



Менеджмент

Научная статья

УДК 338.012

DOI: <https://doi.org/10.17308/econ.2022.3/9955>

JEL: O14; O30

Интеллектуальная составляющая российских креативных индустрий в период их становления

Г. И. Гумерова^{1✉}, Э. Ш. Шаймиева²

¹ Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ленинградский пр-т., 49, 125167, Москва, Российская Федерация

² Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирязова, ул. Московская, 42, 420111, Казань, Российская Федерация

Предмет. Российские креативные индустрии являются потенциалом роста российской экономики в средне- и долгосрочном периодах. Исследование интеллектуальной составляющей креативных индустрий является самостоятельным направлением теоретико-практических работ. Объектом исследования являются российские креативные индустрии в период их становления. Предметом выступают организационно-управленческие аспекты, возникающие в данный период в области их соотношения с общероссийским классификатором видов экономической деятельности, анализом их интеллектуальной составляющей.

Цель: определение интеллектуальной составляющей российских креативных индустрий в период их становления на основе библиометрического анализа и сравнительного анализа российских креативных индустрий в период их становления по уровню интеллектуальной составляющей.

Методы: общенаучные методы – анализ, синтез, классификации. Материалами исследования являются: исследования (публикации, патенты) зарубежных, российских исследователей в Научной электронной библиотеке (далее – НЭБ) в областях конкретных отраслей креативных индустрий в их взаимосвязи с интеллектуальной собственностью; материалы справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» в области регулирования видов экономической деятельности согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности; результаты проекта Агентства стратегических инициатив «Атлас креативных индустрий Российской Федерации» (2021 г.).

Результаты: выявление пяти креативных российских отраслей с высоким показателем интеллектуальной составляющей: образование, архитектура, программное обеспечение, развлечения, архивы; определение необходимости нормативно-правового регулирования понятий «мода», «музеи и галереи», «дискотеки и ночные клубы, дома культуры», «новые медиа», «авторское право» (использовано название предложенное разработчиками проекта «Атлас креативных индустрий Российской Федерации»). Новизной исследования являются:

а) развитие авторского исследовательского подхода к сравнительному анализу российских креативных индустрий по уровню интеллектуальной составляющей, заключающийся в анализе 35 отраслей российских креативных индустрий по двум показателям: наличию публикаций с индексацией в НЭБ и наличию патентов, включая свидетельства о регистрации программы для ЭВМ, базы данных в Федеральном институте интеллектуальной собственности (Роспатенте) с индексацией в НЭБ;

б) проведение анализа интеллектуальной составляющей российских креативных индустрий на основе данного исследовательского подхода.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, креативные индустрии, классификатор видов экономической деятельности, отрасли креативных индустрий, развитие исследовательского подхода.

Для цитирования: Гумерова Г. И., Шаймиева Э. Ш. Интеллектуальная составляющая российских креативных индустрий в период их становления // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2022. № 3. С. 129–143. DOI: <https://doi.org/10.17308/econ.2022.3/9955>

Введение

Развитие креативных индустрий в глобальном масштабе и в российском экономическом пространстве обуславливает необходимость формирования и развития организационно-управленческих аспектов, которые содействуют повышению вклада данных индустрий в ВВП экономики страны на основе включения данных индустрий в хозяйственный оборот экономики страны, формирования и повышения компетенций работников креативных индустрий. Новейшие возможности формирования, развития, учета и управления креативными индустриями сформированы благодаря принятию в 2017 г. Программы «Цифровая экономика Российской Федерации»¹, которая задает конкретные основы включения креативных индустрий в хозяйственный оборот страны [17]. Изучению вопросов управления, учета, классификации креативных индустрий посвящено исследование группы соавторов НИУ ВШЭ на примере Москвы как центра развития креативных индустрий в российском экономическом пространстве [8]. В данном исследовании показана классификация креативных индустрий Москвы, что носит актуальный характер для периода становления креативных индустрий как секторов экономики, где добавленная стоимость конечного продукта формируется за счет креативной (творческой) деятельности занятых в креативных индустриях и управления правами на интеллектуальную собственность [там же]. В работе А. Р. Агаевой, А. О. Джабраиловой, С. Х. Шемеевой отражено взаимодействие и развитие креативных индустрий с цифровыми технологиями [2]. Креативные индустрии исследуются А. В. Данильченко, Е. В. Бертош, Док хи О. как «...высшая форма развития постиндустриального общества...» [12, с. 16–25]. Креативные индустрии являются

площадками-акселераторами для новых видов бизнеса, где доминантой являются креативные компетенции, креативные виды предпринимательства, интеллектуальная составляющая бизнеса: казахстанский опыт диагностирования и развития компетенций креативного предпринимательства представлен в работе А. А. Гончаровой, Д. О. Шаяхмет [10]; опыт Республики Саха в исследуемом аспекте показан в работе А. В. Михайловой [15]; необходимость и условия перехода к инновационной экономике на основе креативных компетенций и вопросов управления объектами интеллектуальной собственности представлены в исследовании Т. В. Абанкиной [1]. В исследовании Л. М. Табатадзе развитие компетенций для креативных индустрий исследован на основе формируемого инструмента данного процесса – электронной информационно-образовательной среды учебного заведения на основе нормативно-правовой базы самого учебно-образовательного процесса, включающего всех его участников [19].

Исследования, касающиеся интеллектуальной составляющей креативных индустрий, формируют самостоятельное направление теоретико-практических работ. Данные работы ведутся в областях индустрии моды, правового обеспечения креативных (модных) индустрий, развития института интеллектуальной собственности в креативных индустриях [13]. В частности, в исследовании Т. А. Деминой исследуются вопросы в области индустрии моды как самостоятельного сектора экономики, для которого характерны особенности развития, управления объектами патентного права, средствами индивидуализации [13]. Развитие креативных индустрий на основе цифровых технологий отражено в исследовании К. Г. Григорян, где внимание уделено в том числе технологиям на основе искусственного интеллекта для развития креативных индустрий [11]. В работе О. Ю. Ангеловой, Т. О. Подольской, О. Р. Чепьюк интеллектуальная составляющая креативных индустрий представлена во взаимодействии с

¹ Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р. URL http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/2369d7266adb33244e178738f67f181600cac9f2/

цифровыми платформами, развитие которых отражается на бизнес-модели организации креативной индустрии [4]. Цифровые платформы, активно используемые в развитии креативных индустрий, исследуются в работе Н. П. Лещенко, И. М. Реутова [14]. Данные цифровые платформы, понимаемые авторами как «...универсальные конструкторы... с минимальным объемом программирования...» формируют основу экосистемы креативной индустрии [14, с. 34–35].

Актуальность проблемы данного исследования отражена в его целях, объекте, предмете, методах. Объектом исследования являются российские креативные индустрии в период их становления. Предметом выступают организационно-управленческие аспекты, возникающие в данный период в области их соотношения с общероссийским классификатором видов экономической деятельности и анализом их интеллектуальной составляющей.

Согласно «Атласу креативных индустрий Российской Федерации»² (далее – Атлас), разработчиком которого является Агентство стратегических инициатив (далее – АСИ) под «креативными индустриями», понимается «экономический сектор, включающий взаимозависимые и взаимопроникающие отрасли в области исследований, разработки и производства товаров и услуг, которые берут начало в индивидуальном творчестве, навыках и талантах и которые обладают потенциалом для обогащения и создания рабочих мест за счет создания и использования интеллектуальной собственности» [Атлас. С. 34–36]. Аналогичное понимание креативных индустрий мы встречаем в «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»³. Значительное внимание в составляющих креативных индустрий отражено в обладании ими объектами интеллектуальной собствен-

ности, которые формируют их конкурентные преимущества [9]. В исследовании С. А. Агамедовой, Н. А. Надькина отмечается вклад креативных индустрий в мировой ВВП на уровне 3 % (по состоянию на 2017 г.), в РФ – 0,5 % [3]. Здесь указан перечень креативных индустрий: промышленный дизайн, архитектура, кино, телевидение, разработка компьютерных систем. Вопросы составляющих креативных индустрий поднимаются в исследовании О. С. Белокрыловой, Е. С. Дубской, где представлена классификация творческих индустрий в соответствии с классификацией ЮНКТАД [6]. В исследовании А. А. Юхиной креативные индустрии также исследуются в аспекте их составляющих, касательно основных терминов и определений [20]. В работе М. А. Афанасьевой представлены базовые составляющие креативных индустрий в период их формирования [5], исследование О. В. Рудаковой, А. В. Михайлиной, Н. Н. Стеблевой отражает развитие креативных индустрий в российском экономическом пространстве в контексте развития культуры, традиций в области культуры [17].

О периоде становления креативных индустрий в РФ говорят создание Федерации креативных индустрий (2021 г.), проведение рейтингов креативных индустрий (2021 г.)⁴, реализация масштабного исследовательского проекта АСИ «Атласа» (2021 г.) [5]⁵.

Методы исследования

Настоящее исследование выполнено с использованием методов библиометрического анализа и классификации. Материалами для проведения исследования послужили работы (публикации, патенты, включая свидетельства на программы для ЭВМ, базы данных) зарубежных и российских исследователей, представленные в НЭБ⁶ в областях конкрет-

⁴ Антонова В. Рейтинг «Культуры»: кто есть кто в креативной экономике? 06.05.2021. URL: <https://portal-kultura.ru/articles/country/332788-reyting-kultury-kto-est-cto-v-kreativnoy-ekonomike/>

⁵ Федерация креативных индустрий проводит исследование. 100 Most Creative Russians за 2021 год // Российская Газета. URL: <https://rg.ru/2021/11/09/federaciia-kreativnyh-industrij-provodit-issledovanie-100-most-creative-russians-za-2021-god.html>

⁶ Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-п. URL http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/2369d7266adb3244e178738f67f181600cac9f2/

ных отраслей креативных индустрий в их взаимосвязи с интеллектуальной собственностью; материалы правовой поддержки «КонсультантПлюс»⁷ в области регулирования видов экономической деятельности согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности» (далее – ОКВЭД)⁸; результат проекта АСИ – Атлас. Задачей исследования является определение интеллектуальной составляющей российских креативных индустрий в период их становления на основе исследовательского подхода.

Результаты исследования

Исследование вопросов интеллектуальной составляющей креативных индустрий осуществляется в трудах российских, зарубежных ученых с различных точек зрения. Согласно исследованию А. Н. Спартака, вопросы интеллектуализации охватывают условия реализации международной торговли в сфере наукоемких и интеллектуальных услуг, услуг в сфере культуры, креативных индустрий [18]. Данные процессы актуализируются в условиях развития экономики знаний, базовую составляющую которой формирует образование как отдельная отрасль креативных индустрий применительно к теме настоящего исследования. Однако в работе А. Н. Спартака отрасль «образование» не рассматривается как креативная индустрия, а исследуется в контексте интеллектуализации международной торговли посредством образования как «глобальной индустрии образования», достигшей в данном направлении значительных результатов в разрезе стран-лидеров данного процесса: США, Великобритании, Австралии и др. Показателями интеллектуализации международной торговли в исследовании А. Н. Спартака являются показатели, используемые Всемирной организацией интеллектуальной собственности: трансакции с технологиями, технологическими и интеллектуальными услугами, интеллектуальной собственностью [18]. В области индустрии образования таковыми показателями, прямо или косвенно отражающими интеллектуальную составляющую индустрии образования, являются:

международная студенческая мобильность в сфере высшего образования; развитие числа общеобразовательных англоязычных международных школ; развитие программ и проектов транснационального обучения в сфере высшего образования (в том числе с участием китайского и индийского рынков образовательных услуг); развитие рынка дистанционных услуг; развитие регуляторной среды принимающей страны, включая национальные приоритеты в сфере образования, науки, инноваций, уровень внутренней поддержки программ и проектов транснационального обучения; развитие современных образовательных технологий. По мнению авторов, данные показатели отражают интеллектуальную составляющую индустрии образования как одной из креативных индустрий.

В исследовании С. К. Новиковой внимание уделено значению креативных индустрий для роста мировой и российской экономики. Не выделяя конкретные отрасли креативной индустрии, С. К. Новиковой называет продукты креативной индустрии: «...кинопродукция, мультипликационные фильмы, IT-приложения, VR/AAR, компьютерные игры, искусство и другие смежные творческие индустрии. То есть все то, что находится на перекрестке искусств, культуры, бизнеса, технологий, в том числе цифровых...» [16, с. 3–4]. Данные продукты носят ярко выраженный наукоемкий характер, обладая высокой интеллектуальной составляющей. Таким образом, по мнению авторов, развитие креативных индустрий в глобальном масштабе, а также в масштабе рынка российских креативных индустрий опирается на развитие наукоемких продуктов с высокой интеллектуальной составляющей. С. К. Новикова также отмечает исследование уровня развития креативной экономики в странах мира, проведенное Мартинским институтом благосостояния (г. Торонто) в 2015 г. на основе расчета индекса 3Т-технологии, талант и толерантность [16]. Однако методику данного рейтинга С. К. Новикова не преиводит⁹. К актуальным проблемам развития креативных российских индустрий на момент исследования С. К. Но-

⁷ Справ.-прав. система «КонсультантПлюс» // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320/

⁸ Ведение бухгалтерского и налогового учета российских и иностранных компаний // URL: <https://www.buhprof.ru/spravochnik/okved-2/razdel-R/klass-okved-91>

⁹ Лидерами данного рейтинга по показателю инновационно-креативного сектора международных центров креативности в период 2013–2017 гг. являются Лондон, Берлин, Нью-Йорк. Москва занимает 7-е место среди анализируемых восьми центров [16].

виковой отнесены: дефрагментация творческих индустрий; развитие индустрии моды; наращивание экспорта продукции креативной индустрии в кинофильмах, анимации, сериалах, компьютерных играх, технологиях виртуальной реальности; развитие доли занятых в креативных индустриях [16].

В исследовании Д. Н. Боровинской ведется поиск понятия «креативных индустрий», в том числе в аспекте противопоставления и анализа понятий «креативные» и «культурные» индустрии [7]. Одним из показателей развития креативных индустрий, согласно R. Florida, являются затраты на «...научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), увеличение профессионалов, занятых креативной технической работой, увеличение практической отдачи от исследований в течение последнего столетия, а также увеличение числа работающих в области культуры и художественного творчества...» [7, с. 3]. Данные показатели опираются на исследование R. Florida 2007 г., что показывает актуализацию темы настоящего исследования, характерную для начала XXI в. [23]. Однако в настоящий период, благодаря практическому развитию креативных индустрий, в том числе на основе цифровых технологий, теоретическим исследованиям данного масштабного развития, детализации коснулись положения состава креативных индустрий, показатели развития креативных индустрий.

На данном этапе исследования необходимо сделать следующий вывод:

1) развитие креативных индустрий в XXI в., связанное с использованием цифровых технологий, интеллектуальной составляющей данных индустрий в условиях цифровой экономики, обуславливает необходимость определения состава креативных индустрий;

2) понятие «интеллектуальная составляющая креативных индустрий» трактуется в узком смысле слова как понятие, связанное с НИОКР (затраты, численность работников НИОКР и др.); в широком – как процесс и результаты процесса управления объектами интеллектуальной собственности креативных индустрий.

Авторы Атласа выделяют 35 отраслей, которые относятся к креативным индустриям, поскольку обладают такими признаками, как: творческий подход, инновационность,

клиентоориентрованность (инклюзивность), гибкость, упругость, нетворкинг и сотрудничество, интенсивный обмен и обновление знаний, техноцентричность, интернациональность.

На основе результатов АСИ выделенные 35 отраслей креативных индустрий соотнесены нами с кодами ОКВЭД (табл. 1). В процессе соотнесения отраслей – составляющими российских креативных индустрий с кодами ОКВЭД нами выделены следующие особенности:

1) для всех отраслей в Атласе не выделены их виды. Отсюда каждая из отраслей может включать несколько направлений видов экономической деятельности, т. е. несколько ОКВЭД;

2) отрасль «Мода», отнесенная нами по коду ОКВЭД 74.10, не упоминается в данном ОКВЭД¹⁰. Этот факт обуславливает необходимость формирования понятия «моды», получением кода в ОКВЭД и последующим анализом данных в Росстате [7; 11; 21];

3) отрасль «Музеи и галереи», отнесенная к коду ОКВЭД 91.02, не содержит понятия «галерея»¹¹. Это обуславливает необходимость введения данного понятия в ОКВЭД получения соответствующего кода в ОКВЭД, и последующего сбора и анализа данных в Росстате;

4) отрасль «Дискотеки и ночные клубы, дома культуры» (коды 90.04¹², 90.04.3¹³, 90.04.2¹⁴) не

¹⁰ Агентство стратегических инициатив Атлас креативных индустрий в Российской Федерации // Центр городских компетенций АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» М. 2021. 555 с.

¹¹ Ведение бухгалтерского и налогового учета российских и иностранных компаний. Код ОКВЭД 91.02 Деятельность музеев // URL: <https://www.buxprofi.ru/spravochnik/okved-2/razdel-R/klass-okved-91> [12]

¹² Ведение бухгалтерского и налогового учета российских и иностранных компаний. Код ОКВЭД 90.04 Деятельность учреждений культуры и искусства // URL: <https://www.buxprofi.ru/spravochnik/okved-2/razdel-R/klass-okved-90> [12]

¹³ Ведение бухгалтерского и налогового учета российских и иностранных компаний. Код ОКВЭД 90.04.3 Деятельность учреждений клубного типа: клубов, дворцов и домов культуры, домов народного творчества // URL: <https://www.buxprofi.ru/spravochnik/okved-2/razdel-R/klass-okved-90> [12]

¹⁴ Ведение бухгалтерского и налогового учета российских и иностранных компаний. Код ОКВЭД 90.04.2 Деятельность многоцелевых центров и подобных заведений с преобладанием культурного обслуживания // URL: <https://www.buxprofi.ru/spravochnik/okved-2/razdel-R/klass-okved-90> [12]

включает понятий «дискоотеки, ночные клубы» в указанных кодах ОКВЭД;

5) отрасль «Новые медиа» (коды ОКВЭД 63.1¹⁵, 72.20¹⁶) не содержит прямого упоминания понятий «веб-порталы, социальные медиа, блоггерство и прочее», представленные в «Атласе креативных индустрий в РФ» [11, с. 24].

6) отрасль «Авторское право», выделенная в Атласе как отрасль креативной индустрии, соотнесена нами с кодом ОКВЭД 77.40. Однако в расшифровке данного кода ОКВЭД указано: «Аренда интеллектуальной собственности и подобной продукции, кроме авторских прав». Исходя из этого, мы считаем, что название данной отрасли креативной индустрии требует уточнения в соответствии с кодом ОКВЭД¹⁷. В процессе исследования название данной отрасли «Авторское право» сохранено.

В целом необходимо отметить, что в табл. 1 приведены некоторые составляющие деятельности согласно кодам в ОКВЭД по тридцати пяти отраслям.

Исследовательский (авторский) подход в анализе интеллектуальной составляющей российских креативных индустрий заключается в анализе тридцати пяти отраслей – составляющих российских креативных индустрий – по двум показателям: наличию публикаций, зарегистрированных в НЭБ, по темам и областям в рамках каждой соответствующей отрасли и понятия «интеллектуальная собственность» (с индексацией Web of Science, Scopus, ВАК, РИНЦ, e-library) и наличию патентов, включая свидетельства о регистрации программы для ЭВМ, базы данных), в Федеральном институте интеллектуальной собственности (Роспатенте) по темам и областям в рамках каждой соответствующей отрасли и понятия «интеллектуаль-

¹⁵ Ведение бухгалтерского и налогового учета российских и иностранных компаний. Код ОКВЭД 63.1 Деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации, деятельность порталов в информационно-коммуникационной сети Интернет // URL: <https://www.buxprofi.ru/spravochnik/okved-2/razdel-J/klass-okved-63> [12]

¹⁶ Ведение бухгалтерского и налогового учета российских и иностранных компаний. Подкласс 72.2 Научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук // URL: <https://www.buxprofi.ru/spravochnik/okved-2/razdel-M/klass-okved-72> [12]

¹⁷ Ведение бухгалтерского и налогового учета российских и иностранных компаний. Код ОКВЭД 77.40 Аренда интеллектуальной собственности и подобной продукции, кроме авторских прав // URL: <https://www.buxprofi.ru/spravochnik/okved-2/razdel-N/klass-okved-77> [12]

ная собственность». Базой данных послужили публикации в НЭБ.

Для реализации исследовательского (авторского) подхода в анализе интеллектуальной составляющей российских креативных индустрий нами выполнены следующие методические работы по поиску публикаций в НЭБ, включающие два этапа, которые различаются по типу публикаций в НЭБ.

Первый этап поиска в НЭБ:

– область поиска: название публикации; аннотация; ключевые слова; название организаций автора; список цитируемой литературы; полный текст публикации. Ключевыми словами выступают «название отрасли интеллектуальная собственность»¹⁸;

– тип публикаций: статьи в журнале, книги, материалы конференций, депонированные рукописи, диссертации, отчеты.

Второй этап поиска в НЭБ:

– область поиска: название публикации; аннотация; ключевые слова¹⁹; название организаций автора; список цитируемой литературы; полный текст публикации;

– тип публикаций: патенты (табл. 1).

При получении данных в результате двух этапов поисковых запросов в НЭБ необходимо выделить следующие положения:

1. Количество публикаций, не относящихся к поисковому запросу, в исследовании не рассматривается по двум группам (типу) публикаций.

2. Дата первой и последней публикации по каждой отрасли в исследовании не определены.

Результатом анализа отраслей российских креативных индустрий на основе исследовательского (авторского) подхода является выявление отраслей креативных индустрий с максимальными и минимальными значениями по двум показателям: публикации и патенты (табл. 2).

На основе полученных результатов анализа интеллектуальной составляющей отраслей российских креативных индустрий на основе авторского исследовательского подхода можно сделать следующие выводы:

I. По показателю «количество (доля) публикаций в НЭБ»:

¹⁸ Например, для отрасли «Архитектура» в процессе поиска в НЭБ введено «архитектура интеллектуальная собственность».

¹⁹ Формирование ключевых слов аналогично такому в первом этапе.

Креативная индустрия в РФ по отраслям согласно кодам ОКВЭД

Отрасли	Код ОКВЭД	Поиск результатов в НЭБ	
		Кол-во публикаций по ключевым словам «название отрасли интеллектуальная собственность», ед.	Кол-во патентов (включая свидетельства на программы для ЭВМ, базы данных), ед.
1. Архитектура	71.11	10 113	37
2. Изобразительные искусства	74.90.8, 90–90.03	7040	6
3. Исполнительские искусства	90, 90.1	3223	1
4. Литература	90, 91	10 402	7
5. Издательское дело	58	10 009	3
6. Мода	74.10	10 041	11
7. Дизайн предметный	74.10	5759	0
8. Дизайн коммуникационный	74.10	6754	9
9. Музыка	59.20	9973	46
10. Телевидение	60.2	10 008	10
11. Фотография	74.2	9968	58
12. Кино	59.1–59.14	8584	30
13. Анимация	59.11.1	2481	37
14. Радио	60.1	9992	27
15. Реклама	73.1, 73.11, 73.12, 73.2, 73.20, 73.20.1	10 041	16
16. Ремесла	32.99.8	5986	0
17. Культурно-историческое наследие	91.03	5833	0
18. Музеи и галереи	91.02	3198	0
19. Библиотеки	91.01	10 713	23
20. Архивы	91.01	10 026	23
21. Компьютерные игры	58.21	10 027	10
22. Программное обеспечение	58.29, 62.0, 62.01	10 167	45
23. Мультимедиа	63.1, 63.11, 63.11.9	3175	74
24. Новые медиа	63.1, 72.20	9943	33
25. Образование	85, 85.41.2	14 552	24
26. Развлечения	93.2	9964	42
27. Игры	32.40	10 068	17
28. Ботанические сады	91.04	2083	0
29. Дискотеки и ночные клубы, дома культуры	90.04, 90.04.3, 90.04.2	441	0
30. Парфюмерия и косметика	47.75, 47.75.1, 47.75.2	639	1
31. Спорт	93.1, 93.11, 93.12, 93.13	10 063	2
32. Вино и гастроиндустрия	11.01.1, 11.01.2	0	0
33. Туризм	79.1, 79.11, 79.12	10 030	1
34. НИОКР		10 162	6
34а Научно-исследовательские опытно-конструкторские работы	72.1, 72.11, 72.19, 72.19.1, 72.19.11	10 081	10
35. Авторское право	77.40	13 353	26

*Интеллектуальная составляющая российских креативных индустрий
на основе авторского исследовательского подхода, %*

Отрасль	Доля в общем количестве публикаций в НЭБ	Доля патентов (включая свидетельства на программы для ЭВМ, базы данных)
1. Архитектура	4	6
2. Изобразительные искусства	2,5	1
3. Исполнительские искусства	1	0
4. Литература	4	1
5. Издательское дело	3,6	0
6. Мода	3,6	2
7. Дизайн предметный	2	0
8. Дизайн коммуникационный	2	1
9. Музыка	3,6	7
10. Телевидение	3,6	2
11. Фотография	3,6	9
12. Кино	3	5
13. Анимация	1	6
14. Радио	3,6	4
15. Реклама	3,6	3
16. Ремесла	2	0
17. Культурно-историческое наследие	2	0
18. Музеи и галереи	1	0
19. Библиотеки	4	4
20. Архивы	3,6	4
21. Компьютерные игры	3,7	2
22. Программное обеспечение	4	7
23. Мультимедиа	1	12
24. Новые медиа	3,6	5
25. Образование	5,3	4
26. Развлечения	3,6	7
27. Игры	4	3
28. Ботанические сады	1	0
29. Дискотеки и ночные клубы, дома культуры	0	0
30. Парфюмерия и косметика	0	0
31. Спорт	3,7	0
32. Вино и гастроиндустрия	0	0
33. Туризм	3,7	0
34. НИОКР	4	1
35. Авторское право	5	4

1) креативные отрасли с максимальным количеством (долей) публикаций в НЭБ: образование (5,3 %), авторское право (5 %), архитектура (4 %), литература (4 %), библиотеки (4 %), программное обеспечение (4 %), игры (4 %), архивы (3,6 %), развлечения (3,6 %);

2) креативные отрасли с минимальным количеством (долей) публикаций в НЭБ: ис-

полнительские искусства (1 %), анимация (1 %), музеи и галереи (1 %), мультимедиа (1 %), ботанические сады (1 %);

3) креативные отрасли с отсутствием публикаций в НЭБ по ключевым словам «[название отрасли] интеллектуальная собственность»: дискотеки и ночные клубы, дома культуры, парфюмерия и косметика.

II. По показателю «количество (доля) патентов в НЭБ»:

4) креативные отрасли с максимальным количеством (долей) патентов в НЭБ: мульти-медиа (12 %), фотография (9 %), программное обеспечение (7 %), развлечения (7 %), музыка (7 %), архитектура (6 %), анимация (6 %), новые медиа (5 %), архивы (4 %), образование (4 %);

5) креативные отрасли с минимальным количеством патентов (долей) в НЭБ: изобразительные искусства (1 %), дизайн коммуникационный (1 %), литература (1 %), НИОКР (1 %);

6) креативные отрасли с отсутствием патентов в НЭБ по ключевым словам «[название отрасли] интеллектуальная собственность»: исполнительские искусства, дизайн предметный, ремесла, культурно-историческое наследие, музеи и галереи, ботанические сады, дискотеки и ночные клубы, дома культуры, парфюмерия и косметика, спорт, вино и гастроиндустрия, туризм.

III. По совокупному показателю ««количество (доля) публикаций и патентов в НЭБ»:

7) креативные российские отрасли с высоким показателем по уровню интеллектуальной составляющей: архитектура, библиотеки, архивы, программное обеспечение, образование, развлечения, авторское право. При этом из выявленных в процессе настоящего исследования семи креативных российских отраслей с высоким показателем по уровню интеллектуальной составляющей одна отрасль требует своей корректировки (уточнения) в области соотношения с ОКЭД (отрасль «авторское право»);

8) креативные российские отрасли с низким показателем по уровню интеллектуальной составляющей: музеи и галереи, ботанические сады, дискотеки и ночные клубы, дома культуры, парфюмерия и косметика, вино и гастроиндустрия;

9) креативная российская отрасль с максимальной амплитудой по уровню интеллектуальной составляющей – мультимедиа.

Обсуждение результатов

Полученные результаты могут быть использованы при подходах их интеграции в международное знание в данной области. В частности, в работе P. Dharmani, S. Das, S. Prashar речь идет об интеллектуальной структуре креативных индустрий с использованием библиометрического, наукометрического подходов [22]. В фокусе исследования

S. Noai, B. Thi, P. Lan, T. A. Tran находятся публикации с индексацией базы данных Scopus за период 1995–2020 гг. в областях культурных и креативных индустрий [24]. В работе Castillo-Vergara, Mauricio & Alvarez-Marin, Alejandro & Placencio-Hidalgo, Dario научный интерес находится в области установления уровня креативности в области экономики и бизнеса на основе построения научных карт [21].

В качестве критического замечания к авторскому исследовательскому подходу необходимо отметить следующее: базой данных выступают патенты, включая свидетельства на программы для ЭВМ, базы данных, проиндексированные в НЭБ. Предположительно, в базе данных Роспатента данное число выше; заданный параметр поиска в НЭБ «[название отрасли] интеллектуальная собственность» уменьшает результаты поиска в НЭБ по количеству публикаций, патентов. Новизной настоящего исследования, опирающейся на научный авторский вклад, являются развитие подхода к анализу интеллектуальной составляющей российских креативных индустрий, заключающийся в анализе 35 отраслей российских креативных индустрий по двум показателям: наличию публикаций с индексацией в НЭБ и наличие патентов, включая свидетельства о регистрации программы для ЭВМ, базы данных, в Федеральном институте интеллектуальной собственности (Роспатенте) с индексацией в НЭБ. Данный подход опирается на методы библиометрического анализа и сравнительного анализа российских креативных индустрий в период их становления по уровню интеллектуальной составляющей.

Заключение

В завершение проведенного исследования можно сделать следующие выводы и рекомендации, направленные на развитие креативных российских индустрий в целом, и в частности повышения их интеллектуальной составляющей на основе исследовательского подхода.

Анализ проведенных теоретических исследований креативных индустрий свидетельствует о становлении российских креативных индустрий, необходимости детализации состава креативных индустрий. Для российской практики это означает следующее:

– необходимость соотношения креативных индустрий с кодами ОКВЭД;

– создания нормативно-правовой базы, регуляторной среды креативной индустрии согласно конкретным кодам ОКВЭД.

Проведенный авторами анализ соотношения отраслей – составляющих российских креативных индустрий с кодами ОКВЭД, на основе Атласа позволяет сформировать следующие мероприятия регуляторного характера.

1. Для всех отраслей в Атласе необходимо выделить их конкретные виды в соответствии с ОКВЭД.

2. Необходимо формирование понятия «моды», присвоением кода для этой отрасли в ОКВЭД, проведением дальнейшего сбора и анализа статистических данных в Росстате.

3. Необходимо включить в отрасль «Музеи и галереи», отнесенную к коду ОКВЭД 91.02, понятия «галерея», далее провести сбор и анализ статистических данных в Росстате.

4. Необходимо включить понятия «дискотеки, ночные клубы» в коды ОКВЭД (коды 90.04, 90.04.3, 90.04.2).

5. Необходимо включить понятие «веб-порталы, социальные медиа, блоггерство и прочее», представленные в Атласе, в коды ОКВЭД 63.1, 72.20 как составляющие отрасли «Новые медиа».

6. Требуется уточнения отрасли «Авторское право», выделенная в Атласе как отрасль креативной индустрии – код ОКВЭД 77.40.

Данные рекомендации формируют основу организационно-управленческих аспектов, возникших в период становления и развития российских креативных индустрий, на основе их соотношения с ОКВЭД и анализом их интеллектуальной составляющей.

Креативными отраслями с максимальным количеством (долей) публикаций в НЭБ (на момент исследования) являются: образование, авторское право, архитектура, литература, библиотеки, программное обеспечение, игры, архивы, развлечения.

Креативные отрасли с максимальным количеством (долей) патентов в НЭБ являются: мультимедиа, фотография, программное обеспечение, развлечения, музыка, архитектура, анимация, новые медиа, архивы, образование. Таким образом, креативными российскими отраслями с максимальным количеством (долей) публикаций и патентов с индексацией в НЭБ на момент исследования являются: образование, архитектура, программное обе-

спечение, развлечения, архивы.

Полученные результаты позволяют разработать конкретные организационно-управленческие мероприятия по развитию креативных российских индустрий, развивая тем самым методическую базу «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»²⁰ и внести вклад в развитие цифровой экономики в РФ, усиливая рост креативных индустрий²¹.

Следующим этапом исследования авторов в данном аспекте является исследование креативных индустрий в российском экономическом пространстве, активно взаимодействующих с цифровой экономикой с публикационной точки зрения; выявление нового термина (метода, технологии, инструмента) для развития креативных индустрий в РФ. Понятие «активное взаимодействие с цифровой экономикой с публикационной точки зрения» означает, насколько и как конкретные креативные индустрии ассоциируют себя с креативными индустриями с публикационной точки зрения, что предполагает изучение проиндексированных в РИНЦ публикаций. Исследовательская задача «выявление нового термина (метода, технологии) для развития креативных индустрий в РФ» означает анализ проводимых российскими авторами исследований в области креативных индустрий, возможность применения разрабатываемых ими терминов (методов, технологий) для развития креативных индустрий в РФ.

Конфликт интересов

Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

²⁰ Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» : утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р.

²¹ «Концепции 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. URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIXBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf>

Библиографический список

1. Абанкина Т. В. Креативные компетенции и интеллектуальная собственность при переходе к инновационной экономике // Трансформация сферы интеллектуальной собственности в современных условиях : тезисы докладов участников XXIV Международной конференции Роспатента (Москва, 20–21 октября 2020 г. ВШЭ). М. : ФИПС, 2020. С. 171–176.
2. Агаева А. Р., Джабраилова А. О., Шемеева С. Х. Креативная экономика : перспективы развития Digital технологий // Экономика и предпринимательство. 2020. № 8 (121). С. 625–627.
3. Агамагомедова С. А., Надькина Н. А. Развитие института интеллектуальной собственности в условиях цифровизации экономики // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. 2019. № 1 (9). С. 4–16. DOI: 10.21685/2309-2874-2019-1-1
4. Ангелова О. Ю., Подольская Т. О., Чепьюк О. Р. Цифровая креативная индустрия: на пути к экономике «эмоций» // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2019. № 2 (54). С. 38–43.
5. Афанасьева М. А. Введение в понятие «Креативные индустрии» // Научоград: наука, производство, общество. 2017. № 4 (14). С. 50–54.
6. Белокрылова О. С., Дубская Е. С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России // Terra Economicus. 2013. Т. 11, № 4-2. С. 5–11.
7. Боровинская Д. Н. Экономические и культурные основания креативности // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 388. С. 47–53.
8. Креативная экономика Москвы в цифрах / В. В. Власова, М. А. Гершман, Л. М. Гохберг и др. ; под ред. Л. М. Гохберга ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2021. 108 с. DOI: 10.17323/978-5-7598-2358-2
9. Гейнеман А. А. Право в индустрии моды. М. : Проспект, 2018.
10. Гончарова А. А., Шаяхмет Д. О. Диагностирование основных компетенций, знаний и навыков креативных предпринимателей в Казахстане // Central Asian Economic Review. 2020. № 5 (134). С. 54–70.
11. Григорян К. Г. Анализ креативных индустрий как нового сектора мировой экономики // E-Scio. 2019. № 11 (38). С. 408–413.
12. Данильченко А. В., Бертош Е. В., Док хи О. Креативная экономика как высшая форма развития постиндустриального общества // Экономическая наука сегодня. 2017. № 6. С. 16–25
13. Демина Т. А. Индустрия моды как самостоятельный сектор экономики // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 9 (56). С. 13–23.
14. Леценко Н. П., Реутова И. М. Факторы цифровой трансформации российских компаний: отраслевой аспект // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2020. № 4 (36). С. 34–40.
15. Михайлова А. В. Акселераторы креатосферы в Республике Саха (Якутия) // Ресурсная экономика в контексте современных тенденций глобализации : материалы Международной научно-практической конференции (Якутск, 22–23 марта 2019 г.). Якутск : Изд. дом СВФУ. С. 142–149
16. Новикова С. К. Креативная экономика как драйвер роста : мировой и российский опыт // Новые технологии. 2019. № 2 (48). С. 175–184. DOI: 10.24411/2072-0920-2019-10217.
17. Рудакова О. В., Михайлина А. В., Стеблецова Н. Н. Культурные и творческие индустрии : Россия на фоне мировых тенденций // Вестник ОрелГИЭТ. 2021. № 4 (58). С. 63–70.
18. Спартак А. Н. Интеллектуализация международной торговли // Российский внешнеэкономический вестник. 2018. № 4. С. 7–24
19. Табатадзе Л. М. Электронная информационно-образовательная среда для опережающей подготовки кадров в сфере креативных индустрий // Профессиональное образование и рынок труда. 2021. № 1. С. 48–57. DOI: 10.24412/2307-4264-2021-01-48-57
20. Юхина А. А. «Креативные индустрии» : концепции и определения // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Т. 11, № 8А. С. 300–309. DOI: 10.34670/AR.2021.49.77.038
21. Castillo-Vergara M., Alvarez-Marin A., Placencia-Hidalgo D. A bibliometric analysis of creativity in the field of business economics // Journal of Business Research, Elsevier. 2018. Vol. 85 (C). P. 1–9.
22. Dharmani P., Das S., Prashar S. A Bibliometric analysis of creative industries : Current trends and future directions // Journal of Business Research. 2021. Vol. 135. P. 252–267. DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.06.037.
23. Florida R. The rise of the Creative Class : And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life // Canadian Public Policy. 2003. Vol. 29 (3). P. 378. DOI: 10.2307/3552294
24. Hoai S., Thi B., Lan P., Tran T. A bibliometric analysis of cultural and creative industries in the field of arts and humanities // Digital Creativity. 2021. Vol. 32 (4). P. 307–322. DOI: 10.1080/14626268.2021.1993928

Гумерова Гюзель Исаевна, д-р экон. наук, профессор департамента менеджмента и инноваций, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация

E-mail: GIGumerova@fa.ru

ORCID ID: 0000-0002-5198-7576

Шаймиева Эльмира Шамилевна, д-р экон. наук, доц., профессор кафедры управления, заведующий научно-исследовательской лабораторией менеджмента знаний факультета менеджмента и инженерного бизнеса, Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирязова, Казань, Российская Федерация

E-mail: shaimieva@ieml.ru

ORCID ID: 0000-0002-9588-0199

Поступила в редакцию 16.05.2022

Подписана в печать 16.07.2022



Management

Original article

UDC 338.012

DOI: <https://doi.org/10.17308/econ.2022.3/9955>

JEL: O14; O30

The intellectual component of Russian creative industries during their formation

G. I. Gumerova¹, A. E. Shaimieva^{2✉}

¹ Financial University under the Government of the Russian Federation,
49 Leningradsky ave., 125167, Moscow, Russian Federation

² Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
42 Moskovskaya st., 420111, Russian Federation

Subject. Russian creative industries offer growth potential for Russian economy in the medium and long term. The study of the intellectual component of creative industries is an independent area of theoretical and practical research. The article studies Russian creative industries during their formation. The subject of the research is organisational and managerial aspects arising in this period in terms of their correlation with the all-Russian classifier of types of economic activity and the analysis of their intellectual component.

Purpose. Determination of the intellectual component of the Russian creative industries during their formation based on the research approach. Bibliometric and comparative analysis of Russian creative industries during their formation by the level of the intellectual component.

Method: analysis, synthesis, and classification. Research materials included: research papers (publications, patents) in the Scientific Electronic Library (ESL) by international and Russian researchers in the areas of specific creative industries and intellectual property; materials by the consulting and legal support system “ConsultantPlus” in the field of regulation of economic activities in accordance with the all-Russian classifier of economic activities; results of the “Agencies for Strategic Initiatives” project, “Atlas of Creative Industries in the Russian Federation” (2021).

Results: identification of five creative Russian industries with a high intellectual component: education, architecture, software, entertainment, archives; determination of the need to provide legal regulation of concepts: “fashion”, “museums and galleries”, “discos and nightclubs, recreation centres”, “new media”, “copyright law” (the name used by the developers of the project “Atlas of creative industries in the Russian Federation”). The research is a scientific novelty as it: (a) develops an original research approach to the analysis of the intellectual component of Russian creative industries, comparative analysis of the Russian creative industries by the level of the intellectual component which consists of the analysis of thirty-five branches of the Russian creative industries by two indicators: the availability of publications indexed in the ESL and availability of patents, including computer programs and database certificates at the Federal Institute of Intellectual Property (Rospatent) indexed in the ESL; (b) analyses the intellectual component of Russian creative industries using the developed approach.

Key words: intellectual property, creative industries, classifier of economic activities, development of a research approach.

For citation: Gumerova, G. I., Shaimieva, E. Sh. (2022) The intellectual component of Russian creative industries during their. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Economics and Management.* (3), 128-142. (In Russ., abstract in Eng.). DOI: <https://doi.org/10.17308/econ.2022.3/9955>

Conflict of Interest

The authors declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article

References

1. Abankina, T. V. (2020) Creative competencies and intellectual property in the transition to an innovative economy. *V knige: Transformacija sfery intellektual'noj sobstvennosti v sovremennyh usloviyah. tezisy dokladov uchastnikov XXIV Mezhdunarodnoj konferencii Rospatenta.* Moscow. pp. 171-176 (In Russian)
2. Agaeva, A. R., Dzhabrailova, A. O., Shemeeva, S. H. (2020) Creative economy: prospects for the development of Diigital technologies. *Journal of Economy and entrepreneurship.* 8(121), 625-627 (In Russian)
3. Agamagomedova, S. A. & Nagkina, N. A. (2019) The development of the Institute of intellectual property in the conditions of digitalization of the economy. *University proceedings. Volga Region. Social sciences.* 1 (9), 4-16. DOI: 10.21685/2309-2874-2019-1-1 (In Russian)
4. Angelova, O. Yu., Podolskaya, T. O. & Chepyuk, O. R. (2019) Digital creative industry: on the way to the economy of "emotions". *Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod. Series: Social Sciences.* 2(54), 38-43. (In Russian)
5. Afanasyeva, M. A. (2017) Introduction to the concept of "Creative industries". *The Journal is about science's life and life in science.* 4(14), 50-54 (In Russian)
6. Belokrylova, O. S. & Dubskaya, E. S. (2013) World experience in the formation of creative economy and the possibility of its use in Russia. *Terra Economicus.* 11(4-2), 5-11 (In Russian)
7. Borovinskaya, D. N. (2104) Economic and cultural foundations of creativity. *Tomsk State University Journal.* 388, 47-53 (In Russian)
8. Vlasova, V. V., et al. (2021) [The creative economy of Moscow in numbers] Moscow, "Higher school of economics" (In Russian)
9. Heineman, A. A. (2018) [Law in the fashion industry]. Moscow: PROSPECT publ. (In Russian)
10. Goncharova, A. A. & Shayakhmet, D. O. (2020) Diagnosing the core competencies, knowledge and skills of creative entrepreneurs in Kazakhstan. *Central Asian Economic Review.* 5(134), 54-70. (In Russian)
11. Grigoryan, K. G. (2019) Analysis of creative industries as a new sector of the world economy. *E-Scio.* 11 (38), 408-413 (In Russian)
12. Danilchenko, A. V., Bertosh, E. V. & Dok hee, O. (2017) Creative economy as the highest form of development of post-industrial society. *Economic Science today.* 6, 16-25 (In Russian)
13. Demina, T. A. (2014) Fashion industry as an independent sector of the economy. *Services in Russia and Abroad.* 9(56), 13-23. (In Russian)
14. Leshchenko, N. P. & Reutova, I. M. (2020) Factors of digital transformation of Russian companies: an industry aspect. *Vestnik Sibirskogo instituta biznesa i informacionnyh tehnologij.* 4(36), 34-40. (In Russian)
15. Mikhailova, A. V. (2019) Accelerators of the creatosphere in the Republic of Sakha (Yakutia). *V sbornike: Resursnaja jekonomika v kontekste sovremennyh tendencij globalizacii.* Materials of the international scientific and practical conference. pp. 142-149 (In Russian)
16. Novikova, S. K. (2019) Creative economy as a growth driver: world and Russian experience. *New technologies.* 2(48), 175-184. DOI: 10.24411/2072-0920-2019-10217.
17. Rudakova, O. V., Mikhailina, A. V. & Stebletsova, N. N. (2021) Cultural and creative industries: Russia against the background of global trends. *Vestnik OrelGIJeT.* 4(58), 63-70. (In Russian)
18. Spartak, A. N. (2018) Intellectualization of international trade. *Russian Foreign Economic Journal.* 4, 7-24 (In Russian)
19. Tabatadze, L. M. (2021) Electronic information and educational environment for advanced training in the field of creative industries. *Vocational education and labour market.* 1, 48-57. DOI: 10.24412/2307-4264-2021-01-48-57 (In Russian)
20. Yukhina, A. A. (2021) "Creative industries": concepts and definitions. *Economy: yesterday, today, tomorrow.* 11(8A), 300-309. DOI: 10.34670/AR.2021.49.77.038 (In Russian)
21. Castillo-Vergara, M., Alvarez-Marin, A. & Placencio-Hidalgo, D. (2018) A bibliometric analysis of creativity in the field of business economics. *Journal of Business Research, Elsevier.* 85(C), 1-9.
22. Dharmani, P., Das, S. & Prashar, S. (2021) A Bibliometric analysis of creative industries: Current trends and future directions. *Journal of Business Research.* 135, 252-267. DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.06.037.

23. Florida, R. (2003) The rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. *Canadian Public Policy*. 29(3), 378. DOI: 10.2307/3552294

24. Hoai S. et al. (2021) A bibliometric analysis of cultural and creative industries in the field of arts and humanities. *Digital Creativity*. 32(4), 307–322. DOI: 10.1080/14626268.2021.1993928

Guzel I. Gumerova, Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
Department of Management and Innovations,
Financial University under the Government of the
Russian Federation, Moscow, Russian Federation
E-mail: GIGumerova@fa.ru
ORCID ID: 0000-0002-5198-7576

Elmira Sh. Shaimieva, Dr. Sci. (Econ.), Assoc.
Prof., Department of Management, Head of the
Research Laboratory of Knowledge Management
of the Faculty of Management and Engineering
Business, Kazan Innovative University named after
V.G.Timiryasov, Kazan, Russian Federation
E-mail: shaimieva@ieml.ru
ORCID ID: 0000-0002-9588-0199

Received 16.05.2022

Accepted 16.07.2022