

**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

Тема: «Исследование влияния поведения потребителей на развитие креативных индустрий»

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. Теоретические основы креативных индустрий и их связь с поведением потребителей.....	8
1.1. Креативные индустрии: понятие, классификация и связь с поведением потребителей.....	8
1.2. Цифровые технологии и искусственный интеллект в развитии креативных индустрий.....	16
Глава 2. Текущее состояние и перспективы развития креативной экономики в России.....	23
2.1. Тенденции развития креативной экономики и перспективы сектора креативных индустрий в России.....	23
2.2. Региональная специфика креативных регионов России и место Свердловской области в рейтинге.....	37
Глава 3. Характер влияния поведения потребителей на развитие креативных индустрий в РФ.....	54
3.1. Исследование деятельности креативной организации и влияние поведения потребителей на развитие.....	54
3.2. Пути совершенствования исследования поведения потребителей в развитии креативных индустрий.....	66
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	74
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	79
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	87

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Креативные индустрии играют важную роль в современном мире, они способствуют развитию экономики, созданию рабочих мест, формированию культурного облика страны и улучшению качества жизни населения. Креативная экономика стала новым трендом, в ней видят многообещающий потенциал и российские власти, и профессиональное сообщество, и бизнес. Ее целенаправленное развитие стало государственной задачей, закрепленной на уровне федерального закона. Поставлена цель повысить долю креативного сектора с нынешних 3,5% от ВВП до 6,0% ВВП к 2030 году[17].

Креативные индустрии являются важным источником экономического роста. Они способствуют созданию новых рабочих мест, увеличению ВВП и привлечению инвестиций. Креативные индустрии включают в себя такие отрасли, как дизайн, архитектура, реклама, медиа, кино, музыка, изобразительное искусство и другие. Они предоставляют возможность для развития талантливых людей и предпринимателей, создания инноваций и экспорта культурных продуктов и услуг.

Креативные индустрии играют важную роль в создании культурной идентичности страны и формировании общественных ценностей. Они способствуют сохранению и развитию национального наследия, традиций и культурного наследия. Креативные индустрии также способствуют развитию туристической отрасли, привлекая иностранных туристов и увеличивая доходы страны от туристического бизнеса.

Креативные индустрии являются источником инноваций и технологического прогресса. Они стимулируют развитие новых технологий, включая визуализацию, виртуальную реальность, искусственный интеллект и другие. Креативные индустрии также активно используют цифровые технологии для производства, распространения и продвижения своих продуктов и услуг.

Креативные индустрии способствуют развитию человеческого потенциала и созданию условий для самореализации талантливых людей. Они предоставляют возможность для профессионального роста, обучения и получения новых навыков. Креативные индустрии также способствуют развитию творческого мышления, инновационности и креативности, которые являются важными навыками в современном мире.

Креативные индустрии способствуют международному культурному обмену и взаимодействию. Они создают возможности для культурного диалога, понимания и сотрудничества между странами. Креативные индустрии могут быть мощным инструментом дипломатии и мягкой силы, способствуя укреплению международных отношений и улучшению имиджа страны на мировой арене.

Таким образом, креативные индустрии играют важную роль в современном мире, они способствуют экономическому развитию, формированию культурной идентичности, инновациям и технологическому прогрессу, развитию человеческого потенциала и международному взаимодействию. При этом они являются источником рабочих мест, создают культурные ценности и улучшают качество жизни населения. Поэтому поддержка и развитие креативных индустрий является важной стратегической задачей для государств и общества в целом, а исследование влияния поведения потребителей на развитие креативных индустрий будет только способствовать развитию данного сектора экономики.

В связи с вышеизложенной актуальностью, целью диссертационного исследования является: разработка путей по совершенствованию исследования поведения потребителей в развитии креативных индустрий. Достижение указанной цели, планируется достигнуть путем решения следующих задач: изучить теоретические основы креативных индустрий и их связь с поведением потребителей; провести анализ текущего состояния и перспектив развития креативной экономики в России; разработать проект мероприятий по улучшению исследования поведения потребителей в развитии креативных индустрий.

Объектом исследования является- рекламное агентство ООО «РА ВОСХОД» г. Екатеринбурга Свердловской области. Предмет исследования- влияние поведения потребителей на развитие анализируемой организации, являющейся одной из отраслей креативной экономики.

Структурно диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Первая глава является теоретической- в ней рассмотрено понятие и классификация креативных индустрий; описана роль поведения потребителя в формировании спроса на продукцию креативных индустрий; дана оценка развитию креативных индустрий в различных странах (на примере стран БРИКС+), изучена роль цифровых технологий и искусственного интеллекта в развитии креативных индустрий. Во второй аналитической главе проведен анализ развития креативной экономики в России, рассмотрены ее перспективы; дана оценка развитию креативных регионов России, место Свердловской области в рейтинге и перспективы сектора креативных индустрий региона. В третьей проектной главе проведено исследование деятельности креативной организации- рекламное агентство «Восход» и влияние поведения потребителей на ее развитие; предложены пути совершенствования исследования поведения потребителей в развитии креативных индустрий.

Информационной базой исследования являются различные статьи и учебные пособие по изучаемой проблеме, а также данные статистической отчетности развития креативных индустрий в России и в мире, нормативно-правовое регулирование сферы развития креативных индустрий в РФ и в регионе Свердловская область.

Проблематикой изучения креативных индустрий занимались множество авторов, наиболее известными из них являются: Абанкина Т. В., Груздева Е.А., Жупарова А. С., Исмаил Г. Ж., Казакова М.В., Мацкевич А. В., Миронов И., Паршукова Г.Б., Романова В. В., Чуковская Е.Э. и другие.

При написании диссертационного исследования применялись различные методы: анализ, описание, классификация, опрос, анкетирование, индукция, дедукция, обобщение, абстрагирование и другие.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предложенные рекомендации могут быть применены на практике при исследовании поведения потребителей на развитие креативных индустрий.

Глава 1. Теоретические основы креативных индустрий и их связь с поведением потребителей

1.1. Креативные индустрии: понятие, классификация и связь с поведением потребителей

Понятие креативных индустрий тесно связано с понятием креативного сектора, который включает сферы деятельности по продвижению (продюсированию) и распространению (реализации) креативных продуктов. Креативные индустрии- это сектор экономики, связанный с интеллектуальной деятельностью, развивающийся преимущественно на идеях и технологиях. Иначе говоря, это деятельность на стыке творчества и технологий. Примерами креативных индустрий являются: научно-исследовательская деятельность, дизайн, телевидение, музыка, мода, архитектура, разработка программного обеспечения и другие[26].

Согласно принятому закону № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» от 08 августа 2024 года (вступил в силу с 5 февраля 2025 года)[2], существует следующая классификация креативных индустрий: индустрии, основанные на историко-культурном наследии; индустрии, основанные на произведениях литературы и искусства; индустрии, основанные на информационно-телекоммуникационных технологиях; индустрии, основанные на прикладном творчестве, таблица 1А(Приложение А).

На основе классификаций зарубежных стран всего в России 16 видов креативных индустрий: арт-индустрия, народные промыслы, кино и анимация, фотография, мода, дизайн, архитектура, библиотеки, музеи, культурное наследие, телерадиовещание, музыка, таблица 1.2.Рассмотрим кратко.

К арт-индустрии относят предпринимательскую деятельность в области музыкального бизнеса, концертно-гастрольного бизнеса, кинопроизводства и телевидения, интернет в части art-net, компьютерные технологии и медиа, а также галерейный бизнес, индустрию моды, издательский бизнес, рекламную индустрию, дизайн, архитектуру, культурный туризм и т.п.

Таблица 1.2- Виды креативных индустрий в России на основе классификаций зарубежных стран[12]

№ п/п	Виды	Описание
1	Арт-индустрия	Сектор экономики, который включает производство, сбыт произведений искусства и услуг в сфере культуры, сопряжённые секторы и потребительскую аудиторию.
2	Народные промыслы	Это художественные традиции. В их основе лежит искусство обработки дерева, глины, камня, металла и других природных материалов.
3	Музыка, исполнительное искусство, культурно-досуговые учреждения	Музыка - это искусство, отражающее действительность в звуковых художественных образах. В её основе совокупность определённых звуков и использование средств музыкальной выразительности (ритм, гармония, темп, динамика, тон, тембр и др.).
4	Кино и анимация	Кино - это форма кинематографа, где действие записывается на камеру в реальном времени. Анимационное кино - это форма кинематографа, которая использует последовательно созданные рисунки, модели или цифровые изображения для создания иллюзии движения.
5	Фотография	Фотография - разновидность изобразительного искусства, в которой художник с помощью особых технических средств воплощает свой творческий замысел в виде изображений (снимков)
6	Издательская деятельность	Это отрасль экономики, которая специализируется на подготовке, создании, издании и массовом распространении информации в печатной, музыкальной, электронной и других формах продукции.
7	Телерадиовещание	Телерадиовещание представляет собой область науки, техники и культуры, связанную с передачей на расстояние объектов при помощи радиоэлектронных устройств.
8	ИТ и видеоигры	ИТ (информационные технологии) - это процессы создания, хранения, обмена информацией, а также способы реализации этих процессов. Видеоигра - это любая игра, для функционирования которой необходима ЭВМ.
9	Реклама	Реклама - это информация, которая привлекает внимание потенциальных клиентов к продукту, бренду или услуге.
10	Архитектура	Создание и реализация интеллектуальной собственности.
11	Дизайн	Дизайн является системообразующей отраслью креативных индустрий, как основной связующий элемент он объединяет все сферы творческой деятельности человека.
12	Мода	Это текстильные решения, цветовые палитры и формы, используемые в модных коллекциях, находят отражение в дизайне обоев, мебели и аксессуаров.
13	Ювелирное дело	Включает в себя новые материалы, которые используются в ювелирном дизайне (карты городов, детские рисунки, цветы, живой мох, веточки растений) и позволяют расширить диапазон творческих замыслов.
14	Библиотеки, Ар-	Музей – учреждение, которое собирает, изучает и хранит

	живы, музеи	найденные исторические предметы. Библиотека – учреждение, которое собирает и хранит письменность и печати для общества.
15	Культурное наследие	Включает в себя материальную культуру (здания, памятники, ландшафты, архивные материалы, книги, произведения искусства и артефакты), нематериальную культуру (фольклор, традиции, язык и знания) и природное наследие (культурно значимые ландшафты и биоразнообразие).
16	Образование в креативных индустриях	Процесс обучения в сферах, связанных с творчеством и бизнесом, таких как дизайн, мода, кино и анимация, музыка, архитектура и др.

Примерами народных промыслов являются: росписи посуды и других предметов быта, глиняная и деревянная игрушка, кружевоплетение, гончарное, кузнечное дело и другое.

Кино - это вид изобразительного искусства, произведения которого создаются при помощи движущихся изображений. Действие записывается на камеру в реальном времени. Анимация - это форма кинематографа, которая использует последовательно созданные рисунки, модели или цифровые изображения для создания иллюзии движения. В отличие от традиционного кино, анимация создаётся кадр за кадром, что позволяет создавать персонажей и миры, ограниченные только воображением создателей. Таким образом, кино - это движущиеся изображения, а анимация - это иллюзия движения, созданная на основе последовательности неподвижных образов. В русском языке у термина «анимация» есть синоним - «мультипликация». Дословно «анимация» означает «оживление», а «мультипликация» - «копирование», суть которого заключается в создании эффекта движущегося изображения.

Реклама - это форма коммуникации, используемая для продвижения товаров, услуг или идей через разные каналы, такие как телевидение, радио, интернет, печатные издания и наружные носители. Она является неотъемлемой частью современного общества и бизнеса, играя ключевую роль в развитии экономики и способствуя культурному обмену.

Архитектуру также можно отнести к креативным индустриям: от архитектуры зданий и сооружений до дизайна мебели и предметов интерьера, она задаёт тон и определяет стиль. Архитектурные формы, материалы и пропорции

могут быть использованы дизайнерами для создания эстетически привлекательных и функциональных решений.

Образование в креативных индустриях - это процесс обучения в сферах, связанных с творчеством и бизнесом(реклама, музейно-галерейное дело, туризм и др.). Некоторыми преимуществами такого образования являются: возможность экспериментировать и искать смелые и нестандартные решения; формирование визуальной насмотренности; погружение в среду, формирующую хороший вкус и нестандартное, критическое мышление; формирование актуальных технических навыков для реализации проектов; изучение передовых методик и практик, которые востребованы в индустрии; получение знаний о современных бизнес-процессах; возможность на практике узнать все этапы формирования продукта; формирование себя как творческой личности. В России образование в креативных индустриях можно получить в отдельных творческих вузах и на профильных факультетах внутри университетов, а также на курсах, в зависимости от направления и программы[18].

Итак, выше были описаны основные виды креативных индустрий применяемые в России на основе классификаций зарубежных стран. Кроме выше представленной классификации, существуют также различные виды креативных услуг и товаров. В частности, на основе классификации ЮНКТАД, виды креативных услуг следующие: инженерные, в области архитектуры, рекламные услуги, услуги в сфере отдыха, культуры, технические услуги и другие.

Креативные товары основе классификации ЮНКТАД делятся на следующие группы: художественные промыслы, товары- носители аудиовизуального контента; дизайнерские товары, товары для новых медиа, товары для исполнительных искусств, печатная продукция, изобразительное искусство, таблица А2 (Приложение А).

Итак, выше было дано понятие и рассмотрена классификация креативных индустрий. Креативные индустрии имеют огромный потенциал для развития и процветания. На сегодняшний день, существуют несколько ключевых направлений, которые определяют перспективы креативных индустрий. В частно-

сти, это рост цифровых технологий, увеличение спроса на креативные услуги; удешевление и упрощение процесса создания; увеличение кросс-культурных взаимодействий; устойчивость и социальная ответственность. Рассмотрим кратко.

1) Рост цифровых технологий. Развитие цифровых технологий и интернета значительно изменило способ, которым мы потребляем и создаем креативные продукты. С появлением онлайн-платформ и стриминговых сервисов, а также социальных сетей, артисты и творческие профессионалы стали иметь более широкие возможности для распространения и продвижения своего творчества. Цифровые технологии также способствуют появлению новых форматов и жанров, таких как виртуальная реальность, дополненная реальность и интерактивное искусство.

2) Увеличение спроса на креативные услуги. С ростом глобальной экономики и увеличением уровня жизни, спрос на креативные услуги также растет. Компании все больше осознают важность дизайна, маркетинга и брендинга для своего успеха, поэтому они готовы вкладывать больше средств в развитие креативных индустрий. Потребители также проявляют все больший интерес к оригинальным и качественным креативным продуктам и услугам.

3) Удешевление и упрощение процесса создания. С развитием технологий и появлением новых инструментов, процесс создания креативных продуктов становится более доступным и удобным. Например, современные программы для дизайна и музыкального производства позволяют людям без специального образования и опыта создавать профессиональные креативные работы. Это открывает новые возможности для талантливых людей, которые ранее не имели доступа к студиям и оборудованию.

4) Увеличение кросс-культурных взаимодействий. Глобализация и международная торговля способствуют увеличению кросс-культурных взаимодействий и обмену идеями и творческими подходами между различными странами и культурами. Это приводит к появлению новых гибридных форм искусства и

культуры, а также к повышению международного спроса на креативные продукты и услуги.

5) Устойчивость и социальная ответственность. В последние годы все больше людей становятся осознанными потребителями и обращают внимание на устойчивость и социальную ответственность креативных индустрий. Потребители и компании все чаще выбирают продукты и услуги, которые отражают их ценности и уважают окружающую среду. Креативные индустрии, которые будут учитывать эту тенденцию и предлагать устойчивые и социально ответственные решения, будут иметь больше шансов на успех в будущем[60].

В целом, креативные индустрии имеют много возможностей для развития и роста. При этом, важное значение на развитие креативных индустрий оказывает технологический процесс. Современные технологии предоставляют новые возможности для творческого процесса, расширяют границы творчества и делают его более доступным для массовой аудитории. Рассмотрим кратко.

1. Развитие цифровых технологий. Цифровые технологии, такие как компьютеры, программное обеспечение и интернет, значительно изменили способы создания, распространения и потребления креативных продуктов. Креативные профессионалы могут быстро и эффективно реализовывать свои идеи, а люди без специальных навыков могут самостоятельно создавать и редактировать креативный контент.

2. Расширение рынка и аудитории. Технологический прогресс позволяет креативным индустриям достигать более широкой аудитории и расширять свои рынки. С развитием интернета и социальных сетей, креативные продукты могут быть легко распространены и доступны людям в любой точке мира. Это позволяет креативным профессионалам получать больше возможностей для продвижения своих работ и находить новых клиентов или поклонников.

3. Новые форматы и инструменты. Технологический прогресс также способствует развитию новых форматов и инструментов для креативных индустрий. Например, в музыкальной индустрии появились новые звуковые синтезаторы и программы для создания электронной музыки. В игровой индустрии

развиваются виртуальная реальность и дополненная реальность, которые открывают новые возможности для создания интерактивного контента. Визуальные искусства также находят новые способы выражения с помощью различных цифровых инструментов и технологий.

Технологический прогресс имеет существенное влияние на креативные индустрии, обогащая их новыми возможностями, расширяя аудиторию и создавая новые форматы и инструменты. Это позволяет креативным профессионалам реализовывать свои идеи и достигать успеха в современном мире.

4. Важность образования и поддержки талантливых молодых людей.

Образование и поддержка талантливых молодых людей являются важными факторами для развития креативных индустрий. Эти отрасли зависят от инноваций, творческого мышления и новаторских идей, которые могут быть внесены молодыми и талантливыми людьми. Поэтому инвестирование в образование и поддержку этой категории людей имеет стратегическое значение.

Образование является основой для развития талантливых молодых людей. Креативные индустрии требуют специфических навыков и знаний, и поэтому важно предоставлять молодым людям возможность получить соответствующее образование. Например, специализированные учебные программы по дизайну, искусству, музыке и другим креативным областям могут помочь развить у студентов навыки, которые будут полезны в их будущей карьере. Кроме того, образование также способствует развитию критического мышления, самостоятельности и творческого потенциала молодых людей[67].

Успех развития креативной индустрии в стране зависит от множества факторов: экономические (уровень доходов, доступность инвестиций); социальные и культурные (традиции, ценности общества, влияющие на продвижение креативных продуктов), инновации, технологический прогресс, государственное регулирование и поддержка. При этом, для развития креативных индустрий в различных странах предусмотрены свои условия. Основными моделями развития являются: скандинавская, азиатская, европейская, американская, таблица А3(Приложение А). Также для развития креативных индустрий в разных

странах могут быть характерны различные меры государственной поддержки, например, проведение акселерационных программ, предоставление грантов, льготные ставки по кредитам. В продолжении темы интересным будет рассмотреть опыт развития креативных индустрий стран БРИКС+ по имеющимся данным на 2023-2024гг.(Приложение Б)[44].

Итак, выше были рассмотрены особенности развития креативных индустрий в странах БРИКС+. Практически в каждой стране разработаны нормативно-правовые акты, регулирующие данную деятельность, осуществляется поддержка развития креативных индустрий. Лучшей страной по развитию является Китай, объемы экспорта креативных товаров и услуг этой страны существенно превышают другие страны. Креативные индустрии являются одной из наиболее динамично развивающихся отраслей в современном мире. Чтобы достичь успеха в этой сфере, необходимо разработать стратегию, которая позволит эффективно использовать ресурсы и привлечь внимание аудитории. Развитие креативных индустрий требует сочетания инноваций, креативности, сотрудничества и эффективного маркетинга (Приложение В). Правильно разработанная стратегия поможет достичь успеха и обеспечить долгосрочное развитие в этой динамичной отрасли. Однако, в данном вопросе немаловажную роль играет поведение потребителя в формировании спроса на продукцию креативных индустрий. Связь креативных индустрий с поведением потребителей заключается в том, что они способны повлиять на развитие общества, формируя его взгляды, ценности и предпочтения. Потребитель сегодня склонен совершать покупки, ориентируясь не на необходимость или потребность, а на собственный вкус.

Креативные индустрии связаны с поведением потребителей через концепцию креативного потребления. При таком потреблении человек не только покупает, но и участвует в производстве потребляемого. Характер и степень креативности личности проявляются в степени креативности её потребления.

В рамках креативных индустрий акценты в товарах и услугах переносятся с рациональной составляющей на эмоциональную. Это порождает специфиче-

ские потребительские практики, в которых акцент делается на творческом подходе к выбору продуктов и услуг.

Например, дизайнеры, как представители креативных индустрий, определяют и формируют образ жизни, потребительские привычки и окружающую среду.

Также влияние креативных индустрий на поведение потребителей можно увидеть на примере пандемии COVID-19: она изменила предпочтения покупателей, добавив креативную составляющую и сделав платежи более осознанными[58].

Таким образом, креативные индустрии - это деятельность на стыке творчества и технологий, которые также имеют большую связь с поведением потребителей. При этом, благодаря всемирной цифровизации объем рынка и капитализация сектора только растет, и эта тенденция останется актуальной в ближайшие десятилетия. Для того, чтобы подробнее рассмотреть цифровизацию и искусственный интеллект в развитии сектора креативных индустрий, перейдем к следующему параграфу диссертационного исследования.

1.2. Цифровые технологии и искусственный интеллект в развитии креативных индустрий

Особую роль для развития креативной индустрии играют цифровые технологии. Цифровые технологии (Digital technologies) - это разнообразные инновационные средства, основанные на использовании цифровой информации и обработке данных с помощью компьютеров и электронных устройств. Они охватывают широкий спектр технических решений, направленных на улучшение процессов, услуг и продуктов в различных областях деятельности[19].

Основными элементами цифровых технологий являются программное обеспечение, аппаратное обеспечение и сетевые инфраструктуры. Программное обеспечение включает в себя приложения, операционные системы, алгоритмы обработки данных и технологии искусственного интеллекта. Аппаратное обес-

печение включает в себя компьютеры, мобильные устройства, датчики, серверы и другие электронные компоненты. Сетевая инфраструктура обеспечивает связь и передачу данных между различными устройствами и системами.

Некоторыми способами цифровых технологий для развития креативной индустрии являются следующие:

- делают культурные программы, выставки, спектакли и мероприятия более доступными для широкой аудитории, включая людей из удалённых регионов и тех, кто не может физически посетить мероприятия;

- помогают культурным организациям и артистам продвигать свои проекты и взаимодействовать со зрителем, что способствует увеличению их популярности;

- позволяют предлагать интерактивные форматы контента, такие как образовательные приложения, онлайн-выставки, виртуальные экскурсии и концерты;

- снижают издержки на производство и продвижение креативных продуктов.

По данным аналитиков НАФИ, использование цифровых платформ - соцсетей, видеохостингов, маркетплейсов, сайтов, приложений - даёт в среднем 27,0% всей выручки сектора[39].

Не менее важная роль в развитии креативных индустрий принадлежит искусственному интеллекту. Искусственный интеллект (ИИ) - это главный тренд современной мировой экономики. В 2024 году использование искусственного интеллекта в креативных индустриях значительно выросло. Согласно исследованию компании Ipsos, ИИ стал ценным инструментом, способным положительно влиять на успех брендов. Но при условии обдуманного применения и контроля со стороны человека.

Уже почти 70,0% представителей медиасферы признаются, что обращаются к алгоритмам, чтобы сэкономить время или найти свежие идеи. А в отчете McKinsey Technology Trends Outlook 2024 указано, что 73,0% руководителей модных компаний считают приоритетом внедрение генеративного ИИ в 2024

году. Однако лишь 5,0% из них считают, что обладают достаточными навыками для использования всего потенциала этой технологии[19].

По данным российского исследования ассоциации «ФинТех», в 2024 году наблюдается демократизация генеративного ИИ и развитие мультимодальных моделей, что открывает новые возможности для творческих профессионалов. Но вместе с возможностями появляются и вопросы. Например, кому принадлежат права на работу, созданную с помощью ИИ? И можно ли считать машину настоящим соавтором? Рассмотрим подробнее как ИИ уже сегодня меняет творческую сферу и что ждет эту отрасль дальше.

Сегодня искусственный интеллект перестал быть просто помощником. Теперь это полноценный соавтор. Художники и дизайнеры все чаще говорят об ИИ как о «третьей руке», которая не только выполняет команды, но и предлагает идеи.

ИИ закрепился в креативных индустриях по следующим причинам:

1)Автоматизация рутинных задач. ИИ освобождает время креативщиков, выполняя однотипные действия, такие как обработка изображений, редактирование текста или создание черновиков.

2)Доступность технологий. ИИ-сервисы становятся дешевле и проще в использовании, что позволяет включать их в процессы даже небольшим студиям и отдельным фрилансерам.

3)Обработка больших данных. ИИ способен анализировать огромные массивы данных, выявляя тренды, предпочтения аудитории и создавая таргетированный контент.

4)Рост производительности и сокращение затрат. Системы на базе ИИ ускоряют процессы, делая их более эффективными, что позволяет быстрее выпускать продукты.

5)Демократизация творчества. ИИ-инструменты делают творчество доступным для широкого круга людей без профессиональных навыков.

6)Улучшение качества работы. ИИ минимизирует человеческие ошибки, повышая качество контента и его соответствие требованиям.

7) Развитие адаптивных систем. ИИ обучается на примерах, подстраиваясь под индивидуальные предпочтения и создавая уникальные решения.

8) Технологическое лидерство. Для многих брендов использование ИИ - это способ показать свою инновационность и привлечь внимание аудитории[37].

В 2024 году многие компании начали (и продолжили) использовать ИИ для тестирования и разработки новых идей. Например, модный дом Balenciaga представил коллекцию, созданную с активным использованием искусственного интеллекта. Дизайнеры бренда использовали ИИ для генерации принтов и разработки новых моделей, что позволило значительно ускорить процесс создания коллекции и привнести свежие идеи в дизайн. Этот подход был направлен не на сокращение затрат, а на внедрение инноваций и расширение творческих возможностей. Чем еще может быть полезен ИИ в дизайне одежды? Например, это создание новых моделей в рамках анализа последних трендов и предпочтений потребителей, разработка материалов с новыми характеристиками повышенной устойчивости к износу или экологичности.

ИИ в кинопроизводстве и анимации. В 2024 году компания Coca-Cola представила рождественскую рекламную кампанию, полностью созданную с помощью искусственного интеллекта. Для разработки серии видеороликов бренд сотрудничал с ИИ-студиями Secret Level, Silverside AI и Wild Card, используя модели Leonardo, Luma, Runway и Kling. Этот подход позволил значительно ускорить процесс производства и снизить финансовые затраты. Однако, несмотря на технологические достижения, реклама вызвала критику со стороны зрителей, отметивших недостаточную правдоподобность изображений и отсутствие праздничной атмосферы.

ИИ активно используется в кино: монтаж и обработка спецэффектов, создание контента - генерации сценариев, подбора кастинга и построения цифровых декораций. Он прогнозирует кассовые сборы, помогает персонализировать маркетинг и разрабатывать интерактивные сюжеты. Кроме того, технологии ИИ применяются в дипфейках, омоложении актеров и создании виртуальных

персонажей. Так, в фильме «Мастер и Маргарита» 2024 года Кот Бегемот сделан с применением технологий искусственного интеллекта.

ИИ в музыке. В 2024 году музыкальные платформы активно внедряют алгоритмы искусственного интеллекта для создания персонализированных композиций, соответствующих настроению пользователя. Например, сервисы, такие как Soundful, позволяют генерировать музыку, адаптированную под конкретные эмоциональные состояния и предпочтения слушателя.

ИИ настолько продвинулся в персонализации, что может предсказать предпочтения и писать музыку «под настроение». Но глубокая персонализация музыки вызывает вопросы: может ли ИИ, адаптируя контент, ненамеренно влиять на настроение пользователей? Это ставит под сомнение ответственность разработчиков и возможные последствия применения таких технологий.

Таким образом, тренды вдохновляющие, но везде есть свои «но». Мир раскололся на два лагеря: одни верят в ИИ и активно его используют, а другие - презирают и критикуют.

Мнение 1. ИИ убивает разнообразие в искусстве. Этот взгляд поддерживают те, кто верит, что искусство - это поиск уникальности, непредсказуемости и выхода за рамки. Они утверждают, что если все начнут следовать шаблонам ИИ, то рискуют утратить самобытность. Ведь алгоритмы анализируют прошлое, чтобы предложить популярное или «усредненное» будущее, а искусство, по сути, всегда должно быть на шаг впереди.

Ключевые аргументы:

- алгоритмы обучены на прошлом и не способны создавать абсолютно новое;
- искусство превращается в продукт для массового потребления, лишенный глубины;
- пример однотипных «идеальных» картинок от ИИ уже показывает, что разнообразие стирается.

Мнение 2. ИИ работает на коммерческое искусство и дизайн, а не мешает настоящему творчеству. С другой стороны, многие считают, что нейросети -

это инструмент, который идеально подходит для задач коммерции, но никогда не заменит настоящих художников. Искусство - это для души, для самовыражения, для передачи уникального взгляда на мир. Коммерческий же дизайн - это массовый интерес, то, что «работает» и «продает». Здесь ИИ и становится незаменимым: он генерирует трендовые образы, которые нравятся большинству и ведут к конкретным результатам.

Ключевые аргументы:

- искусство остается пространством для уникальных идей, потому что это не «для денег»;
- коммерция всегда строилась на массовой привлекательности, и ИИ идеально подстраивается под вкусы потребителей;
- нейросети экономят время и дают дизайнерам возможность сосредоточиться на сложных задачах, оставляя рутину ИИ[39].

Эти две точки зрения не обязательно противоречат друг другу. Искусство может оставаться местом для экспериментов, душевных порывов и выхода за рамки. А ИИ будет служить коммерческим целям, помогая создавать продукты, которые нравятся большинству. Главное, чтобы творцы сами решали, когда им нужен алгоритм, а когда - только их руки, мозг и сердце.

В любом случае, мы сейчас наблюдаем появление новых трендов, направленных на выход за рамки традиционного творчества, креативное соавторство и создание новых творческих сообществ, еще более персонализированный контент, видим трансформации профессий, эксперименты с формами и стилями, экокреатив[39].

Положительное влияние искусственного интеллекта на креативную индустрию, включает: большую доступность к ресурсам, большой охват аудитории, создание новых возможностей, экономическая эффективность (Приложение А) Основными технологиями будущего в креативных индустриях являются: платформенные решения, ИИ и большие данные, 5G, AR/VR (дополненная/виртуальная реальность), 3D-моделирование, таблица А4 (Приложение А).

К 2025 году и в перспективе прогнозируются серьезные изменения сферы культуры и креативных индустрий, таблица А5 (Приложение А).

Итак, современные цифровые технологии постепенно, незаметно, но кардинально трансформируют мир вокруг, все глубже проникая в повседневную жизнь. Меняются способы общения, ведения бизнеса, самореализации в творчестве. Причем эти изменения касаются не только инструментов, когда кисть в руке художника превращается в компьютерную мышь, а холст – в экран монитора. Меняется сам творческий процесс, в котором все большую роль играют алгоритмы. Например, в индустрии моды цифровые технологии уже проникают во все этапы создания и реализации новых коллекций. Искусственный интеллект анализирует данные социальных сетей и определяет будущие модные тренды. Современные платформенные решения полностью трансформируют бизнес-процессы изготовления, алгоритмы выстраивают новые коммуникации с потребителями.

Но, что гораздо важнее, алгоритмы искусственного интеллекта (ИИ) используются дизайнерами для решения самых разнообразных задач, начиная с автоматизации рутинных функций (например, превращения наброска, эскиза в полноценную 3 D модель будущей вещи) и заканчивая автоматическим созданием новых моделей (в частности, на базе данных социальных сетей о модных трендах). Таким образом, ИИ становится дизайнером, художником или композитором, создавая новые произведения. Более того, ИИ и цифровые технологии способны оказывать существенное влияние на исследование поведения потребителей в развитии креативных индустрий. Для того, чтобы оценить текущее состояние и перспективы развития креативной экономики в России; а также разработать проект мероприятий по улучшению исследования поведения потребителей в развитии креативных индустрий, перейдем к следующим главам диссертационного исследования.

Глава 2. Текущее состояние и перспективы развития креативной экономики в России

2.1. Тенденции развития креативной экономики и перспективы сектора креативных индустрий в России

На протяжении ряда лет креативная экономика России имеет положительные тенденции развития. В настоящее время по данным на 2024г. вклад креативного предпринимательства в ВВП России относительно небольшой и составляет 3,5%, но его доля увеличилась, по сравнению с данными на 2019 г. рост составил 0,5%. В 2020-2022гг. доля креативного сектора не менялась на протяжении этого периода и составляла 3,2%, рисунок 2.1.

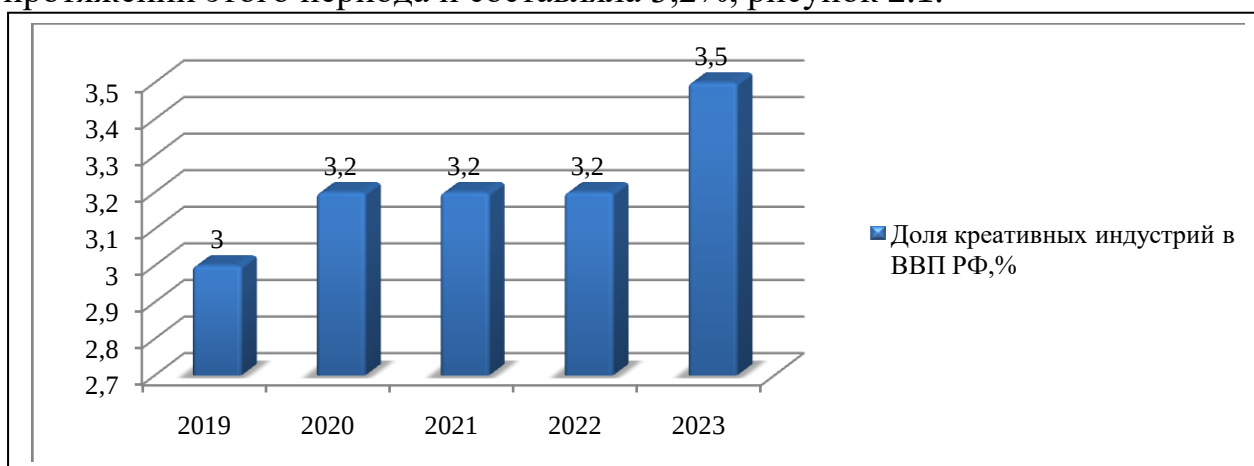


Рисунок 2.1-Динамика доли креативных индустрий в ВВП России с 2019-2023гг.[20]

При этом самый высокий показатель производительности труда в креативных индустриях приходится на рекламу и пиар, за 2023г. производительность этой отрасли составила 9,0 млн. руб. на человека, рисунок 2.2.

Вторую и третью строчку рейтинга по производительности заняли кино (8,4 млн. руб./чел.) и ювелирное дело (7,0 млн. руб./чел.). Хуже всего производительность наблюдается у отраслей: арт-индустрия, медиа и СМИ, дизайн, архитектура и урбанистика.

В креативной экономике России в 2023г. было занято 4,6 млн. человек, это на 6,9% больше, чем годом ранее. В целом, за пять лет доля занятых в креативных профессиях выросла на 6,4% и составила 30,7%.

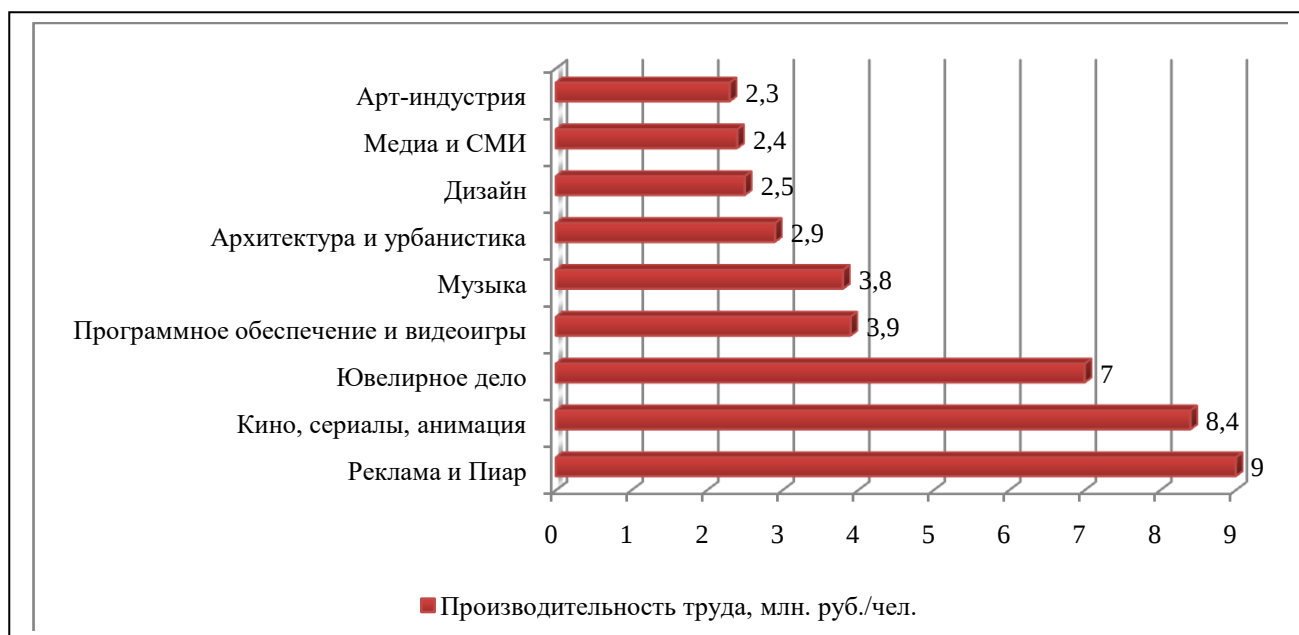


Рисунок 2.2-Производительность труда в креативных индустриях России в 2023г. [20]

Доля вспомогательного персонала и интегрированных работников в креативном секторе сократилась и составила 29,6% и 39,7% соответственно, рисунок 2.3.

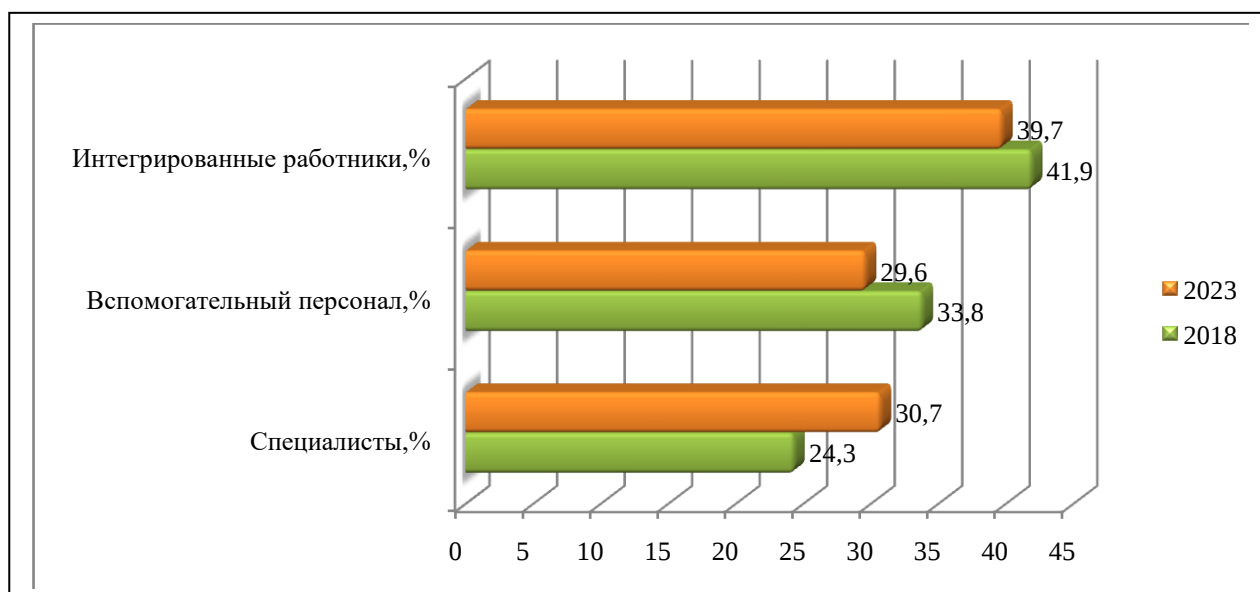


Рисунок 2.3-Динамика структуры занятых в креативной экономике России с 2019-2023гг. [20]

Половина занятых в креативных отраслях экономики России- это специалисты сферы культуры и искусства и ИКТ. На специалистов по рекламе, маркетингу и связям с общественностью приходится 15,6% занятых в креативном

секторе. Меньшую долю занимают фотографы, художники-оформители, рабочие художественных промыслов, рисунок 2.4.

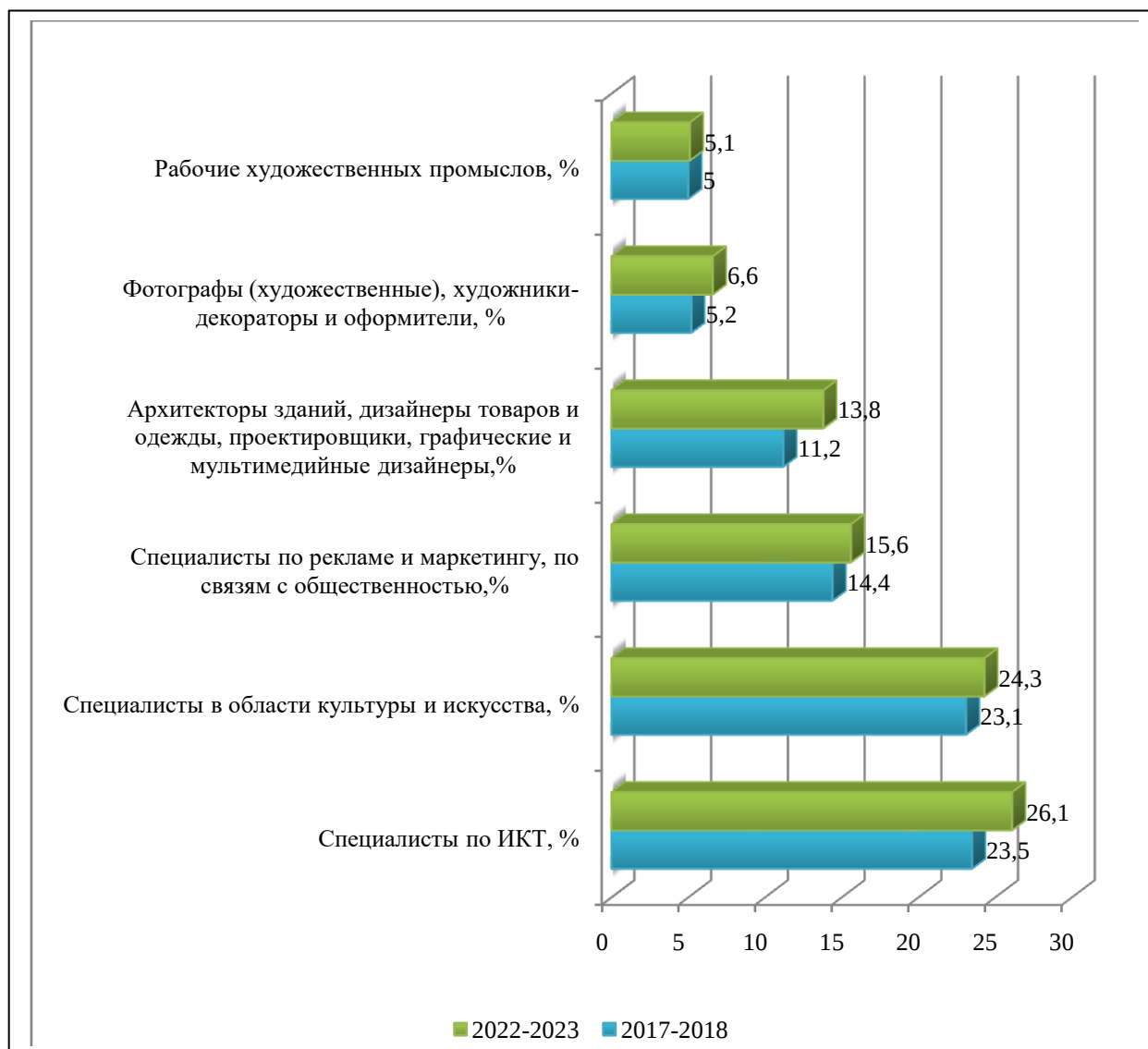


Рисунок 2.4-Динамика структуры занятых по креативным профессиям в России с 2017-2023гг. [20]

Самыми быстрорастущими профессиями в креативном секторе являются: специалисты культуры и искусства, специалисты ИКТ, дизайна и рекламы. По этим группам специалистов численность увеличилась более, чем на 100,0 тыс. человек. Большая часть работающих в креативных индустриях имеют высокий уровень образования и работают по специальности. В 2023 г. на их долю приходилось 70,2%, среднее- профессиональное образование имеют 24,8% работников и 5,0% приходится на занятых со средним общим образованием, рисунок 2.5.



Рисунок 2.5-Уровень образования представителей работников креативно-го сектора экономики России в 2023г. [20]

По гендерному признаку большую часть работников креативного сектора составляют мужчины, их доля составила 54,5%, на долю женщин приходится 45,5%, рисунок 2.6.

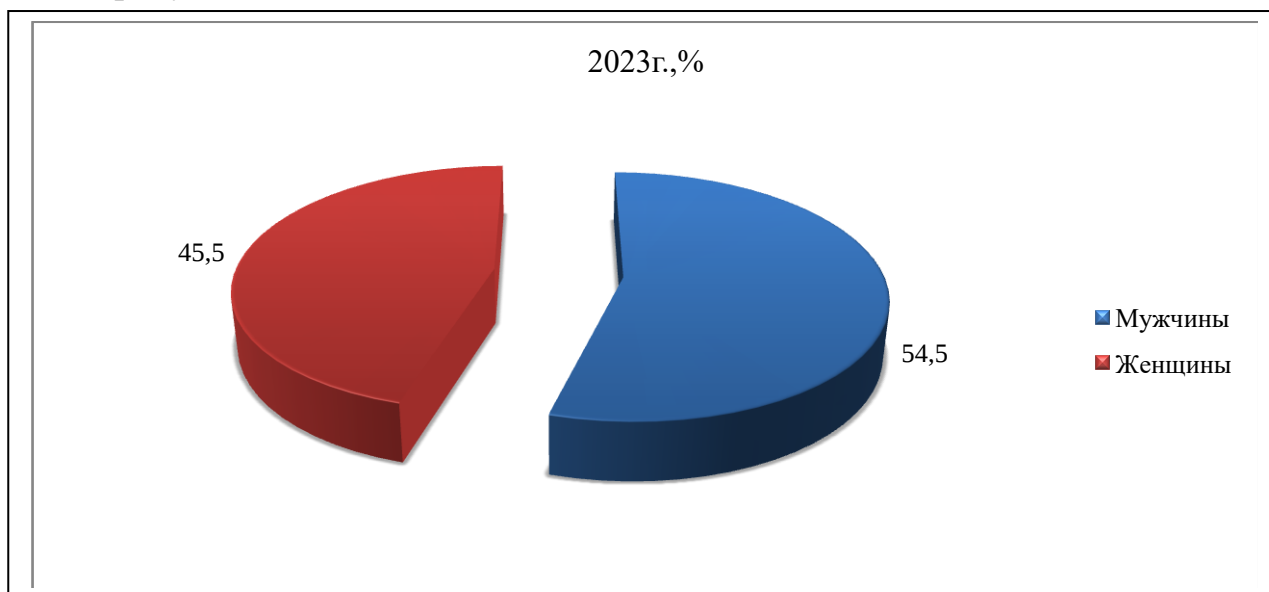


Рисунок 2.6- Структура представителей работников креативного сектора экономики России по гендерному признаку в 2023г. [20]

71,0% работающих в креативных индустриях моложе 45 лет, небольшую долю занимают работники в возрасте от 45 до 54 лет -17,8%, от 55 до 64 лет- 9,7%, меньше всего приходится на сотрудников в возрасте от 65 лет и старше, они занимают 1,4% доли, рисунок 2.7.

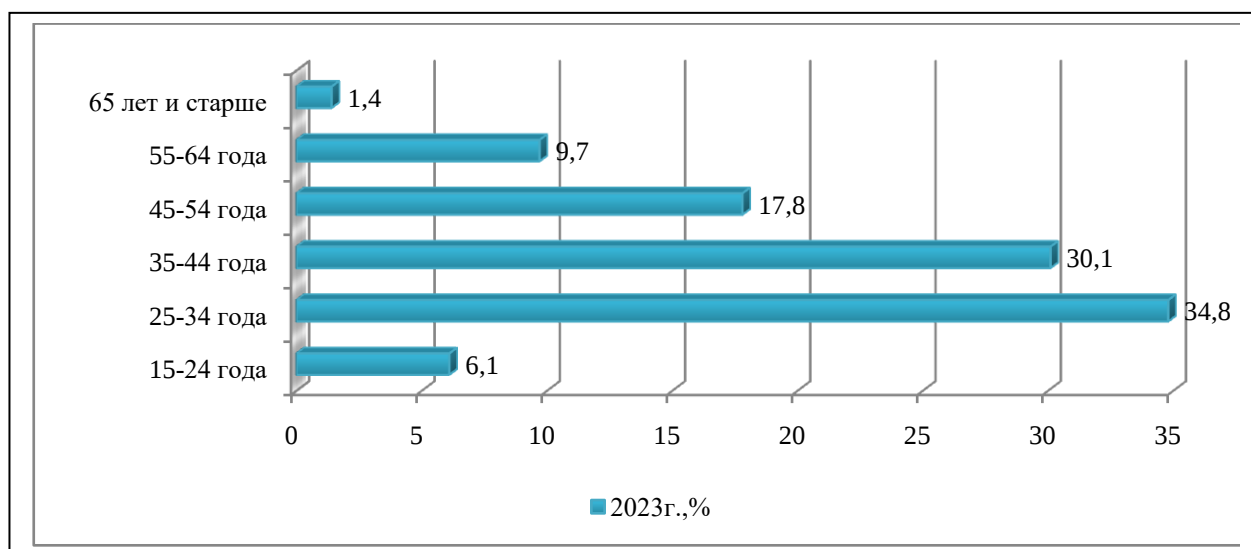


Рисунок 2.7- Структура представителей работников креативного сектора экономики России по возрасту в 2023г. [20]

По доле молодежи и работников с высшим образованием креативные индустрии опережают экономику в целом. В частности, в 2023г. доля работающей молодежи в возрасте до 35 лет в целом по РФ составила 28,8%, тогда как в креативных индустриях их доля составила 32,5%, рисунок 2.8.

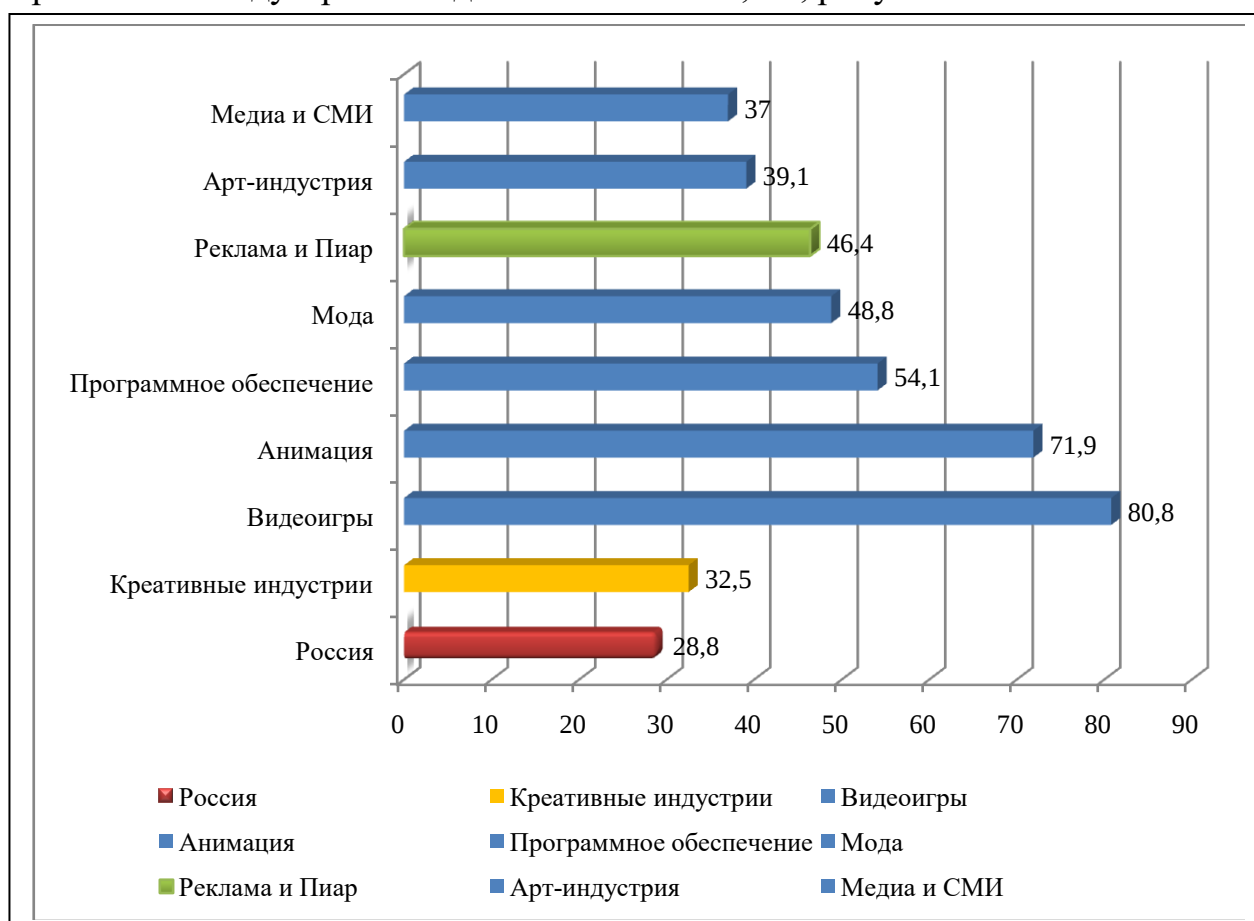


Рисунок 2.8- ТОП- креативных индустрий по доле работников в возрасте до 35 лет в 2023г. [20]

Больше всего молодых работников приходится на отрасли креативной индустрии: видеоигры, анимация, программное обеспечение. Рекламная деятельность также входит в ТОП индустрий по доле молодежи, однако занимает в рейтинге не первую строчку, по итогам 2023г. доля молодежи в этой отрасли составила 46,4%, рисунок 2.8. А в ТОП- индустрий по доле работников с высшим образованием, отрасль рекламной деятельности- не входит. В рейтинг вошли следующие сферы: видеоигры, анимация, архитектура, программное обеспечение, медиа и СМИ, мода, книжное дело, рисунок 2.9.

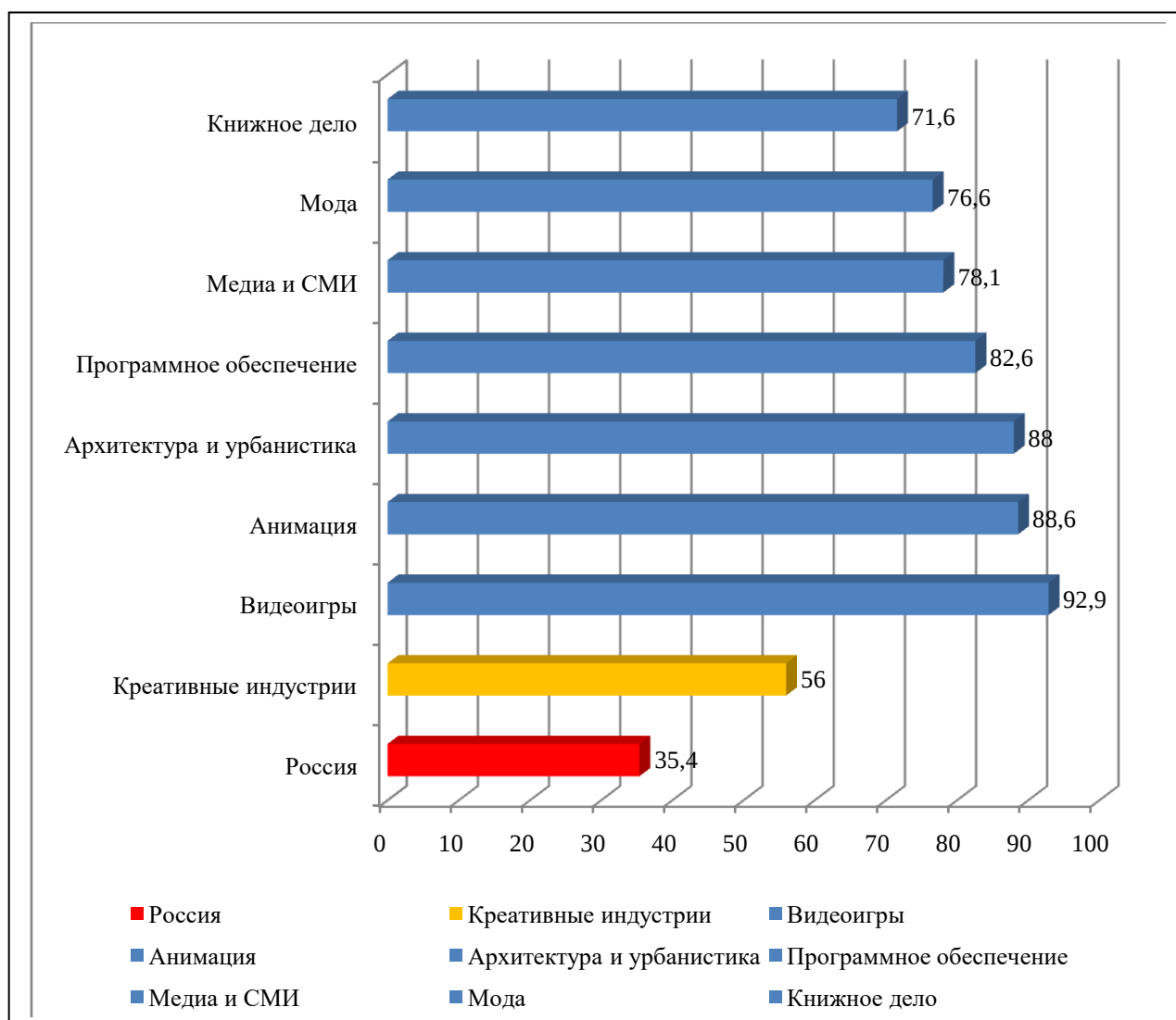


Рисунок 2.9-ТОП- креативных индустрий по доле работников с высшим образованием в 2023г. [20]

В среднем по России доля работников с высшим образованием составляет 35,4%, тогда как в креативных индустриях этот показатель сформировался на уровне 56,0%.

Выручка креативного сектора экономики России ежегодно увеличивается и в 2023г. составила 14,5 трлн. руб., это практически в два раза превышает показатель начала анализируемого периода и на 27,19% больше уровня прошлого года, рисунок 2.10.

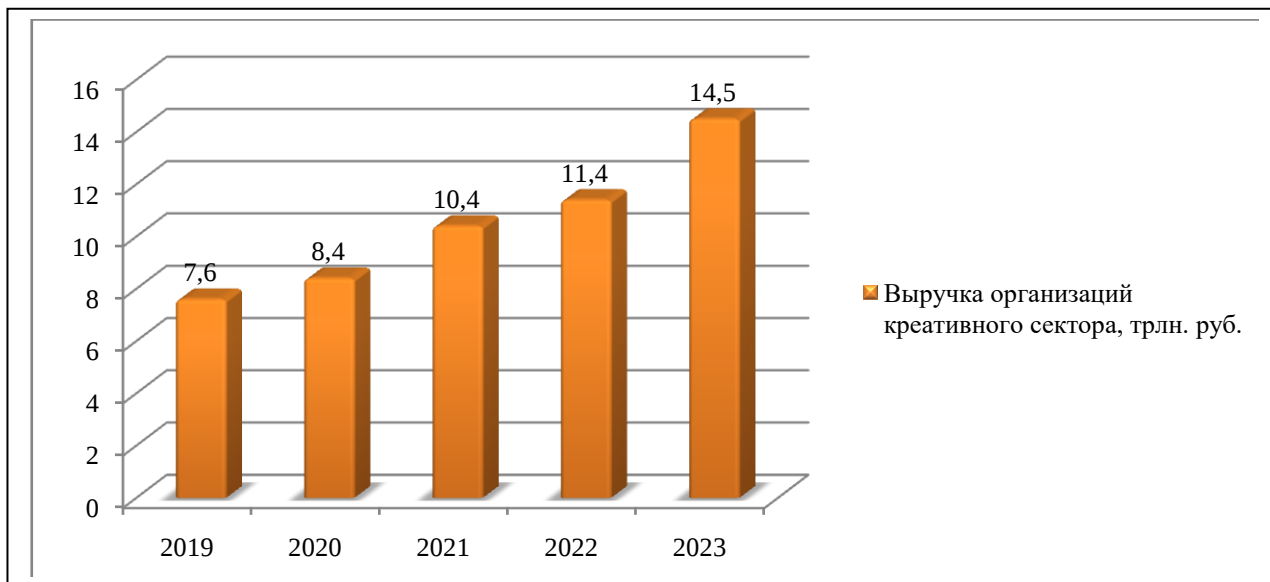


Рисунок 2.10-Динамика выручки организаций креативного сектора России с 2019-2023гг. [20]

По структуре выручки креативного сектора России, наибольшую долю занимает: создание (64,82%), небольшая доля приходится на распространение (15,86%), продвижение (3,45%) и сегменты сопутствующей деятельности (15,86%), рисунок 2.11.

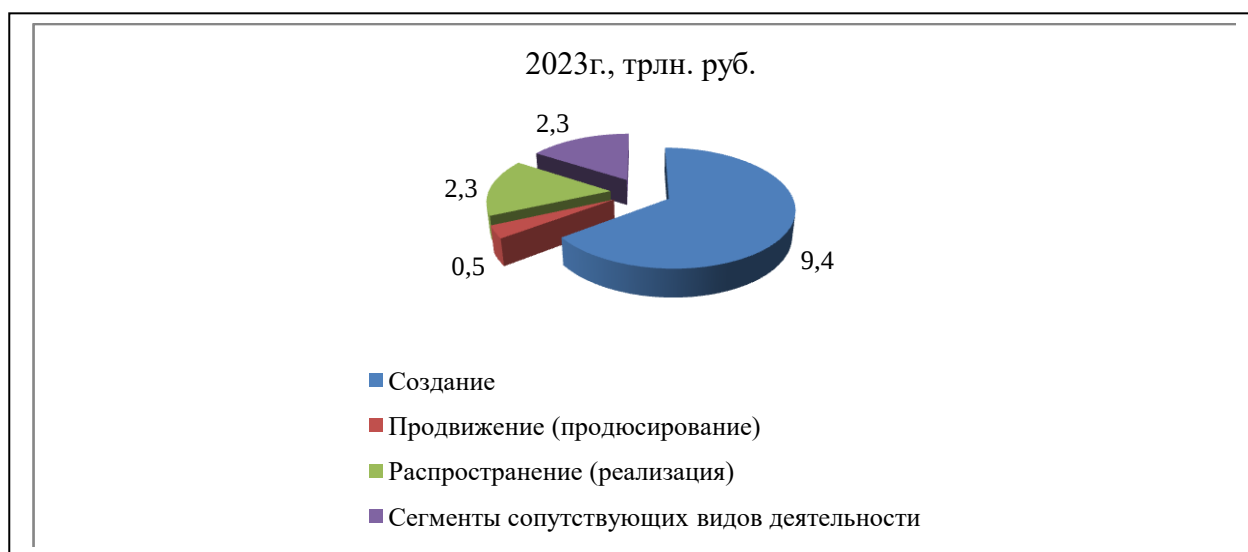


Рисунок 2.11-Структура выручки креативного сектора России по видам деятельности в 2023г. [20]

По структуре выручке по видам организаций, наибольшая доля приходится на крупные и средние предприятия, в 2023 г. они заняли 61,6% доли. На малые предприятия пришлось 38,4%, рисунок 2.12.



Рисунок 2.12- Структура выручки креативного сектора России по видам предприятий в 2023г. [20]

В ТОП-10 креативных индустрий по выручке вошли: программное обеспечение, мода, реклама и пиар, архитектура, гастрономия медиа и СМИ, кино, ювелирное и книжное дело, исполнительские искусства, рисунок 2.13. [20]

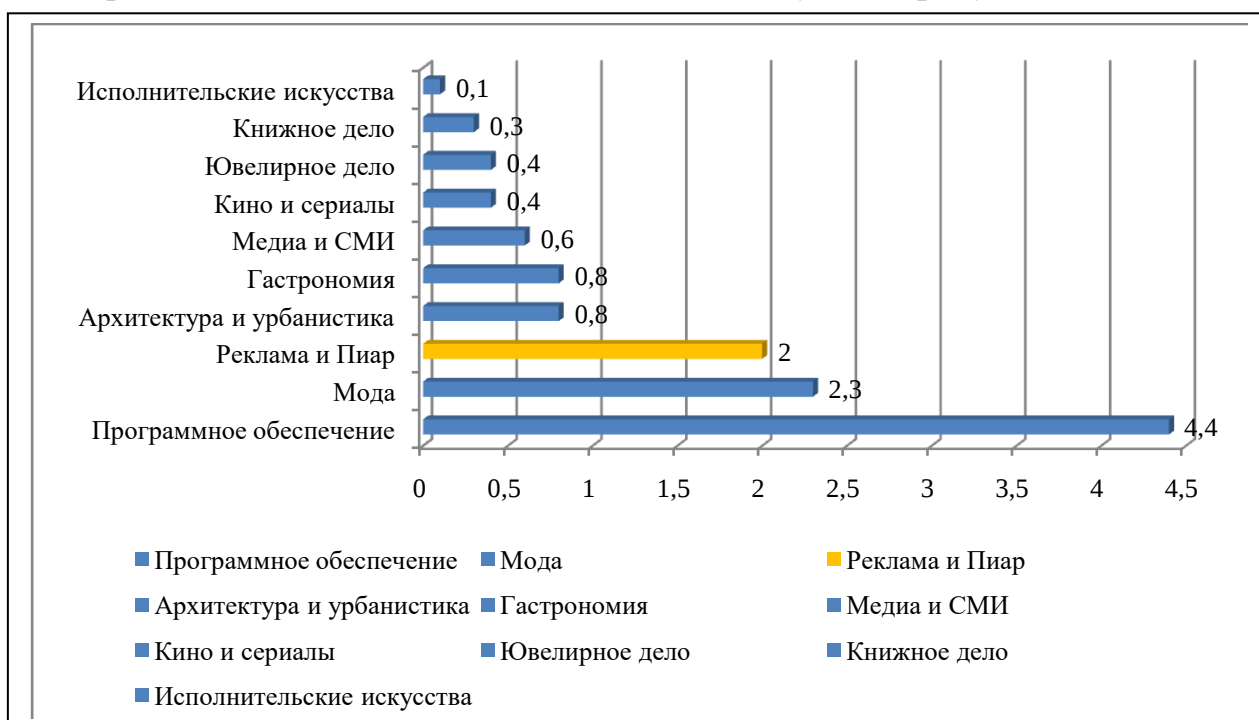


Рисунок 2.13- ТОП-10 креативных индустрий по объемам выручки в 2023г.

При этом, 60,0% объемов продаж приходится на креативные индустрии: программное обеспечение (ПО), мода, рекламная деятельность и пиар. В этом рейтинге реклама занимает третью строчку с объемами выручки 2,0 трлн. руб. Однако, по темпам прироста выручки рекламная отрасль не входит. В ТОП-5 по приросту объемов продаж вошли отрасли: гастрономия; программное обеспечение и видеоигры; музыка; культурное наследие, отдых и развлечения; кино, сериалы и анимация, рисунок 2.14.

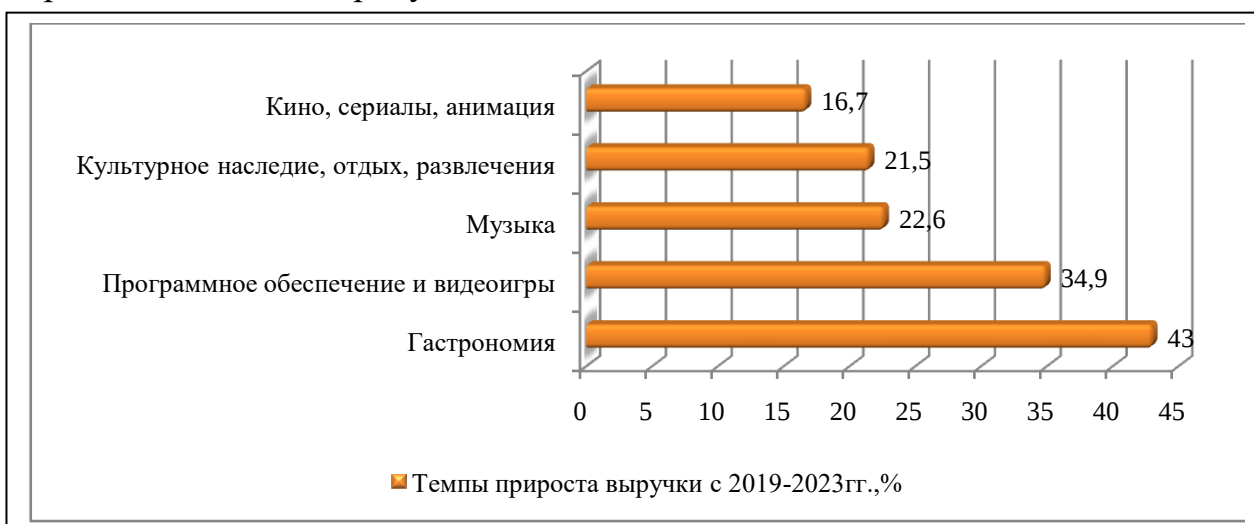


Рисунок 2.14-ТОП -5 креативных индустрий по темпам прироста выручки с 2019-2023гг. [20]

Стоимость основных средств креативного сектора России также направляется в сторону роста. За пятилетний период основные средства увеличились практически в три раза и на конец анализируемого периода показатель сформировался в сумме 1417,0 млрд. руб., рисунок 2.15.

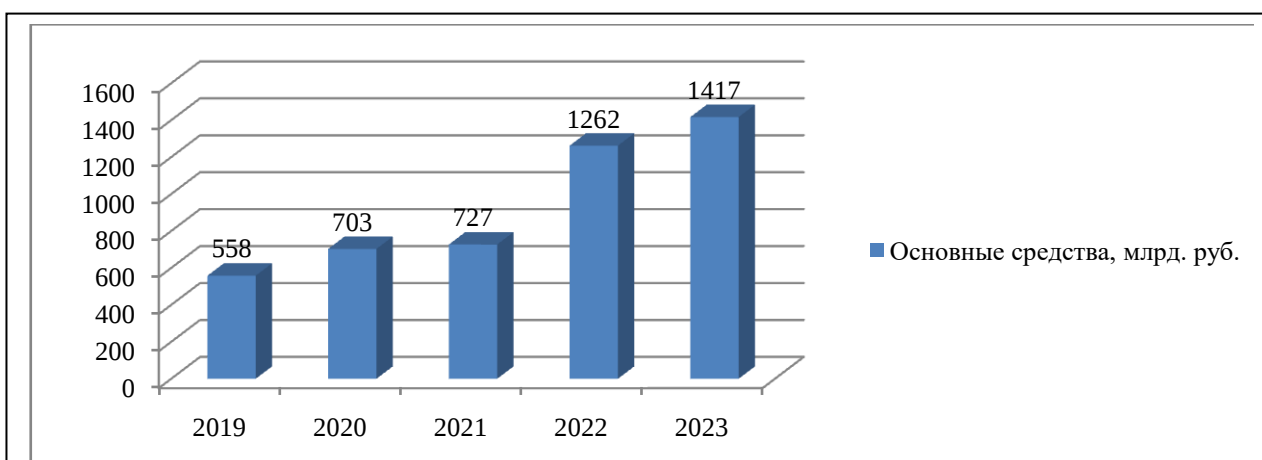


Рисунок 2.15-Динамика стоимости основных средств организаций креативного сектора России с 2019-2023гг. [20]

Лидирующие позиции по объемам основных средств среди креативных индустрий приходятся на моду (307,0 млрд. руб.) и программное обеспечение (232,4 млрд. руб.). В тройку лидеров также вошла гастрономия с общей суммой основного капитала 168,9 млрд. руб., рисунок 2.16.

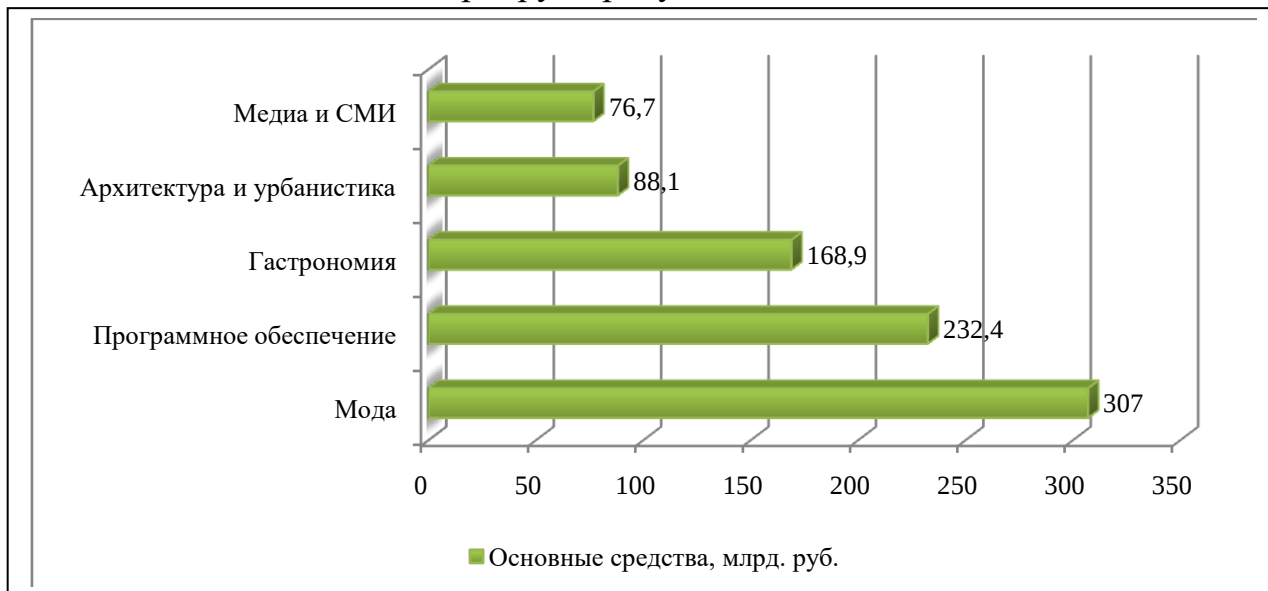


Рисунок 2.16-Лидирующие креативные индустрии по стоимости основных средств в 2023г. [20]

Больше всего основных средств приходится на сегмент: создание (675,6 млрд. руб.), это составляет 47,67%, меньшую долю занимает сегмент – продвижение, в стоимостном выражении на этот сектор пришлось 64,2 млрд. руб. основных средств, а это составляет 4,53% от общего объема, рисунок 2.17.

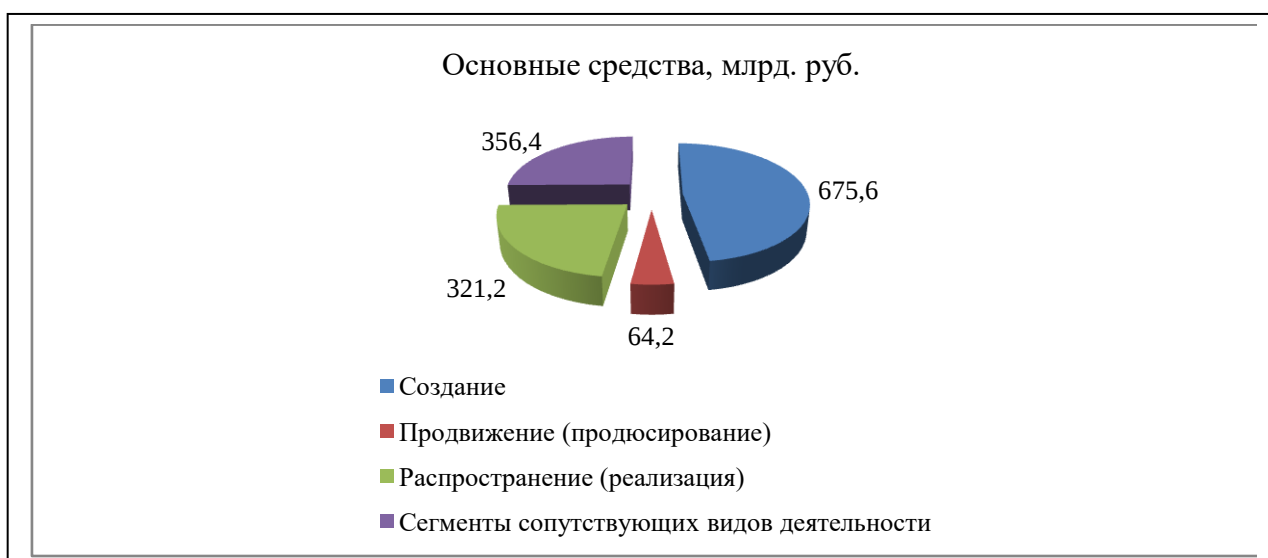


Рисунок 2.17-Структура креативной индустрии по доли основных средств в 2023г. [20]

Нематериальные активы креативного сектора экономики России за пять лет выросли на 236,78% и на конец анализируемого периода стоимость нематериальных активов (НА) составила 484,3 млрд. руб., рисунок 2.18.

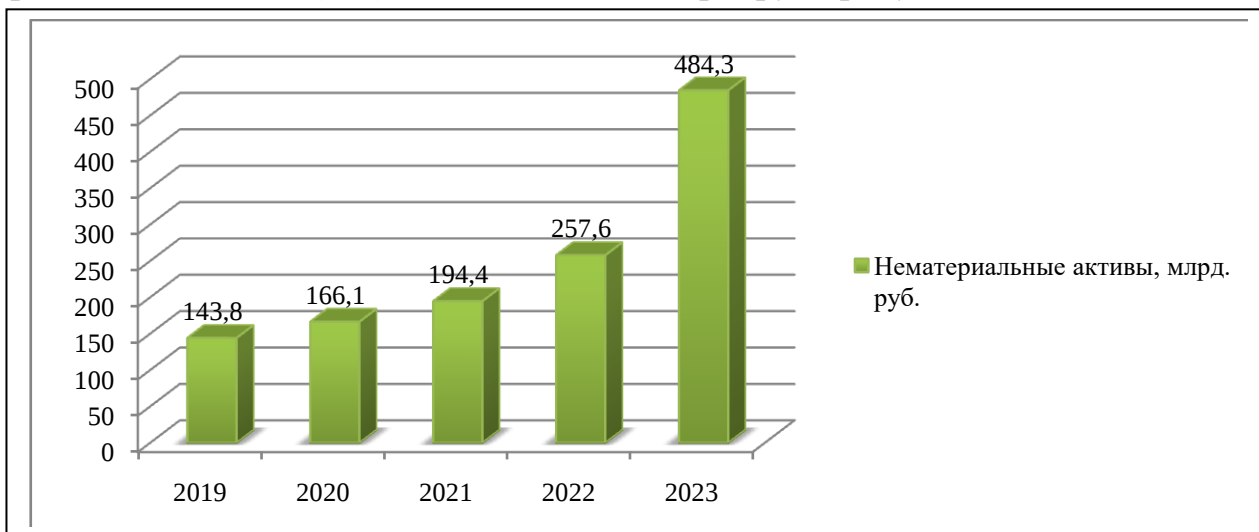


Рисунок 2.18-Динамика нематериальных активов организаций креативного сектора экономики России с 2019-2023гг. [20]

Лидирующие позиции по объемам нематериальных активов занимают следующие креативные индустрии: программное обеспечение, медиа и СМИ, кино и сериалы, анимация, реклама и пиар, рисунок 2.19.

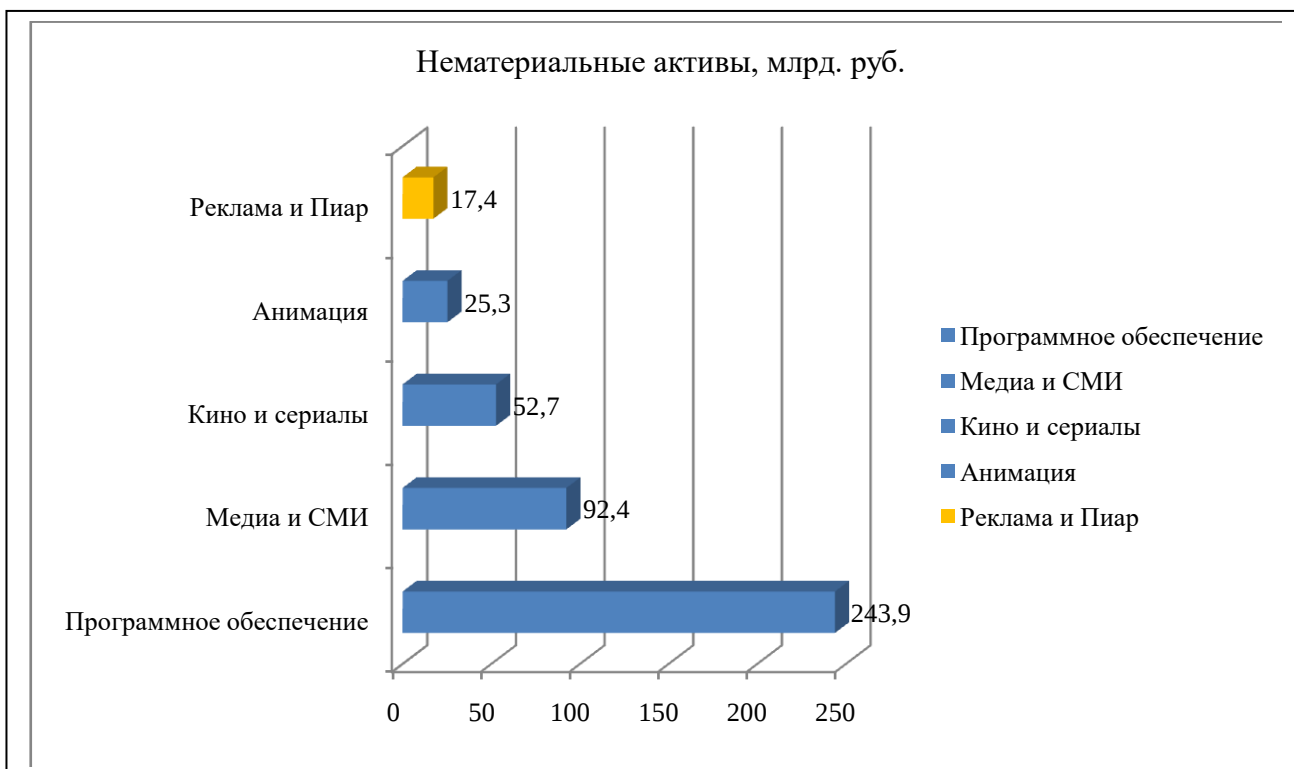


Рисунок 2.19- Лидирующие отрасли креативного сектора экономики России по объемам нематериальных активов в 2023г. [20]

Стоит отметить, что сектор рекламной деятельности занимает пятую строчку рейтинга с объемами нематериальных активов в сумме 17,4 млрд. руб. По структуре больше всего нематериальных активов приходится на организации, занимающиеся созданием. В 2023г. объемы нематериальных активов этих организаций составили 410,7 млрд. руб., это занимает 84,80% от общей стоимости нематериальных активов креативного сектора экономики, рисунок 2.20.



Рисунок 2.20- Структура креативной индустрии по доли нематериальных активов в 2023г. [20]

Итак, выше была рассмотрена текущая ситуация развития креативного сектора экономики России на период с 2019-2023гг., которая показала ежегодный рост по объемам продаж, увеличилась доля креативного сектора в ВВП РФ, наблюдается рост стоимости основных средств и нематериальных активов организаций креативной индустрии. Кроме выше изложенного стоит отметить, что креативные организации оказывают мультипликативный эффект на экономику, который можно разделить на три типа: 1) прямой тип- выражается в росте выпуска в самих креативных индустриях; 2) косвенный тип- выражается в росте выпуска в отраслях экономики, которые связаны через цепочку затрат с креативными индустриями; 3) индуцированный тип- выражается в росте выпуска в креативных и связанных отраслях, обусловленные ростом заработной платы.

Совокупный эффект от развития креативных индустрий в России заключается в том, что на 1 руб. затрат в креативных индустриях –приходится: 2,85 руб.- выпуска продукции (услуг), 1,37 руб.- добавленная стоимость, 0,25 руб.- доходов федерального бюджета.

При этом, лидирующими креативными индустриями по величине совокупного эффекта являются: реклама, кино и музыка, рисунок 2.21. [20]

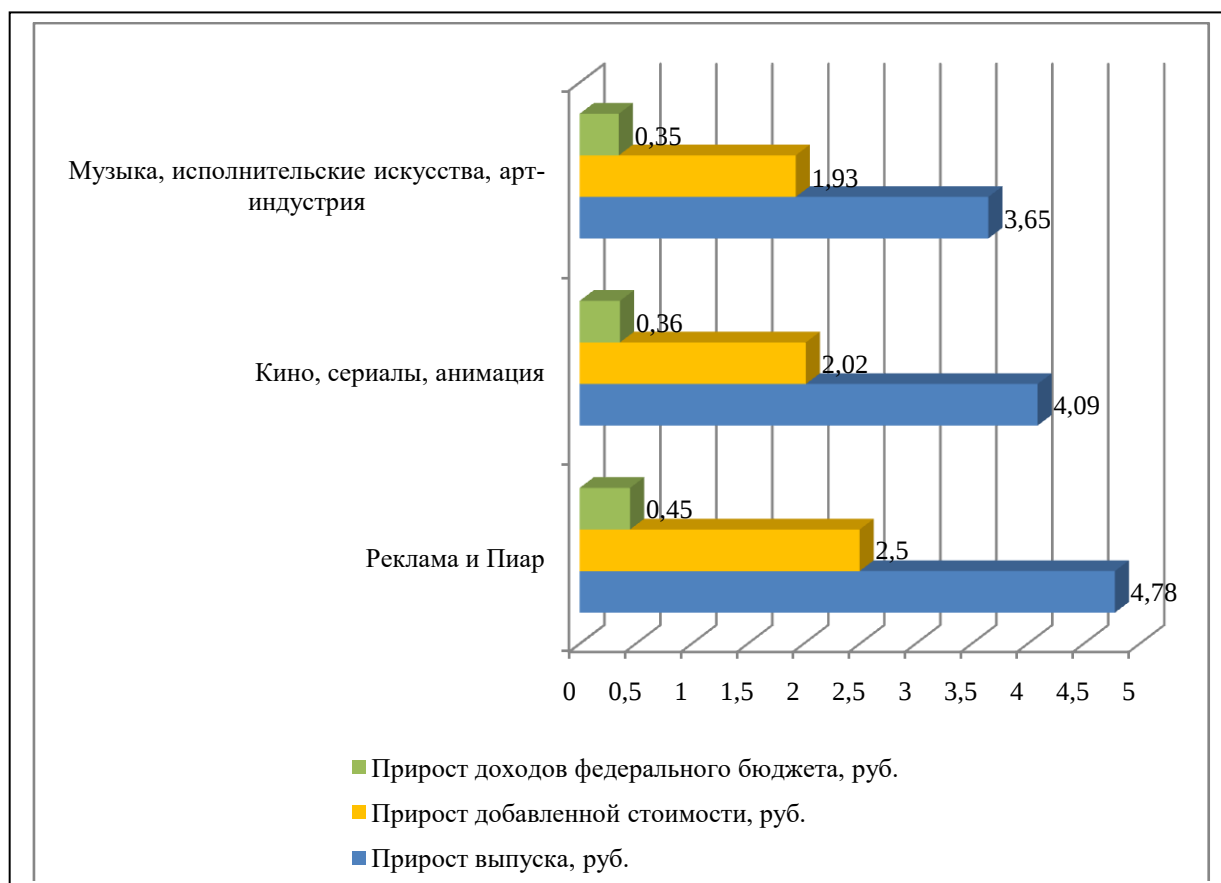


Рисунок 2.21-Лидеры креативных индустрий по величине совокупного эффекта в расчете на 1 руб. затрат в 2023г.

Таким образом, наибольший мультипликативный эффект на экономику России оказывает индустрия- рекламы и пиар. В связи с этим, для дальнейшего изучения темы, целесообразно выбрать в качестве объекта исследования организацию из рекламной сферы деятельности.

В продолжении темы стоит отметить, что на государственном уровне в РФ осуществляется системная государственная поддержка креативных индустрий, а 5 февраля 2025 г. вступил в силу закон «О развитии креативных (творческих) индустрий», который определяет основные понятия и перечень индуст-

рий, чья деятельность напрямую относится к креативной, а также основы правового регулирования и развития креативных индустрий, устанавливает условия деятельности и государственной поддержки в этой сфере.

Минэкономразвития России стало уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере креативной экономики. Вступившее в силу постановление определяет необходимость представления субъектами России в Минэкономразвития сведений об инфраструктуре поддержки креативных индустрий, определения видов экономической деятельности в сфере креативных индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД).

Отдельными пунктами за министерством закрепляются обязанности по формированию и ведению единого реестра субъектов креативных индустрий и размещению на официальном сайте сведений о региональной инфраструктуре поддержки.

Согласно Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях в РФ на период до 2030 г., планируется достичь положительного сальдо экспорта-импорта креативных услуг, увеличить долю креативных индустрий в экономике до 6,0%, рисунок 2.22[22].

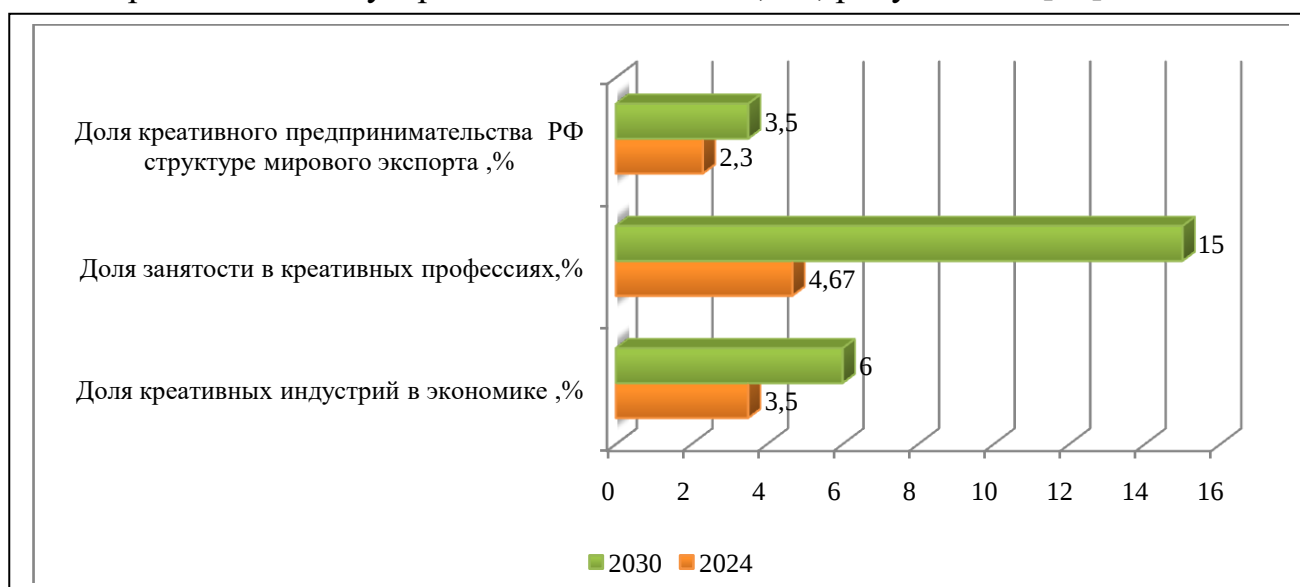


Рисунок 2.22-Прогноз развития креативных индустрий в России до 2030г.

Также прогнозируется увеличить долю занятости в креативных профессиях до 15,0%, обеспечить рост доли креативных индустрий и креативного предпринимательства в РФ в целом в структуре мирового экспорта до 3,5%, рисунок 2.22.

Таким образом, развитие сектора креативных индустрий в России можно назвать положительным, наблюдается рост показателей в динамике, а в прогнозном периоде до 2030г. планируется еще больший прирост как доли креативного сектора в ВВП РФ, так и доли занятости в креативных индустриях. Также прогнозируется достичь положительного сальдо экспорта-импорта креативных услуг. Рекламная отрасль России в общем рейтинге креативных индустрий занимает лидирующие места по производительности, по объемам нематериальных активов, по объемам выручки, по величине совокупного эффекта в расчете на 1 руб. затрат. В связи с этим, будет интересен опыт развития рекламной компании, которая расположена в одном из регионов России- Свердловской области. Однако, прежде, чем перейти к изучению этого вопроса, целесообразно проанализировать региональную специфику креативных регионов России, рассмотрим эту часть в следующем параграфе.

2.2.Региональная специфика креативных регионов России и место Свердловской области в рейтинге

Для оценки рейтинга креативных регионов разработан российский региональный индекс креативных индустрий (РРИКИ), который включает оценку региона по показателям: социально-экономические условия, культурная среда, экономика креативных индустрий и поддержка креативных индустрий. В 2024г. в ТОП-20 регионов по показателю РРИКИ вошли: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирская область, Томская область, Республика Татарстан, Свердловская , Ивановская, костромская, Нижегородская, Ульяновская области, Ханты- мансийский автономный округ, Республика Мордовия, Саха (Якутия) и другие, рисунок 2.23[47].

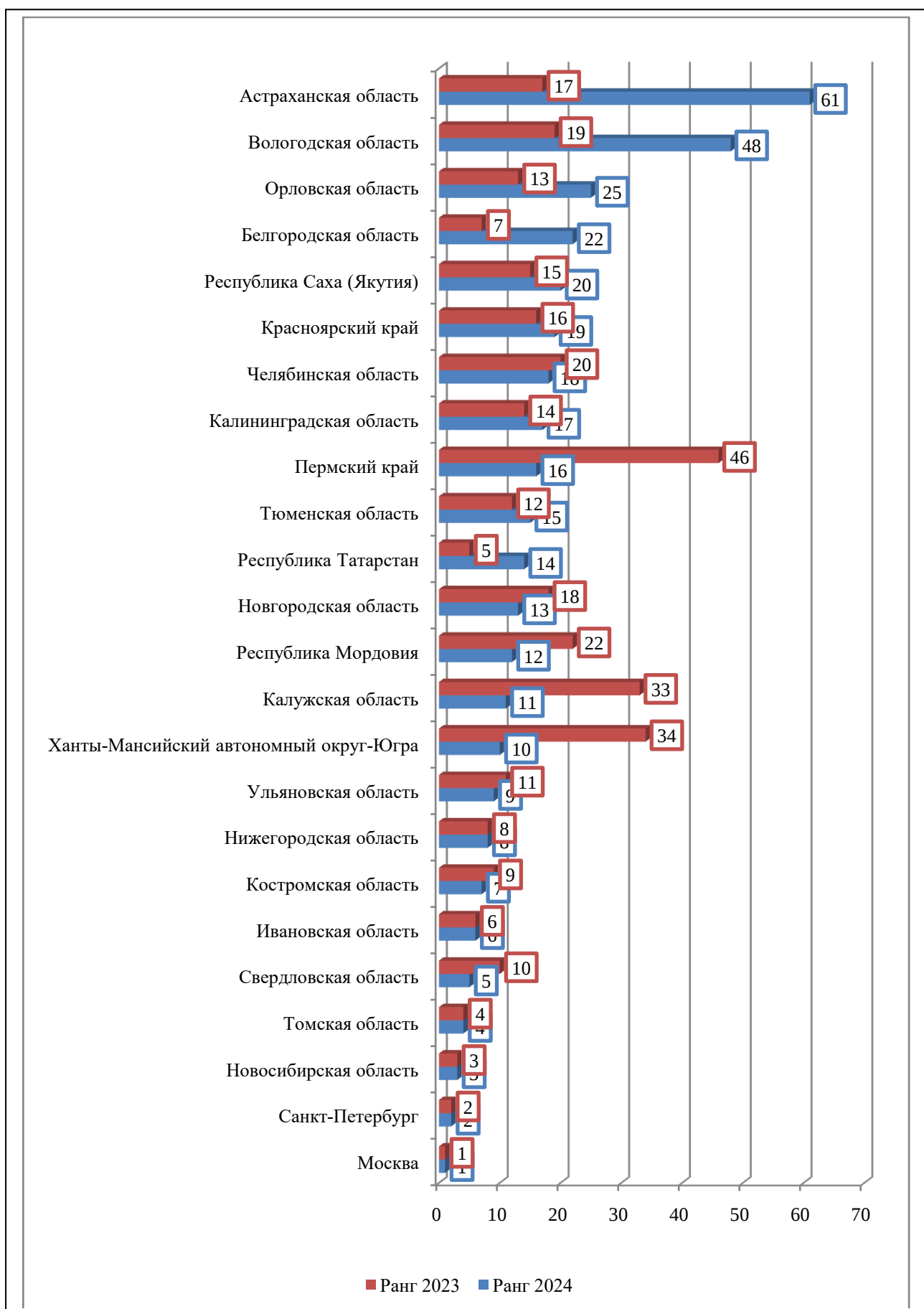


Рисунок 2.23- Топ-20 регионов России по значению РРИКИ с 2023-2024гг.

Второй год подряд в четверку лидирующих регионов входят: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирская область, Томская область. В 2024г. в пятерку лидеров вошла Свердловская область, поднявшись с 10 места рейтинга. Не изменили свои позиции Ивановская и Нижегородская области, заняв 6 и 8 строчку рейтинга. Улучшили свои позиции: Костромская, Ульяновская, Калужская, Новгородская области, Ханты-Мансийский автономный округ, Республика Мордовия, Пермский край и Челябинская область.

Костромская область поднялась в рейтинге за счет: роста выручки креативного сектора, роста затрат организаций на сквозные цифровые технологии в расчете на одного работника, прироста числа заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания.

Вклад креативного сектора Свердловской области увеличился за счет роста стоимости нематериальных активов, доли активных пользователей интернета среди населения. Более того, в регионе продолжается развитие инфраструктуры креативных индустрий, в частности, городе Новоуральске летом 2024 г. появился креативный кластер «Гор.Н».

Пермский край улучшил свои позиции за счет увеличения стоимости нематериальных активов, численности работников и выручки креативного сектора. Более того, во второй половине 2024 г. в крае была принята новая Стратегия социально-экономического развития Пермского края до 2035 г., в которой креативная экономика является одной из 6-ти наиболее важных направлений развития региона.

Ульяновская область поднялась в рейтинге за счет увеличения стоимости нематериальных активов, основных средств и выручки креативного сектора.

Калужская область улучшила свои позиции в рейтинге за счет повышения посещаемости библиотек и культурно-массовых мероприятий. Успех также связан с ростом числа патентных заявок на промышленные образцы и полезные модели.

В Ханты-Мансийском автономном округе – Югры произошел рост посещаемости концертов, появился институт развития креативных индустрий в

статусе опорной организации и креативного кластера, специализирующегося на ремеслах. Более того, в регионе введена льготная ставка по налогу на имущество организаций, работающих в индустрии «Программное обеспечение».

Республика Мордовия показала прирост по числу патентных заявок на полезные модели, рост произошел также по заявкам на регистрацию товарных знаков, наблюдается увеличение посещаемости концертов.

Челябинская область улучшила динамику по числу патентных заявок на промышленные образцы, числу заявок на регистрацию товарных знаков, доли организаций, которые имеют фиксированный широкополосный доступ к интернету, затратам на сквозные цифровые технологии(рост), числу посещений библиотек и культурно-массовых мероприятий. Также в регионе был создан профильный институт поддержки для развития креативных индустрий.

В двадцатку лидеров регионов по вкладу креативного сектора в общую численность работников вошли: Ивановская область, Москва, Костромская область, Санкт-Петербург, Владимирская, Тверская Новосибирская, Московская, Ярославская области и другие, рисунок 2.24. Стоит отметить, что Свердловская область не занимает лидирующие позиции по вкладу креативного сектора в общую численность работников.

По вкладу креативного сектора в общую численность работников, большую часть составляют малые промышленные регионы и культурно-исторические центры.

Малыми промышленными регионами являются: Ивановская, Костромская, Томская, Пензенская, Ульяновская, Кировская области, Республика Мордовия и Чувашия. К культурно историческим центрам относятся: Владимирская, Тверская, Смоленская, Московская, Ярославская, Тамбовская, Рязанская и Орловская области.

Меньшую долю в данном рейтинге занимают регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами (Москва, СПб, Новосибирская область) и Южные Республики (Кабардино-Балкарская Республика).

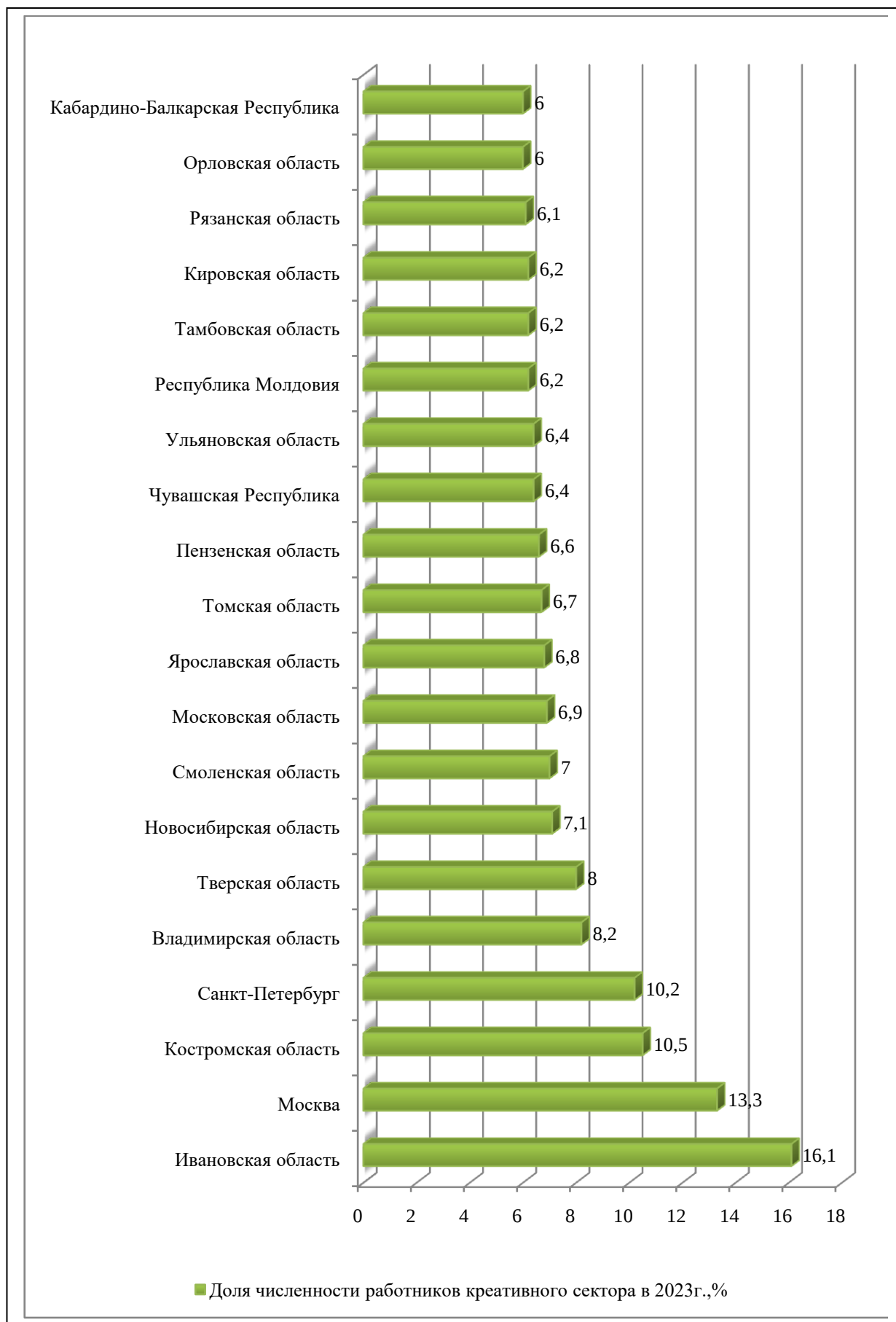


Рисунок 2.24- Регионы –лидеры по вкладу креативного сектора в общую численность работников 2023г. [47]

В зависимости от государственных мер поддержки креативного сектора, регионы России делятся на четыре модели: «сбалансированная», «стимулирующая», «вовлекающая» и «интегрированная», рисунок 2.25.

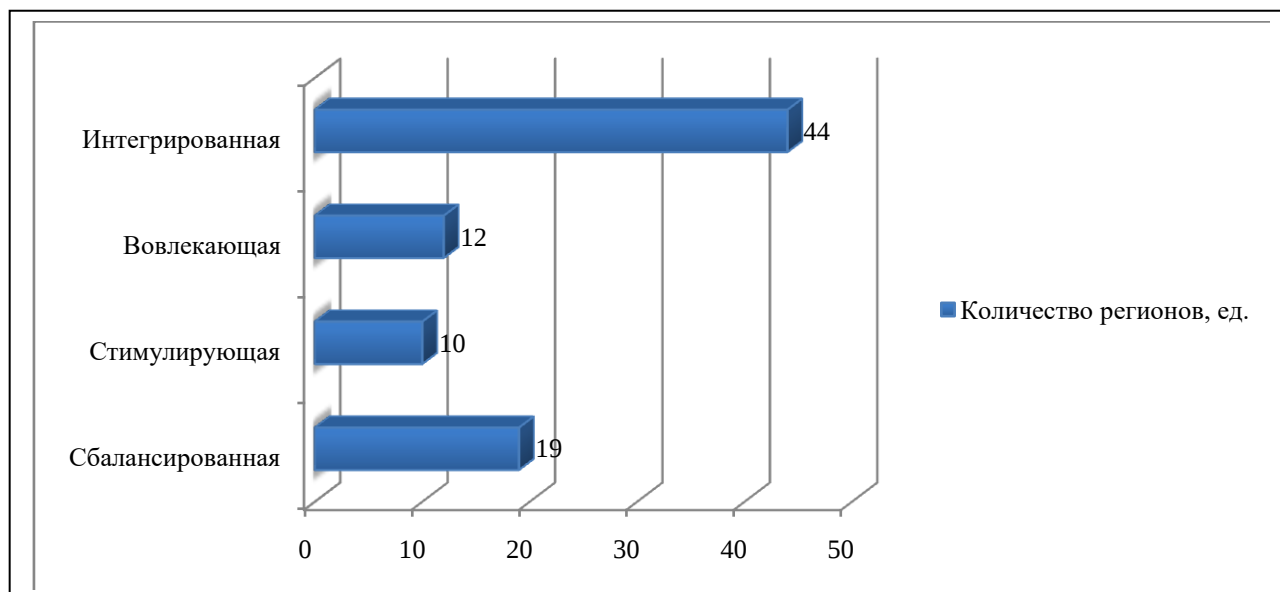


Рисунок 2.25- Количество российских регионов по моделям поддержки креативного сектора в 2024г. [47]

При этом, большинство регионов придерживаются интегрированной модели государственных мер поддержки креативного сектора, их насчитывается 44ед., это более половины от общего количества регионов. Небольшую долю занимают регионы со стимулирующей и вовлекающей моделей. На сбалансированную модель приходится 28,78% доли регионов, в количестве 19 ед.

Стоит отметить, что самая лучшая модель из выше рассмотренных является «Сбалансированная», при данной модели все уровни государственной поддержки находятся на высоком уровне, сюда входят и участие в федеральных программах и нормативно-правовая база. К сбалансированным регионам относятся: города Санкт-Петербург и Москва, Свердловская, Ульяновская, Архангельская, Липецкая, Томская, Тюменская, Новгородская, Челябинская, Новосибирская, Нижегородская области, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Республики Крым и Мордовия, Приморский, Краснодарский, Пермский и Красноярский край. Сбалансированная модель чаще всего встречается в регионах-лидерах с крупнейшими мегаполисами.

«Стимулирующая» модель поддержки креативных индустрий менее развита по сравнению со «сбалансированной» по организационным и нормативным правовым обеспечением, но имеет широкое распространение региональных налоговых льгот. Данная модель больше ориентируется на креативные бизнесы и поддержку предпринимательства, а не на некоммерческие организации. Чаще всего такая модель встречается в крупных индустриальных центрах. Регионы со стимулирующей моделью: Ивановская, Калужская, Ленинградская, Оренбургская, Саратовская, Тульская, Волгоградская области, Карачаево-Черкесская Республика и Ямало-Ненецкий автономный округ и город Севастополь.

«Вовлекающая» модель по сравнению со «сбалансированной» имеет меньшую распространенность региональных налоговых льгот, но сохраняются высокий уровень организационного и нормативного правового обеспечения. Регионами с вовлекающей моделью поддержки креативного сектора являются: Иркутская, Воронежская, Орловская, Белгородская, Калининградская, Пензенская и Рязанская области, Республики: Бурятия, Северная Осетия – Алания, Карелия, Ингушетия, Саха (Якутия).

Больше всего в России регионов с «интегрированной» моделью поддержки креативных индустрий. Данная модель характеризуется невысоким уровнем поддержки. В основном такая модель свойственна малым промышленным регионам (11 из 19 регионов), культурно-историческим центрам (9 из 11), приграничным регионам (8 из 12) и южным республикам (5 из 9). Интегрированная модель наблюдается в следующих регионах России: области: Ярославская, Вологодская, Омская, Курская, Владимирская, Псковская, Амурская, Московская, Брянская, Тамбовская, Магаданская, Тверская, Костромская, Кировская, Кемеровская, Ростовская, Мурманская, Самарская, Смоленская, Сахалинская, Курганская и Астраханская области.

Республики: Башкортостан, Калмыкия, Чувашская, Коми, Татарстан, Тыва, Удмуртская Республика, Кабардино-Балкарская Республика, Адыгея, Алтай, Дагестан, Хакасия, Чеченская Республика, Республика Марий Эл. Округа: Не-

нецкий автономный округ, Чукотский автономный округ, Еврейская автономная область. А также: Камчатский, Ставропольский, Алтайский, Хабаровский и Забайкальский край.

Особенности российских региональных моделей поддержки креативных индустрий можно представить в виде рисунка 2.26.

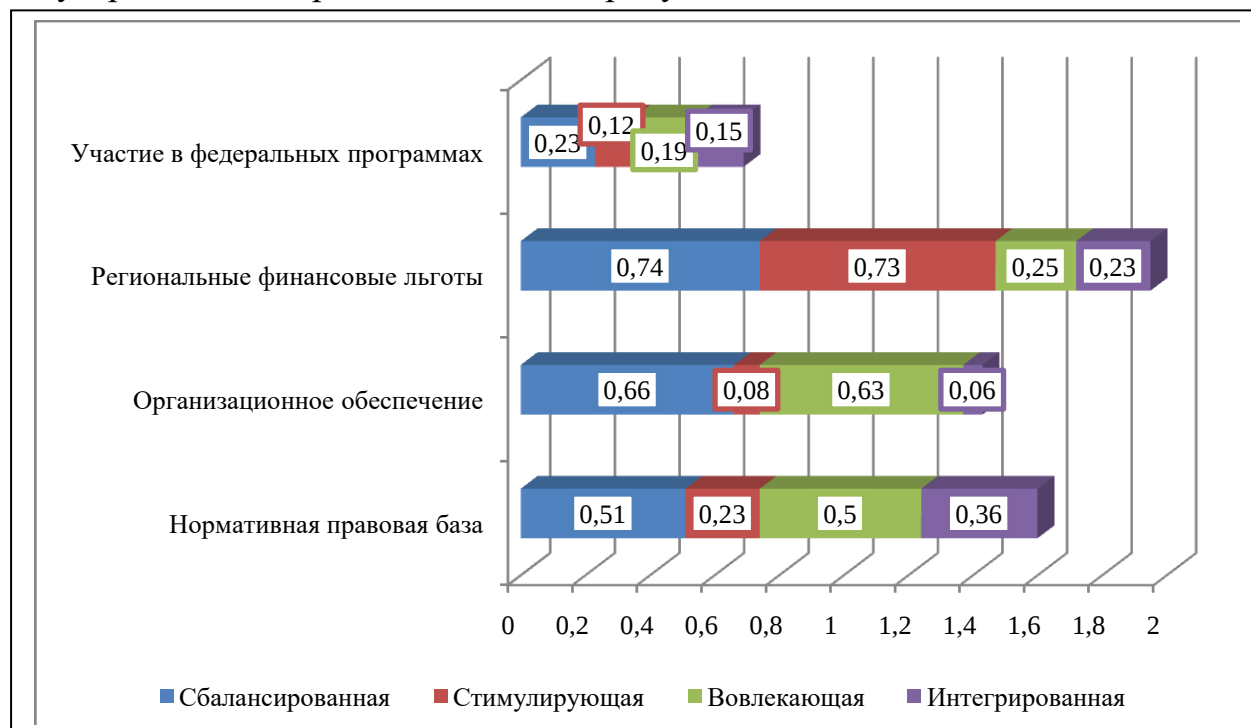


Рисунок 2.26- Средние значения субиндексов региональных моделей поддержки креативных индустрий в России[47]

По сбалансированной модели общий индекс составляет 2,14, по стимулирующей модели- 1,16, по вовлекающей-1,57, по интегрированной -0,8, рисунок 2.27.

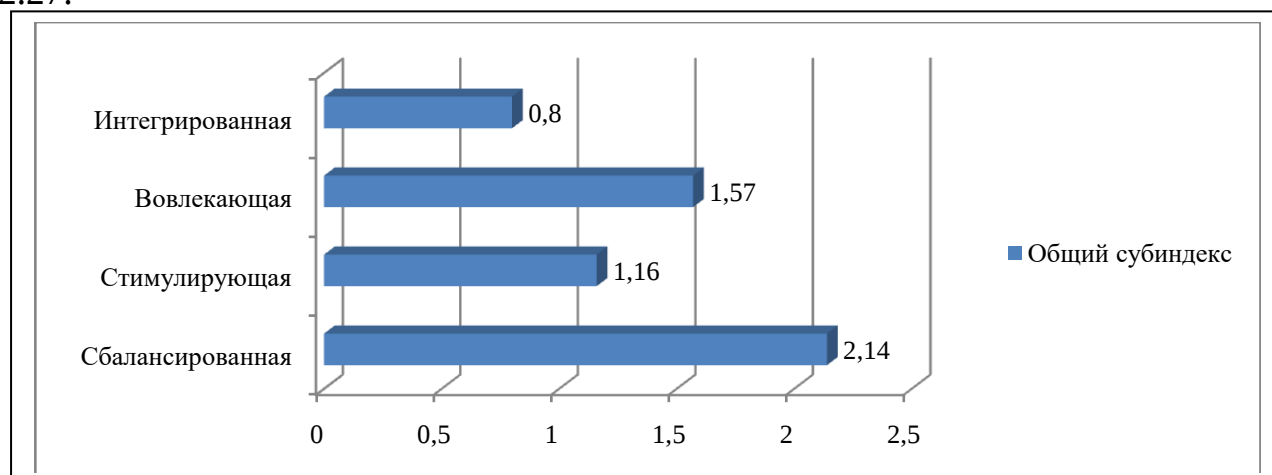


Рисунок 2.27- Общий субиндекс региональных моделей поддержки креативных индустрий в России[47]

Итак, в рейтинге регионов 2024г. по РРИКИ второй год подряд не меняется четверка лидеров и пятую строчку рейтинга заняла Свердловская область. Однако, несмотря на то, что регион поднялся с 10 места, показатели экономики креативных индустрий не высокие. Свердловская область по этому рангу заняла 17-строчку рейтинга, рисунок 2.28.

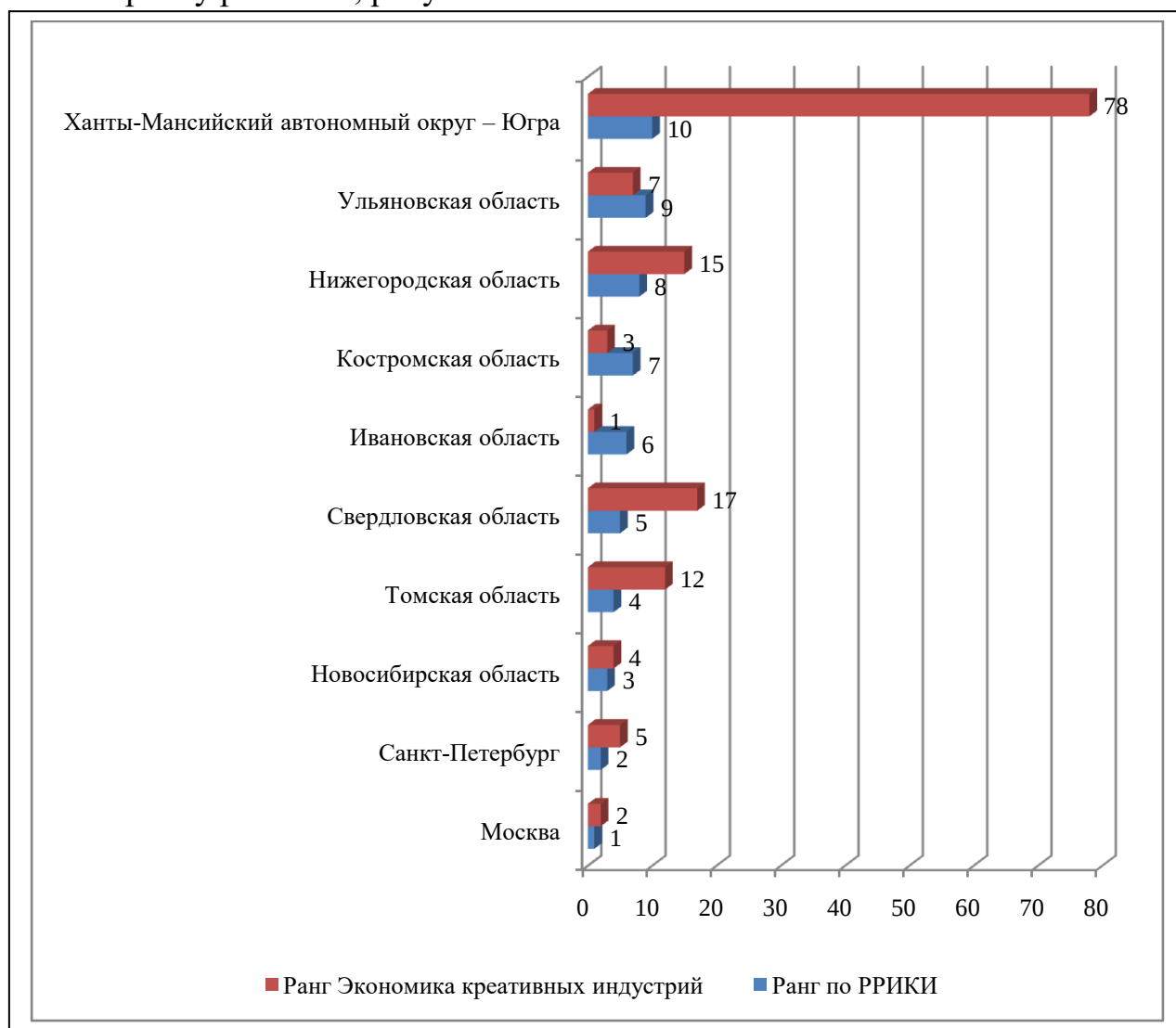


Рисунок 2.28-Место Свердловской области в рейтинге «Экономика креативных индустрий» в 2024г. [47]

Невысокий ранг «Экономика креативных индустрий» Свердловской области объясняется низкими рангами по активам и кадрам креативных индустрий. В 2024г. область по этим показателям заняла 16 и 12 строчки рейтинга соответственно, рисунок 2.29. Еще более низкую строчку Свердловская область заняла по показателю –продукция креативных индустрий- 27 место рейтинга, рисунок 2.29.

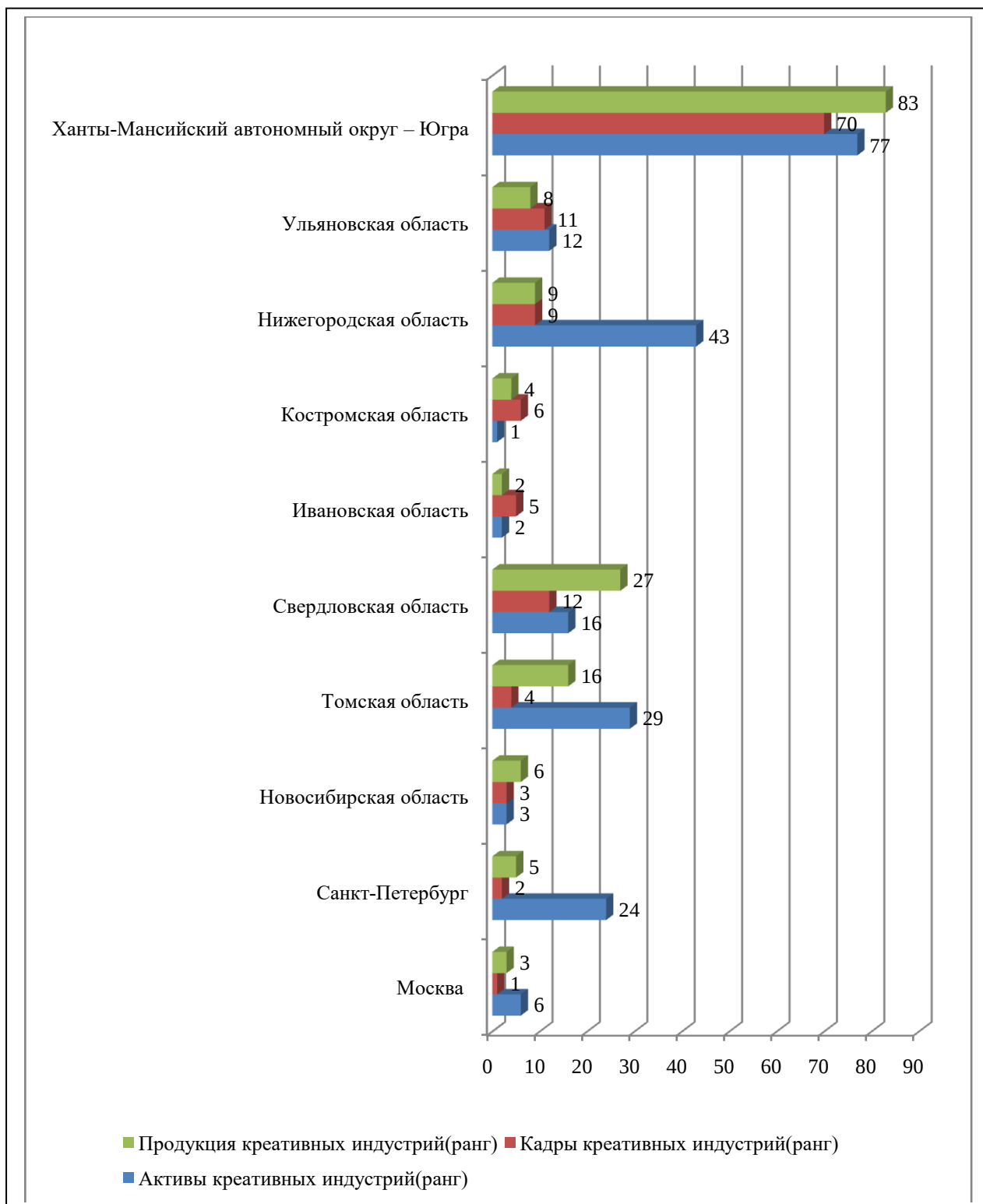


Рисунок 2.29- Место Свердловской области в рейтинге по развитию показателя «Экономика креативных индустрий» в 2024г. [47]

По поддержке креативных индустрий Свердловская область заняла 5-ю строчку рейтинга, выше нее Москва, Санкт-Петербург, Ханты –Мансийский автономный округ – Югра и Нижегородская область, они заняли первые четыре места по данному показателю, рисунок 2.30.

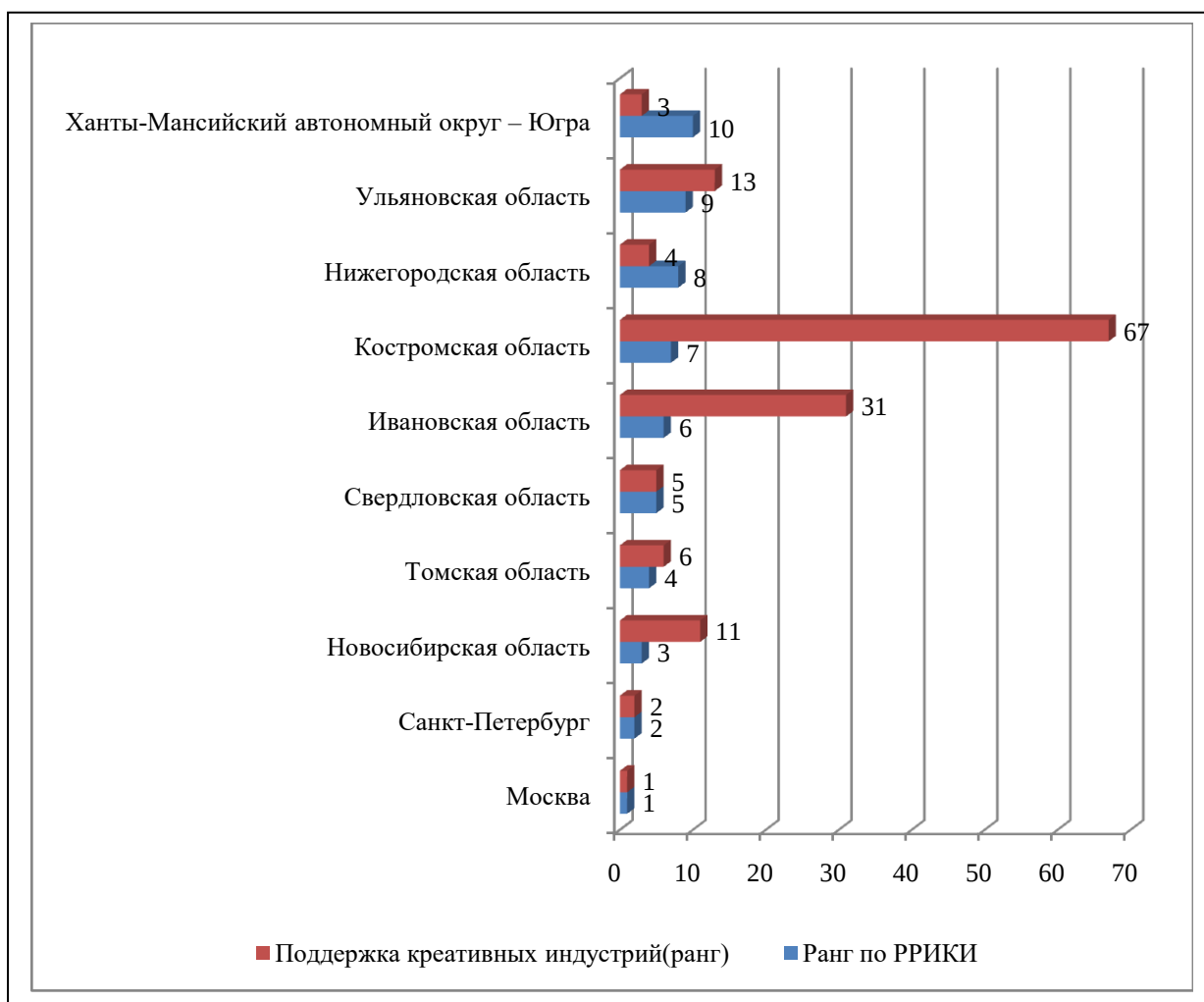


Рисунок 2.30- Место Свердловской области в рейтинге «Поддержка креативных индустрий» в 2024г. [47]

Занять пятую строчку рейтинга позволил высокий уровень Свердловской области по организационному обеспечению (3-е место рейтинга) и участия в федеральных программах (10-я строчка рейтинга), рисунок 2.31. При этом, повысить уровень организационного обеспечения позволило развитие креативных кластеров и институтов поддержки креативных индустрий.

По состоянию на начало 2025 г., в сеть креативных кластеров Свердловской области входят: «Домна», «Л52», «Хлебозавод» и «Центр города» в Екатеринбурге; «В Чёрной» (Черноисточинск); SAMORO.doc (Нижний Тагил); «НИТИхНИТИ» (Арамилъ); ГОР.Н (Новоуральск); «На заводе» (Сысерть); НЕРЖАВЕЙКА (Первоуральск), рисунок 2.32. Таким образом, в области созда-

на развитая инфраструктура креативной экономики, в которую сегодня входит 10 творческих кластеров.

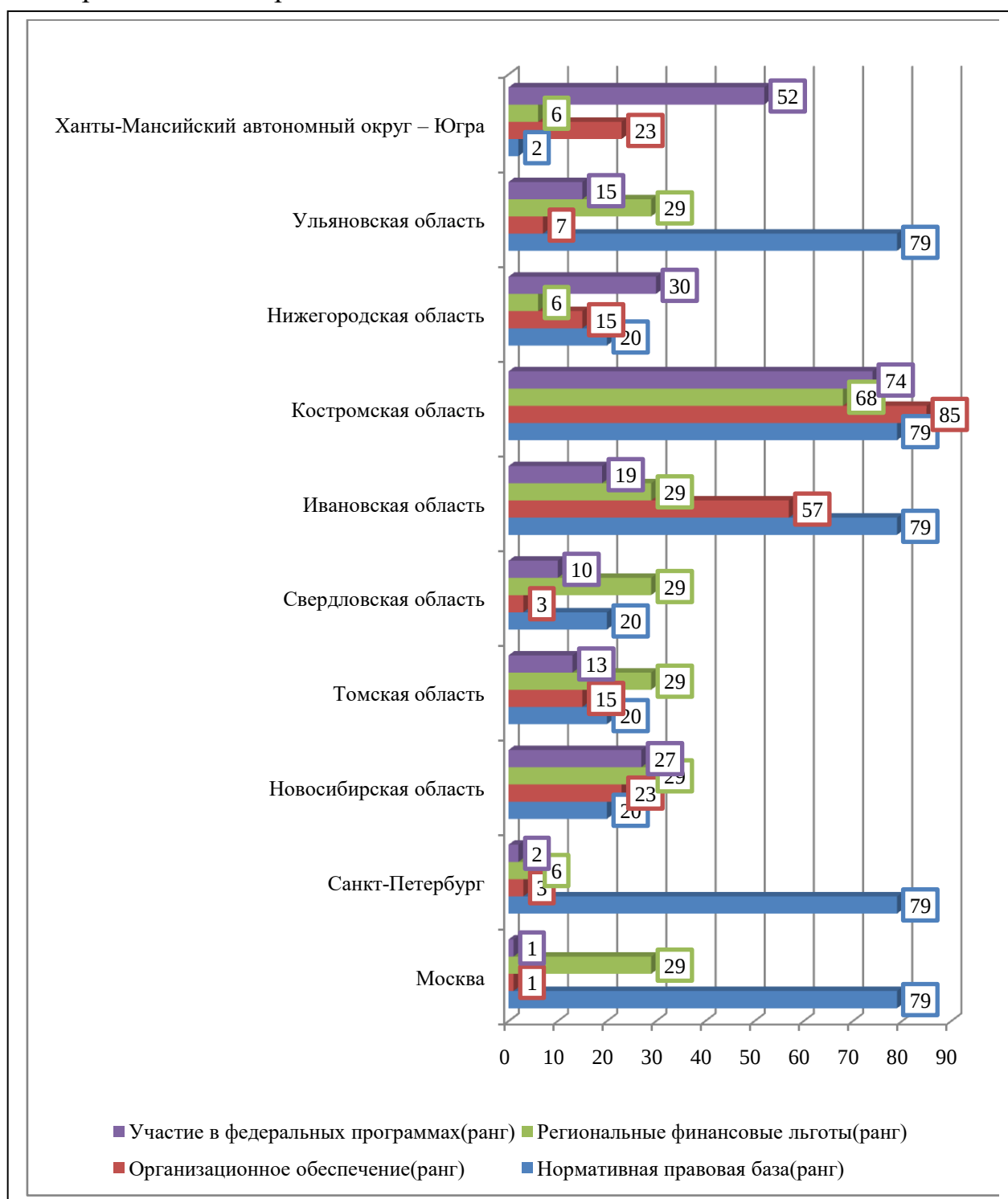


Рисунок 2.31- Место Свердловской области в рейтинге по развитию показателя «Поддержка креативных индустрий» в 2024г. [47]

В 2025 г. представители кластеров Свердловской области договорились об усилении взаимодействия, помогать друг другу в продвижении проектов и способствовать развитию совместных инициатив.

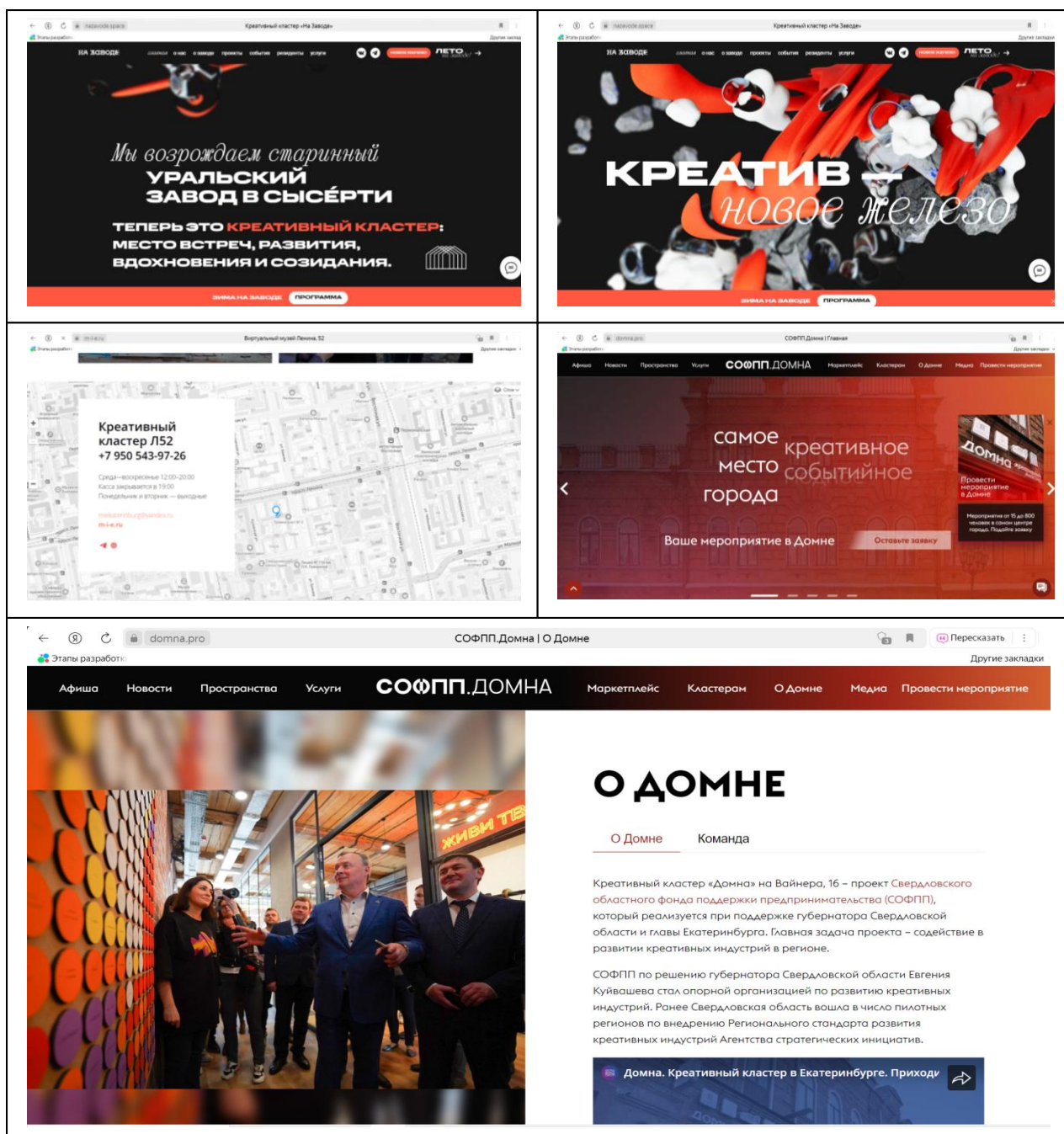


Рисунок 2.32- Официальные сайты креативных кластеров Свердловской области[23] [24] [25]

По участию в федеральных программах Свердловская область заняла 10-ю строчку рейтинга за счет: организаций – получателей грантов на разработку, внедрение, реализацию цифровых проектов; развития некоммерческих организаций, оказывающие поддержку независимым театральным и музыкальным коллективам; кооперативов, получивших федеральную поддержку.

В 2024 г. Свердловская область стала пилотным регионом для реализации Регионального стандарта развития креативных индустрий, разработанного

Агентством стратегических инициатив. Основными достижениями в развитии креативных индустрий в Свердловской области в 2024 г. стали следующие:

1)Екатеринбург закрепил за собой статус модной столицы, реализовав крупный проект - Международную неделю моды U’FASHION LAB. В рамках недели моды также прошёл Всероссийский конкурс дизайнеров, где уральские модельеры громко заявили о себе.

2)В креативном кластере «Домна» в 2024 г. прошло более 220 мероприятий с участием свыше 25 тысяч человек.

3)В Первоуральске в 2024 г. прошёл первый гастрономический фестиваль «Первоуральская трубочка», создан креативный кластер «Нержавейка».

4)В Арамили на базе Арамилской сукнонной фабрики начал работать креативный кластер «Нити x Нити».

5)В Полевском уже четвёртый год реализуется проект «Мраморная мила», большое внимание привлекает музейный комплекс «Северская домна»[21].

Правовое регулирование в сфере креативных индустрий в Свердловской области основывается на Конституции РФ[1]; ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»[2]; Закона Свердловской области «О регулировании отдельных отношений в сфере креативных (творческих) индустрии в Свердловской области»[3] и другими нормативно-правовыми актами РФ и региона. Стратегию по развитию креативных индустрий Свердловской области до 2030 г. планируется утвердить в начале 2025 г.

Приоритетными направлениями развития креативных индустрий Свердловской области, кроме народного творчества и художественных промыслов, являются: мода, реклама и пиар, а также киноиндустрия. Кроме того, в Свердловской области мощно развиваются информационные технологии, архитектура и урбанистика: большая доля выручки креативных индустрий приходится именно на эти сферы.

Креативная экономика области ежегодно растет на 16,0% - это быстрее, чем в среднем по России. Объем креативной экономики Свердловской области за 2023 г. составил 126,7 млрд. руб., это составляет 3,5% валового региональ-

ного продукта региона (ВРП). По регионам УРФО данные показатели куда скромнее, рисунок 2.33.

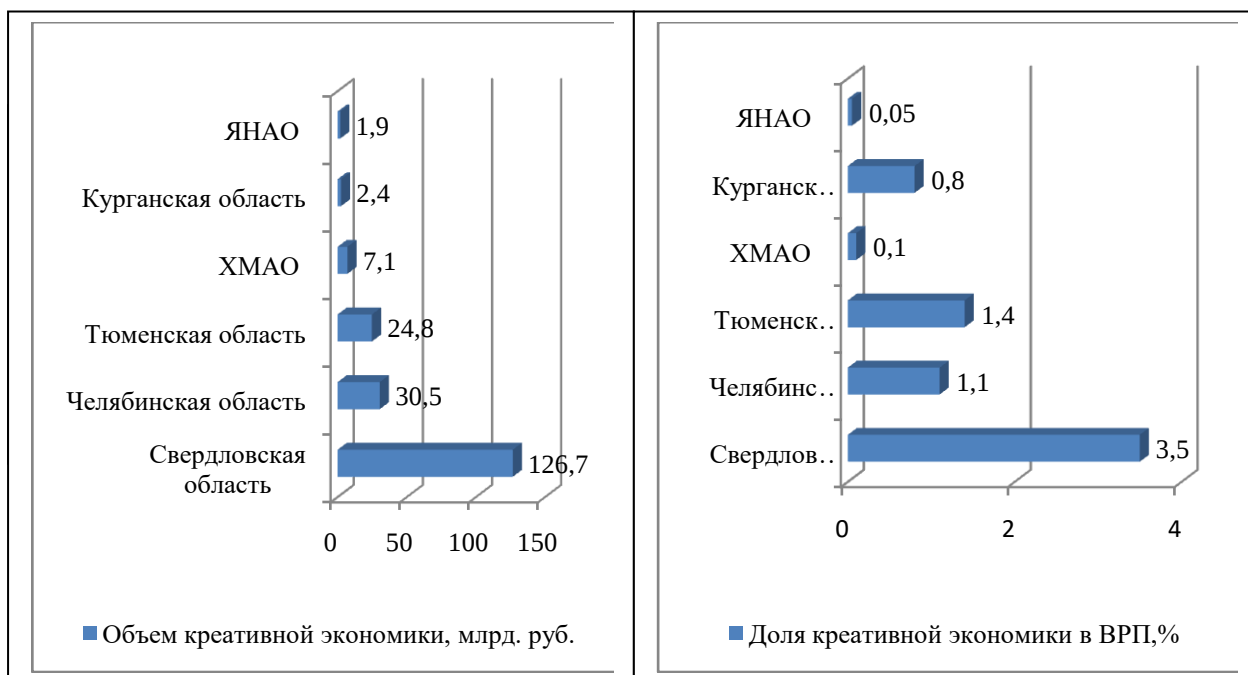


Рисунок 2.33-Объем и доля креативной экономики в ВРП по Уральскому Федеральному округу в 2023г. [43]

Согласно исследованию АСИ, наибольшую долю (63,0%) в общем объеме выручки креативной экономики Свердловской области занимает сфера IT, в которой задействованы около 15 тыс. человек. На втором месте по выручке - архитектура и урбанистика, ее доля составляет 13,0%, на третьем месте- реклама и PR , ее доля составляет 11,0%, на четвертом и пятом месте – мода и СМИ с долей выручки в 6,0% и 3,0% соответственно, рисунок 2.34.

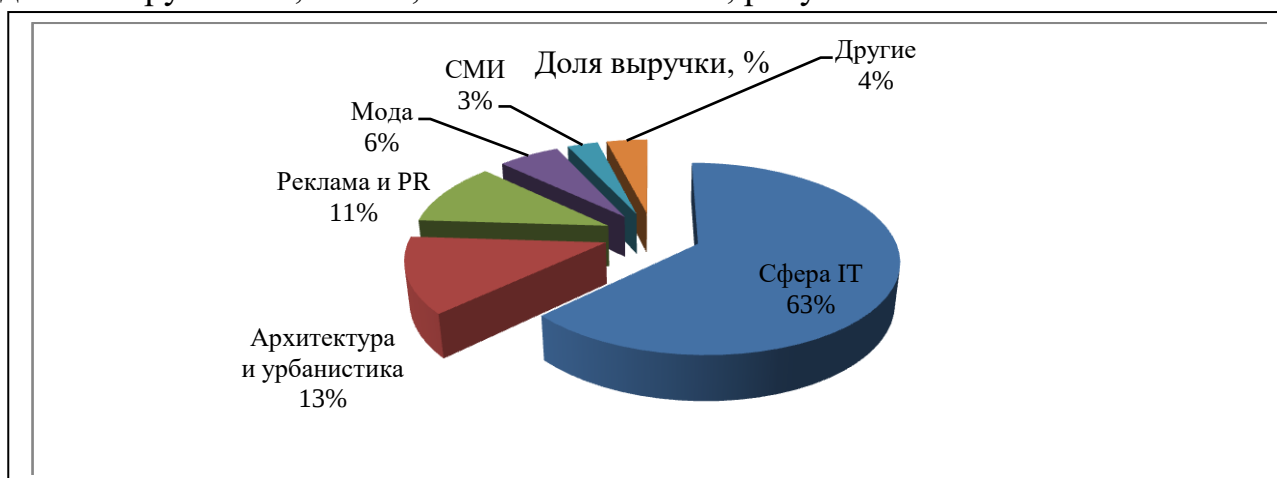


Рисунок 2.34-Приоритетные отрасли креативной экономики Свердловской области по доле выручки в 2023г. [43]

Существенный вклад вносят отрасли медиа и СМИ, книжное дело, исполнительские искусства, кино и сериалы. Эти же сферы, за некоторыми исключениями, являются самыми заметными по уровню занятости в среде креативных работников Свердловской области.

В 2025 г. в Свердловской области планируется проведение нескольких крупных событий, в том числе Международный фестиваль креативных индустрий и Всероссийский слёт креативных кластеров. Кроме этого, планируется осуществить запуск нового креативного кластера на базе Центра «Мой бизнес» в Каменске-Уральском и открытие городского молодёжного кластера в помещении бывшего кинотеатра «Салют» в Екатеринбурге. К 2030 г. прогнозируется увеличение вклада креативных индустрий Свердловской области в валовый региональный продукт с 3,5% до 6,0%, рисунок 2.35.

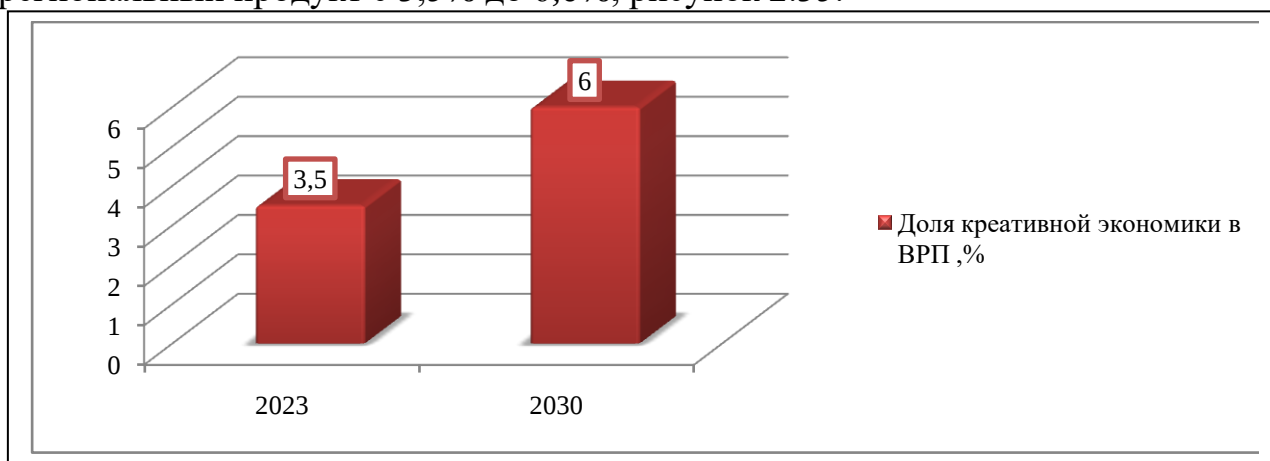


Рисунок 2.35- Прогноз развития креативной экономики Свердловской области до 2030г. [43]

Таким образом, перспективы развития креативной экономики как в целом в России, так и в Свердловской области являются радужными. При этом, рекламная деятельность в развитии региона занимает не последнюю роль, а является одной из перспективных направлений в развитии креативной индустрии. В 2024г. область поднялась на 5 место в рейтинге регионов России по показателю РРИКИ. Многие делают для развития креативных индустрий в области, в том числе появляются новые законы, стратегии, креативные кластеры и другое. В связи с тем, что Свердловская область является одним из перспективных регионов по развитию креативной экономики, а рекламная деятельность- одним из

перспективных направлений креативной индустрии, целесообразно изучить деятельность одной из рекламных компаний региона и предложить пути совершенствования исследования поведения потребителей. Для более подробного изучения этих вопросов, перейдем к следующей главе магистерской диссертации.

Глава 3. Характер влияния поведения потребителей на развитие креативных индустрий в РФ

3.1. Исследование деятельности креативной организации и влияние поведения потребителей на развитие

Креативная организация ООО «РЕКЛАМНАЯ АССОЦИАЦИЯ ВОСХОД» организована в форме общества с ограниченной ответственностью. Юридический адрес: Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Шейнкмана, д. 119, офис 34. Краткое наименование: ООО «РА ВОСХОД». При регистрации организации присвоен ОГРН 1026604952890, ИНН 6658074806 и КПП 667101001. В соответствии с данными ЕГРЮЛ, основной вид деятельности компании ООО «РЕКЛАМНАЯ АССОЦИАЦИЯ ВОСХОД» по ОКВЭД: 73.11 Деятельность рекламных агентств. Агентство ООО «РА ВОСХОД» основано в 1996 году. Краткая история компании представлена в Приложении Д.

В 2009 году компания открыла офис в Москве по адресу: Пресненская набережная, 12, 53-й этаж, офис 7.1. Компания работает как в оффлайн, так и в онлайн среде. Для деятельности на рынке электронной коммерции у компании имеется собственный сайт, рисунок 3.1.

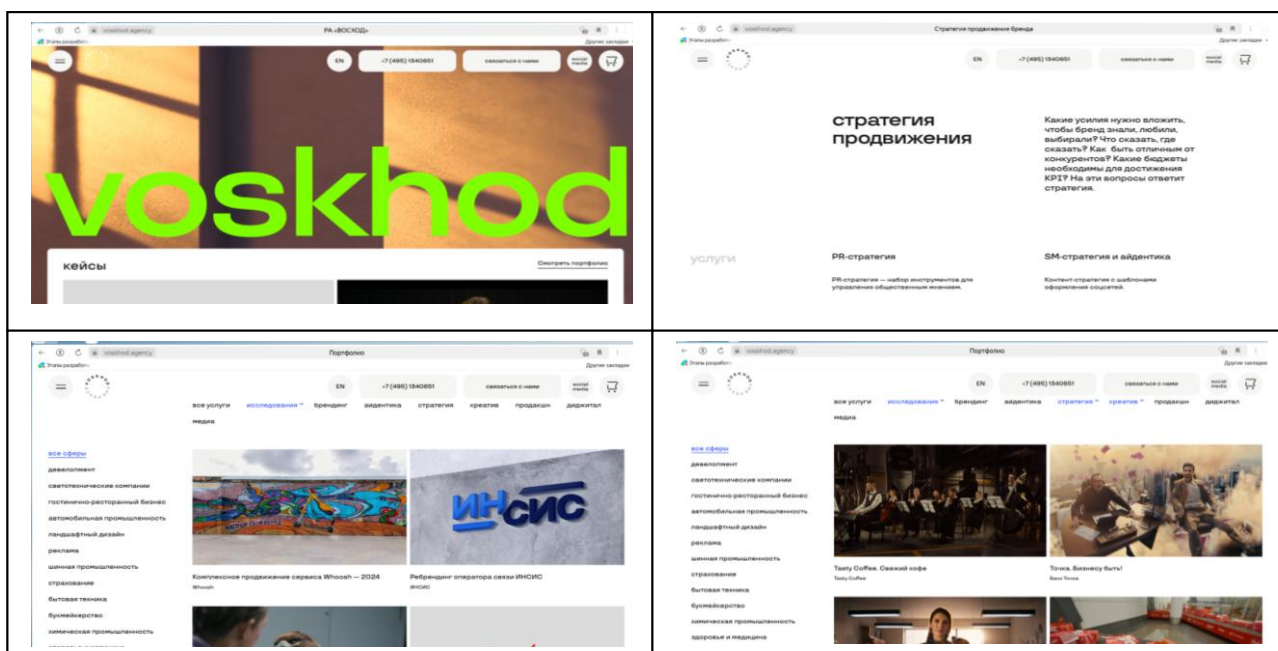


Рисунок 3.1- Официальный сайт компании ООО «РА ВОСХОД» [49]

Основными видами деятельности агентства ООО «РА ВОСХОД» являются: разработка рекламных идей и креативных решений; веб-дизайн, брендинг автотранспорта; медиапланирование; медиасопровождение; продакшн - видео и аудиоролики, графический дизайн и другое. Рассмотрим кратко некоторые виды деятельности компании ООО «РА ВОСХОД».

Разработка рекламных идей и креативных решений для рекламных кампаний - это создание креативной концепции. Креативная концепция - это стратегический план, основанный на чётком и запоминающемся сообщении, который направлен на привлечение и вовлечение целевой аудитории. Она объединяет ключевые визуальные и вербальные элементы: слоганы, тексты, графику и другие креативные решения. Цель креативной концепции - выделиться и отстроиться от конкурентов, вызвать эмоциональный отклик и донести основное ценностное предложение через креативные форматы и каналы коммуникации.

Этапами разработки креативной концепции являются:

1)Создание брифа на рекламную кампанию. В нём формализуются данные об особенностях продвигаемого продукта, целях кампании и предполагаемых средствах их достижения.

2)Исследование и анализ. Перед началом творческой части проводят исследование и анализ аудитории, конкурентной среды, существующих решений и объекта рекламы.

3)Генерация идей. На основе брифа и аналитики проводят креативные сессии с целью придумать идеи, отвечающие целям рекламной кампании.

4)Оформление идей в концепции. Наиболее удачные идеи и их комбинации развивают в полноценные концепции.

5)Финализация креативной концепции. Выбранная концепция дорабатывается с учётом комментариев заказчика и оформляется в виде готового документа с описанием идеи и её практического применения на различных рекламных форматах.

Преимущества креативной концепции: попадание сообщения прямо в цель; воздействие на целевую аудиторию; увеличение узнаваемости бренда;

формирование позитивного имиджа; выделение бренда среди конкурентов; рост продаж и увеличение прибыли, таблица 3.1.

Таблица 3.1-Преимущества креативной концепции компании ООО «РА ВОС-ХОД» [49]

№ п/п	Преимущества	Описание
1	Попадание сообщения прямо в цель	Креативная концепция помогает четко донести ключевое сообщение, обращаясь к потребностям целевой аудитории.
2	Воздействие на целевую аудиторию	Креативный подход вызывает эмоциональный отклик, усиливая вовлеченность и доверие к бренду.
3	Увеличение узнаваемости бренда	Оригинальные идеи и запоминающиеся образы делают бренд легко узнаваемым.
4	Формирование позитивного имиджа	Грамотная концепция помогает создать положительное восприятие компании и её продуктов.
5	Выделение бренда среди конкурентов	За счёт уникального креативного подхода бренд становится заметным на фоне конкурентов.
6	Рост продаж и увеличение прибыли	Эффективная рекламная концепция способствует увеличению конверсий и прибыли, привлекая больше клиентов.

Медиапланирование (media planning) -это процесс планирования размещения рекламы, который включает в себя выбор оптимальных каналов для целевой аудитории компании. Медиапланирование включает ряд этапов, позволяющих создать эффективную рекламную кампанию: анализ целевой аудитории, изучение рынка и конкурентов, определение медиаканалов и форматов рекламы; расчет бюджета на медиапланирование; создание медиаплана и его оценка (Приложение Г). При этом, компания осуществляет несколько видов медиапланирования: традиционное, цифровое, интегрированное.

Сопровождение маркетинговых исследований компании ООО «РА ВОС-ХОД» включает в себя разработку маркетинговой стратегии и планирование маркетинговых мероприятий, результатом которых является повышение продаж и прибыли. В рамках такого сопровождения могут выполняться следующие задачи: анализ рынка и конкурентов; определение целевой аудитории; анализ эффективности продвижения и каналов сбыта; сбор обратной связи от клиентов (отзывы и предложения). Цель маркетингового сопровождения -

помочь бизнесу достичь своих целей: увеличение продаж, расширение клиентской базы, укрепление позиций на рынке. Сопровождение может быть как долгосрочным, так и краткосрочным. Долгосрочное предполагает разработку стратегии развития бренда на несколько лет вперёд, а краткосрочное - решение конкретных задач, например, проведение рекламной кампании или улучшение имиджа компании.

Производство аудио- и видеороликов - это процесс создания аудио- и видеоматериалов с помощью специального оборудования, программного обеспечения и профессиональных знаний. Процесс обычно включает три этапа: 1)Препродакшн-подготовка к производству; 2) Продакшн- непосредственное производство; 3) Постпродакшн- превращение произведённого контента в итоговый продукт (фильм, мультфильм, музыкальный клип, трейлер к видеоигре и т. п.). Производство аудио- и видеороликов применяется в различных областях, таких как киноиндустрия, реклама, музыкальная индустрия, телевизионное и радиовещание, развлекательная и интернет-индустрия.

В услуги компании ООО «РА ВОСХОД» также входят различные стратегии продвижения: PR-стратегия, SMM-стратегия, коммуникационная стратегия. PR-стратегия –это набор инструментов для управления общественным мнением. SMM-стратегия- это продуманный план продвижения бренда в социальных сетях, отвечающий маркетинговым задачам бренда. Установление доверительных отношений с потребителями, работа с репутацией. Коммуникативная стратегия направлена на то, что сообщения компании будут идеально соответствовать маркетинговым и бизнес-целям организации.

Итак, выше кратко были описаны основные виды деятельности креативного агентства. По данным на 2025 г., структура управления креативным агентством «Восход» включает следующих руководителей: генеральный директор - Ирина Крафт, директор по развитию - Михаил Пишванов; креативный директор - Андрей Губайдуллин, коммерческий директор - Павел Скосырский; бренд-дизайн директор - Владислав Деревянных. Агентство состоит из отделов с разными зонами компетенций: Voskhod.Creative, Voskhod.Branding,

Voskhod.Digital и Voskhod.Media. При этом все отделы работают вместе над проектами, рисунок 3.2.

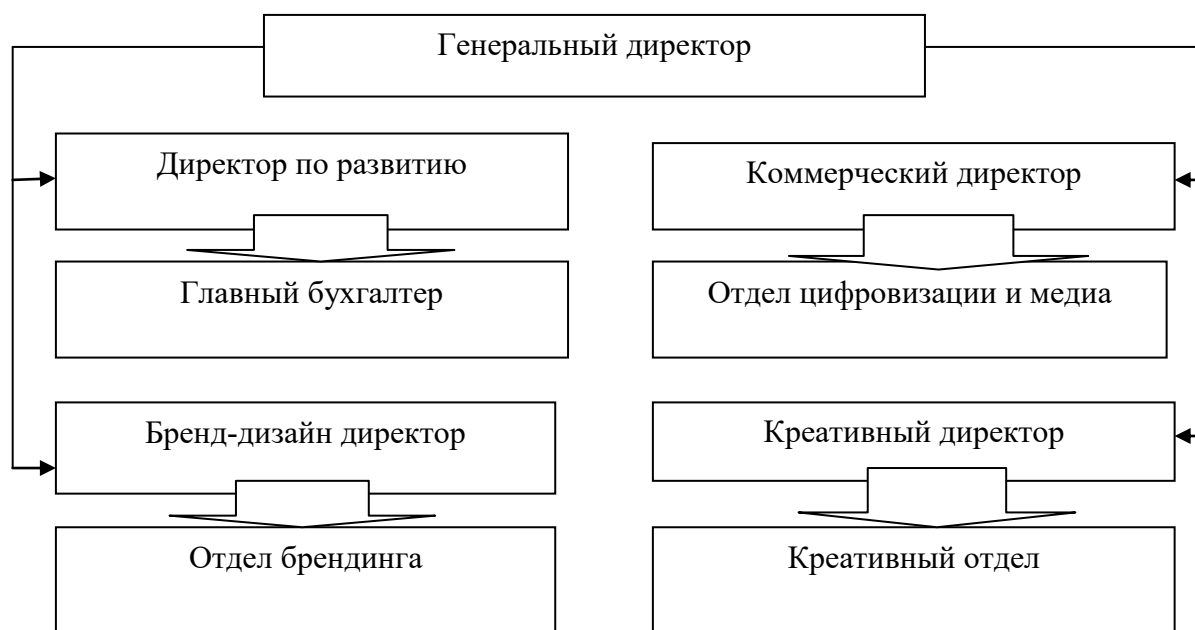


Рисунок 3.2-Организационная структура креативного агентства ООО «РА ВОСХОД»

С 2012 года компания ООО «РА Восход» ежегодно занимает 1-ое место в рейтинге креативности российских рекламных агентств, рисунок 3.3.

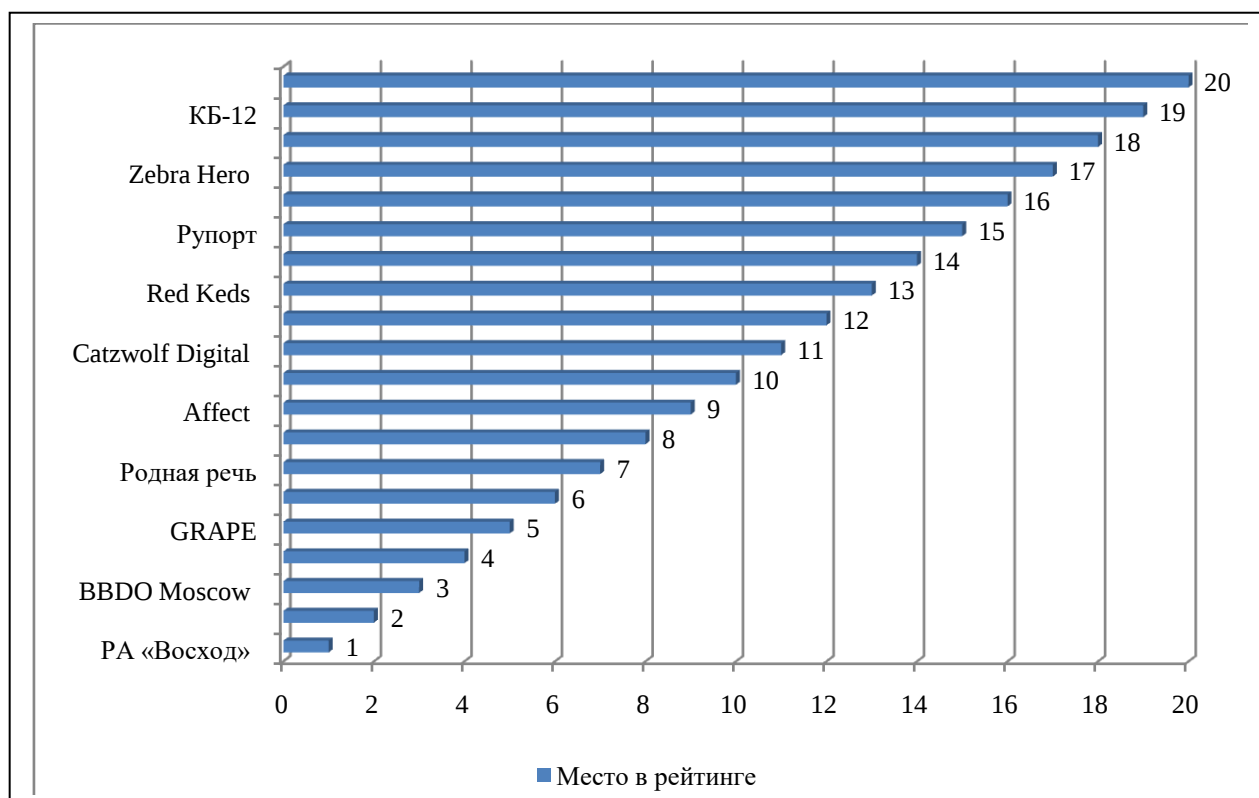


Рисунок 3.3- ТОП-20 агентств в рубрике «Креативные агентства» РРАР-2025

В рейтинг 2025 г. также вошли крупнейшие креативные (творческие) агентства России. В данном рейтинге вторую и третью строчку заняли компании: CreativePeople, BBDO Moscow. Десятку рейтинга замыкают: РА «Инстинкт», GRAPE, Realweb Agency, Родная речь, Young Capital, Affect, TutkovBudkov и другие (Приложение Д).

Однако, по данным рейтинга лучших агентства и студий на рекламном рынке Екатеринбурга в 2025 г. компания ООО «РА ВОСХОД» заняла 12 строчку рейтинга. Тем не менее за годы своей деятельности организация осуществляет участие в различных фестивалях и имеет множество наград. Компания ООО «РА Восход» -это единственное российское агентство, которое имеет 10 наград фестиваля «Каннские львы». Международный рекламный фестиваль «Каннские Львы» - самый престижный фестиваль рекламы, проводится в июне и длится 5 дней, рисунок 3.4.

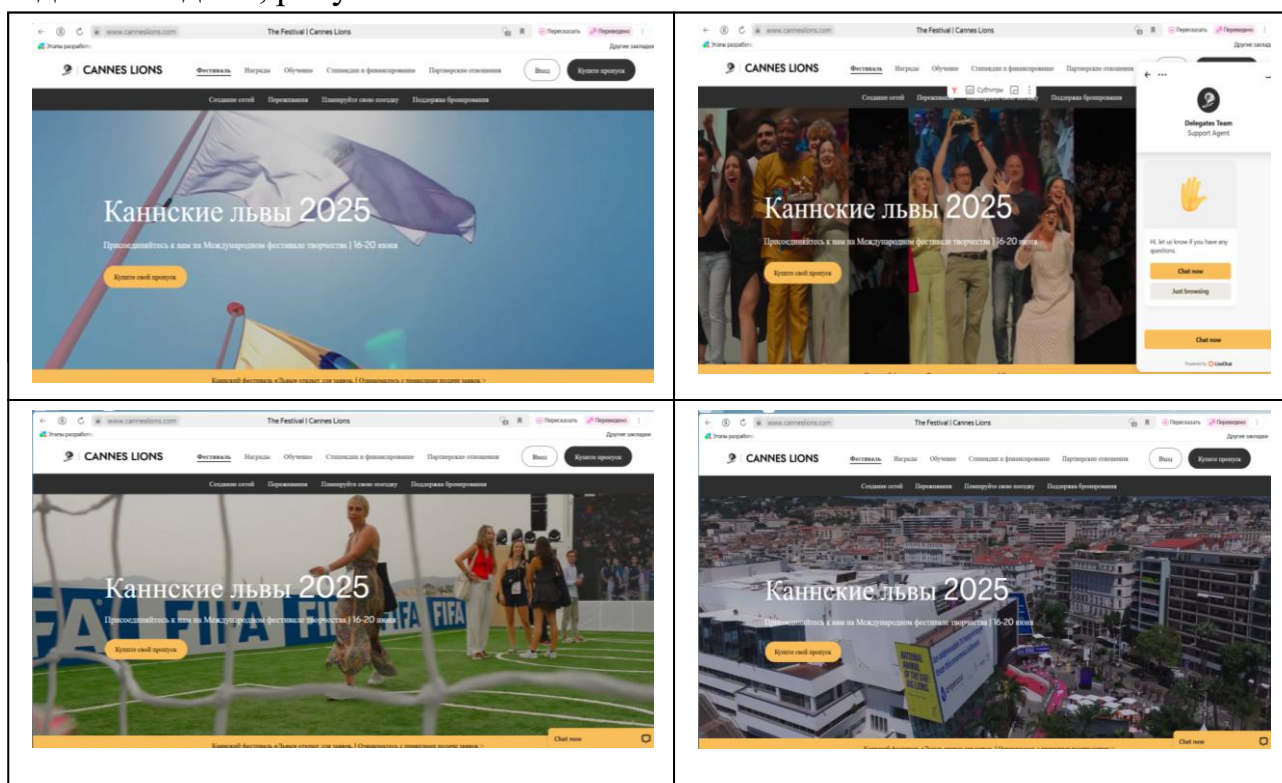


Рисунок 3.4-Официальный сайт фестиваля «Каннские львы»[56]

История фестиваля «Каннские львы» представлена в Приложении Д.

Кроме наград Каннского фестиваля, агентство ООО «РА ВОСХОД» обладает огромным количеством престижных наград различных конкурсов и фестивалей, среди которых: Ad Black Sea, ADCE, ADCR, Clio, Cristal, D&AD,

EFFIE, Epica, Eurobest, Golden Brum, КМФР, LIA, One Show, PIAF, Red Apple, Red Dot, The Globes, Webby Awards, Белый Квадрат, Идея! и других, рисунок 3.5.

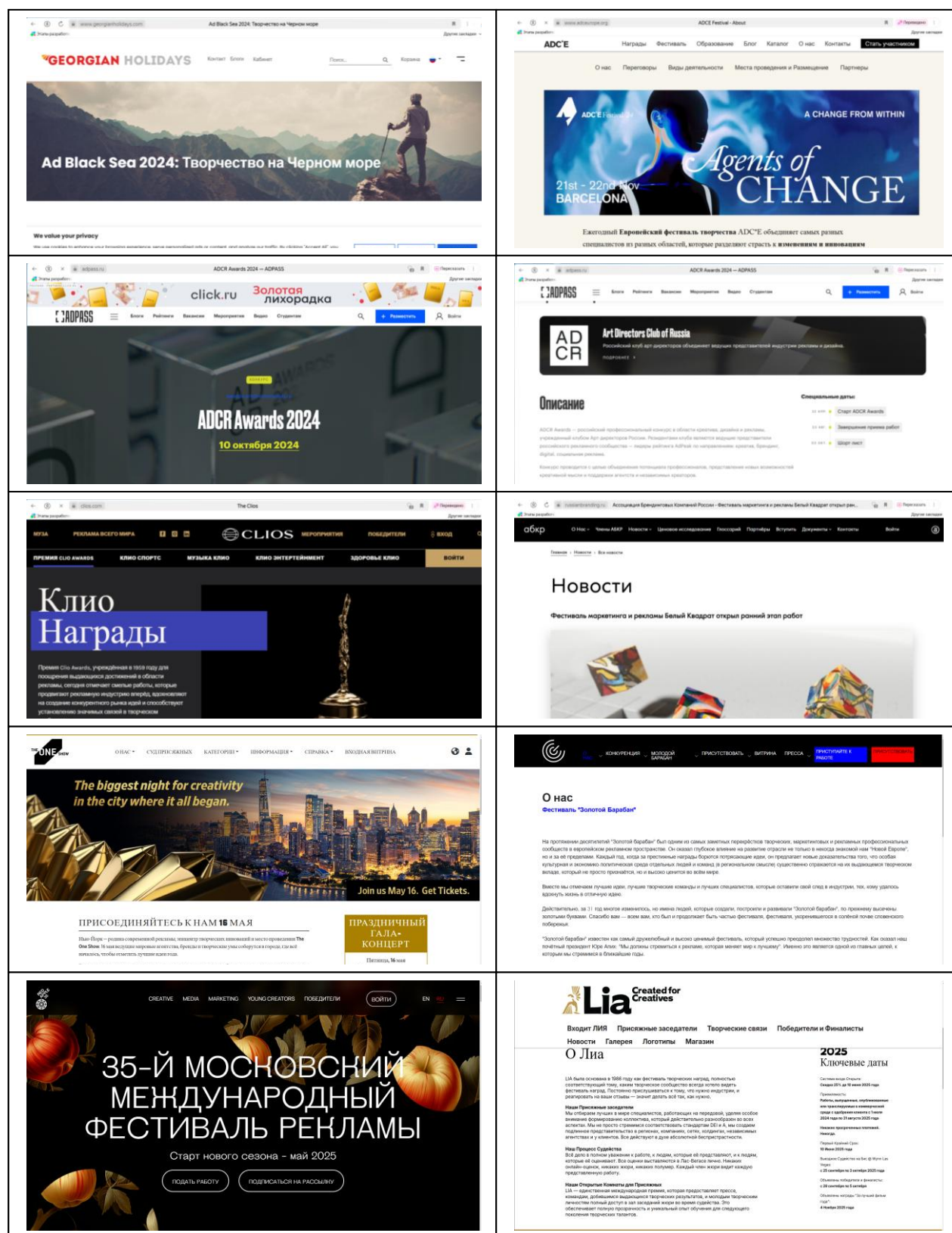


Рисунок 3.5-Фестивали и конкурсы, в которых компания ООО «РА ВОС-ХОД» принимает участие[57][63][64][56][29][11]

Фестиваль «Ad Black Sea» проходит в Батуми. Этот Международный фестиваль творчества объединяет локальных и мировых креативных профессионалов. Программа включает воркшопы, лекции, конкурсы и вечеринки, создавая платформу для обмена идеями и празднования инноваций, рисунок

ADCE Festival -это ежегодный фестиваль креативности, который собирает профессионалов из разных областей, стремящихся к изменениям и инновациям через творчество. На фестивале проводятся конференции, семинары, выставки и пространства для сетевого взаимодействия, чтобы отмечать дизайн и новые креативные решения. В 2024 году 11-й фестиваль ADCE Creativity Festival проходил 21 и 22 ноября в Барселоне.

ADCR Awards - российский профессиональный конкурс в области креатива, дизайна и рекламы, учреждённый Клубом арт-директоров России. Цель конкурса - объединение потенциала профессионалов, представление новых возможностей креативной мысли и поддержка агентств и независимых креаторов. В состав жюри конкурса входят лидеры рейтинга AdPeak, а также приглашённые специалисты индустрии рекламы и дизайна. Конкурс входит в состав фестивалей рейтинга креативности АКАР. В 2024 году участники подали рекордное количество работ - 649, из которых 84 были удостоены награды.

Clio Awards -это один из старейших и престижных международных фестивалей рекламы. Ежегодно жюри выбирает лучшие работы в сфере телевидения, дизайна, печати, радио и интернета. Название конкурса получено в честь древнегреческой богини Клио - музы, известной как «провозвестница, прославительница истории, великих дел и достижений». В 2025 году церемония вручения наград Clio Awards запланирована на 13 мая.

«Белый Квадрат» -это международный фестиваль креативности, известный в креативном сообществе по всему миру. Идея фестиваля - продвижение креатива, поддержка свежих идей и объединение людей в индустрии коммуникаций разных стран. Фестиваль демонстрирует лучшие идеи, реализованные агентствами и брендами, в том числе идеи, которые способствуют развитию индустрии и изменению мира к лучшему. Основные критерии оценки конкурс-

ных проектов - креативность идеи и её реализация, а также эффективность в соответствующих номинациях. В проектах, поданных в социальные номинации, оценивается значимость для общества, изменения окружающей среды и мира к лучшему. Участие в фестивале даёт возможность как крупным сетевым, так и локальным агентствам быть оцененными профессионалами мирового уровня.

Итак, выше кратко были описаны некоторые фестивали и мероприятия, в которых ООО «РА ВОСХОД» принимает участие и чаще всего получает призы и награды. Компания хорошо зарекомендовала на рынке и постоянными клиентами компании ООО «РА ВОСХОД» являются: Яндекс, Уральский Федеральный Университет, Альфа-Банк, Кортрос, Контур, МегаФон, Мотив, Freedom Finance, Экокультура, Лаборатория Касперского, Bosch, Urban Group, Bonduelle, Мастерфарм, Junited, ALMA Ceramica, Forex Club, Hotter, Chery, TOREX, Банк Точка, Roche, ORBY, Мегастиль, Уральские авиалинии, Кинетика, RENAУ, Окна БФК, ЛЕККО, TetraPak, Хладокомбинат №3, Кунгурский мясокомбинат и многие другие, рисунок 3.6.

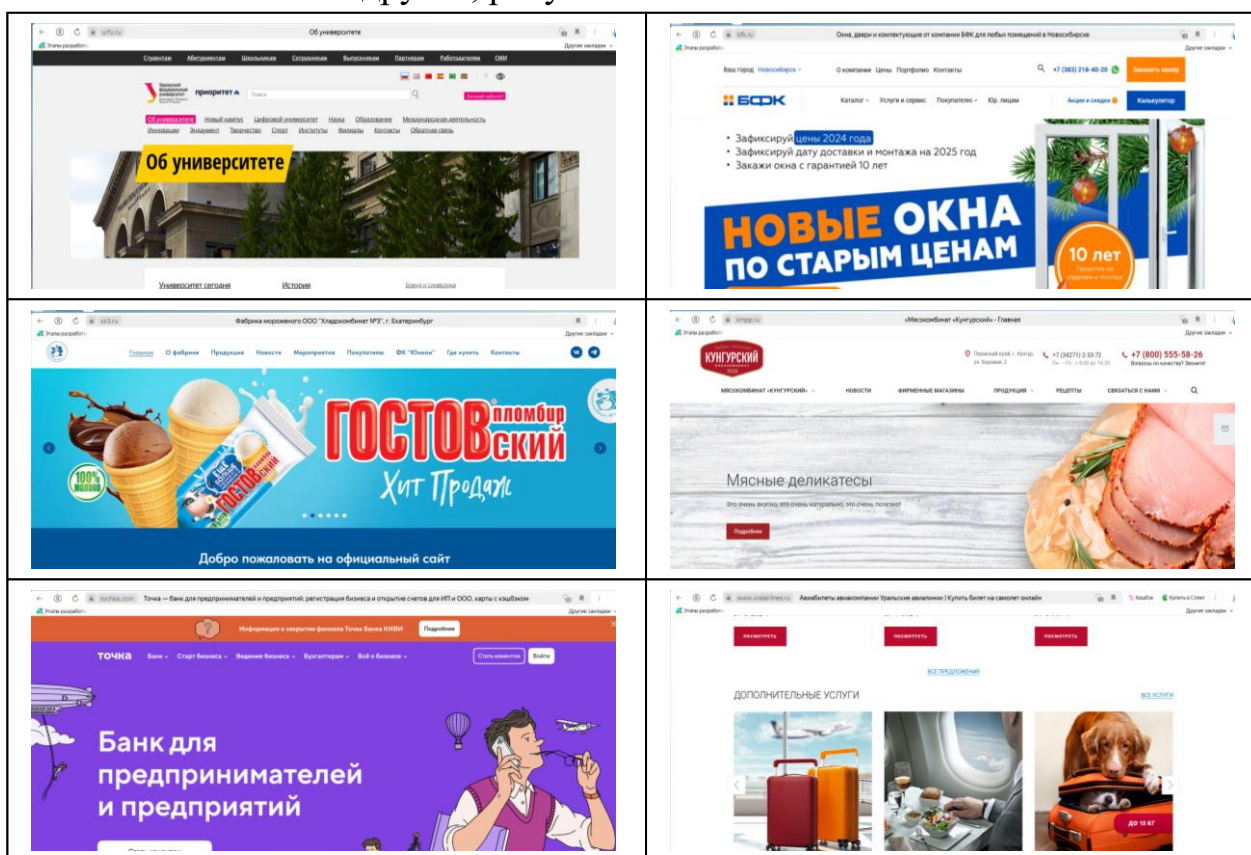


Рисунок 3.6- Крупные клиенты компании ООО «РА ВОСХОД»[30][8][9][41][55]

Компанию ООО «РА ВОСХОД» ценят за креативные идеи, которые получают одобрение и награды на различных фестивалях и конкурсах.

Успешную деятельность компании ООО «РА ВОСХОД» могут подтвердить и финансовые показатели (Приложение Ж). Так, в частности, в 2023г. выручка компании увеличилась относительно прошлого года на 36,50% и составила 32351,0 тыс. руб. К уровню начала анализируемого периода объемы продаж возросли на 26,11%, рисунок 3.7.

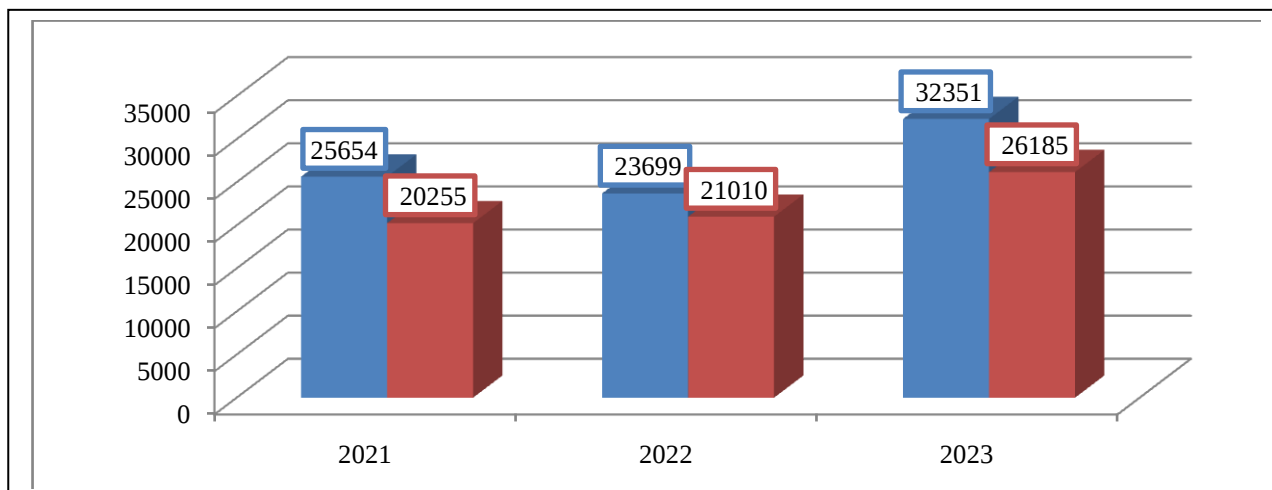


Рисунок 3.7-Динамика выручки и расходов по обычной деятельности компании ООО «РА ВОСХОД» с 2021-2023гг.[40]

Прочие доходы компании составили 10037,0 тыс. руб., это на 69,20% больше прошлого года и в три раза превышает показатель начала анализируемого периода, рисунок 3.8.

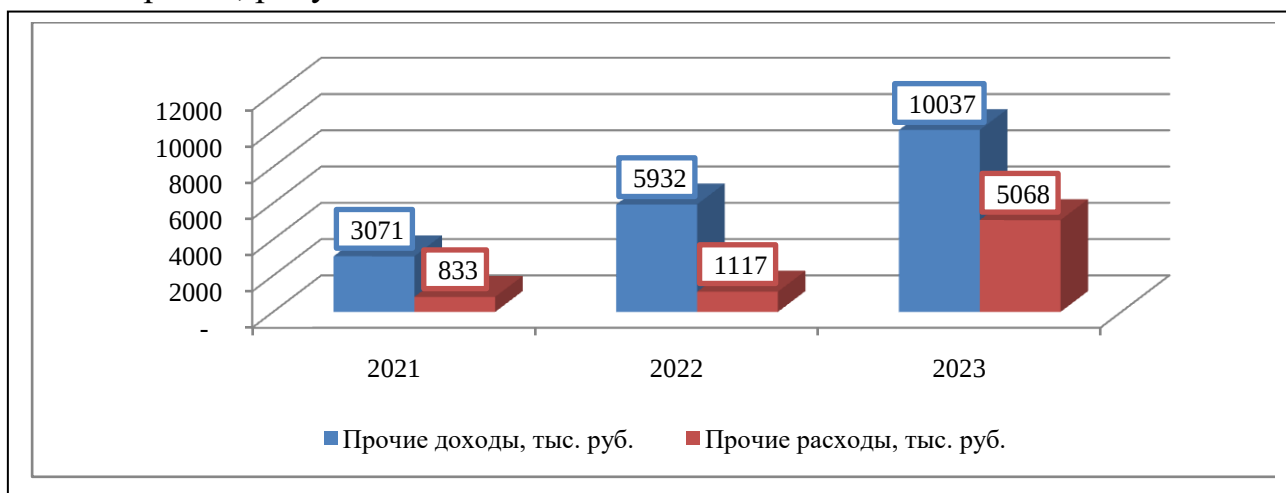


Рисунок 3.8-Динамика прочих доходов и прочих расходов компании ООО «РА ВОСХОД» с 2021-2023гг. [40]

Валовая и чистая прибыль компании за анализируемый период увеличились на 14,21% и 47,59% соответственно и сформировали свое значение на уровне 6166,0 тыс. руб. и 10727,0 тыс. руб. соответственно, рисунок 3.9. Таким образом, за счет прочих доходов, чистая прибыль выше значения показателя прибыли от основной деятельности.

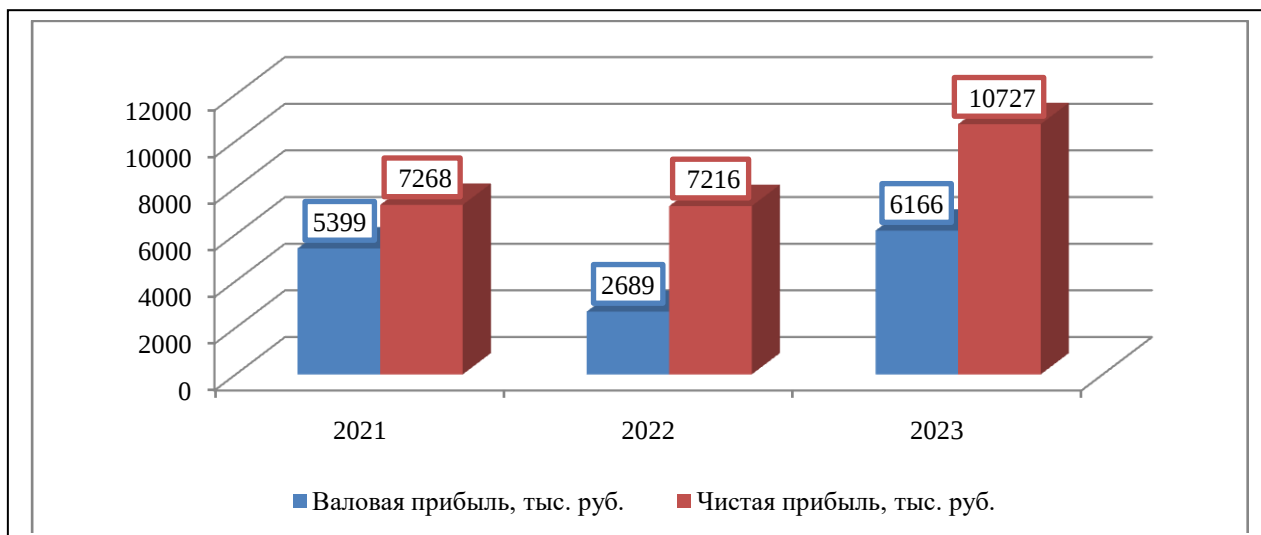


Рисунок 3.9-Динамика валовой и чистой прибыли компании ООО «РА ВОСХОД» с 2021-2023гг. [40]

Капитал компании увеличился на 25,13% и составил 139139,0 тыс. руб. При этом рост капитала произошел как за счет собственных. Так и заемных источников финансирования. В частности, собственные средства выросли на 25,08% и составили 89474,0 тыс. руб. На 25,19% произошел рост заемного капитала и на конец анализируемого периода показатель составил 49655,0 тыс. руб., рисунок 3.10.

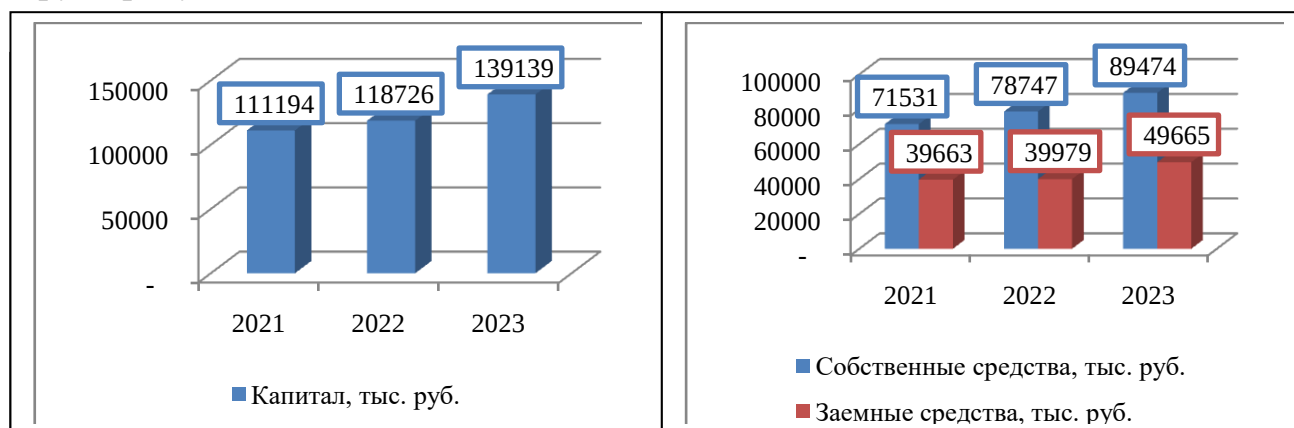


Рисунок 3.10-Динамика капитала компании ООО «РА ВОСХОД» с 2021-2023гг. [40]

Стоит отметить, что компания не является финансово зависимой, так как наибольшая доля капитала сформирована за счет собственных источников финансирования. В 2023г. доля собственных средств составила 64,31%, на заемные средства пришлось 35,69%, рисунок 3.11.

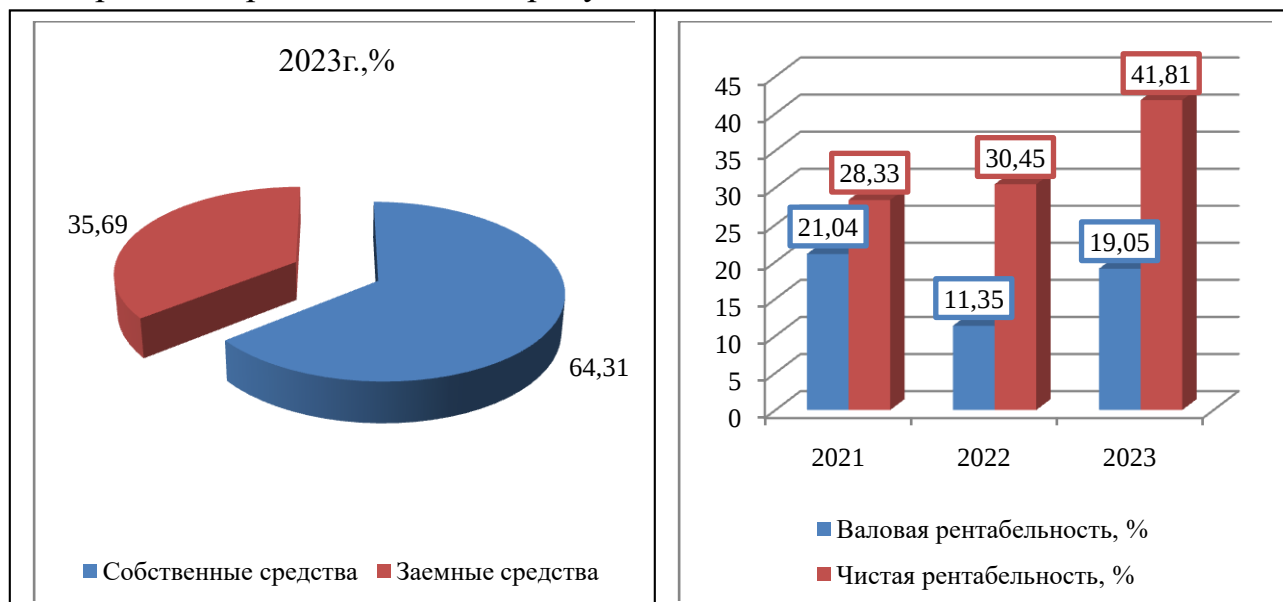


Рисунок 3.11-Структура капитала и показатели рентабельности компании ООО «РА ВОСХОД» с 2021-2023гг. [40]

Показатели рентабельности (формулы представлены в Приложении Ж) уверенно направляются в сторону роста, исключением является 2022 г., когда валовая рентабельность снизилась в два раза. К 2023г. показатель увеличился до 19,05%, однако не достиг максимального значения в анализируемой динамике. Чистая рентабельность выросла в два раза и сформировала свое значение на уровне 41,81%, рисунок 3.11. Таким образом, компания ООО «РА ВОСХОД» в целом является успешной, финансово-независимой, растут показатели объемов продаж, прибыли и рентабельности. Стоит отметить, что исследованиями поведения потребителей компания не занимается, не применяются никакие программные продукты для опроса и анализа. Достигать успехов компании помогает репутация, которую она заслужила за несколько лет работы. Для того, чтобы рассмотреть пути совершенствования поведения потребителей в развитии креативных индустрий, перейдем к следующему параграфу диссертационного исследования.

3.2. Пути совершенствования исследования поведения потребителей в развитии креативных индустрий

В связи с тем, что в компании ООО «РА ВОСХОД» не проводятся никакие мероприятия по исследованию поведения потребителей с целью развития креативной организации, целесообразно рассмотреть пути, которые наиболее актуальны в период развития цифровой экономики. В частности, целесообразно пойти по следующим направлениям: внедрение голосового бота для обзвона клиентов; развитие корпоративных мессенджеров и внедрения чат-бота; внедрение цифрового двойника покупателя, таблица 3.3.

Таблица 3.3- Пути повышения исследования поведения потребителей в развитии креативной организации ООО «РА ВОСХОД»

№ п/п	Мероприятия	Описание
1	Голосовой бот для обзвона клиентов	Внедрение голосового робота (Alto) для обзвона клиентов. Робот позволяет проводить исследование индекса лояльности (NPS) или узнать спрос на свои товары /услуги в определённом городе или регионе.
2	Развитие корпоративных мессенджеров и внедрения чат-бота	Развитие корпоративных мессенджеров: WhatsApp, Telegram. Внедрение чат-бота SaluteBot в мессенджерах.
3	Внедрение цифрового двойника покупателя	Цифровой двойник покупателя- это динамическое виртуальное представление клиента, воссозданное на основе цифровых и физических взаимодействий. Технология применяется для имитации и прогнозирования поведения потребителя.

Рассмотрим подробнее мероприятия, представленные в таблице 3.3.

1) Мероприятие 1. Голосовой бот «Alto» для обзвона клиентов. В настоящее время существует множество голосовых ботов для обзвона клиентов, одним из них является голосовой бот «Alto». Этот бот помогает провести исследование индекса лояльности (NPS) или узнать спрос на свои товары, услуги в определённом городе или регионе. Голосовой робот за минимальное время опросит десятки тысяч потенциальных клиентов, и оценит качество обслуживания намного эффективнее (и дешевле) любого менеджера, рисунок 3.12.

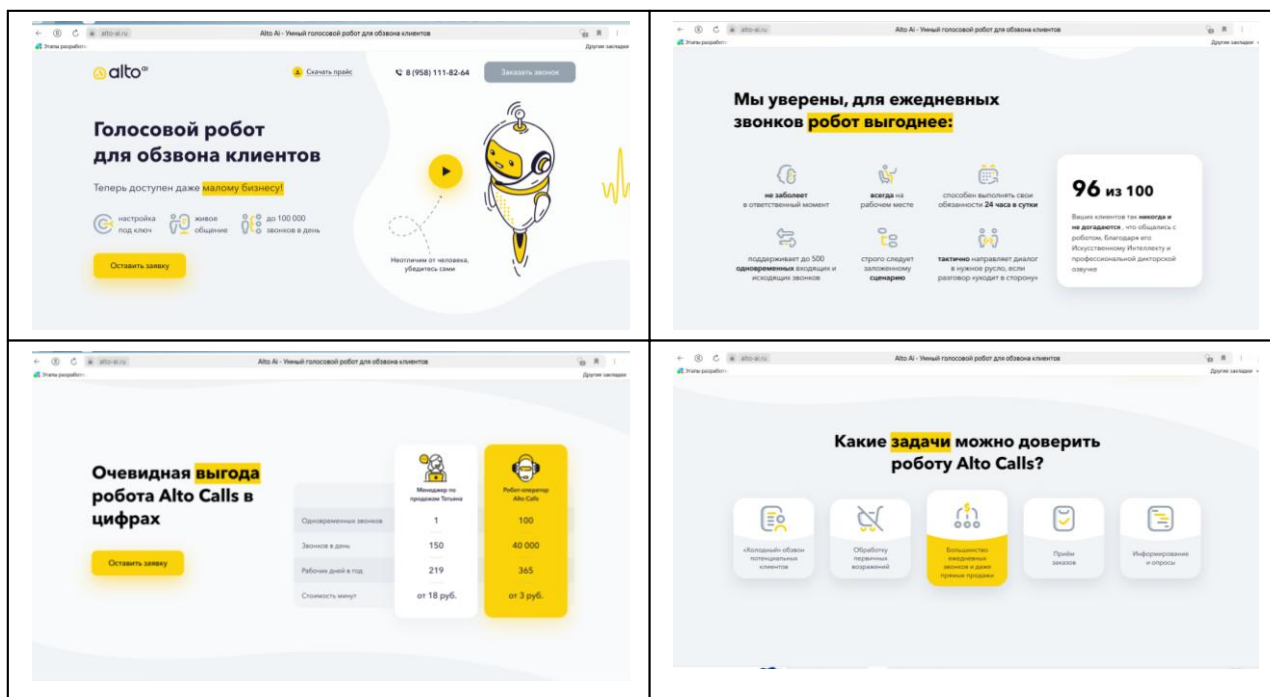


Рисунок 3.12- Официальный сайт компании по производству голосового бота «Alto» для обзвона клиентов[10]

Роботу «Alto Calls» можно доверить следующие виды работ: «холодный» обзвон потенциальных клиентов, обработку первичных возражений, большинство ежедневных звонков и даже прямые продажи, приём заказов, информирование и опросы. Робот способен понимать на 16 различных языках: русский, английский, китайский, украинский, казахский, португальский, японский, испанский, датский, нидерландский, французский, немецкий, греческий, итальянский, литовский, польский, румынский. Произносить же речь робот способен на любом языке. Робот может как принимать входящие, так и совершать исходящие звонки. Очевидная выгода внедрения голосового бота заключается в том, что робот оператор может совершать до 40000 звонков в день, при этом стоимость минуты составляет всего 3 рубля, тогда как оператор может принимать только 150 звонков в день, при стоимости минуты 18 рублей, таблица 3.4.

Преимуществами внедрения робота «Alto Calls» являются: не болеет в ответственный момент; поддерживает до 500 одновременных входящих и исходящих звонков; всегда на рабочем месте; способен выполнять свои обязанно-

сти 24 часа в сутки; строго следует заложенному сценарию; тактично направляет диалог в нужное русло, если разговор «уходит в сторону». Стоимость разработки голосовых роботов составляет от 100,0-300,0 тыс. рублей в зависимости от технического задания.

Таблица 3.4- Выгода внедрения голосового робота «Alto Calls»

№ п/п	Показатели	Менеджер по продажам	Робот-оператор Alto Calls
1	Одновременных звонков	1	100
2	Звонков в день	150	40000
3	Рабочих дней в год	219	365
4	Стоимость минут	от 18 рублей	от 3 рублей

2) Мероприятие 2. Развитие корпоративных мессенджеров и внедрения чат-бота.

Несмотря на то, что у компании имеется сайт, целесообразно также создание корпоративных мессенджеров и внедрение чат-бота. Мессенджер – это удобный и недорогой инструмент коммуникации с клиентами, который помогает запрашивать обратную связь, сообщать об акциях и новостях компании, решать конфликтные ситуации и поддерживать лояльность покупателей на высоком уровне. В настоящее время 2 самых востребованных мессенджера для бизнеса в РФ: WhatsApp, Telegram.

WhatsApp – самый популярный мессенджер в России. По данным Mediascope, им пользуется 78,0% россиян. В среднем, люди проводят около 29 минут в мессенджере, где не только переписываются с близкими и коллегами, но и общаются с бизнесом. Telegram – второй по популярности мессенджер в России. Сейчас около 45,0% россиян пользуются им ежедневно. А среднее дневное время использования составляет 39 минут. Важно понимать, что в WhatsApp люди только общаются, а в Telegram еще и читают новости, смотрят блогеров и решают рабочие вопросы[32].

Таким образом, создание корпоративного мессенджера для любого бизнеса принесет не мало пользы. При этом, внедрение чат-бота возможно не только не только на сайте компании, но и в мессенджерах. В настоящее время множество компаний предлагают разработку и внедрение чат-ботов для

сайта, мессенджера. Одной из известных компаний является –Сбер, которая разработала чат-бота SaluteBot, рисунок 3.13.

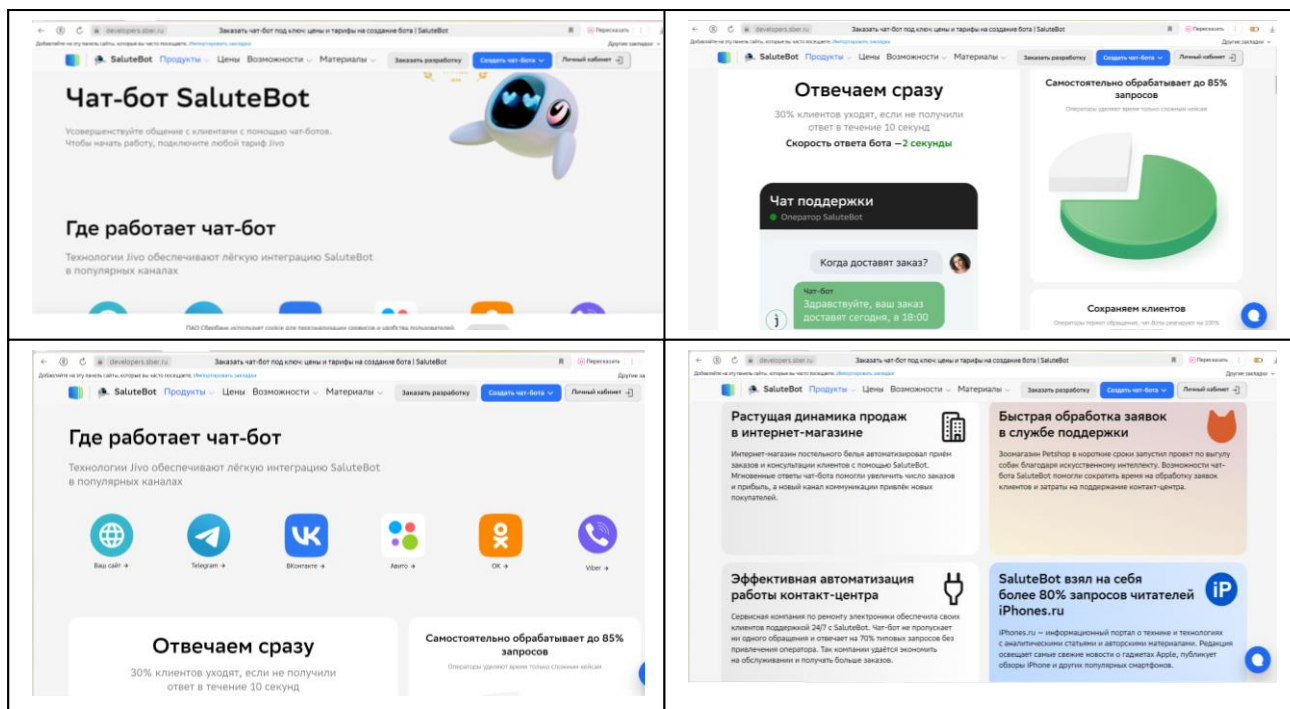


Рисунок 3.13- Сайт компании Сбер по разработке чат-бота SaluteBot[66]

Чат-бот SaluteBot -это алгоритм для автоматизации взаимодействия с пользователями от Сбера, который подключается в каналы общения (ВКонтакте, Авито, мессенджер Телеграм и другие) через омниканальную платформу Jivo.

Чат-бот для бизнеса помогает решать разные задачи: оптимизирует работу менеджеров, увеличивает процент обработки запросов; избавляет сотрудников от рутины, экономит их время; даёт консультации по простым вопросам - например, про цены и способы оплаты - и оказывает сервисную поддержку; каждый день собирает обратную связь; автоматизирует внутреннее взаимодействие в компании; способствует росту количества продаж. Кроме того, робот собирает информацию о клиентах компании, в том числе их контакты, для аналитической работы.

Согласно имеющемуся исследованию: компании, у которых есть чат-боты на сайтах экономят на поддержке и имеют более высокие показатели продаж. Чат-боты увеличили продажи на исследуемых сайтах на 67,0%. 26,0% всех

продаж начиналось с взаимодействия с чат-ботом[33]. Также существует другое исследование, согласно которому внедрение чат-бота в Telegram увеличило продажи на 30,0%. Рассмотрим подробнее.

Компании было предложено создать чат-бота в Telegram, который мог бы: автоматически принимать заказы 24/7; отвечать на часто задаваемые вопросы (доставка, оплата, наличие товаров); предоставлять персонализированные рекомендации на основе предпочтений клиента; интегрироваться с CRM-системой для автоматической обработки заказов. Результаты- уже через три месяца после внедрения чат-бота компания-заказчик отметила следующие изменения: а) увеличение продаж на 30,0%(Покупатели стали чаще завершать заказы благодаря удобству и оперативности); б)сокращение времени обработки заявок на 80,0%; бот мгновенно принимал заказы и отвечал на вопросы; в)экономия на персонале, менеджерам больше не нужно было тратить время на рутинные задачи; г) рост лояльности клиентов, покупатели отметили удобство общения с магазином через чат-бота. Этот кейс показывает, как чат-бот может не только решить проблему перегрузки персонала, но и стать мощным инструментом для увеличения продаж[33]. Таким образом, внедрение чат-бота на сайте и в мессенджерах позволит увеличить продажи на 67,0% и 30,0% соответственно. При этом, стоимость тарифов чат бота составляет: 990 рублей в месяц на 1500 пользователей, 2400 рублей в месяц на 500 пользователей, таблица 3.5.

Для анализируемой компании ООО «РА ВОСХОД» целесообразно выбрать тариф «Гибкий», стоимостью 2400 рублей в месяц, в год обойдется обслуживание в сумме 28800 рублей (округленно 30,0 тыс. рублей).

3) Мероприятие 3. Внедрение цифрового двойника покупателя. Цифровой двойник покупателя- это динамическое виртуальное представление клиента, воссозданное на основе цифровых и физических взаимодействий. Технология применяется для имитации и прогнозирования поведения. Цифровой двойник обеспечивает динамическое виртуальное представление клиента, воссозданное на основе цифровых и физических взаимодействий. Технология применяется для имитации и прогнозирования поведения.

Таблица 3.5- Тарифы внедрения чат –бота SaluteBot

Показатели	Тариф «Разработчик»	Тариф «Стартовый»	Тариф «Гибкий»
Количество пользователей	50 пользователей / месяц	1500 пользователей / месяц	500 пользователей / месяц
Функции	Ограниченное число пользователей Интеграция с внешними сервисами из сценария Интеграция с каналами Jivo Шаблоны для ботов GigaChat для ответов пользователю Доступно 5 запросов в нейросеть	Ограничения в работе с естественной речью Доступен 1 чат-бот Интеграция с внешними сервисами из сценария Шаблоны для ботов Интеграция с каналами Jivo GigaChat для ответов пользователю	Неограниченное число ботов Повышенная квота на количество пользователей Интеграция с внешними сервисами из сценария Шаблоны для ботов Интеграция с каналами Jivo GigaChat для ответов пользователю Доступно 50 запросов в нейросеть
Цена	0 рублей	990 рублей	2400 рублей

Цифровой двойник собирает данные от персонажей и запускает тесты для обмена сообщениями о продажах, процесса продаж, маркетинговых кампаний, демонстрируя, какие приемы работают, а какие нет. В отличие от симуляции, цифровой двойник динамичен; он постоянно получает данные и может обновлять результаты, позволяя анализировать в режиме реального времени по мере поступления новых сигналов. В настоящее время множеством компаний разрабатываются цифровые двойники, рисунок 3.14.

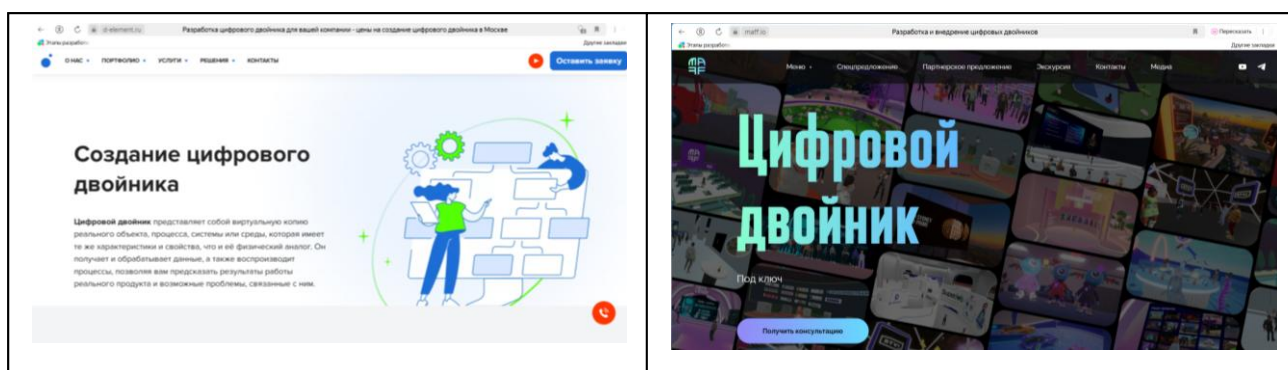


Рисунок 3.14-Сайты компаний, занимающиеся производством цифровых двойников[59][51]

Стоимость цифрового двойника составляет в среднем 500,0 тыс. рублей.

В настоящее время существуют примеры успешного использования цифровых двойников. Финансовая компания создала цифровые двойники своих клиентов, используя данные о транзакциях и предпочтениях. Новая программа лояльности была протестирована на виртуальных моделях, что помогло выявить возможные риски и улучшить условия перед запуском. В результате программа повысила удержание клиентов на 20,0% [50].

Итак, выше были рассмотрены мероприятия, которые позволят оцифровать проведение исследований потребителей в развитии креативной организации ООО «РА ВОСХОД». В частности, были предложены пути: внедрение голосового робота «Alto Calls», развитие корпоративных мессенджеров и внедрения чат-бота, внедрение цифрового двойника покупателя. Общая сумма затрат на мероприятия составит 830,0 тыс. рублей, таблица 3.6.

Таблица 3.6- Общая сумма затрат на мероприятия по совершенствованию исследований потребителей в развитии ООО «РА ВОСХОД»

№ п/п	Мероприятия	Сумма, тыс. рублей
1	Внедрение голосового робота «Alto Calls»	300,0
2	Развитие корпоративных мессенджеров и внедрения чат-бота	30,0
3	Внедрение цифрового двойника покупателя	500,0
4	Итого	830,0

Таким образом, при расходах в 830,0 тыс. рублей, компания сможет увеличить показатели доходности в среднем на 50,0% и более. То есть объемы продаж составят 48526,0 тыс. руб., при этом расходы по обычной деятельности составляют 80,9% (по данным на 2023г.) от выручки, рисунок 3.15.

Если исходить из этих данных, то прогнозный показатель расходов составит 39257,0 тыс. руб. Отсюда, валовая прибыль сформируется на уровне 9269,0 тыс. руб., рисунок 3.15. Расходы на мероприятия – относятся к коммерческим, то есть валовая прибыль уменьшится на эту сумму (830,0 тыс. рублей), отсюда показатель прибыли от продаж составит 8439,0 тыс. руб., а это на 36,86% выше показателя прошлого периода, рисунок 3.15. Безусловно, что в первый год реализации проекта коммерческие затраты увеличатся, в связи с этим, показатель

рентабельности не будет высоким, однако, после первого года реализации проекта, рентабельность возрастет в разы.

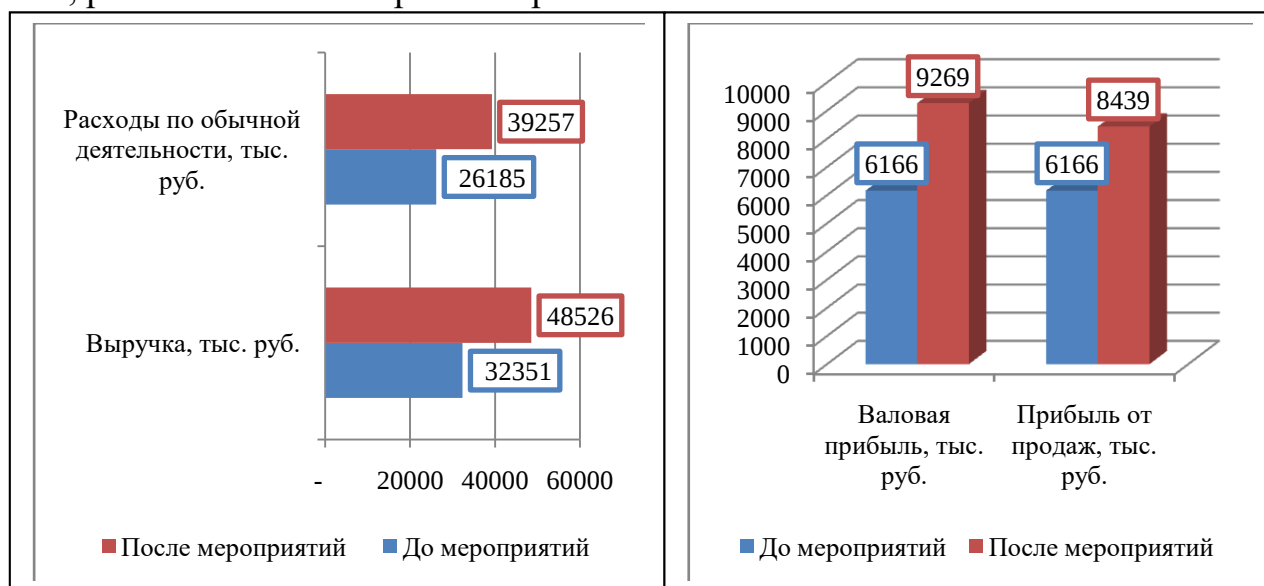


Рисунок 3.15-Финансовые показатели компании ООО «РА ВОСХОД» до и после проведения мероприятий

Сумма 830,0 тыс. руб.- это незначительные расходы для анализируемой организации, эти расходы могут быть профинансированы из чистой прибыли. В результате предложенных мероприятий, компания ООО «РА ВОСХОД» сможет повысить качество исследования потребителей, это положительно повлияет на финансовые показатели организации, работающей в сфере креативных индустрий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Креативные индустрии- это сектор экономики, связанный с интеллектуальной деятельностью, развивающийся преимущественно на идеях и технологиях. Примерами креативных индустрий являются: научно-исследовательская деятельность, дизайн, телевидение, музыка, мода, архитектура, разработка программного обеспечения и другие. На основе классификаций зарубежных стран всего в России 16 видов креативных индустрий: арт-индустрия, народные промыслы, кино и анимация, фотография, мода, дизайн, архитектура, библиотеки, музеи, культурное наследие, телерадиовещание, музыка.

На государственном уровне в РФ осуществляется системная государственная поддержка креативных индустрий, а 5 февраля 2025 г. вступил в силу закон «О развитии креативных (творческих) индустрий», который определяет основные понятия и перечень индустрий, чья деятельность напрямую относится к креативной, а также основы правового регулирования и развития креативных индустрий, устанавливает условия деятельности и государственной поддержки в этой сфере.

Минэкономразвития России стало уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере креативной экономики. Вступившее в силу постановление определяет необходимость представления субъектами России в Минэкономразвития сведений об инфраструктуре поддержки креативных индустрий, определения видов экономической деятельности в сфере креативных индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД). Отдельными пунктами за министерством закрепляются обязанности по формированию и ведению единого реестра субъектов креативных индустрий и размещению на официальном сайте сведений о региональной инфраструктуре поддержки.

Согласно Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и круп-

нейших городских агломерациях в РФ на период до 2030 г., планируется достичь положительного сальдо экспорта-импорта креативных услуг, увеличить долю креативных индустрий в экономике до 6,0%.

Креативные индустрии, такие как дизайн, музыка, кино, архитектура и т.д., имеют огромный потенциал для развития и процветания. В настоящее время наблюдается несколько ключевых тенденций, которые формируют будущее креативных индустрий и определяют их перспективы. В частности, это рост цифровых технологий, увеличение спроса на креативные услуги; удешевление и упрощение процесса создания; увеличение кросс-культурных взаимодействий; устойчивость и социальная ответственность.

Особую роль для развития креативной индустрии играют цифровые технологии. Цифровые технологии (Digital technologies) - это разнообразные инновационные средства, основанные на использовании цифровой информации и обработке данных с помощью компьютеров и электронных устройств. Они охватывают широкий спектр технических решений, направленных на улучшение процессов, услуг и продуктов в различных областях деятельности.

В работе были рассмотрены особенности развития креативных индустрий в странах БРИКС+. Практически в каждой стране разработаны нормативно-правовые акты, регулирующие данную деятельность, осуществляется поддержка развития креативных индустрий. Лучшей страной по развитию является Китай, объемы экспорта креативных товаров и услуг этой страны существенно превышают другие страны. Креативные индустрии являются одной из наиболее динамично развивающихся отраслей в современном мире.

Анализ развития креативного сектора экономики России на период с 2019-2023гг. показал ежегодный рост по объемам продаж, увеличилась доля креативного сектора в ВВП РФ, наблюдается рост стоимости основных средств и нематериальных активов организаций креативной индустрии. В ТОП-10 креативных индустрий по выручке вошли: программное обеспечение, мода, реклама и пиар, архитектура, гастрономия медиа и СМИ, кино, ювелирное и книжное дело, исполнительские искусства. При этом, 60,0% объемов продаж приходится

на креативные индустрии: программное обеспечение (ПО), мода, рекламная деятельность и пиар.

Креативные организации оказывают мультипликативный эффект на экономику, который можно разделить на три типа: 1) прямой тип- выражается в росте выпуска в самих креативных индустриях; 2) косвенный тип- выражается в росте выпуска в отраслях экономики, которые связаны через цепочку затрат с креативными индустриями; 3) индуцированный тип- выражается в росте выпуска в креативных и связанных отраслях, обусловленные ростом заработной платы. Совокупный эффект от развития креативных индустрий в России заключается в том, что на 1 руб. затрат в креативных индустриях –приходится: 2,85 руб.- выпуска продукции (услуг), 1,37 руб.- добавленная стоимость, 0,25 руб.- доходов федерального бюджета. При этом, лидирующими креативными индустриями по величине совокупного эффекта являются: реклама, кино и музыка. Наибольший мультипликативный эффект на экономику России оказывает индустрия- рекламы и пиар.

Свердловская область занимает лидирующие места по развитию креативных индустрий. В 2024г. область поднялась на 5 место в рейтинге регионов России по показателю РРИКИ. Креативная экономика области ежегодно растет на 16,0% - это быстрее, чем в среднем по России. Объем креативной экономики Свердловской области за 2023 г. составил 126,7 млрд. руб., это составляет 3,5% валового регионального продукта региона (ВРП). Правовое регулирование в сфере креативных индустрий в Свердловской области основывается на Конституции РФ; ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»; Закона Свердловской области «О регулировании отдельных отношений в сфере креативных (творческих) индустрии в Свердловской области и другими нормативно-правовыми актами РФ и региона. Стратегию по развитию креативных индустрий Свердловской области до 2030 г. планируется утвердить в начале 2025 г.

Приоритетными направлениями развития креативных индустрий Свердловской области, кроме народного творчества и художественных промыслов,

являются: мода, реклама и пиар, а также киноиндустрия. Кроме того, в Свердловской области хорошо развиваются информационные технологии, архитектура и урбанистика: большая доля выручки креативных индустрий приходится именно на эти сферы.

В 2025 г. в Свердловской области планируется проведение нескольких крупных событий, в том числе Международный фестиваль креативных индустрий и Всероссийский слёт креативных кластеров. Кроме этого, планируется осуществить запуск нового креативного кластера на базе Центра «Мой бизнес» в Каменске-Уральском и открытие городского молодёжного кластера в помещении бывшего кинотеатра «Салют» в Екатеринбурге. К 2030г. прогнозируется увеличение вклада креативных индустрий Свердловской области в валовый региональный продукт с 3,5% до 6,0%.

Перспективы развития креативной экономики как в целом в России, так и в Свердловской области являются радужными. При этом, рекламная деятельность в развитии региона занимает не последнюю роль, а является одной из перспективных направлений в развитии креативной индустрии. Многие делается для развития креативных индустрий в области, в том числе появляются новые законы, стратегии, креативные кластеры и другое. В связи с тем, что Свердловская область является одним из перспективных регионов по развитию креативной экономики, а рекламная деятельность- одним из перспективных направлений креативной индустрии, для исследования влияния потребителей была выбрана креативная компания г. Екатеринбурга Свердловской области- ООО «РА ВОСХОД», которая основано в 1996 году.

Основными видами деятельности агентства ООО «РА ВОСХОД» являются: разработка рекламных идей и креативных решений для кампаний; создание логотипов и фирменных стилей; производство аудио и видеороликов; медиапланирование; управление рекламными кампаниями, оценка эффективности; медиасопровождение - размещение рекламы в интернете и на ТВ, в наружной рекламе; веб-дизайн - посадочные страницы, сайты, приложения; сопровождение маркетинговых исследований; продакшн - видео и аудиоролики,

графический дизайн; брендинг автотранспорта, дизайн - рекламные макеты и иллюстрации, упаковка, POS-материалы.

Успешную деятельность ООО «РА ВОСХОД» могут подтвердить и финансовые показатели, которые показали ежегодный рост продаж, прибыли и рентабельности. Компания является финансово- не зависимой, так как наибольший удельный вес в структуре капитала приходится на собственные источники финансирования. Однако, исследованиями поведения потребителей компания не занимается, не применяются никакие программные продукты для опроса и анализа. Достигать успехов компании помогает репутация, которую она заслужила за несколько лет работы.

В связи с тем, что в компании ООО «РА ВОСХОД» отсутствует система исследований поведения потребителей были предложены следующие мероприятия: внедрение голосового бота «Alto Calls» для обзвона клиентов; развитие корпоративных мессенджеров и внедрения чат-бота «SaluteBot»; внедрение цифрового двойника покупателя. Общая сумма затрат на мероприятия составила 830,0 тыс. руб., данные мероприятия могут быть профинансированы за счет чистой прибыли компании. При этом будет получен финансовый результат в виде увеличения продаж, прибыльности и финансовой устойчивости. Кроме этого, компания сможет повысить качество исследований потребителей, а это позволит разрабатывать стратегии компании, которые будут наиболее полно удовлетворять потребности населения в креативных услугах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изм. от 01.07.2020);
2. Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» от 08.08.2024 N 330-ФЗ;
3. Закон Свердловской области «О регулировании отдельных отношений в сфере креативных (творческих) индустрии в Свердловской области» // Принят Законодательным Собранием Свердловской области 3 декабря 2024 года
4. Абанкина Т.В. (2022). Креативная экономика в России: новые тренды // Журнал Новой экономической ассоциации № 2(54), 221-228.
5. Абанкина Т. В., Мацкевич А. В., Романова В. В. (2022). Креативные индустрии в условиях пандемии COVID-19 // Экономика. Налоги. Право, т. 15, № 2, 38-51.
6. Байкова Э. Р. «Опыт развития креативных индустрий за рубежом». Экономика и управление: научно-практический журнал, № 1 (163), 2022 г. с.11-15
7. Благова И.Ю. Зарубежный опыт развития креативных индустрий // Проблемы современных социокультурных исследований: сб. науч. трудов по материалам;
8. БФК – Текст: электронный– URL: <https://bfk.ru/>(дата обращения 01.03.2025);
9. Банк точка– Текст: электронный– URL: <https://tochka.com/>(дата обращения 01.03.2025);
10. Голосовой бот «Alto» – Текст: электронный– URL: <https://alto-ai.ru/>(дата обращения 11.03.2025);
11. Ежегодный Европейский фестиваль творчества ADC*Е– Текст: электронный– URL: <https://www.adceurope.org/festival/about/>(дата обращения 01.03.2025);

12. Жупарова А. С., Исмаил Г. Ж. Экономика креативных индустрий: сущность и основные характеристики // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2021. № 3. С. 36–45. – Текст: электронный – URL: doi:10.21685/2227-8486-2021-3-4(дата обращения 01.12.2024).
13. Искусство создавать иллюзии. «У них есть что-то, чего у нас нет» – Текст: электронный– URL: <https://ura.news/articles/1036263625>(дата обращения 01.03.2025);
14. Истории российских агентств: путь «Восхода» из Екатеринбурга на международный рынок– Текст: электронный– URL: <https://vc.ru/marketing/39860-istorii-rossiiskih-agentstv-put-voshoda-iz-ekaterinburga-na-mezhdunarodnyi-rynok>(дата обращения 01.02.2025);
15. Креативные индустрии региона: опыт, перспективы, подготовка кадров : тезисы докладов всероссийской научно-практической конференции «Креативные индустрии региона: опыт, перспективы, подготовка кадров». 29–30 сентября 2022 / М-во культуры РФ, С.-Петерб. гос. ин-т культуры. – Санкт-Петербург: СПбГИК, 2022. – 60 с.
16. Картотека: креативные индустрии в России– Текст: электронный– URL: <https://ncmu.hse.ru/news/494525404.html>(дата обращения 09.12.2024);
17. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации 20 сентября 2021 года № 2613-р.
18. Казакова М.В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий// Креативная экономика. –2020. –Том 14. –№ 11. –doi: 10.18334/ce.14.11.111156 – Текст: электронный– URL: <https://creativeconomy.ru/lib/111156>(дата обращения 05.12.2024);
19. Как «цифра» стимулирует развитие креативной индустрии – Текст: электронный – URL: <https://gipp.ru/reviews/expert-opinions-interviews/kak-tsifra-stimuliruet-razvitie-kreativnoy-industrii>(дата обращения 01.12.2024);

20. Креативный сектор России в цифрах. 2024г. Агенство стратегических инициатив. Институт статистических исследований и экономики знаний. – Текст: электронный– URL: <https://issek.hse.ru/news/996745368.html>(дата обращения 10.01.2025);
21. Креативные индустрии меняют облик свердловских городов – Текст: электронный– URL: <https://sverdlovsk.er.ru/activity/news/kreativnye-industrii-menyayut-oblik-sverdlovskih-gorodov>(дата обращения 10.01.2025);
22. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года// утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р
23. Креативный кластер Л52– Текст: электронный– URL: <https://m-i-e.ru/l52>(дата обращения 20.01.2025);
24. Креативный кластер «Домна» – Текст: электронный– URL: <https://domna.pro/about>(дата обращения 20.01.2025);
25. Креативный кластер «На заводе» – Текст: электронный– URL: <https://nazavode.space/>(дата обращения 20.01.2025);
26. Креативные индустрии как императив экономического роста: кросс-инновации и устойчивое развитие: монография / [Бабина Е.Н., Барашкина Е.В., Беганская И.Ю. и др.]. Под ред. Беганской И.Ю., Подкопаева О.А. – Самара: ООО НИЦ «ПНК», 2024. – 214 с.;
27. Креативные агентства в России– Текст: электронный– URL: <https://www.alladvertising.ru/top/creative/>(дата обращения 05.03.2025);
28. Каннские львы 2025– Текст: электронный– URL: <https://www.canneslions.com/festival>(дата обращения 05.03.2025);
29. Клио Награды – Текст: электронный– URL: <https://clios.com/the-clio-awards>(дата обращения 04.03.2025);
30. Кунгурский мясокомбинат– Текст: электронный– URL: <https://kmpp.ru/>(дата обращения 01.03.2025);

31. Креативная концепция рекламной кампании: что это, как разрабатывать – Текст: электронный– URL: <https://blog.ikraikra.ru/kreativnaya-kontseptsiya-reklamnoi-kampanii-chto-eto-kak-razrabotat/>(дата обращения 01.03.2025);
32. Как мессенджеры помогают малому бизнесу в 2024 году? – Текст: электронный– URL: <https://revvy.ai/blog/tpost/k0ggbe2rg1-kak-messendzheri-pomogayut-malomu-biznesu/>(дата обращения 01.03.2025);
33. Как чат-бот увеличил продажи на 30% за 3 месяца: кейс интернет-магазина - Текст: электронный– URL: <https://capitalgroup.su/blog/kak-chat-bot-uvlichil-prodazhi-na-30-za-3-mesyaca-kejs-internet-magazina/>(дата обращения 01.03.2025);
34. Миронов И. В планы развития страны добавили креатива: как монетизировать творческую энергию? – Текст: электронный– URL: https://www.gazeta.ru/gazeta/authors/innokentii_mironov.shtml(дата обращения 08.12.2024);
35. Междунар. науч.- практич. конф. 27 октября 2020г. Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. С. 45–48.
36. Меры господдержки– Текст: электронный– URL: <https://www.advgazeta.ru/ag-expert/advice/razlozhim-po-polochkam-zakon-o-razviti-kreativnykh-industriy/>(дата обращения 01.12.2024);
37. Мир, предсказанный фантастами: как искусственный интеллект стал частью креативных индустрий– Текст: электронный – URL: <https://www.unkniga.ru/geniy-place/15912-mir-predskazanniy-fantastami-kak-iskusstvenniy-intellekt-stal-chastiyu-kreativnyh-industriy.html>(дата обращения 06.12.2024);
38. Медиапланирование– Текст: электронный– URL: <https://www.carrotquest.io/glossary/media-planning/>(дата обращения 01.03.2025);
39. Неизбежная интеграции ИИ в креативные индустрии– Текст: электронный – URL:

https://12-books.ru/neizbezhnaya_integracii_ai_v_kreativnye_industrii(дата обращения 05.12.2024);

40. ООО «РЕКЛАМНАЯ АССОЦИАЦИЯ ВОСХОД»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ – Текст: электронный– URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/6658074806_ooo-ra-voskhod(дата обращения 01.03.2025);

41. ООО «Хладокомбинат №3» – Текст: электронный– URL: <https://xk3.ru/>(дата обращения 02.03.2025);

42. План мероприятий по реализации в 2022 - 2024 годах Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, утвержден распоряжением Правительства Российской Федерации 17 августа 2022 года № 2290-р;

43. Полнос творчества. Свердловская область вошла в число лидеров по темпам развития креативной экономики– Текст: электронный– URL: <https://rg.ru/2024/12/19/reg-urfo/polius-tvorchestva.html>(дата обращения 20.01.2025);

44. Перспективы развития креативных экономик в странах БРИКС+ . 2024 г. – Текст: электронный– URL: <https://assets.kept.ru/upload/pdf/2024/05/ru-creative-industries-brics-countries-kept-survey.pdf>(дата обращения 10.12.2024);

45. Паршукова П.Н. Креативное потребление как специфическая практика современного человека. – Текст: электронный – URL: https://nsuada.ru/nauka/konferentsii/kreativ-industry/2021/Creative_I_2021_184-189.pdf(дата обращения 11.12.2024);

46. Регионы РФ включились в повестку развития креативной экономики – Текст: электронный– URL: <https://www.gazeta.ru/economics/2024/12/09/20210012.shtml>(дата обращения 01.12.2024);

47. Рейтинг креативных регионов России: 2024 / Л. М. Гохберг, В. О. Боос; К. Н. Боякова, Е. С. Куценко и др.; под ред. Л. М. Гохберга, Е. С. Куцен-

ко; – Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. – 198 с.

48. Развитие креативных индустрий в современном мире: материалы Международной научно-практической конференции, Новосибирск, 27–30 апреля 2021 г. [в рамках программы V Международного фестиваля дизайна «Красный проспект»] / Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова; составители: Г.Б. Паршукова, Е.А. Груздева. – Новосибирск, 2021.

49. РА Восход. Официальный сайт компании– Текст: электронный– URL: <https://voskhod.agency/>(дата обращения 01.03.2025);

50. Способ 41. Цифровые двойники клиентов: персонализированный маркетинг– Текст: электронный– URL: <https://reffocus.ru/101/tpost/mfxtnv1lk1-sposob-41-tsifrovie-dvoyniki-klientov-pe>(дата обращения 01.03.2025);

51. Создание цифрового двойника– Текст: электронный– URL: <https://d-element.ru/solutions/the-digital-twin-of-the-enterprise/>(дата обращения 01.03.2025);

52. Стратегия развития креативных индустрий. – Текст: электронный– URL: <https://triumph-strategy.ru/strategija-razvitija-kreativnyh-industrij>(дата обращения 04.12.2024);

53. Творческий бизнес: секреты успеха и прибыли для креативных предпринимателей – Текст: электронный– URL: https://www.finversia.ru/publication/experts/tvorcheskii-biznes-sekrety-uspekha-i-pribyli-dlya-kreativnykh-predprinimatelei-146726?bx_sender_conversion_id=326659(дата обращения 12.12.2024);

54. Толкачев С.В.Влияние искусственного интеллекта на креативные индустрии: тенденции и перспективы– Текст: электронный – URL: <https://apni.ru/article/8587-vliyanie-iskusstvennogo-intellekta-na-kreativ>(дата обращения 01.12.2024);

55. Уральские авиалинии– Текст: электронный– URL: <https://www.uralairlines.ru/>(дата обращения 28.02.2025);

56. Фестиваль «Каннские Львы» – Текст: электронный– URL: <https://www.calend.ru/holidays/0/0/1359/>(дата обращения 27.02.2025);
57. Фестиваль маркетинга и рекламы Белый Квадрат открыл ранний этап работ– Текст: электронный– URL: <https://russianbranding.ru/news/festival-marketinga-i-reklamy-belyy-kvadrat-otkryl-ranniy-etap-priyema-rabot->(дата обращения 01.03.2025);
58. Харланов А. С. Влияние пандемии COVID-19 на развитие креативных индустрий и изменение поведения потребителей – Текст: электронный – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-pandemii-covid-19-na-razvitie-kreativnyh-industriy-i-izmenenie-povedeniya-potrebiteley/viewer>(дата обращения 07.12.2024);
59. Цифровой двойник под ключ – Текст: электронный– URL: https://maff.io/digital_twin?ysclid=m8d77tl8t557869919(дата обращения 01.03.2025);
60. Цифровые инновации уже кардинально изменили жизнь людей. Их влияние отразилось на всех секторах экономики и не обошло стороной сферу культуры. – Текст: электронный – URL: <https://www.dp.ru/a/2024/12/11/kultura-cifri-sovremennie>(дата обращения 02.12.2024);
61. Цифровые технологии – Текст: электронный – URL: <https://rzddigital.ru/glossary/775/>(дата обращения 05.12.2024);
62. Что такое креативные индустрии – Текст: электронный– URL: <https://nris.ru/blog/chto-takoe-kreativnye-industrii/>(дата обращения 01.12.2024);
63. Ad Black Sea 2024: Творчество на Черном море – Текст: электронный– URL: <https://www.georgianholidays.com/ru/blog/Ad-Black-Sea-2024-Творчество-на-Черном-море>(дата обращения 01.03.2025);
64. ADCR Awards 2024– Текст: электронный– URL: <https://adpass.ru/events/adcr-awards-2024/>(дата обращения 01.03.2025);
65. V Российский экономический конгресс «РЭК-2023». Том XIII. Тематическая конференция «Креативные индустрии» (сборник тезисов докладов) / Составители: Т. В. Абанкина, Е. Э. Чуковская. – М., 2023.

66. SaluteBot – Текст: электронный– URL: <https://developers.sber.ru/docs/ru/salutebot/overview>(дата обращения 01.03.2025);
67. 7 технологических инноваций, которые изменят продажи – Текст: электронный– URL: <https://rb.ru/story/distruptions-sales/>(дата обращения 15.01.2025).

ПРИЛОЖЕНИЯ