

Новикова С.К.

**КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА КАК ДРАЙВЕР РОСТА:
МИРОВОЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ**

Новикова Светлана Константиновна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Майкопский государственный технологический университет», Майкоп, Россия

E-mail: s-novikova_07@mail.ru

Тел.: 8 (960) 437 81 30

В статье рассматриваются сущность и понятие креативной экономики, обозначаются предпосылки, ключевые факторы и промежуточные итоги формирования творческих индустрий за рубежом и в России.

Отвечая на кризисные явления в 80-х годах прошлого века стал приоритет креативных индустрий в национальной политике в Великобритании. Поддержка самоорганизующихся экономических кластеров художников, кинематографистов, архитекторов, создателей рекламного и медийного контента, компьютерных игр и программного обеспечения позволила сгенерировать инновационное предложение на мировом рынке разделения труда вывести страну из кризиса.

Примеры Великобритании последовали не только европейские, развитые азиатские страны, а также Австралия, США, Новая Зеландия, Канада. Феномен креативной экономики тщательно изучается для выявления наиболее эффективных моделей и стратегий формирования условий, при которых именно интеллектуальные составляющие капитала и труда служат факторами производства инноваций, позволяющих выводить страны в число экономических лидеров в мире.

В связи с этим наблюдается рост значимости идей, интеллектуальных ресурсов, способностей индивидуумов решать возникающие и потенциальные проблемы нестандартно, с высокой степенью конкурентоспособности и получением дополнительных экономических и социальных эффектов.

Креативная экономика, создавая новые направления продуктивной экономической деятельности, формирует условия для диверсификации экономик не только развитых, но и развивающихся стран.

Ключевые слова: креативная экономика, творческие индустрии, интеллектуальная собственность, постиндустриальное общество, интеллектуальный труд, креативные разработки, творчество, экономический рост.

Для цитирования: Новикова С.К. Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт// Новые технологии. 2019. Вып. 2(48). С. 175-184. DOI: 10.24411/2072-0920-2019-10217.

Novikova S.K.

**CREATIVE ECONOMY AS A GROWTH DRIVER:
WORLD AND RUSSIAN EXPERIENCE**

Novikova Svetlana Konstantinovna, Candidate of Economics, an associate Professor of the Department of Marketing, Service and Tourism

FSBEI HE «Maikop State Technological University», Maikop, Russia

E-mail: s-novikova_07@mail.ru

Tel: 8 (960) 437 81 30

The article considers the nature and concepts of a creative economy, identifies the prerequisites, key factors and intermediate results of formation of creative industries abroad and in Russia.

The priority of creative industries in the national policy of Great Britain has become a response to the crisis in 1980s. The support for self-organizing economic clusters of artists, cinematographers, architects, creators of advertising and media content, computer games and software made it possible to generate an innovative supply on the global market of labor division and to bring the country out of crisis.

Not only European and developed Asian countries followed Great Britain, but so did Australia, the USA, New Zealand, and Canada. The phenomenon of creative economics is carefully studied to identify the most effective models and strategies for shaping the conditions under which the intellectual components of the capital and labor are factors of innovation, which make it possible to take the countries to the big leagues.

In this regard, there is an increase in the importance of ideas, intellectual resources, the ability of individuals to solve emerging and potential problems innovatively, with a high degree of competitiveness and obtaining additional economic and social effects.

The creative economy creates conditions for the diversification of the economies of not only developed but also developing countries creating new directions of productive economic activity.

Key words: *creative economy, creative industries, intellectual property, post-industrial society, intellectual work, creative developments, creativity, economic growth.*

For citation: Novikova S.K. Creative economy as a growth driver: world and Russian experience // *Novye tehnologii (Majkop)*. 2019. Iss. 2 (48). P. 175-184. DOI: 10.24411/2072-0920-2019-10217.

Креативная экономика – это наиболее прогрессивная в настоящее время форма социально-экономического развития постиндустриальных стран, основанная на доминанте интеллектуальной составляющей таких основных факторов производства, как труд и капитал.

Главной движущей силой трансформации сообществ становятся научные и креативные разработки.

Важно отметить, что основное отличие креативной экономики от традиционного экономического уклада заключается в том, что главный инструмент в ней – это знания, ресурс – информация, а продукт – инновации [1].

Впервые термин «креативная экономика» появился в журнале *Business Week* в 2000 году. Одним из первых его обосновал Джон Хокинс. Он отнёс к этому сектору профессии в областях рекламы, архитектуры, искусств, ремёсел, дизайна, моды, кино, музыки, радио и телевидения, научных исследований, издательского дела, программного обеспечения, представления, фотографии, производства игр, то есть сферы, где для создания продукта требуется интеллектуальный труд [2]. Именно эти области получили название творческих индустрий и составляют ядро креативной экономики.

Официальное определение творческих индустрий, принятое департаментом культуры, СМИ и спорта правительства Великобритании, звучит так: это «...деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая может создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [3].

Феномен креативной экономики в последние годы вызывает большой интерес исследователей. Количество научных публикаций, отражающих результаты изучения, описания и систематизации опыта организаций, составляющих хозяйствующую базу креативной экономики, неуклонно растёт.

Концепция «творческих (креативных) индустрий» впервые возникла в Великобритании в ответ на экономический и социальный кризис 80-х годов прошлого века, и с 1998 года является приоритетом национальной политики страны, находящейся на постиндустриальном этапе развития экономики в международном разделении труда.

Всё это области деятельности, развивающиеся в условиях роста значимости идей, интеллектуальных ресурсов, способностей индивидуумов решать возникающие и потенциальные проблемы нестандартно, с высокой степенью конкурентоспособности и получением дополнительных экономических и социальных эффектов.

Можно выделить следующие основные признаки креативной экономики:

1. Рост ценности идей, знаний, интеллектуального труда и интеллектуальной собственности, достижений в области наук и культуры, инноваций, технологий сервисного бизнеса.
2. Расширение количества факторов экономического роста (капитал и труд) за счёт продуктов интеллектуального труда (патенты, авторские права, торговые марки).
3. Увеличение доли специалистов, занятых в таких сферах общественного производства, где требуются творческие способности, управленческие компетенции и знания в области инновационного развития.
4. Доминирование сферы услуг над сферой производства.
5. Расширение сетевых связей между носителями и потребителями идей в мировом масштабе благодаря сети Интернет.
6. Рост инвестиций в образование, переподготовку кадров и повышение качества человеческого капитала.

Анализ опыта стран с развитой креативной экономикой показывает, что центральную роль в её становлении играет государство через выполнение следующих ключевых функций:

1. Обеспечение гарантий защиты свободы, личности и собственности.
2. Развитие предпринимательского сообщества и институтов его поддержки.
3. Формирование благоприятной институциональной среды для генерации и применения инноваций.
4. Фокусировка национальной политики на концепции креативной экономики.

Продуктами креативной экономики являются 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.

Таким образом, креативная экономика основана на интеллектуальном труде, приносящем доход не только от конечного созданного продукта, но и от торговли его

результатами и правами на интеллектуальную собственность в противовес традиционным факторам производства.

Способность создавать оригинальные продукты, новые схемы и алгоритмы для создания этих продуктов, а также схемы и алгоритмы создания самих этих схем и алгоритмом становится обязательным компонентом любой детальности в постиндустриальных обществах в условиях перехода на всё более сложные социальные и технологические уровни. Креативность выступает одной из ведущих и наиболее востребованной компетенцией на рынке труда, её научились развивать, обучать ей.

В докладе ЮНЕСКО (2013 г.) сообщается о том, что креативная экономика является мощной преобразующей силой мирового масштаба воздействия. Представляя собой один из самых быстрорастущих секторов мировой экономики с огромным потенциалом получения доходов, создания рабочих мест и экспортных поступлений. В результате большая часть мировых интеллектуальных и творческих ресурсов инвестируются в культуру. Индивидуальные и коллективные творчество и инновации становятся настоящим богатством народов в XXI веке[4].

В связи с этим вызывает интерес исследование уровня развития креативной экономики в странах мира, проведённые в 2015 г. Мартинским институтом благосостояния (г. Торонто) и исследование креативного капитала девяти российских городов, проведённое фондом Calvert 22 и PwC (таблица 1). Уровень определялся расчётом индекса 3Т, предложенным Ричардом Флоридой [5]. Индекс 3Т предусматривает комплексную оценку с выведением обобщённого показателя по трём направлениям: технологии, талант и толерантность.

Согласно данным Мартинского института благосостояния (г. Торонто) рейтинг стран по уровню развития креативной экономики возглавляла Австралия, далее по убывающей следовали США, Новая Зеландия, Канада, Германия и Финляндия. Россия в этом рейтинге занимала 38-ю позицию из 139 возможных за период в 2010-2014 гг. [6].

Таблица 1 - Показатели инновационно-креативного сектора международных центров креативности (2013-2017 гг.)

№	Город	Население	Объём креативной экономики	Динамика креативной экономики	Уровень доверия
1	Лондон	8674000 (2015 г.)	10,63 % (2012-2015 гг.)	4,59 % (2012-2015 г.)	40,3 % (2014 г.)
2	Берлин	3520031 (2015 г.)	9,95 % (2012-2015 гг.)	17,70 % (2012-2015 г.)	44,16 % (2014 г.)
3	Нью-Йорк	8550405 (2015 г.)	8,91 % (2012-2015 гг.)	2,51 % (2012-2015 г.)	34,8 % (2014 г.)
4	Сидней	4840600 (2014 г.)	8,89 % (2012-2015 гг.)	- 5,09 % (2012-2015 г.)	N/A
5	Сеул	10290000 (2015 г.)	7,42 % (2012-2015 гг.)	- 2,89 % (2012-2015 г.)	26,5 % (2014 г.)
6	Хельсинки	643272 (2017 г.)	7,32 % (2012-2015 гг.)	- 12,31 % (2012-2015 г.)	N/A
7	Москва	12325387 (2015 г.)	5,66 % (2012-2015 гг.)	35,97 % (2012-2015 г.)	27,8 % (2014 г.)

8	Гонконг	7182724 (2013 г.)	4,93 % (2012-2015 гг.)	- 4,08 % (2012-2015 г.)	N/A
---	---------	----------------------	---------------------------	----------------------------	-----

Из таблицы 1 видно, что Москва почти в два раза уступает Лондону, лидеру рейтинга, по показателям «Объём креативной экономики» и «Уровень доверия», однако почти в 8 раз опережает по показателю «Динамика креативной экономики». Это свидетельствует о том, что при сохранении курса на развитие креативной экономики, у столицы Российской Федерации, как центра концентрации творческих индустрий есть возможность реализовать их значительный потенциал.

Согласно данным Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации, выручка российской креативной индустрии, которую можно примерно оценить в 8 трлн. руб. ежегодно, может быть существенно увеличена.

По данным исследований, представленных на сессии «Экспортный потенциал креативных индустрий России» Петербургского международного экономического форума в 2018 году, капитализация творческих индустрий в мире составляет почти \$2,3 трлн., в рамках их развития создано свыше 30 млн. рабочих мест.

На сегодняшний день по данным CISAC (International Confederation of Societies of Authors and Composers) и Ernst & Young креативная экономика составляет 3% мирового ВВП, в ней занято 1% экономически активного населения мира.

В результате наблюдается феномен увеличения количества творческих, креативных людей успешно и эффективно действующих в организациях самых различных сфер экономики. Увеличиваются адаптационные возможности экономик реагирования на нужды и потребности рынков, скорость создания принципиально новых продуктов.

Грядущая максимальная автоматизация рутинных операций во всех отраслях экономики существенно повысит роль интеллекта и станет фактором изменения характера работы населения экономически развитых стран на более творческую. Учёные прогнозируют появление так называемой «экономики эмоций» при которой большая часть производимых продуктов будет удовлетворять эмоциональные потребности человечества в контекстах потребления, развития и самореализации. Именно креативным индустриям в этом случае отводится роль драйверов будущей трансформации экономической системы.

В настоящее время признанными флагманами креативного развития являются Япония, США, Южная Корея. Активно движутся в этом направлении страны ЕС и Китай.

Это ярко выраженный тренд не только для развитых стран, но и для развивающихся рынков, которые рассматривают креативные индустрии как неотъемлемую часть новой цифровой экономики.

Учитывая складывающиеся тенденции в мировой экономике, Россия также видит в развитии творческих индустрий один из ключевых факторов будущего экономического роста и находится в поиске возможных вариантов стратегий для увеличения своей роли в мировом инвестиционном сообществе, в том числе, за счёт реализации экспортного потенциала востребованных на внешних рынках продуктов креативной экономики.

Среди отечественных отраслей креативной индустрии первая строчка принадлежит сфере информационных технологий, программного обеспечения и компьютерных услуг, вторая – рекламе и маркетингу, а тройку лидеров по доходности замыкает издательская деятельность. При этом, доля занятости населения России в креативной индустрии, по некоторым оценкам, составляет около 4% от общей численности трудоспособного

населения страны, говорится в материалах АЦП. При этом порядка 30% приходится на малый и средний бизнес и еще около 2% – доля самозанятых в данной сфере.

Установка на становление и развитие креативной экономики в стране определяет необходимость выявления зон роста и создания соответствующих управленческих и экономических механизмов.

Прежде всего, следует отметить сектор аудиовизуального контента, который производят российские анимационные, телевизионные и киностудии.

Далее стоит указать находящийся на подъеме сегмент с большим потенциалом – российскую индустрию создания цифрового контента: мультипликационные фильмы и сериалы, IT-приложения, VR/AAR-технологии, разработка компьютерных игр.

Ещё одним перспективным сегментом является российский дизайн, от которого существенно будут зависеть возможности экспорта одежды, аксессуаров и другой продукции.

Важным драйвером российской экономики может стать мода.

Годовой оборот мировой индустрии моды – 2-2,5 трлн долларов. Эта индустрия интересна тем, что непосредственно промышленная часть занимает в ней 10% от стоимости конкретной вещи, а 90 % – это эмоции, желание, философия, которые покупаются потребителями. Любые бренды продают некую концепцию, а молодые потребители хотят покупать уже не конкретный бренд, а определенную философию, стиль жизни. Эксперты говорят о том, что глобальный рынок одежды к 2025 году увеличится в 2 раза. И произойдет это за счет небольших брендов. Эти маленькие, нишевые компании благодаря интернет-торговле получили возможность продаваться на весь мир. Это главный тренд 3-4 лет. Только за последний год их появились сотни тысяч. Они создают уникальный продукт, и готов продавать его за меньшие деньги.

Однако следует обратить внимание на необходимость интеграции исторически сложившейся в России дефрагментации вышеуказанных и других творческих индустрий.

Сейчас эту функцию частично выполняет Российский экспортный центр (РЭЦ), ориентируясь на возможность экономически эффективной презентации на глобальных рынках национальных образов.

С 2017 года РЭЦ активно развивает присутствие сектора аудиовизуального контента за рубежом. Компанией организовано участие в международных выставках Brand licensing Europe (Лондон), Mirjunior (Канн), Mircom (Канн), Russian Cartoon Week (Пекин) и презентации новых российских арт-проектов: сериала «Троцкий», анимационного сериала «Герои Энвела», фильмов «Лед», «Тренер» и другие.

Специалисты РЭЦ отмечают тот факт, что в целом российский контент хорошо воспринимается на различных медиарынках. Продукция этого сегмента российской экономики оказалась востребована на китайском рынке. В 2017 году компания «Цифровое телевидение» и китайская Alibaba Group закрыли сделку по продаже в Китай прав на десять популярных мультипликационных сериалов из России – проекты анимационной студии «Паровоз». Адаптированная для международных продаж, в Китае эта продукция распространяется через крупнейший в стране онлайн-кинотеатр YOUKU (более 500 млн. посетителей в месяц). В традиционном прокате Китая востребованы российские ленты: «Сталинград» (\$11,82 млн.), «Он – дракон» (\$7 млн.), «Экипаж» (\$4,6 млн.), «Салют-7» (\$2,5 млн. за первые 10 дней проката). Фильм Федора Бондарчука «Притяжение»

показывался более чем в 30 кинотеатрах в Лондоне, Кардиффе, Ноттингеме, Эдинбурге, Ливерпуле в формате IMAX 3D.

География продаж для российской медиапродукции – США, Австралия, Китай, Южная Корея и Япония.

В целом, кино и мультипликация в России в настоящее время находятся на стадии подъема. По данным исследования Фонда кино, с 2015 года количество российских картин, вышедших в прокат на территориях иностранных государств, увеличилось на 44% (с 43 до 62 фильмов), а совокупные кассовые сборы отечественных фильмов на зарубежных рынках выросли в четыре раза (с \$11 млн до \$44 млн.). Совокупный объем продаж российского киноконента на иностранные рынки в 2017 году, по этим данным, составил около 1,2 млрд руб. При этом российские лидеры экспортных продаж в киноиндустрии (Planet Inform film distribution и Central Partnership Sales House) прогнозируют увеличение экспортных сделок на 25-50 % к 2019 году при условии продолжения поддержки отрасли.

В дальнейшем Россия планирует наращивать экспорт продукции креативной индустрии (КИ) в кинофильмах, анимации, сериалах, компьютерных играх, технологиях виртуальной реальности. Развивая креативную составляющую экономики, Российский экспортный центр (РЭЦ) рассчитывает улучшить имидж России за рубежом, и как следствие повысить инвестиционную привлекательность страны.

Доля занятости населения России в креативной индустрии, по некоторым оценкам, составляет около 4% от общей численности трудоспособного населения страны. При этом порядка 30% приходится на малый и средний бизнес и еще около 2% – доля самозанятых в данной сфере.

По прогнозам аналитиков MACS и Universal University, ключевыми трендами креативной экономики России к 2020 году станет рынок digital-рекламы. Он вырастет в России в 5 раз и составит порядка 335,5 млрд рублей. Для PR-агентств аналитики прогнозируют рост бизнеса до 30% по сравнению с 2017 годом. К 2020 году сектор цифровой экономики вырастет в 8,5 раз быстрее, чем все остальные сектора экономики России.

Для 72% сотрудников критерий интересной и креативной работы станет главным фактором при выборе работодателя.

При этом спрос работодателей на специалистов креативной индустрии уже сейчас в 3 раза превышает количество профессионалов на рынке, отмечают эксперты.

Таким образом, рост креативной индустрии по сравнению с традиционными отраслями экономики является более интенсивным. Создавая новые направления экономической деятельности, креативная индустрия формирует условия для диверсификации экономики.

Литература:

1. Дацык А. Исследование тенденций креативной экономики в России и за рубежом // Проблемы развития инновационно-креативной экономики: сборник докладов. Москва: Креативная экономика, 2011. 496 с.
2. Хокинс Дж. Креативная экономика. Москва: Классика XXI век, 2011. 256 с.

3. Гнедовский М. Творческие индустрии: политический вызов для России [Электронный ресурс] Режим доступа: на: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/tvorcheskie-industrii-politicheskii-vyzov-dlya-rossii> (дата доступа 07.05).

4. Creative Economy Report 2013 by UNESCO [Электронный ресурс]. URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>. (дата обращения: 09.05.19).

5. The Global Creativity Index 2015 [Electronic resource]. URL: <http://martinprosperity.org/content/the-global-creativity-index-2015/> (дата обращения: 09.05.19).

6. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Москва: Классика XXI век, 2011. 430 с.

7. Макарова А.Д. Анализ и перспективы развития креативной экономики в РФ [Электронный ресурс] // Молодой ученый. 2016. №28. С. 481-484. URL: <https://moluch.ru/archive/132/36933/> (дата обращения: 09.05.2019).

8. Отчет аналитического центра при Правительстве Российской Федерации [Электронный ресурс] // Бюллетень о сфере образования. 2017. Вып. 13. Режим доступа: <http://ac.gov.ru>: дата обращения 09.05.2019).

Literature:

1. Datsyk A. Investigation of the trends of creative economy in Russia and abroad // Problems of development of innovative and creative economy: a collection of reports. Moscow: Creative Economy, 2011. 496 p.

2. Hawkins J. Creative Economy. Moscow: Classic XXI Century, 2011. 256 p.

3. Gnedovsky M. Creative industries: a political challenge for Russia [Electronic resource] Access mode: on: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/tvorcheskie-industrii-politicheskii-vyzov-dlya-rossii> (date of access 07.05).

4. Creative Economy Report 2013 by UNESCO [Electronic resource]. URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>. (date of access: 09.05.19).

5. The Global Creativity Index 2015 [Electronic resource]. URL: <http://martinprosperity.org/content/the-global-creativity-index-2015/> (appeal date: 09.05.19).

6. Florida R. Creative class: people who change the future. Moscow: Classic XXI Century, 2011. 430 p.

7. Makarova A.D. Analysis and prospects for the development of a creative economy in the Russian Federation [Electronic resource] // Young Scientist. 2016. No. 28. P. 481-484. URL: <https://moluch.ru/archive/132/36933/> (date of access: 09.05/19).

8. Report of the analytical center under the Government of the Russian Federation [Electronic resource] // Bulletin on the field of education. 2017. Iss. 13. Access mode: <http://ac.gov.ru>: date of access: 09.05.2019).