

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ СПЕЦИАЛИСТОВ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ КАК ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ ПЕРЕХОДА НА КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ (НА ПРИМЕРЕ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ «ГАСТРОНОМИЯ»)

Храптович Олег Витальевич

магистрант, Уральский государственный педагогический университет, Российская Федерация, г. Екатеринбург, hfgnjdbx4.ru@mail.ru

Тарасюк Ольга Вениаминовна

SPIN-код: 9373-8251

доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры креативных индустрий и методики профессионального обучения, Уральский государственный педагогический университет, Российская Федерация, г. Екатеринбург, tarasyuk.olga2012@yandex.ru

Ключевые слова: креативная экономика; креативные индустрии; совершенствование компетенций; профессиональные компетенции; гастрономия; специалисты креативных индустрий; учреждения среднего профессионального образования; студенты; подготовка специалистов

Аннотация. В статье на примере креативной индустрии «Гастрономия» рассматриваются актуальность, возможность и важность совершенствования компетенций специалистов – выпускников системы среднего профессионального образования, работающих в индустриях, определенных как «креативные». Описывается, за счет формирования каких современных компетенций и их дескрипторов специалисты смогут стимулировать развитие креативной экономики страны.

Для цитирования: Храптович, О. В. Совершенствование компетенций специалистов креативных индустрий как одно из условий перехода на креативную экономику (на примере креативной индустрии «Гастрономия») / О. В. Храптович, О. В. Тарасюк // Инновационная научная современная академическая исследовательская траектория (ИНСАЙТ). – 2026. – № 1 (25). – С. 64–71.

IMPROVING THE COMPETENCIES OF CREATIVE INDUSTRY SPECIALISTS AS ONE OF THE CONDITIONS FOR THE TRANSITION TO THE CREATIVE ECONOMY (USING THE EXAMPLE OF THE CREATIVE GASTRONOMY INDUSTRY)

Khraptovich Oleg Vitalievich

Master's Degree Student, Ural State Pedagogical University, Russian Federation, Ekaterinburg

Tarasyuk Olga Veniaminovna

Doctor of Pedagogy, Professor, Professor of Department of Creative Industries and Professional Training Methods, Ural State Pedagogical University, Russian Federation, Ekaterinburg

Keywords: creative economy; creative industries; competence improvement; professional competencies; gastronomy; creative industries specialists; institutions of secondary vocational education; students; specialist training

Abstract. Using the example of the creative Gastronomy industry, the article examines the relevance, possibility and importance of improving the competencies of graduates of the secondary vocational education system working in industries defined as “creative”. It describes through the formation of which modern competencies and their descriptors specialists will be able to stimulate the development of the country’s creative economy.

For citation: Khrapovich, O. V., Tarasyuk, O. V. (2026). Improving the Competencies of Creative Industry Specialists as One of the Conditions for the Transition to the Creative Economy (Using the Example of the Creative Gastronomy Industry). In *Innovative Scientific Modern Academic Research Trajectory (INSIGHT)*. No. 1 (25), pp. 64–71.

В условиях глобальной трансформации мировой экономики, движимой цифровизацией, инновациями и ростом значения нематериальных активов, креативная экономика утвердилась в качестве ключевого драйвера устойчивого развития и конкурентоспособности национальных хозяйственных систем [1]. Переход национальной экономики на креативную модель, основанную на генерации и коммерциализации интеллектуальной собственности, творческих идей и культурных ценностей, смещает акцент с традиционных промышленных отраслей на сектор креативных индустрий. В этой связи особую актуальность приобретает проблема эффективного перехода к креативной экономике, который требует не только институциональных преобразований, но и формирования качественно нового человеческого капитала. Это объясняется тем, что в экономике современного мира человеческий капитал является важнейшим фактором экономического роста и определяет будущее страны. В связи с этим эффективность развития экономики современных государств в огромной степени зависит от состояния их важнейшего ресурса – человеческого капитала, являющегося не только главной движущей силой социально-экономического развития современного общества, но и основой построения новой экономики, экономики знаний, инноваций, глобальных информационных систем и новейших технологий [2].

Креативные индустрии, к числу которых, согласно современным классификациям и законодательным актам, относится и отрасль гастрономии, представляют собой динамичный междисциплинарный сегмент креативной экономики. Однако успех в данной сфере определяется не столько спонтанным талантом специалистов, сколько комплексом их специальных компетенций, включающих проектное мышление, цифровую грамотность, управленческие навыки, предпринимательскую жилку и глубокие культурно-исторические знания [3]. Именно дефицит таких системных компетенций зачастую становится барьером для устойчивого развития проектов, разрабатываемых и реализуемых специалистами, ограничивая их потенциал масштабирования и вклада в экономику.

Таким образом, актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью научного осмысления и разработки механизмов совершенствования компетенций специалистов креативных индустрий как критически важного условия успешной их подготовки для трансформации отечественной экономики в сторону креативной экономики. В качестве объекта исследования выступает процесс со-

вершенствования компетенций у специалистов креативных индустрий, в то время как предметом являются методы и инструменты совершенствования компетенций специалистов в рамках конкретной креативной индустрии – гастрономии.

Целью работы является анализ существующих и новых компетенций специалистов гастрономической индустрии в контексте парадигмы креативной экономики, выявления и разработка практико-ориентированных направлений их совершенствования.

Для достижения поставленной цели последовательно решаются следующие задачи:

1. Раскрыть сущность понятия креативной экономики и место в ней гастрономии как полноценной креативной индустрии.
2. Выявить и структурировать ключевые компетенции, необходимые современному специалисту в области креативной индустрии гастрономии.
3. Проанализировать существующие пробелы и вызовы в системе образования и профессионального развития в данной сфере.
4. Предложить комплексный подход к совершенствованию компетенций через интеграцию формального образования, неформальных практик и цифровых экосистем.

Креативная экономика представляет собой сложную социально-экономическую систему, где основным источником добавленной стоимости становятся интеллектуальная собственность, культурное наследие, творческое воображение и знание [1]. Ее правовой и институциональный фундамент в России заложен Федеральным законом «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»¹ и соответствующей Концепцией развития². Вклад креативного сектора в экономику страны становится весомым: согласно данным Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, в 2023 г. его доля в ВВП составила 3,5 %, при этом рынок труда демонстрирует устойчивую потребность в десятках тысяч новых специалистов ежегодно³.

Гастрономия, будучи исторически воспринимаемой как отрасль общественного питания, в парадигме креативной экономики трансформируется в многослойную индустрию, синтезирующую искусство (кулинария, дизайн), науку (пищевые технологии, нутрициология), культурологию (этнокультурные традиции, локальные идентичности) и предпринимательство. Как отмечают эксперты, современная гастрономия – это инструмент «упаковки» локальных культурных кодов в доступные потребителю форматы, драйвер гастродипломатии и туризма⁴ [4].

¹ Федеральный закон от 05.02.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580/ (дата обращения: 20.03.2026).

² Концепция развития креативных индустрий в Российской Федерации: утверждена распоряжением Правительства РФ в 2021 году. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/ (дата обращения: 20.03.2026).

³ Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ. Креативные индустрии в России на подъеме. 2024. URL: <https://issek.hse.ru> (дата обращения: 21.12.2025); Минэкономразвития России. Креативная экономика России сегодня. 2024. URL: <https://www.economy.gov.ru> (дата обращения: 20.12.2025).

⁴ Логутова Н. В. Выступление на круглом столе «Тренды развития гастрономии и гастродипломатии» // Институт развития креативных индустрий НИУ ВШЭ. 2025. URL: <https://creative.hse.ru> (дата обращения: 20.12.2025).

В современной классификации креативных индустрий гастрономия выступает как комплексная деятельность, охватывающая не только производство пищи, но и: создание гастрономических концепций и нарративов (рестораны-театры, проекты с историческим сторителлингом); разработку и продвижение уникальных пищевых продуктов (авторские фермерские продукты, крафтовые производства); организацию гастрономических событий и туризма (фестивали, дегустационные маршруты); производство медиаконтента (кулинарные блоги, телешоу, digital-стратегии) [5].

Таким образом, гастрономия переходит из разряда обслуживающих услуг в категорию креативно-производящих индустрий, требует отдельного измерения и стимулирования, определяя тем самым современные критерии и показатели к профессиональной деятельности специалистов, занятых в креативной индустрии гастрономии, и их компетенциям.

Решая вторую задачу нашего исследования по выявлению и структурированию ключевых компетенций, необходимых современному специалисту в области креативной индустрии гастрономии, мы выявили, что основным источником достоверной информации по этому вопросу являются результаты Федерации креативных индустрий, которая на основании анализа требований рынка и специфики деятельности выделяет четыре следующих кластера компетенций, выходящих за рамки традиционных профессиональных стандартов специалистов в сфере креативной индустрии гастрономии, например повара или технолога пищевых производств:

1) креативно-проектные компетенции – это ядро деятельности в креативной экономике, которое включает: системное проектное мышление – способность видеть гастрономический проект как целостную систему, связывающую концепцию, финансы, логистику, клиентский опыт и маркетинг; генерацию идей и концепций – умение создавать уникальные предложения на стыке культурных трендов, локальных особенностей и технологий; навыки сторителлинга – способность создавать и транслировать убедительную историю вокруг продукта или места;

2) цифровые и технологические компетенции, охватывающие: цифровую грамотность – владение инструментами digital-маркетинга (SMM, таргетированная реклама, контент-планирование), аналитики данных, CRM-системами; применение FoodTech – понимание возможностей пищевых технологий (су-вид, ферментация, альтернативные белки) для создания инноваций; управление онлайн-репутацией – навыки работы с платформами-агрегаторами и формирования лояльного цифрового сообщества;

3) предпринимательские и управленческие компетенции, ключевыми элементами которых являются: бизнес-моделирование и финансовая грамотность – способность рассчитывать unit-экономику проекта, формировать бюджет, оценивать инвестиционную привлекательность; управление командой и процессами – лидерские качества, навыки agile-менеджмента для работы в динамичной среде; правовые знания в сфере информационных систем – понимание основ защиты интеллектуальной собственности (авторское право на рецептуру, фирменный стиль);

4) культурно-исторические и экосистемные компетенции, предполагающие: глубокое знание локального контекста – понимание региональных гастрономических традиций, истории продуктов, способность быть «амбассадором территории»; экологическое мышление и устойчивое развитие – навыки внедрения принципов zero waste, работы с локальными поставщиками; сетевой интеллект – умение вы-

страивать коллаборации с представителями других креативных индустрий и местными сообществами¹.

Решая третью задачу нашего исследования, предполагающую выявление и анализ существующих пробелов и вызовов в системе профессионального образования и профессионального развития в данной сфере, мы выяснили, что несмотря на адаптацию к современным условиям содержания некоторых программ, в системе среднего профессионального образования (далее – СПО) по специальностям, связанным с гастрономией («Поварское и кондитерское дело», «Технология продукции общественного питания»), сохраняются системные дисбалансы, не позволяющие в полной мере удовлетворить запрос креативной экономики на «гибридных» специалистов². Подтверждением этого является мнение экспертов форума «Креативная экономика», которое заключается в следующем:

- при доминировании «ремесленной» парадигмы акцент делается на отработку технических навыков (нарезка, приготовление по сборнику рецептов), в ущерб развитию креативного мышления, способности к авторской интерпретации и созданию нового;
- дефицит междисциплинарности. Программы слабо интегрируют знания из смежных областей: менеджмент, маркетинг, цифровые технологии, культурология. Выпускник является узким техническим исполнителем, не готовым к управлению проектом или созданию собственного бренда;
- в случае разрыва с реальным рынком и креативной экосистемой образовательный процесс часто изолирован от актуальных трендов, современных технологических решений и практик успешных креативных предпринимателей. Нет системной работы с профессиональными сообществами;
- критически мало внимания уделяется развитию коммуникативных навыков, так называемых *soft skills*: презентация идей, работа в команде, эмоциональный интеллект, который крайне необходим в клиентоориентированной среде;
- отсутствие подготовки к работе в digital-среде. Выпускники не владеют инструментами цифровой трансляции ценности своего продукта, что в эпоху социальных сетей резко снижает их конкурентные шансы.

Эти факты говорят о пробелах в подготовке, которые приводят к тому, что рынок креативной гастрономии испытывает кадровый голод не столько на исполнителей, сколько на специалистов-«оркестраторов», способных генерировать комплексные, жизнеспособные и конкурентоспособные проекты³.

В рамках решения четвертой задачи нашего исследования, на основании результатов анализа современных подходов к организации процесса совершенствования компетенций специалистов креативной индустрии гастрономии, предлагается комплексный подход, предполагающий интеграцию формального образования, неформальных практик и цифровых экосистем, а именно: для преодоления указанных барьеров необходим переход от линейной образовательной модели к экосистемной.

¹ Федерация креативных индустрий. Исследование рынка труда креативных индустрий. 2025. URL: <https://hh.ru> (дата обращения: 21.12.2025).

² Опыт плюс ИИ: какие кадры нужны креативным индустриям // РБК Отрасли. 2025. URL: <https://www.rbc.ru> (дата обращения: 20.12.2025).

³ Мнения экспертов в рамках форума «Креативная экономика. Карьерный код». 2025. URL: <https://creativeconomy.ru> (дата обращения: 16.12.2025).

Предлагается многоуровневая система совершенствования компетенций, которая предполагает:

1) модернизацию формальных программ СПО через введение образовательных программ, таких как:

- «Основы креативного предпринимательства в гастрономии»: бизнес-планирование, фандрайзинг, работа с интеллектуальной собственностью;
- «Цифровая гастрономия»: основы food-фотографии, ведения блога, аналитики цифрового следа потребителя;
- «Культуурология пищи и устойчивое развитие»: изучение локальных гастрономических традиций, принципов сезонности и эко-логики;
- итоговая проектная работа: обучение строится вокруг разработки и защиты реального или симуляционного гастрономического проекта (от концепции до маркетингового плана);

2) развитие неформального образования и партнерств:

- создание центров компетенций на базе колледжей совместно с лидерами рынка путем привлечения успешных шеф-поваров, рестораторов, блогеров, food-технологов в качестве менторов и лекторов;
- использование системы стажировок в креативных проектах: партнерство с авторскими ресторанами, гастрономическими фестивалями и другими партнерами, а не только с крупными сетями;

3) использование цифровых экосистем:

- онлайн-платформы с микрокурсами: доступ к курсам от мировых экспертов по узким темам (например, «Ферментация», «Финансы для творческих проектов»);
- виртуальные симуляторы и VR/AR-технологии: моделирование процессов открытия заведения, управления кухней в пиковые нагрузки;
- формирование профессиональных цифровых сообществ: сетевые площадки для обмена опытом между студентами, выпускниками и профессионалами индустрии. Успешным примером практико-ориентированной модели является опыт Балтийской высшей школы гастрономии, где обучение построено по схеме «две недели в вузе – две недели на производстве»¹.

Заключение

Переход национальной экономики на креативную модель является императивом современного развития экономики нашей страны. Гастрономия как одна из наиболее массовых и социально значимых креативных индустрий обладает колоссальным потенциалом для становления драйвером этого развития. Однако реализация данного потенциала напрямую зависит от качества человеческого капитала, а именно от специалистов, осуществляющих профессиональную деятельность, от уровня сформированности у них тех компетенций, которые требует сфера креативной индустрии гастрономии.

Как показало исследование, не только существующая подготовка кадров в системе СПО, но и система дополнительного образования при повышении квалификации и переподготовке специалистов в сфере гастрономии отстает от запросов и

¹ Опыт плюс ИИ: какие кадры нужны креативным индустриям // РБК Отрасли. 2025. URL: <https://www.rbc.ru> (дата обращения: 20.12.2025).

требований креативной экономики, выпуская специалистов с дефицитом системных компетенций. Преодоление этого разрыва требует не эволюционной корректировки учебных планов, а концептуального пересмотра подходов к проектированию содержания образовательных программ. Необходимо сместить акцент с подготовки узкого исполнителя («ремесленника») на формирование творческого предпринимателя и продюсера гастрономических проектов, обладающего синтетическим мышлением.

Предложенный комплексный подход, предполагающий интеграцию обновленного формального образования, гибких неформальных практик и цифровых инструментов, позволяет создать непрерывную траекторию совершенствования у специалистов компетенций, требуемых креативной индустрией гастрономии. Внедрение этих предложений будет способствовать не только насыщению рынка по оказанию гастрономических услуг квалифицированными кадрами, но и запуску мультипликативного эффекта: рост креативных гастрономических проектов усилит спрос на локальную продукцию, оживит туризм, сформирует новые культурные коды территории и в конечном итоге станет весомым вкладом в построение креативной экономики страны. Таким образом, инвестиции в совершенствование компетенций специалистов креативных индустрий являются стратегическими инвестициями в будущее креативной экономики.

Список литературы

1. Глушак, Н. В. Креативная экономика как современная парадигма инновационного и технологического развития / Н. В. Глушак // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2025. – № 1. – С. 43–47. – DOI: 10.17513/vaael.3957. – EDN MQZFLQ.
2. Василенко, Л. А. Креативная экономика и креативные кластеры в развитии территории: анализ российских практик / Л. А. Василенко, Л. В. Богданова, И. Ю. Каримова // Проблемы развития территории. – 2024. – Т. 28, № 1. – С. 61–77. – DOI: 10.15838/ptd.2024.1.129.5. – EDN DLWLVP.
3. Тугускина, Г. Н. Управление человеческим капиталом в макроэкономике / Г. Н. Тугускина, А. Н. Мустафин. – Пенза : Пензенский государственный университет, 2022. – 160 с. – EDN NZUKMM.
4. Данилов, С. В. Гастрономический туризм как креативная практика диалога цивилизаций / С. В. Данилов // Креативная экономика и социальные инновации. – 2016. – Т. 6, № 3 (16). – С. 6–14. – EDN WXILGJ.
5. Трабская, Ю. Г. Креативность и инновации в сфере гастрономии / Ю. Г. Трабская // Креативная экономика и социальные инновации : коллективная монография. – Санкт-Петербург : Левша-Санкт-Петербург, 2015. – С. 25–35.

References

1. Glushak, N. V. (2025). Kreativnaya ekonomika kak sovremennaya paradigma innovatsionnogo i tekhnologicheskogo razvitiya = Creative economy as a modern paradigm of innovative and technological development. *Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law*, 1, 43–47. DOI: 10.17513/vaael.3957. EDN MQZFLQ.
2. Vasilenko, L. A., Bogdanova, L. V., Karimova, I. Yu. (2024). Kreativnaya ekonomika i kreativnye klasteri v razvitiiterritorii: analiz rossiyskikh praktik = Creative economy and creative clusters in the development of the territory: An analysis of Russian practices. *Problems of Territorial Development*, 28(1), 61–77. DOI: 10.15838/ptd.2024.1.129.5. EDN DLWLVP.

3. Tuguskina, G. N., Mustafin, A. N. (2022). Upravlenie chelovecheskim kapitalom v makroekonomike = Human capital management in macroeconomics. Penza: Penza State University, 160 p. EDN NZUKMM.
4. Danilov, S. V. (2016). Gastronomicheskiy turizm kak kreativnaya praktika dialoga tsivilizatsiy = Gastronomic tourism as a creative practice of dialogue of civilizations. *Creative Economy and Social Innovations*, 6, 3(16), 6–14. EDN WXILGJ.
5. Trabskaya, Yu. G. (2015). Kreativnost' i innovatsii v sfere gastronomii = Creativity and innovation in the field of gastronomy. *Creative economy and social innovations*, 25–35. Saint Petersburg: Levsha Saint Petersburg Publishing House.