклада креативных индустрий и хотя он может быть очень высоким во многих странах, он не абсолютно максимально выражен (9 - 10) по всему миру. Даже в развитых странах с развитыми креативными секторами экономический вклад может различаться в зависимости от размера страны и ее экономики. Например, США и Китай имеют огромные экономики, и их креативные секторы приносят значительный доход, но это не всегда означает, что экономический вклад оценивается на максимальный балл.

Экономический вклад также зависит от разнообразия креативных секторов в стране. Некоторые страны могут иметь разнообразные креативные индустрии, включая кино, музыку, дизайн и медиа, и это может усилить их экономический вклад. Однако не



все страны обладают этим разнообразием. Наличие инфраструктуры, ресурсов и инвестиций в креативные секторы может варьироваться в разных странах. Некоторые страны могут обладать более развитой инфраструктурой и доступом к ресурсам, что способствует более высокому экономическому вкладу. К примерам, где экономический вклад креативных индустрий не на высоком уровне относятся Португалия, Латвия, имеющих культурное наследие, но их экономический размер относительно меньше, поэтому экономический вклад может быть ниже по сравнению с крупными экономиками.

Также нами определено, что наименьшая выраженность фактора (4) характерна для категорий: инфраструктура и ресурсы, а также образование и навыки. В нашем анализе к странам, где инфраструктура и ресурсы креативных индустрий выражены на высоком уровне (7-10) отнесены США, Великобритания. В этих странах существуют действующие студии, технологические базы, креативные кластеры (г. Лондон), хорошо развитая инфраструктура для искусства и медиа, а также доступ к высококвалифицированным кадрам.

Однако, не во всех странах эта категория наиболее развита, в странах, например Молдавия, Гондурас существуют ограниченный доступ к современным ресурсам, в особенности для кино или медиа. Все это определяется в зависимости от уровня доступности инвестиций и образования, а также политических и культурных факторов.

В некоторых странах доступ к высшему образованию в области креативных искусств ограничен из-за финансовых или географических причин. Это может сказаться на уровне развития креативных индустрий. А также наличие учебных заведений не всегда гарантирует высокое качество образования. Важно, чтобы образовательные программы включали актуальные знания и практические навыки, соответствующие потребностям креативных секторов. Образование должно стимулировать развитие навыков и способствовать инновациям в креативных областях. Недостаток акцента на практических навыках и инновациях может снизить оценку этого критерия.

Следует отметить, что развитие креативных индустрий часто требует времени, и результаты образования могут не сразу проявиться в плане экономического вклада и инноваций.

Заключение. Проведенный анализ показывает, что понимание ранжирования и выраженности различных категорий, влияющих на креативные индустрии, следует несколько важных выводов:

Многообразие влияния: Креативные индустрии оказывают разнообразное влияние на экономику и культуру. Важно понимать, что каждый фактор может играть свою уникальную роль в разных странах и регионах.

Совокупный эффект: Развитие креативных индустрий зависит от совокупного воздействия нескольких факторов. Улучшение одного фактора может способствовать росту других, создавая благоприятные условия для креативных секторов.

Насущная необходимость: Некоторые факторы, такие как экономический вклад и инновации, имеют наивысший приоритет для развития креативных индустрий, так как они могут существенно способствовать экономическому росту и конкурентоспособности.

Региональные различия: Ранжирование факторов может сильно варьироваться в зависимости от конкретного региона или страны. Не существует универсальной модели, и стратегии развития креативных секторов должны учитывать местные особенности.

Долгосрочное видение: Развитие креативных индустрий – это долгосрочный процесс, и страны могут достичь максимальной выраженности факторов с течением времени и через систематические инвестиции в образование, инфраструктуру, инновации и поддержку секторов искусства и культуры.



Для максимальной эффективности развития креативных индустрий важно, чтобы все факторы работали в согласовании и каждая категория развивалась внутри страны. Креативные индустрии действительно выигрывают от комплексного подхода, и слабое выражение хотя бы одного фактора может сдерживать их развитие.

Комбинирование разных факторов, таких как образование, инфраструктура, экономическая поддержка и инновации, может создать синергию, которая способствует росту креативных секторов. Важно иметь стратегии, которые учитывают взаимодействие между этими факторами и поддерживают их развитие на всех уровнях. Например, высококачественное образование в области креативных искусств может подготовить выдающихся творческих специалистов, которые в свою очередь могут способствовать инновациям и созданию новых продуктов в креативных секторах. Эти продукты могут, в свою очередь, способствовать экономическому росту и укреплению местной культуры.

Таким образом, гармоничное взаимодействие всех факторов внутри страны может создать благоприятные условия для развития креативных индустрий и максимизации их вклада в экономику и культуру.

Список литературы

1. Creative Economy Outlook 2022 [Электронный ресурс] // United Nations Conference on Trade and Development. - 2022. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsc2022d1_en.pdf (дата обращения: 14.07.2023).
2. Хокинс Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги / Дж. Хокинс. - Москва. Классика XXI, 2011. - 256 с.
3. Флорида, Р. Креативный класс. Люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. Москва. Классика XXI, 2011. - 432.
4. Pine B. Joseph. The Experience Economy / B. Joseph Pine, H. James Gilmore. – Harvard Business Press, 2011. - 359 p.
5. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Д. Хезмондалш. Москва, Издательский Дом ВШЭ, 2018. – 456 с.
6. Ньюбайджин Дж. Введение в креативную экономику / Дж. Ньюбайджин, Дж. – Москва: Креативная экономика, 2011. – 80 с.
7. Global Innovation Index 2022 [Электронный ресурс] // World Intellectual Property Organization (WIPO). - 2022. – Режим доступа: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/ (дата обращения: 23.08.2023).
8. Творческие (креативные) индустрии [Электронный ресурс] // Институт общественных наук РАНХиГС. – 2022. – Режим доступа: https://ion.ranepa.ru/upload/medialibrary/78a/Gid_Spravochnik-Tvorcheskie_kreativnye_industrii.pdf (дата обращения: 24.07.2023).
9. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы (научный дайджест) // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». - М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 20 с.
10. Global Innovation Index 2020-2022 [Электронный ресурс] // World Intellectual Property Organization (WIPO). – Режим доступа: https://www.wipo.int/global_innovation_index/ru/ (дата обращения: 29.08.2023).
11. Креативные индустрии. Практики зарубежных стран по развитию. [Электронный ресурс] // АО «Кэпт». – 2022. – Режим доступа: <https://assets.kept.ru/upload/pdf/2022/11/ru-creative-industries-kept-survey.pdf> (дата обращения: 29.08.2023).
12. Хестанов Р. Креативные индустрии – модели развития // Социологическое обозрение. – 2018. – № 17(3). – С. 173-196.
13. Art & Culture Grants [Электронный ресурс] // The Philadelphia Cultural Fund. – Режим доступа: <https://www.philaculturalfund.org/> (дата обращения: 30.07.2023).
14. Residencies, Grants, and Fellowships for Writers: Nailing the Application [Электронный ресурс] // New York Foundation for the Arts. – Режим доступа: <https://www.nyfa.org/> (дата обращения: 09.09.2023).
15. Подходы к статистическому наблюдению творческих (креативных) индустрий [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Gershman-14032023.pdf> (дата обращения: 14.09.2023).
16. Развитие креативной экономики [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2023/03/31/2022289906/Trendletter_5_2023_Creative%20economy.pdf (дата обращения: 15.10.2023).
17. Cushing R. Creative capital, diversity and urban growth / R. Cushing [Электронный ресурс] // Working Paper, Austin: University of Texas. – 2003. – Режим доступа: http://esvc000225.wic048u.server-web.com/news/articles/Creative_Capital_Brecknock_2003.pdf (дата обращения: 26.10.2023).



18. Creative Capital Index [Электронный ресурс] // Calvert 22 Foundation. – Режим доступа: <https://inkifi.com/most-creative-cities/> (дата обращения: 17.11.2023).
19. The most creative cities in the world ranked [Электронный ресурс] // Creative Cities. – Режим доступа: <https://inkifi.com/most-creative-cities/> (дата обращения: 20.12.2023).
20. Prospects for the creative economy in 2022 [Электронный ресурс] // United Nations Conference on Trade and Development. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_overview_ru.pdf (дата обращения: 20.12.2023).

References

1. *Creative Economy Outlook 2022*. Available at: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf (data obrashhenija: 14.07.2023).
2. Hawkins J. *Kreativnaja jekonomika. Kak prevratit' idei v den'gi* [Creative Economics. How to turn ideas into money]. Moskva, Klassika XXI, 2011. 256 p. (in Russian).
3. Florida R. *Kreativnyj klass. Ljudi, kotorye menjajut budushhee* [Creative class. People who are changing the future]. Moskva. Klassika XXI, 2011. 432 p. (in Russian).
4. B. Joseph Pine, H. James Gilmore. *The Experience Economy*. Harvard Business Press, 2011. 359 p.
5. Hezmondalsh D. *Kul'turnye industrii* [Cultural industries]. Moskva, Izdatel'skij Dom VShJe, 2018. 456 p. (in Russian).
6. Newbajin J. *Vvedenie v kreativnuju jekonomiku* [Cultural industries]. Moskva, Kreativnaja jekonomika, 2011. 80 p. (in Russian).
7. *Global Innovation Index 2022*. Available at: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/ (data obrashhenija: 23.08.2023).
8. *Tvorcheskie (kreativnye) industrii* [Creative industries]. Available at: https://ion.ranepa.ru/upload/medialibrary/78a/Gid_Spravochnik-Tvorcheskie_kreativnye_industrii.pdf (data obrashhenija: 24.07.2023) (in Russian).
9. *Razvitie kreativnyh industrij v Rossii: kljuचेvye indikatory (nauchnyj dajdzhest)* [Development of creative industries in Russia: key indicators]. Moscow, NIU VShJe, 2021, 20 p. (in Russian).
10. *Global Innovation Index 2020-2022*. Available at: https://www.wipo.int/global_innovation_index/ru/ (data obrashhenija: 29.08.2023).
11. *Kreativnye industrii. Praktiki zarubezhnyh stran po razvitiyu* [Creative industries. Development practices of foreign countries]. Available at: <https://assets.kept.ru/upload/pdf/2022/11/ru-creative-industries-kept-survey.pdf> (data obrashhenija: 29.08.2023) (in Russian).
12. Hestanov R. *Kreativnye industrii – modeli razvitiya* [Creative industries are models of development] *Sociologicheskoe obozrenie*, 2018, 17(3), pp. 173-196 (in Russian).
13. *Art & Culture Grants*. Available at: <https://www.philaculturalfund.org/> (data obrashhenija: 30.07.2023).
14. *Residencies, Grants, and Fellowships for Writers: Nailing the Application*. Available at: <https://www.nyfa.org/> (data obrashhenija: 09.09.2023).
15. *Podhody k statisticheskomu nabljudeniju tvorcheskih (kreativnyh) industrij* [Transitions to the statistical collection of creative (critical) links]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Gershman-14032023.pdf> (data obrashhenija: 14.09.2023) (in Russian).
16. *Razvitie kreativnoj jekonomiki* [Development of the creative economy]. Available at: https://www.hse.ru/data/2023/03/31/2022289906/Trendletter_5_2023_Creative%20economy.pdf (data obrashhenija: 15.10.2023) (in Russian).
17. Cushing R. *Creative capital, diversity and urban growth*. Austin: University of Texas, 2003. Available at: http://esvc000225.wic048u.server-web.com/news/articles/Creative_Capital_Brecknock_2003.pdf (data obrashhenija: 26.10.2023).
18. *Creative Capital Index*. Available at: <https://inkifi.com/most-creative-cities/> (data obrashhenija: 17.11.2023).
19. *The most creative cities in the world ranked*. Available at: <https://inkifi.com/most-creative-cities/> (data obrashhenija: 20.12.2023).
20. *Prospects for the creative economy in 2022*. Available at: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_overview_ru.pdf (data obrashhenija: 20.12.2023).

ANALYSIS OF EVALUATION CRITERIA INDICATING THE IMPORTANCE OF CREATIVE INDUSTRIES IN THE WORLD ECONOMY

D. Issakhova, A. Jumasseitova*

Kazakh British Technical University, Almaty, Kazakhstan

Summary. *The issues of studying the influence of creative industries at the national level and the global economy as a whole are gaining more and more popularity due to their active positive impact on the economic development of countries. Based on the relative novelty of the appearance of this term in the scientific field, this topic*



is insufficiently developed and requires a comprehensive study. The purpose of the study is to analyze a sample set of evaluation criteria involved in the evaluation of national creative sectors of countries. The research methodology includes the application of universal general scientific research methods. A multidisciplinary approach prevails in the study. The scientific significance of the work consists in the identification, systematization and presentation of evaluation criteria used to identify the importance of creative industries in the economy of countries, practical - in the possibility of applying the conclusions obtained from the results of the study for a deeper subsequent study of creative industries and their impact on the economy of the world. In this study, an analysis of the current state of creative industries and management of their development was used, as well as various approaches to assessing the effectiveness of the creative sector within the city and country format. This study is the initial stage of developing the concept of managing the entrepreneurial potential of creative industry entities in order to form a decent competitive environment in the creative industries market in the future and to fulfill the requests of authors and owners of intellectual property created within the framework of a specific industry affiliation of the creative sector.

Key words: creative industries, intellectual activity, assessment methods.

ӘЛЕМ ЕЛДЕРІНІҢ ЭКОНОМИКАЛАРЫНДАҒЫ КРЕКТИВТІ ИНДУСТРИЯЛАРДЫҢ МАҢЫЗДЫЛЫҒЫН ИНДИКАЦИЯЛАЙТЫН БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІН ТАЛДАУ

Д.О. Исахова*, Ә.Қ. Жұмасейітова

Қазақстан-Британ техникалық университеті, Алматы, Қазақстан

Түйін. Креативті индустриялардың ұлттық деңгейдегі және жалпы әлемдік экономикадағы әсерін зерттеу мәселелері олардың елдердің экономикалық дамуына белсенді оң әсерінің арқасында танымал бола түсуде. Ғылыми салада осы терминнің пайда болуының салыстырмалы жаңалығына сүйене отырып, бұл тақырып жеткіліксіз дамыған және жан-жақты зерттеуді қажет етеді. Зерттеудің мақсаты-елдердің ұлттық шығармашылық секторларын бағалауға қатысатын бірқатар бағалау критерийлерін талдау. Зерттеу әдістемесі әмбебап жалпы ғылыми зерттеу әдістерін қолдануды қамтиды. Зерттеуде көпсалалы тәсіл басым. Түйінді сөздер: креативті индустриялар, зияткерлік қызмет, бағалау әдістері. Жұмыстың ғылыми маңыздылығы елдердің экономикасындағы креативті индустриялардың маңыздылығын анықтау үшін қолданылатын бағалау критерийлерін анықтау, жүйелеу және ұсыну болып табылады, практикалық - креативті индустрияларды және олардың әлем елдерінің экономикасына әсерін тереңірек зерттеу үшін жүргізілген зерттеу нәтижелері бойынша алынған қорытындыларды қолдану мүмкіндігінде. Бұл зерттеуде креативті индустриялардың қазіргі жағдайын талдау және олардың дамуын басқару, сондай-ақ қалалық және елдік форматтағы креативті сектордың тиімділігін бағалаудың әртүрлі тәсілдері қолданылды. Бұл зерттеу болашақта креативті индустриялар нарығында лайықты бәсекелестік ортаны қалыптастыру және креативті сектордың нақты салалық тиесілігі шеңберінде құрылған авторлар мен зияткерлік меншік иелерінің сұраныстарын іске асыру мақсатында креативті индустрия субъектілерінің кәсіпкерлік әлеуетін басқару тұжырымдамасын әзірлеудің бастапқы кезеңі болып табылады.

Түйінді сөздер: шығармашылық индустриялар, зияткерлік қызмет, бағалау әдістері.

Авторлар туралы ақпарат:

Д.О. Исахова* – DBA кандидат, Қазақстан-Британ техникалық университеті, Алматы қ., Қазақстан, e-mail: danaissakhova@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0003-4778-8480>

Ә.Қ. Жұмасейітова - экономика ғылымдарының кандидаты, PHD, профессор, Қазақстан-Британ техникалық университеті, Алматы қ., Қазақстан, e-mail: a.dzhumaseitova@kbtu.kz, <https://orcid.org/0000-0002-2193-9418>

Информация об авторах:

Д.О. Исахова* – DBA кандидат, Казахстанско-Британский технический университет, г. Алматы, Казахстан, e-mail: danaissakhova@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0003-4778-8480>

А.К. Джумасейітова – кандидат экономических наук, PHD, Казахстанско-Британский технический университет, г. Алматы, Казахстан, e-mail: a.dzhumaseitova@kbtu.kz, <https://orcid.org/0000-0002-2193-9418>

Information about authors:

D. Issakhova* – DBA candidate Kazakh-British Technical University, Almaty, Kazakhstan, e-mail: danaissakhova@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0003-4778-8480>

A. Jumasseitova - candidate of economic sciences, PHD, Kazakh-British Technical University, Almaty, Kazakhstan, e-mail: a.dzhumaseitova@kbtu.kz, <https://orcid.org/0000-0002-2193-9418>

Получено: 15.01.2024

Принято к рассмотрению: 30.01.2024

Доступно онлайн: 30.03.2024