

УДК 332.1

DOI: 10.25688/2312-6647.2024.40.2.05

## ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ ЧИСТОПОЛЬСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА

**Паньков Александр Владимирович**

*Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия,  
apankov@chs.ieml.ru*

**Александрова Виктория Романовна**

*Чистопольский филиал Казанского инновационного университета им. В. Г. Тимирязова,  
Чистополь, Россия,  
pikulka\_08@mail.ru*

**Аннотация.** В статье рассмотрена роль креативных индустрий в экономических потоках современного общества. На основе эмпирических данных выполнен анализ развития креативных индустрий, основанных на использовании историко-культурного наследия Чистопольского муниципального района, проведены финансово-экономические расчеты одного из направлений отрасли креативных индустрий.

**Ключевые слова:** Татарстан, Чистополь, креативная индустрия.

UDC 332.1

DOI: 10.25688/2312-6647.2024.40.2.05

## ASSESSMENT OF THE POTENTIAL FOR IMPROVING THE FUNCTIONING OF THE CREATIVE INDUSTRY OF THE CHISTOPOLSKY MUNICIPAL DISTRICT

**Pankov Alexandr Vladimirovich**

*Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia,  
apankov@chs.ieml.ru*

**Alexandrova Victoria Romanovna**

*Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov, Chistopol branch,  
Chistopol, Russia,  
pikulka\_08@mail.ru*

**Abstract.** The article examines the role of creative industries in the economic flows of the modern society. From on empirical data, an analysis of the development of creative industries based on the use of the historical and cultural heritage of the Chistopol municipal

district was carried out, financial and economic calculations of one and the directions of the creative industries industry were carried out.

**Keywords:** Tatarstan, Chistopol, creative industry.

**К**реативные индустрии играют значительную роль в экономических потоках современного общества. Креативные (творческие) индустрии характеризуются широтой и полнотой различных секторов экономики, возможностью расширения в различных социально-экономических условиях.

В последние десятилетия мы становимся свидетелями социально-экономического явления «экономика креативных индустрий». Возникла необходимость рассмотрения ключевые факторы креативных индустрий, стимулирующих экономический рост и развитие городов.

По данным ЮНЕСКО в 2022 г. «Сектор культуры занимает 3,1 процента мирового валового внутреннего продукта» [11].

Согласно анализу данных Министерства экономического развития российской Федерации, отмечается рост отрасли креативного сектора: «В креативных отраслях России занято 4,9 млн человек, то есть 6,8 % всей рабочей силы» [8].

Первая задача исследования связана с многочисленными подходами к понятию творческой (креативной) индустрии в научной литературе, и, следовательно, характеристика самого термина требует уточнения с научной точки зрения в первую очередь по той причине, что понятие творческой индустрии происходит из области экономики и имеет большую зависимость от модели происхождения. Используя сравнительный метод, мы рассмотрим, какие виды деятельности относятся к творческим с выделенными характеристиками творческих индустрий в зависимости от страны и региона.

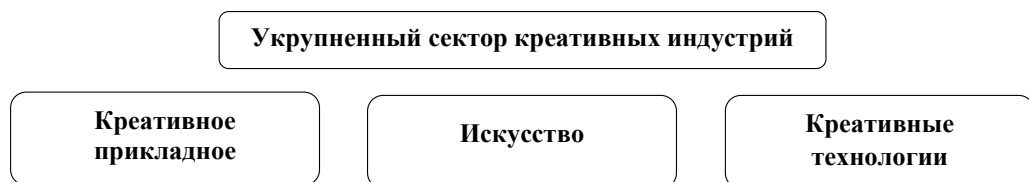
В Азии творческие (креативные) отрасли включают в себя организацию тематических парков, производство мебели, работу парикмахерских, в то время как в Европе творческие индустрии делятся на две категории: чистые творческие индустрии, к которым относится деятельность, связанная с искусством, и частично творческие индустрии, в которые включают рекламу, архитектуру, дизайн, СМИ и др. Стоит также отметить определение, данное британским лейбористским правительством в 1997 г., которое одно из первых использовало термин «творческая (креативная) индустрия» и уточнило его значение. По его мнению, креативные индустрии «состоят всего из тринадцати видов деятельности: 1) реклама, 2) архитектурно-инженерная деятельность, 3) арт-рынок и рынок антиквариата, 4) художественный ремесла, 5) дизайн, 6) мода (дизайн одежды, мелкосерийное производство, демонстрация и продажа, 7) кино- и видеоиндустрия (воспроизведение видео, фотоуслуги для целей кинопроизводства, кино- и видеопроизводство, кино и видео распространение и показ фильмов), 8) интерактивный программное обеспечение развлекательного характера, 9) музыкальная индустрия (выпуск и воспроизведение саундтреков), 10) исполнительское искусство, 11) издательское дело, 12) создание программного обеспечения и компьютерные услуги, 13) радио и телевизионная деятельность».

В качестве последнего из приведенных терминов мы представим тот, который был принят Правительством Российской Федерации: «Творческие (креативные) индустрии — сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества» [3].

Анастасия Валентиновна Вейнмейстер и Юлия Викторовна Иванова отметили в качестве одной особенности развития творческой (креативной) индустрии следующее: «Отсутствие понимания значимости творческих индустрий для развития культуры и экономики страны и нехватка теоретической базы — тема творческих индустрий ранее не освещалась в работах по современной культуре и менеджменту» [2].

Мы разделяем мнение Сергея Александровича Морозова о взаимосвязи креативной экономики и творческой деятельности: «Реалистичнее рассматривать отечественные культурные индустрии в качестве важного фактора реиндустриализации современной российской экономики. В конечном итоге творческая деятельность в значительной степени индивидуализирована и проявляется и в обновлении традиционных культурных форм в новых социокультурных условиях в рамках творческих интерпретаций. Креативность является существенной частью творчества, но отнюдь не его синонимом» [5].

Существуют различные подходы к представлению направлений сектора креативных индустрий. На рисунке 1 представлены направления согласно Лианы Мурмановны Табатадзе и Ольги Петровны Осиповой [10].



*Источник:* составлено авторами по данным [10].

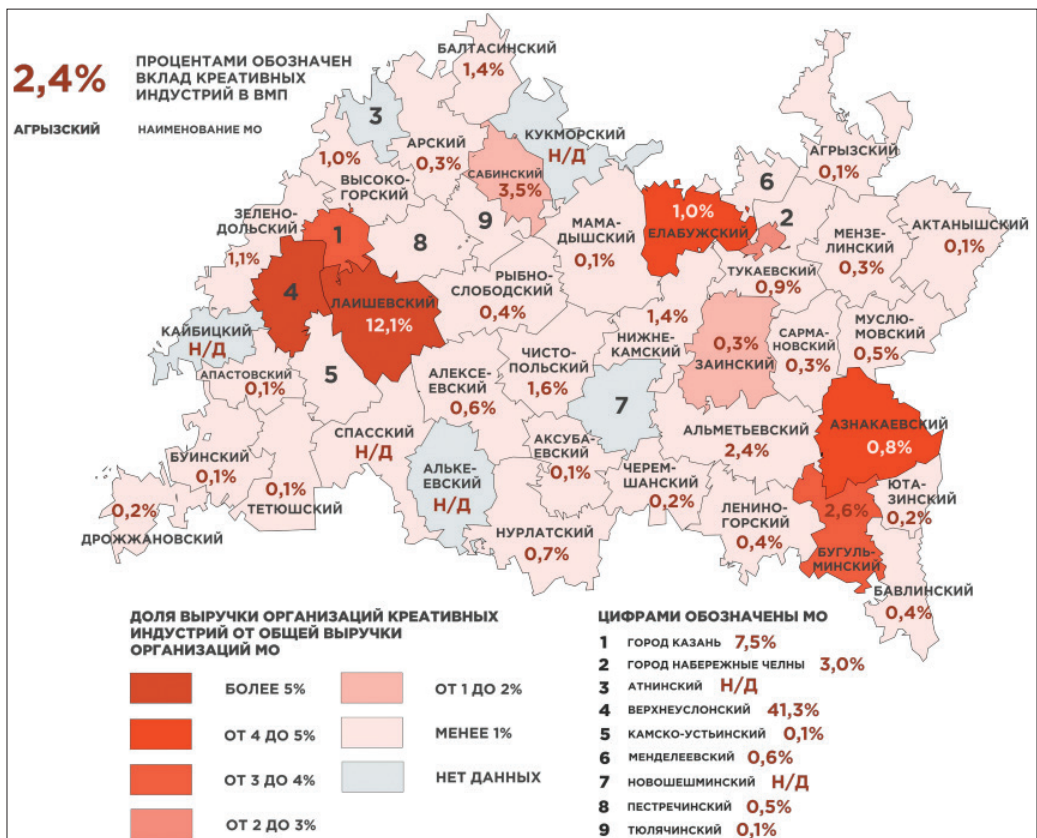
**Рис. 1.** Укрупненный сектор креативных индустрий

Существует устоявшееся мнение, что крупные города имеют гораздо большие возможности в развитии креативных индустрий. Можно в качестве примера привести цитату Руслана Заурбековича Хестанова: «Следует отдавать отчет в том, что политика креативных индустрий — это участие на конкурентных рынках, что приводит к эффектам усиления неравенства между территориями и городами. Имеет ли смысл подобного рода политика в столь регионально и культурно пестрой стране, как Россия? Мегаполисы гарантированным образом окажутся в выигрыше по сравнению с иными территориями» [12]. Схожее мнение можно отметить и в исследовании Анастасии Валентиновны Вейнмейстер

и Юлии Викторовны Ивановой, а именно: «В Москве в наши дни существуют сотни, если не тысячи успешных примеров внедрения принципов креативных индустрий, то в большинстве провинциальных городов России развитие культурных индустрий — дело не очень близкого будущего» [2].

Следует отметить, что в иностранной научной литературе можно отметить и другую точку зрения: так, например, Скотт [14] выделяет особую роль местной культуры в формировании характера внутригородской экономической деятельности, которая становится динамичным элементом формирования культуры и инновационного потенциала данных мест.

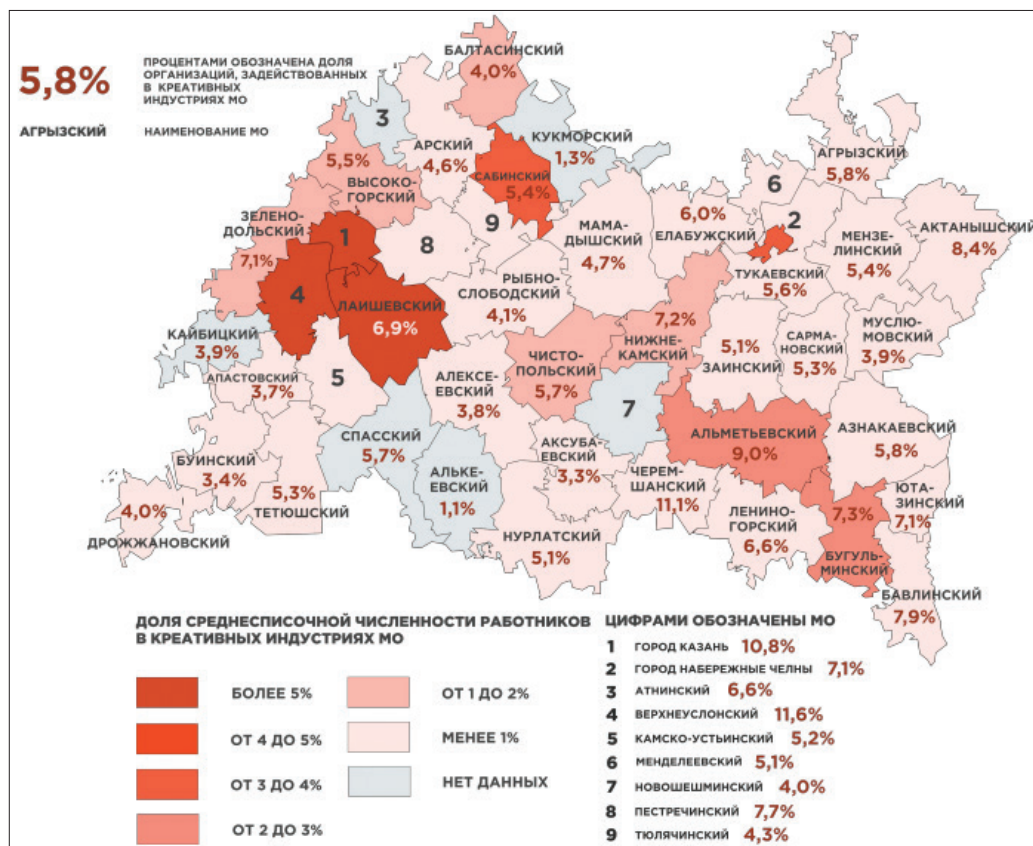
На основе анализа статистических данных развития креативных индустрий Республики Татарстан [1], наглядно представленного на рисунке 2, мы можем отметить, что Казань входит в тройку лидеров муниципальных образований Республики Татарстан, внесших вклад в валовой муниципальный продукт (далее — ВМП), хотя Верхнеуслонский и Лаишевский муниципальные районы значительно опережают ее по показателям.



Источник: Атлас креативных индустрий [1, с. 1].

**Рис. 2.** Вклад в ВМП креативных индустрий Республики Татарстан по муниципальным образованиям

Анализируя данные по количеству специалистов, задействованных в сфере креативных индустрий Республики Татарстан, следует отметить, что состав тройки лидеров муниципальных образований Республики Татарстан изменился. Лидером по-прежнему остался Верхнеуслонский муниципальный район, Казань заняла второе место, и замыкает тройку лидеров Альметьевский муниципальный район (см. рис. 3).

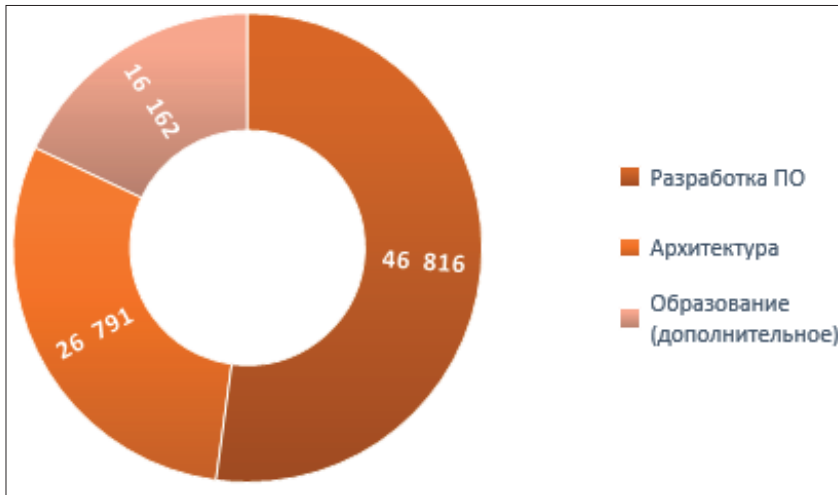


Источник: Атлас креативных индустрий [1, с. 2].

**Рис. 3.** Численность работников креативных индустрий Республики Татарстан по муниципальным образованиям

Проведя анализ лидеров отраслей креативных индустрий Республики Татарстан по суммарной выручке, мы смогли выяснить, что на первом месте располагается «Разработка программного обеспечения», на втором месте располагаются объекты архитектуры и замыкает тройку лидеров «Дополнительное образование». Более наглядно с этим можно ознакомиться на рисунке 4.

Мы разделяем мнение исследователей Гюзель Исаевны Гумеровой, Александры Юрьевны Бутневой, Эльмиры Шамилевны Шаймиевой, Ирины Юрьевны Литвиной и Натальи Николаевны Трифоновой, выделяющих следующие креативные российские виды экономической деятельности по показателям



Источник: Атлас креативных индустрий [1, с. 3].

**Рис. 4.** Суммарная выручка отраслей креативных индустрий Республики Татарстан (млн руб.)

публикационной активности в области цифровой экономики: «образование, программное обеспечение, литература, игры» [4].

Креативные индустрии — это современная концепция бизнеса, недостаточно развитая с научной точки зрения, которая стала одним из важнейших носителей экономической деятельности развитых стран. Хотя и нет единого мнения о том, какие виды деятельности относятся к творческим отраслям, но есть четкие признаки того, что образование многогранно связано с ними.

Мы считаем важным рассмотреть модель SECI культурного возрождения городов исследователей Марии Тайтаковой и Марии Олейяровой (основана на модели SECI Нонаки и Такеучи: социализация – экстернализация – комбинирование – интернализация).

Модель описывает схему превращения постиндустриальных городов в новые креативные городские центры, в которой культура намеренно используется в качестве средства для общего оживления городов и социальной сферы (см. рис. 5).

В рамках исследования наибольший интерес вызывает заключительный этап модели SECI — «Интернализация», — в ходе прохождения которого представляется возможность для создания определенной добавленной стоимости ко всем предыдущим этапам.

Мы разделяем мнение Светланы Петровны Татаровой и Ефима Сергеевича Короткова о важности единства культурной и экономической ценности продукта креативной индустрии: «В условиях рыночной экономики наиболее эффективными подходами в развитии креативной индустрии становятся не только проектный, но и продуктовый подход, подразумевающий создание таких услуг и товаров, которые являются клиентоориентированными, отвечающими требованию дифференциации потребностей населения. Важно, чтобы создаваемый



Источник: составлено авторами по данным [15].

Рис. 5. Адаптированная модель SECI Тайтаковой и Олейяровой

креативный продукт нес в себе глубокую смысловую нагрузку, содержал в себе единство культурной и экономической ценности, был необычно представлен, тогда он будет востребован и будет пользоваться спросом у потребителя» [11].

Следует более подробно рассмотреть объекты, имеющие высокую культурную ценность и в то же время недостаточно задействованные в сфере креативных индустрий. Чистопольский муниципальный район Республики Татарстан обладает большим культурным наследием и имеет два крупных исторических объекта: Толкишская башня и древний болгарский город Джукетау. В статье мы будем рассматривать древний город Джукетау.

Древний город Джукетау (в переводе с татарского — «Липовая гора») основан в X веке как стратегический форпост на северных восточных рубежах Волжской Булгарии. Основной его задачей был контроль водной артерии реки Камы, и, безусловно, такое выгодное местоположение способствовало экономическому, промышленному и культурному развитию.

С начала XII века Джукетау стал одним из крупнейших торговых городов Волжской Булгарии. В 1236 г. в ходе монгольского завоевания город был разорен, но важные торговые генерации на северных рубежах Золотой Орды продолжили существовать.

Отметим, что ювелирное дело было очень хорошо поставлено у болгар, именно болгарские мастера стали основоположниками знаменитого татарского ювелирного искусства. В торговле болгар, и в частности джукетауских купцов, оно распространялось далеко за пределами государства, которое вело торговлю с ближайшими и далекими соседями: от Киевской Руси вплоть до Индии и Китая.

Среди редких находок известен Джукетауский клад, случайно обнаруженный в 1924 г. В. Ф. Смолин очень подробно описывает содержание найденного клада: «Он включал в себя 4 золотых браслета, составлявшие пары; два из них — пластинчатые с личинами-масками на окончаниях, и два — шарнирные со сложным накладным узором с надписями выложенными золотой проволокой; филигранное на вершине головного убора; золотая брошь, украшенная поделочными камнями с накладными деталями в виде миниатюрных распустившихся цветов; мелкие украшения головного убора (21 шт.); 170 жемчужин разного размера; 4 поделочных камня-вставки и 2 золотые индийские монеты, чеканенные в 1325–1351 гг.» [9].

Керамика, благодаря своему массовому применению в болгарский период, является важным материалом для исследования. При изучении керамики применяются различные методы исследования, что позволяет определить ее количественный и качественный состав на различных слоях объектов, в том числе и памятников. Данные методы изучения также позволяют выявлять особые черты керамики, выполнять сравнение разных видов рассматриваемого материала.

Например, в верхних слоях джукетауского поселения количество керамики обычно выше, чем в нижних слоях. Это можно объяснить более интенсивной обработкой почвы, более активной жизнедеятельностью человека и другими факторами.

Следует отметить, что город Джукетау и предшествующее ему поселение с самого начала возникновения имели сложный этнический состав: в керамическом комплексе памятника представлены почти все этнокультурные группы неполивной керамики Волжской Булгарии.

Прикладное дело, которое было наиболее распространено в Волжской Булгарии, имело большую важность в исследовании керамики. При изучении городища Джукетау на левом берегу реки Камы были обнаружены следы различных промыслов: земледелия, скотоводства, ювелирного дела, гончарного и зернового производства. В ходе раскопок и на поверхности культурного слоя было обнаружено множество групп глиняной посуды. Особенно представительными являются керамические комплексы болгаро-татарских памятников, которые служат своеобразным маркером археологической культуры волжских болгар. В этих комплексах обнаруживается различная гончарная посуда, такая как кувшины, кринки, кружки, горшки, хумы, корчаги, чаши, плошки и другие. Характерно что эта посуда имела орнаменты (более богато всегда орнаментировалась внутренняя сторона), узоры, имеющие растительно-цветочные и геометрические узоры. Почти вся посуда у болгар исписывалась замысловатыми линиями, которые несли в себе большой смысл (см. рис. 6; 7).

Имеющееся большое наследие исторического материала можно применить для изучения истории города Джукетау, в частности создание глиняной посуды с элементами узоров, взятых с общеполугарской посуды, и с помощью мастер-класса ознакомиться с промыслом древнего городища Джукетау.



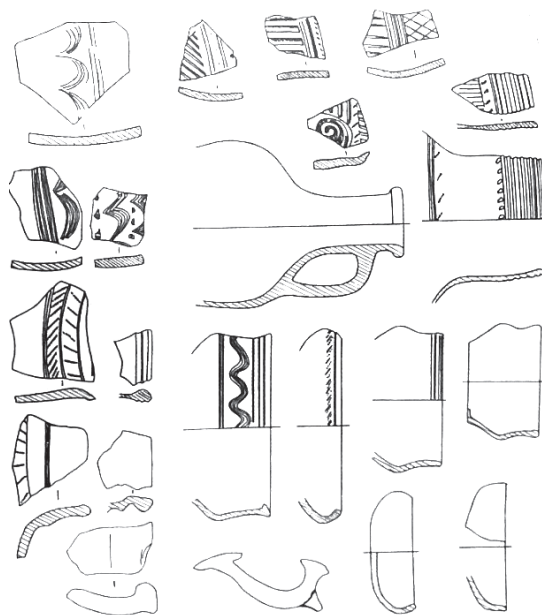


Рис. 6. Общебулгарская посуда



Источник: составлено авторами по данным [6].

Рис. 7. Традиционная посуда Джукетау с характерными узорами

Мастер-классы — это уникальная возможность для всех, кто хочет развить свои навыки и знания в определенной области. Это специальные занятия, на которых опытные и квалифицированные преподаватели делятся с участниками своими знаниями и опытом.

Проведение мастер-классов приобретает актуальность с учетом необходимости создания «индустрий, основанных на использовании историко-культурного наследия (народно-художественных промыслов и ремесел, музейной деятельности)» [3].

Для изучения степени заинтересованности населения Чистополя по участию в мастер-классах, основанных на использовании историко-культурного

наследия родного города, мы провели опрос, результаты которого представлены на рисунке 8. Всего опрошено было 80 респондентов.



**Рис. 8.** Популярность мастер-классов, связанных с историей родного города

Следует отметить, что из результатов опроса мы смогли выяснить, что большая часть респондентов (75 %) знает о существовании древнего болгарского города Джукетау, в то же время 42,5 % не интересовались историко-культурным наследием. Выявлен высокий интерес (88,8 % респондентов) к участию в мастер-классе по изготовлению глиняных изделий с характерными узорами традиционной посуды Джукетау.

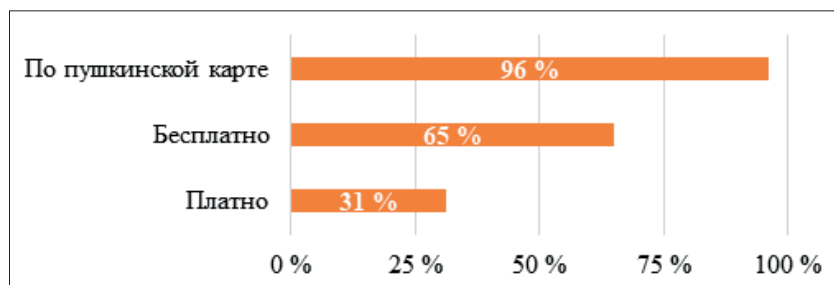
Виктория Васильевна Нурмухаметова, основываясь на материалах эмпирического исследования [7], отмечает, что «существует недостаточная ориентированность на потребителей туристических услуг различных возрастных категорий, например, молодежи от 16 лет и старше».

Анализируя возможности финансовых затрат на проведение мастер-классов среди участвующих в опросе, мы смогли выяснить, что подавляющее большинство (96 %) готово участвовать, используя Пушкинскую карту, и менее всего заинтересованы (31 %) в оплате за участие в мастер-классе. Следует отметить, что участникам опроса была предоставлена возможность выбора нескольких вариантов участия в мастер-классе (см. рис. 9).

Для организации и проведения мастер-класса «Глиняная посуда Джукетау» необходимо выполнить финансово-экономические расчеты для определения общей стоимости мастер-класса (см. табл. 1).

Так, учитывая начисление налога в 4 % по самозанятости и собственную прибыль в размере 15 % от туристского продукта, итоговая стоимость мастер-класса «Глиняная посуда Джукетау» составит 2091,78 руб. с человека и 20 917,78 с группы из 10 человек.

На мастер-классе по изготовлению глиняной посуды будут использоваться заготовки с предоставленными узорами, которые участник может отобразить



**Рис. 9.** Финансовые возможности участия в мастер-классах, связанных с историей родного города

Таблица 1

**Калькуляция мастер-класса «Глиняная посуда Джукетау»**

Наименование статей калькуляции	Расходы на группу (руб.)	Расходы на 1 человека (руб.)
Глина для лепки	1 816,50 Р	181,65 Р
Стеки для лепки	5 344,50 Р	534,45 Р
Влажные салфетки	1 039,50 Р	103,95 Р
Доска для лепки А4	682,50 Р	68,25 Р
Размягчитель для глины	3 727,50 Р	372,75 Р
Полимерная глина	2 551,50 Р	255,15 Р
<b>Итого прямых затрат</b>	<b>15 162,00 Р</b>	<b>1 516,20 Р</b>
Косвенные расходы	1 000,00 Р	100,00 Р
Коммерческие затраты (реклама, сбыт)	1 500,00 Р	150,00 Р
<b>Полная себестоимость</b>	<b>17 662,00 Р</b>	<b>1 766,20 Р</b>
Налог 4 %	606,48 Р	60,65 Р
Прибыль — 15 % от полной себестоимости	2 649,30 Р	264,93 Р
<b>Общая стоимость мастер-класса</b>	<b>20 917,78 Р</b>	<b>2 091,78 Р</b>

на своей посуде. На завершающем этапе, когда глина пройдет термическую обработку, участники могут раскрасить изделие застывающими красками.

Мы провели первичный SWOT-анализ туристского продукта мастер-класса «Глиняная посуда Джукетау» (см. табл. 2), что позволяет выявить сильные и слабые стороны, угрозы и возможности развития креативных индустрий, основанных на использовании историко-культурного наследия Чистопольского муниципального района. SWOT-анализ позволит разработать стратегию развития инновационного туристского продукта мастер-класса «Глиняная посуда Джукетау».

Результатом работы стало рассмотрение возможности развития креативных индустрий, основанных на использовании историко-культурного наследия Чистопольского муниципального района на примере организации инновационного туристского продукта мастер-класса «Глиняная посуда Джукетау». Для достижения поставленных целей и задач исследования был выполнен анализ научной и нормативно-правовой документации, проведен анализ развития креативных индустрий в Республике Татарстан, проведено анкетирование

Таблица 2

**Первичный SWOT-анализ туристского продукта  
мастер-класса «Глиняная посуда Джукетау»**

	<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
<b>Внутренняя среда</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Богатое историко-культурное наследие Чистопольского муниципального района.</li> <li>2. Высокий интерес науки к изучению культуры и истории города.</li> <li>3. Сопровождение опытными мастерами художественного промысла.</li> <li>4. Постоянное сопровождение в социальных сетях</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие разнообразия в предложении по проведению мастер-классов.</li> <li>2. Не высокое развитие ресурсной базы.</li> <li>3. Малая привлекательность сувенирной продукции Чистополя</li> </ol>
	<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
<b>Внешняя среда</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Привлечение большого объема новых туристов из близлежащих районов.</li> <li>2. Увеличение популярности города.</li> <li>3. Интерес к туристскому продукту по результатам опроса.</li> <li>4. Повышение доступности туристических продуктов по Пушкинской карте.</li> <li>5. Связь туристского продукта с другими видами может привести к росту числа партнеров</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Возможен маленький охват интересующейся мастер-классами аудитории.</li> <li>2. Риск невостребованности.</li> <li>3. Большая зависимость от зарубежных расходных материалов</li> </ol>

*Источник:* составлено авторами.

и интервьюирование среди жителей Чистопольского муниципального района, проведен анализ культурно-исторического наследия Чистопольского муниципального района, выполнены финансово-экономические расчеты возможности развития инновационного туристского продукта мастер-класса «Глиняная посуда Джукетау» и проведен SWOT-анализ. Это приведет к образованию соответствующего благоприятного имиджа и бренда волжско-булгарского наследия, увеличению потока туристов и налаживанию социально-культурных взаимоотношений.

### Список источников

1. Атлас креативных индустрий [Электронный ресурс] //100 городских лидеров. URL: [https://100gorodov.ru/attachments/1/5f/f426b0-93a4-4a8a-a2bd-f59a34e22395/КИ\\_Казань.pdf](https://100gorodov.ru/attachments/1/5f/f426b0-93a4-4a8a-a2bd-f59a34e22395/КИ_Казань.pdf) (дата обращения: 02.01.2024).
2. Вейнмейстер А. В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий / А. В. Вейнмейстер, Ю. В. Иванова // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 1 (26). С. 38–48.
3. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р Москва [Электронный ресурс] // Официальный канал

Правительства России. URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIXBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения: 02.01.2024).

4. Креативные индустрии и цифровая экономика: взаимодействие, исследовательская проблематика. Инструментарий развития креативных индустрий (Российская практика) / Г. И. Гумерова [и др.] // Проблемы экономики и юридической практики. 2022. Т. 18. № 5. С. 265–270.

5. Морозов С. А. Культурные индустрии vs креативные индустрии / С. А. Морозов // Культурная жизнь Юга России. 2016. № 4 (63). С. 145–148.

6. Набиуллин Н. Г. Джукетау — город болгар на Каме [Текст] / Н. Набиуллин; Ин-т истории им. Ш. Марджани; Акад. наук РТ, Администрация Чистопольского муниципального р-на РТ. Казань: Татарское книжное изд-во, 2011. 142 с.

7. Нурмухаметова В. В. Состояние и перспективы развития внутреннего туризма в Республике Татарстан (по материалам эмпирического исследования) [Электронный ресурс] / В. В. Нурмухаметова // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-respublike-tatarstan-po-materialam-empiricheskogo-issledovaniya> (дата обращения: 15.01.2024).

8. Подведены итоги Международного года креативной экономики [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. URL: [https://www.economy.gov.ru/material/news/podvedeny\\_itogi\\_mezhdunarodnogo\\_goda\\_kreativnoy\\_ekonomiki.html](https://www.economy.gov.ru/material/news/podvedeny_itogi_mezhdunarodnogo_goda_kreativnoy_ekonomiki.html) (дата обращения: 02.01.2024).

9. Смолин В. Ф. Клад восточных золотых предметов из болгарского города Джукетау / В. Ф. Смолин // Вестник научного общества Татароведения: посвящается 5-летию Татареспублики. 1925. Май – июнь. С. 16–28.

10. Табатадзе Л. М., Осипова О. П. Система подготовки специалиста креативных индустрий в условиях информатизации среднего профессионального образования: монография / Л. М. Табатадзе, О. П. Осипова; под ред. О. П. Осиповой. М.: Московский техникум креативных индустрий им. Л. Б. Красина, 2022. 344 с

11. Татарова С. П. Оценка состояния креативных индустрий и поиск инструментов по совершенствованию их функционирования / С. П. Татарова, Е. С. Коротков // Креативная экономика. 2024. Т. 18. № 1. С. 127–144. DOI: 10.18334/ce.18.1.120269

12. Хестанов Р. З. Креативные индустрии модели развития [Электронный ресурс] / Р. З. Хестанов // Социологическое обозрение. 2018. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-modeli-razvitiya> (дата обращения: 03.01.2024).

13. Re|shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good [Электронный ресурс] // Официальный сайт ЮНЕСКО. URL: <https://en.unesco.org/creativity/publications/2022-global-report-reshaping-policiescreativity> (дата обращения: 02.01.2024).

14. Scott J. A. The cultural economy of cities / J. A. Scott // International Journal of Urban and Regional Research. 1997. № 21 (2). P. 323–339. DOI: 10.1111/1468-2427.00075

15. Tajtáková M. Creative cities and knowledge management approach to culture-based urban regeneration in Slovakia: A model Communications / M. Tajtáková, M. Olejárová // Scientific Letters of the University of Žilina. 2021. № 23 (4). P. 25–37. DOI: 10.26552/com.C.2021.4.G25-G37

## References

1. Atlas kreativnykh industriy [Elektronic resourse] // 100 global'nykh liderov. URL: [https://100gorodov.ru/attachments/1/5f/f426b0-93a4-4a8a-a2bd-f59a34e22395/KI\\_Kazan\\_.pdf](https://100gorodov.ru/attachments/1/5f/f426b0-93a4-4a8a-a2bd-f59a34e22395/KI_Kazan_.pdf) (accessed: 02.01.2024).

2. Veynmeyster A. V. «Kul`turnyye industrii» i «kreativnaya industriya»: granitsy ponimaniya / A. V. Veynmeyster, Yu. V. Ivanova // *Mezhdunarodnyy zhurnal kul`turnykh issledovaniy*. 2017. № 1 (26). S. 38–48.
3. Kontseptsiya razvitiya tvorcheskikh (kreativnykh) industriy i mekhanizmov osushchestvleniya ikh gosudarstvennoy podderzhki v krupnykh i krupneyshikh gorodskikh aglomeratsiyakh do 2030 goda. Rasporyazheniye Pravitel`stva Rossiyskoy Federatsii ot 20 sentyabrya 2021 g. № 2613-r Moskva [Elektronicheskoye resurs] // Ofitsial`nyy kanal Pravitel`stva Rossii. URL: [http://static.government.ru/media/files/HEXNA\\_om6EJunVIx-BCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf](http://static.government.ru/media/files/HEXNA_om6EJunVIx-BCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf) (accessed: 02.01.2024).
4. Kreativnyye industrii i tsifrovaya ekonomika: vzaimodeystviye, issledovatel`skaya problematika. Instrumentariy razvitiya kreativnykh industriy (Rossiyskaya praktika) / G. I. Gumerova [and others] // *Problemy ekonomiki i yuridicheskoy praktiki*. 2022. T. 18. № 5. S. 265–270.
5. Morozov S. A. Kul`turnyye industrii vs kreativnyye industrii / S. A. Morozov // *Kul`turnaya zhizn` Yuga Rossii*. 2016. № 4 (63). S. 145–148.
6. Nabiullin N. G. Dzhuketau — gorod bulgar na Kame / N. Nabiullin; In-t istorii im. Sh. Mardzhani; Akad. nauk RT; Administratsiya Chistopol`skogo municipal`nogo r-na RT. Kazan` : Tatarskoe knizhnoe izd-vo, 2011. 142 s.
7. Nurmukhametova V. V. Sostoyaniye i perspektivy razvitiya vnutrennego turizma v Respublike Tatarstan (po materialam empiricheskogo issledovaniya) [Elektronicheskoye resurs] / V. V. Nurmukhametova // *Nauchnyy rezul`tat. Tekhnologii biznesa i servisa*. 2022. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-respublike-tatarstan-po-materialam-empiricheskogo-issledovaniya> (accessed: 15.01.2024).
8. Podvedeny itogi Mezhdunarodnogo goda kreativnoy jekonomiki [Elektronicheskoye resurs] // Ofitsial`nyy sayt Ministerstva ekonomicheskogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii. URL: [https://www.economy.gov.ru/material/news/podvedeny\\_itogi\\_mezhdunarodnogo\\_goda\\_kreativnoy\\_ekonomiki.html](https://www.economy.gov.ru/material/news/podvedeny_itogi_mezhdunarodnogo_goda_kreativnoy_ekonomiki.html) (accessed: 02.01.2024).
9. Smolin V. F. Klad vostochnykh zolotykh predmetov iz bolgarskogo goroda Dzhuketau / V. F. Smolin // *Vestnik nauchnogo obshhestva Tatarovedeniya: posvjashhaetsya 5-letiju Tatrespubliki*. 1925. Maj – iyun`. S. 16–28.
10. Tabatadze L. M. Sistema podgotovki specialista kreativnykh industriy v usloviyakh informatizatsii srednego professional`nogo obrazovaniya: monografiya / L. M. Tabatadze, O. P. Osipova; pod red. O. P. Osipovoj. Moscow: Moskovskij tehnikum kreativnykh industriy im. L. B. Krasina, 2022. 344 s.
11. Tatarova S. P. Ocenka sostojaniya kreativnykh industriy i poisk instrumentov po sovershenstvovaniyu ih funkcionirovaniya / S. P. Tatarova, E. S. Korotkov // *Kreativnaja jekonomika*. 2024. T. 18. № 1. P. 127–144. DOI: 10.18334/ce.18.1.120269
12. Hestanov R. Z. Kreativnye industrii modeli razvitiya [Elektronicheskoye resurs] / R. Z. Hestanov // *Sociologicheskoe obozrenie*. 2018. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-modeli-razvitiya> (accessed: 03.01.2024).
13. Reshaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good [Elektronicheskoye resurs] // Ofitsial`nyy sayt YUNESKO. URL: <https://en.unesco.org/creativity/publications/2022-global-report-reshaping-policiescreativity> (accessed: 02.01.2024).
14. Scott J. A. The cultural economy of cities / J. A. Scott // *International Journal of Urban and Regional Research*. 1997. № 21 (2). P. 323–339. DOI: 10.1111/1468-2427.00075

15. Tajtáková M. Creative cities and knowledge management approach to culture-based urban regeneration in Slovakia: A model Communications / M. Tajtáková, M. Olejárová // Scientific Letters of the University of Žilina. 2021. № 23 (4). P. 25–37. DOI: 10.26552/com.C.2021.4.G25-G37

*Информация об авторах/ Information about the authors*

**Паньков Александр Владимирович** — кандидат педагогических наук, доцент кафедры психологической педагогики Казанского инновационного университета им. В. Г. Тимирязова, Казань, Россия.

**Pankov Alexandr Vladimirovich** — Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Psychological Pedagogy, Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov, Kazan, Russia.

apankov@chs.ieml.ru

**Александрова Виктория Романовна** — студентка Чистопольского филиала Казанского инновационного университета им. В. Г. Тимирязова, Чистополь, Россия.

**Alexandrova Victoria Romanovna** — Student at Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov, Chistopol branch, Chistopol, Russia.

pikulka\_08@mail.ru