

# Анализ ОКВЭД в исследовании креативных индустрий



**П.П. Соломатин**  
(г. Москва)  
paul.solomatin@gmail.com



**Н.Р. Галиулова**  
(г. Москва)  
galiuloff@gmail.com



**Е.А. Сафронов**  
(г. Москва)  
safronov@intermedia.ru

В статье, подготовленной аналитической группой информационного агентства InterMedia: ведущим аналитиком Павлом Павловичем Соломатиным, руководителем исследовательских проектов Наталией Рафиковной Галиуловой и главным редактором агентства Евгением Анатольевичем Сафроновым, анализируются проблемы, связанные с применением ОКВЭД в исследовании креативных индустрий, в частности, составлен полный список видов творческой деятельности, не имеющей отражения в ОКВЭД, упомянутых неполно, неточно или в составе иного вида деятельности. В результате глубокого анализа авторы убедительно доказывают, что для исследования креативных (творческих) индустрий ОКВЭД неприменим.

The publication prepared by a group of InterMedia agency analysts: lead analyst P. Solomatin, research project head N. Galiulova, and the agency's chief editor E. Safronov, provides the analysis of issues related to the use of OKVED (Russian National Classifier of Economic Activities) in creative industry research. This includes a full list of creative activities that OKVED does not include or includes incorrectly, not in full or as part of some other type of activity. A deep analysis performed by the authors shows that OKVED can't be applied to research of creative industries. The authors propose another method of expert assessment based on their own classifier.

**Для решения этой задачи авторами предложена методика экспертизы на базе разработанного аналитической группой Классификатора.**

### *Ключевые слова:*

*ОКВЭД, креативные (творческие) индустрии, законодательство в сфере культуры, противоречия в законодательстве, анализ креативных (творческих) индустрий, аналитика в сфере культуры.*

### *Keywords:*

*OKVED (Russian National Classifier of Economic Activities), creative industries, legislation on culture, collisions in law, analysis of creative industries, analytics in the culture realm.*

### Проблемы определения структуры и состава креативных индустрий

Понятие «творческие (креативные) индустрии» относительно ново, но уже плотно вошло в нашу жизнь. Количество семинаров, конференций и совещаний на эту тему сейчас измеряется сотнями, несколько лет подряд проходит Российская креативная неделя, вручается Российская национальная премия в сфере креативных индустрий Russian Creative Awards, на региональном и федеральном уровнях разрабатываются законы и меры по поддержке креативных индустрий.

На первый взгляд, это свидетельствует о том, что управленцы наконец-то поняли, что источник власти над обществом, в том числе в сфере культуры, как в морально-нравственном, так и в технологическом и экономическом аспектах. В этой связи поддержка бурно развивающегося творческого предпринимательства, формирующего творческие (креативные) индустрии, решает сразу несколько ключевых для любого общества задач – от вовлечения лидеров общественного мнения в экономическую деятельность до укрепления доверия граждан к власти, то есть напрямую национальной безопасности.

Однако следует констатировать, что за несколько лет пристального госу-

дарственного внимания (и значительных вложений) все еще не создан авторитетный государственный орган для выработки единой политики в области творческих (креативных) индустрий, как это уже давно сделано в ряде развитых и развивающихся стран. Также нет официального решения по составу и структуре этих индустрий и, соответственно, текущей статистики, а без этого невозможно ни планирование поддержки, ни мониторинг ее эффективности. Это вызывает некоторое недоумение.

Справедливости ради отметим, что подходы к систематизации и анализу творческих (креативных) индустрий не определены также и в мировой практике. Несмотря на общее понимание креативных индустрий как деятельности, создающей прибыль с использованием творчества и результатов интеллектуальной деятельности, подходы и оценки в разных странах существенно разнятся.

### Структура и состав креативных индустрий: мировая практика

К примеру, UNCTAD в ежегодном отчете «Creative Economy Outlook» [1] выделяет такие сегменты креативной экономики как Visual Arts и Art Crafts (Изобразительное искусство и ремесла), тогда как британское министерство The Department for Digital, Culture, Media & Sport (DCMS) включает в состав «Creative

industries» [2] только Crafts (Ремесла). UNESCO и вовсе оперирует понятием «культурная экономика» (а не креативная), в их «The Cultural Economy» [3] входит единый сегмент под названием Visual Arts and Crafts.

Расхождения наблюдаются не только в названиях, но и в составе сегментов креативной/культурной экономики. К примеру, только DCMS выделяет «IT, Software, Video Games and Computer Services», только UNESCO – «Cultural and Natural Heritage» и «Sports and Recreation», только UNCTAD – «Information Services». Чем глубже идет погружение в тему, тем больше расхождений обнаруживается как в документах крупных международных структур, так и в национальных регламентах отдельных стран. Эта проблема детально рассмотрена и описана в исследовании «Сфера культуры и культурные индустрии в РФ: Том 1. Аналитика, 2019–2021» в разделе «Парадокс дефиниций в сфере культуры» [4, с. 94–102].

#### Методы аналитики творческих (креативных) индустрий в РФ

В России за последние годы также появилось множество разных методологий, каждая из которых по-своему определяет структуру творческих (креативных) индустрий. Так, собственные методологии есть у НИУ ВШЭ, Агентства креативных индустрий, Агентства стратегических инициатив, Роскультцентра, и это еще не полный список. Одни аналитики выделяют отдельно фотографию, другие – народно-художественные промыслы и ремесла, третьи – ювелирное дело, а кто-то – сохранение культурного наследия или звукозапись.

Не будем подробно останавливаться на этих расхождениях. Отметим лишь, что Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 года №2613-р была утверждена «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществле-

ния их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» [5]. Этот документ должен был прекратить споры и структурировать вышеупомянутые индустрии, но вместо этого породил лишь очередной виток ожесточенных дискуссий.

Во-первых, в Концепции отсутствует как таковой список креативных индустрий. Она группирует лишь некоторые индустрии, традиционно причисляемые к креативным, в четыре блока:

- индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия (народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность);
- индустрии, основанные на искусстве (театр, музыка, кино, анимация, живопись, деятельность галерей и др.);
- современные медиа и производство цифрового контента (кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блогерство, печатная индустрия, средства массовой информации, реклама и пр.);
- прикладные творческие (креативные) индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, гастрономическая индустрия и т. п.).

Как видно, три пункта списка из четырех не завершены и заканчиваются формулировками «и др.», «и пр.» и «и т. п.». Таким образом, содержимое каждого блока теоретически можно дополнять бесконечно уже сейчас, что вызывает проблемы как для аналитики, так и для обоснования предполагаемой государственной поддержки.

Во-вторых, отдельные структурные элементы, внесенные в списки, также вызывают вопросы. Так, мы видим, что в блоке «индустрии, основанные на искусстве» содержится кино и анимация, но в блоке «современные медиа и производство цифрового контента» имеются также «кино-, видео-, аудио-, анимационное производство». Таким образом, одна и та же сфера деятельности не только присутствует одновременно в двух разных структурных блоках, но и упоминается по-разному. Но проблема глубже – понятие «индустрия» логически должно включать в себя весь путь, который проходит произведение от идеи ее создателя до аудитории, поэтому упоминание в документе такого уровня отдельно взятого производства вызывает серьезные сомнения.

## Отражение креативных индустрий в ОКВЭД

В конце 2022 года исследовательской группой InterMedia по запросу Комитета по образованию, культуре, науке, туризму, спорту и молодежной политике Московской областной Думы впервые в России было проанализировано соответствие креативных индустрий и одного из главных классификаторов страны – Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД 2) [6] на базе фактуры региона. Итогом этой работы стало создание универсальной методологии комплексного исследования творческих (креативных) индустрий региона РФ, применимой также и на федеральном уровне. В ее основу лег Классификатор видов творческой (креативной) деятельности (далее – Классификатор InterMedia). Вместе с тем проделанная работа выявила ряд системных вопросов относительно эффективности самого ОКВЭД.

На первом этапе работы над исследованием были проанализированы виды деятельности, перечисленные в ОКВЭД, а из их числа выделены те, что связаны с креативными индустри-

ями в максимально широкой их трактовке. При работе учитывалась как «Концепция развития творческих (креативных) индустрий», так и разработки вышеупомянутых отечественных и международных аналитических структур.

Все отобранные виды деятельности были разделены по своему функционалу на две большие группы: основная творческая (креативная) деятельность (Т) и профильная инфраструктурная деятельность (И). Если с творческими видами деятельности все относительно понятно, то по второй группе необходимо пояснение. В нее попали те виды деятельности, которые либо являются неотъемлемой частью творчества, либо обеспечивают процесс движения произведения от автора до аудитории (к примеру, полиграфическая деятельность, деятельность книжных магазинов, производство музыкальных инструментов, инженерные изыскания на объектах культурного наследия и многое другое). Не учитывались виды деятельности, представляющие собой общую инфраструктуру, которая, несомненно, необходима для эффективной работы творческих (креативных) индустрий, но не связана непосредственно с творческой деятельностью (например, обеспечение электрической энергией, газом и паром (раздел D), водоснабжение (раздел E) и т. д.).

Классификатор InterMedia содержит 138 видов деятельности, объединенных в 14 индустрий и семь базисных группировок.

**Индустрия** – совокупность видов деятельности, формирующих единые производственные цепочки от создания до доведения до аудитории результатов творческой (креативной) деятельности.

**Базисная группировка** – группы видов деятельности, обеспечивающих работу всех или нескольких индустрий.

**QR-код ведет на полную версию Классификатора InterMedia:**



Важно отметить, что в Классификаторе InterMedia отсутствует дизайн. Хотя многие исследователи как в России, так и за рубежом выделяют дизайн в качестве самостоятельной индустрии, в той или иной степени разные виды дизайна присутствуют практически во всех творческих (креативных) индустриях. Более того, во многих случаях только благодаря дизайну рядовые объекты народного потребления становятся носителями результатов творческого труда, а индустрии, в которых они созданы, причисляются к творческим (креативным).

Еще одно существенное замечание: в Классификатор InterMedia включен целый ряд видов деятельности, для которых потребовалось создать специальную пометку – уточнение «со значимой творческой составляющей». Это необходимо, чтобы выделить из всех товаров народного потребления, видеоигр и программного обеспечения те, в которых для потребителя существенную роль играет именно творческая составляющая (например, работа дизайнеров, сценаристов и др.).

#### **Творческие (креативные) индустрии:**

1. Архитектура, урбанистика и дизайн пространственной среды;
2. Изобразительное искусство;
3. Народно-художественные промыслы и ремесла;
4. Кино, анимация, видео;
5. Звукозапись;
6. Зрелищные исполнительские мероприятия;
7. СМИ и книжное дело;

8. Видеоигры и программное обеспечение со значимой творческой составляющей;
9. Товары народного потребления со значимой творческой составляющей;
10. Мода и стиль;
11. Музейная, библиотечная и архивная деятельность;
12. Туризм и отдых;
13. Гастрономия;
14. Маркетинг и реклама.

#### **Базисная деятельность:**

1. Работа органов власти и общественных организаций;
2. Образование, просвещение и наука;
3. Музыкальные инструменты;
4. Технологии;
5. Правовые и финансовые услуги;
6. Кроссиндустриальные услуги;
7. Кроссиндустриальная торговля.

#### **Проблемы ОКВЭД**

При составлении Классификатора было выявлено множество критических недостатков самого ОКВЭД, затрудняющих либо исключающих его применение в анализе различных творческих (креативных) индустрий.

Так, зачастую в одном коде ОКВЭД совмещаются несколько видов деятельности, никак не связанных друг с другом. Приведем здесь лишь несколько наиболее характерных, на наш взгляд, примеров.

- В «Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ» (Код 59.1) включен инородный вид деятельности – «Распространение и показ кинофильмов и других материалов, записанных на пленку (видеокассеты, цифровые видеодиски и т. д.)», чем обычно занимаются другие организации.
- «Торговля розничная сувенирами, изделиями народных художественных промыслов»



(Код 47.78.3) – единственное упоминание в ОКВЭД торговли продукцией народно-художественных промыслов, где она поставлена в один ряд с сувенирной продукцией. К торговле сувенирами в ОКВЭД при желании можно отнести и ряд других кодов.

- «Деятельность в области художественного творчества» (Код 90.03) в ОКВЭД содержит признак «работающих индивидуально», однако включает в себя художников-мультипликаторов, которые практически никогда так не работают. В этой же группировке зачем-то через запятую с художниками отдельно упомянуты скульпторы, граверы, офортисы, хотя указанные техники входят в категорию «изобразительное искусство», а применяющие их творцы также являются художниками. В подгруппе 90.03.2 граверы и офортисы уже не упоминаются, зато скульпторы уже названы «художниками-скульпторами», а также добавлен термин «художники-реставраторы». При этом деятельность представителей этих профессий принципиально различна и относится к разным индустриям («Изобразительное искусство», «Кино, анимация, видео», «Архитектура, урбанистика и дизайн пространственной среды»).

- «Издание аудиовизуальных произведений» (Код 59.20.1) в ОКВЭД приводится как часть «Деятельности в области звукозаписи и издания музыкальных произведений» (Код 59.20), что откровенно противоречит не только практике, но и логике.

- В коде 90.04 речь идет об учреждениях культуры, тогда как в подгруппе 90.04.1 – о деятельности концертных залов, театров, оперных зданий, мюзик-холлов, билетных касс. Перечисленные организации по большей части не являются учреждениями, а также не занимаются организацией мероприятий (ей занимаются партнерские организации, а не сами залы).

Встречается и другая проблема – виды деятельности, которые, исходя из имеющейся практики, осуществляет одна и та же организация, оказываются разнесены не просто по разным кодам, но и по разным группам и даже классам кодов. Подобная ситуация сложилась, например, в СМИ. Так, издание книг, газет, журналов входит в класс 58 – Деятельность издательская. Тем не менее, деятельность зарегистрированных СМИ в Интернете – это класс 63 – Деятельность в области информационных технологий, а именно код 63.12.1 (Деятельность сетевых изданий). Учитывая, что в настоящее время практически все СМИ представлены в Сети, они оказываются причислены к ИТ-компаниям, хотя контент в их электронных и печатных версиях идентичен. Более того, СМИ, не имеющие печатных версий (их сейчас подавляющее большинство), для того чтобы оставаться в своей сфере деятельности, в качестве основного кода зачастую выбирают 58.14 (Издание журналов и периодических изданий), хотя непосредственно этой деятельностью не занимаются.

Схожая ситуация наблюдается и в индустрии зрелищных исполнительских мероприятий, которые упоминаются одновременно в нескольких классах – 90 (Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений) и 93 (Деятельность в области спорта, отдыха и развлечений). В первом случае в группах и подгруппах кодов ОКВЭД упоминаются зрелищно-развлекательная деятельность, организация и реклама театральных и концертных постановок, творческая деятельность в сфере исполнительских видов искусства, деятельность цирков, концертных трупп, оркестров и музыкальных групп и т. д. Во втором случае упоминаются шоу (без пояснений и конкретизации, чем именно шоу отличаются от зрелищно-развлекательных мероприятий), а также – неожиданно – кукольные театры. На практике же

(а также в других регулирующих актах) эти термины описывают одну и ту же деятельность. Стоит заметить, что в классе 93 эта деятельность перечислена в одном ряду с прокатом шезлонгов и запирающихся ящиков, пикниковыми площадками, тирами, горнолыжными комплексами и др. Ясности это, разумеется, не добавляет.

В довершение стоит отметить, что в классе 90 прямо и однозначно указано, что в него включена «организация... развлекательных мероприятий», а в следующем абзаце – что он «не включает... деятельность по организации... развлекательных мероприятий». Разъяснений, как это следует понимать и применять, не приводится.

### Проблемы применения кодов ОКВЭД

Зачастую организации, занимающиеся творческой (креативной) деятельностью, выбирают коды, не относящиеся к соответствующим индустриям или осуществляемому виду деятельности. К примеру, эта проблема характерна для многих фондов. Так, у Фонда кино основной код – 59.13 (Деятельность по распространению кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ), хотя сам он дистрибуцией фильмов не занимается. У Фонда Людмилы Зыкиной – 94.99 (Деятельность прочих общественных организаций, не включенных в другие группировки), у Президентского фонда культурных инициатив – 64.99 (Предоставление прочих финансовых услуг, кроме услуг по страхованию и пенсионному обеспечению, не включенных в другие группировки) и т. д.

В ходе совместной работы с Комитетом по образованию, культуре, науке, туризму, спорту и молодежной политике Московской областной Думы выяснилось, что такие же тренды просматриваются практически во всех индустриях. Вот лишь несколько наиболее заметных примеров:

– Компания «Крокус Сити Холл», управляющая крупным концертным залом, имеет основной ОКВЭД 47.19 (Торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах). При этом сама концертная площадка является подразделением ЗАО «Крокус Интернэшнл», чей основной ОКВЭД 68.20.2 (Аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом).

– Частная сыроварня Олега Сироты (АО «Истринская Сыроварня») имеет основной ОКВЭД 64.99.1 (Вложения в ценные бумаги). Объективно деятельность организации соответствует творческим (креативным) индустриям («Гастрономия» и «Туризм»).

– Компания «Театр песни» (бывший «Театр песни Аллы Пугачевой») имеет основной ОКВЭД 64.99.3 (Капиталовложения в уставные капиталы, венчурное инвестирование, в том числе посредством инвестиционных компаний).

Не только в ОКВЭД, но и в общем законодательстве наблюдаются значительные расхождения в терминологии, определениях и названиях. Так, понятие «вещание» в российской регуляторике имеет три различных значения – в одних актах это процесс, в других – объект, в третьих – синоним понятия «трансляция». Понятие «реализация» в российской регуляторике может выступать синонимом как «продажи», так и «воплощения замысла». Что именно имеется в виду в каждом конкретном случае, возможно понять только из контекста.

Еще один пример такого расхождения: в коде ОКВЭД 90 вид деятельности называется «организация и реклама театральных и концертных постановок, развлекательных мероприятий и выставок», в то же время в «Основах законодательства о культуре» деятельность называется иначе: «создание, исполнение, показ и интерпретация произведений литературы и искусства». При этом ни один из этих терминов

нов не имеет адекватного определения в законодательстве. Кроме того, в части четвертой ГК РФ прямо указано, что создателем и исполнителем произведения может являться только физическое лицо, но никак не организация [7].

Описания видов деятельности в ОКВЭД имеют недостаточную конкретику.

– Деятельность в области художественного творчества (Код 90.03) в ОКВЭД не содержит упоминания музыки, хотя она есть в подпункте Деятельность композиторов (90.03.1).

– В ОКВЭД упоминаются лекторы, выступающие индивидуально, а также лектории в библиотеках (Код 90.01). Другие формы лекций и лекториев не упомянуты, хотя широко используются на практике.

– Издание аудиовизуальных произведений на магнитных, электронных и цифровых носителях (Код 59.20.1) в ОКВЭД не содержит упоминания электромеханических звуконосителей (в т. ч. виниловых пластинок). В результате деятельность по их изданию вообще не отражена в ОКВЭД, хотя она является значимой частью творческих (креативных) индустрий.

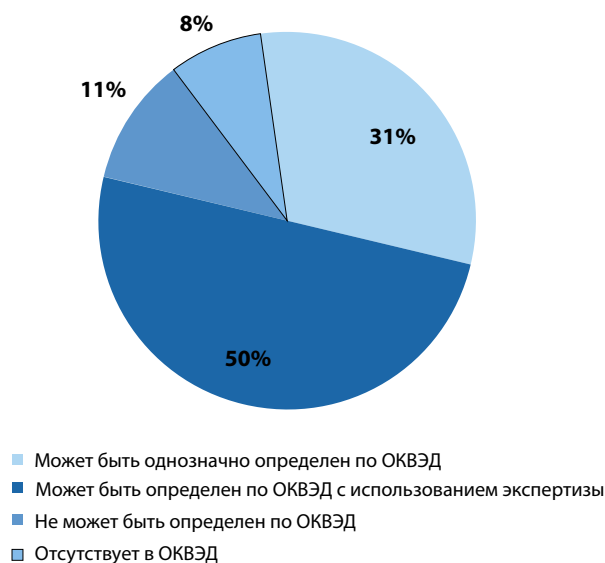
– На протяжении всего списка ОКВЭД встречаются коды вроде «Деятельность в области художественного творчества прочая (Код 90.0 9)», куда может входить практически все, что угодно, так как понятие «художественное творчество» не имеет юридически значимого определения.

Стоит также отметить, что в ОКВЭД напрямую не поименованы следующие значимые виды деятельности:

- Разработка видеоигр, в т. ч. для VR (упомянуто только издание, но оно не включает в себя разработку);
- Организация кинофестивалей;

- Организация квестов и других форм иммерсивной культурной активности;
- Издание настольных игр (упомянуто только производство, не включающее в себя издание);
- Маркетинг;
- Редактирование текстов;
- Издание электромеханических звуконосителей (включая виниловые пластинки);
- Сдача в аренду и лизинг звукового и светового оборудования для проведения мероприятий;
- Драматургия;
- Патентно-разрешительная деятельность в области творческих (креативных) индустрий;
- Деятельность сетевых, в т. ч. стриминговых музыкальных сервисов.

Доли видов деятельности по возможности их определения с помощью ОКВЭД



Источник: InterMedia

Проблемы оценки креативных индустрий в России

Проект Классификатора InterMedia был доработан и адаптирован, как уже упоминалось выше, по заданию Комитета по образованию, культуре, науке, туризму, спорту и молодежной политике Московской областной Думы в 2022 году. В ходе работы выявлено, что из всех организа-



ций, занятых в креативных индустриях, только по 5–10% имеется обобщенная достоверная информация, а потому прямое применение ОКВЭД для исследования творческих (креативных) индустрий региона дает погрешность по оборотам не менее 50–75%, а то и 200%. Соответственно, приемлемое по уровню систематической погрешности исследование творческих (креативных) индустрий на уровне страны или отдельного региона не может проводиться на базе изучения только ОКВЭД – необходимо также применение специальной экспертизы на базе Классификатора InterMedia. Этот инструмент аналитики может быть адаптирован под любой регион/город/городскую агломерацию, для чего необходим первичный анализ региональных особенностей, а также первичный выборочный анализ деятельности конкретных творческих предпринимателей.

Аналогичное мнение касательно применения кодов ОКВЭД при анализе креативных индустрий неоднократно высказывалось в ходе дискуссии, посвященной законодательному обеспечению развития креативных индустрий в России в рамках XXIV Ясинской (апрельской) международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества, организованной НИУ ВШЭ [8].

Так, заместитель Председателя Комитета по интеллектуальной собственности и креативным индустриям РСПП Сергей Матвеев категорично высказался, что «надо забыть об ОКВЭДах», потому что под одним видом экономическая деятельность может осуществляться совершенно по-разному. «Под «производством пищевых продуктов» могут подразумеваться как уникальные авторские рецепты, так и обычная столовая, где основной экономический актив – кастрюли и плиты. Когда в этой столовой будут уникальные рецепты, которые в форме ноу-хау висят на балансе, тогда столовая станет частью креативной индустрии», – отметил он. Аналогичную позицию высказала

ведущий эксперт «Российской кластерной обсерватории» Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ Виктория Боос. По ее мнению, «ОКВЭДы не всегда говорят нам правду».

Также стоит отметить, что в рамках плана по реализации мероприятий, предусмотренных Концепцией, разработка классификационных группировок видов экономической деятельности и услуг на основе ОКВЭД 2 и ОКПД 2 происходит и в Минкультуры России. Проект соответствующего приказа в данный момент прошел детальное обсуждение в специально созданной рабочей группе и находится на согласовании в Росстандарте.

Таким образом, можно выделить три ключевые проблемы оценки креативных (творческих) индустрий в стране:

1. Отсутствие законодательного решения по структуре и методике изучения креативных (творческих) индустрий. По этой причине в их состав разные регионы включают совершенно разные виды деятельности. В результате оценка вклада творческих (креативных) индустрий в экономику регионов происходит по разным методикам и не может использоваться для сравнения ни на региональном, ни на международном уровнях.
2. Ведомственная разобщенность и отсутствие постоянной координации действий в области творческой (креативной) деятельности, вплоть до противоречий в официально применяемой терминологии.
3. Отсутствие официальной экспертизы по большинству видов деятельности, создающее широкие возможности для манипуляций и злоупотреблений.

Описанные выше проблемы накапливались десятилетиями, надежды на их простое

и быстрое решение нет. Однако, учитывая важнейшую роль творческих (креативных) индустрий для развития общества, их решение жизненно необходимо, а путь к этому лежит только через единую политику и межведомственное взаимодействие. По данным Счетной палаты РФ, сразу 18 учреждений и ведомств получают средства из бюджета по направлению «культура и кинематография» [9], 10 из них – федеральные министерства.

Парадоксально, но постоянная координация между ними отсутствует как по вопросам культуры, так и по творческим (креативным) индустриям, при этом нет и единой экспертизы эффективности принимаемых мер. Представляется, что только единая политика в области культуры и интеллектуальной собственности, закрепленная в законе, сделает возможным ускоренное развитие творческих (креативных) индустрий. ♦

## ЛИТЕРАТУРА:

1. Creative Outlook Report 2022 [Электронный ресурс] // UNCTAD: сайт. – URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf) (дата обращения: 13.01.2023).
2. Creative Industries: 2016 Focus on [Электронный ресурс] // GOV.UK: сайт. Дата публикации: 20.06.2016. – URL: <https://www.gov.uk/government/statistics/creative-industries-2016-focus-on/key-findings> (дата обращения: 13.01.2023).
3. UNESCO's Framework for Cultural Statistics [Электронный ресурс] // UNESCO: сайт. – URL: [https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en\\_0.pdf](https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf) (дата обращения: 13.01.2023).
4. Сфера культуры и культурные индустрии в РФ: 1. Аналитика 2019–2021 [Электронный ресурс] // ИА InterMedia. – URL: <https://www.intermedia.ru/news/362435> (дата обращения: 13.01.2023).
5. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» [Электронный ресурс] // Сайт Правительства России. – URL: <http://government.ru/docs/all/136723/> (дата обращения: 13.01.2023).
6. «ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст) (ред. от 07.07.2023) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». 1997–2021. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_163320/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320/) (дата обращения: 13.01.2023).
7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2004 № 230-ФЗ (ред. от 13.06.2023, с изм. и доп., вступ. в силу с 29.06.2023), ст. 1313 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64629/d5707c928072c2e1a189251a855b6d7193618fa9/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/d5707c928072c2e1a189251a855b6d7193618fa9/) (дата обращения: 13.01.2023).
8. «Нужна единая политика»: в НИУ ВШЭ обсудили законодательное обеспечение развития креативных индустрий [Электронный ресурс] // InterMedia News Agency. – URL: <https://www.intermedia.ru/news/377871> (дата обращения: 10.04.2023).
9. Госрасходы – технологический проект Счетной Палаты РФ [Электронный ресурс] // Счетная палата РФ. – URL: <https://spending.gov.ru/budget/fkr/08/?year=2022> (дата обращения: 13.01.2023).