

## **КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА КАК НОВОЕ ЯВЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

*Данильченко А. В., Республика Беларусь*

*Danilchenko A. V., Republic of Belarus*  
*adanilchenko@bntu.by*

*Бертош Е. В., Республика Беларусь*

*Bertosh E. V., Republic of Belarus*  
*EVBertosh@gmail.com*

Изучаются особенности формирования креативной экономики. Выделяются ее характерные черты и отличия от экономики знаний. Предлагается авторское определение креативной экономики.

**Ключевые слова:** информация; информационно-коммуникационные технологии; знания; креативная экономика; человеческий капитал.

## **CREATIVE ECONOMY AS A NEW PHENOMENON IN THE MODERN CONDITIONS OF GLOBALIZATION**

**Abstract.** The authors study the peculiarities of creative economy formation, emphasizing its characteristic features and dissimilarities from knowledge economy. The authors have proposed their own definition of creative economy.

**Keywords:** information; information and communications technologies; knowledge; creative economy; human capital.

Процессы глобализации и регионализации заметно влияют на развитие национальных экономик и мирового хозяйства. В условиях глобализации меняются принципы взаимодействия государства и частного бизнеса, изменяется роль и возрастает ответственность государственных институтов

и крупных ТНК за устойчивое сбалансированное экономическое развитие. Как отмечает С. Ю. Солодовников, «особенностью нового этапа развития экономических отношений является радикальное изменение механизмов организации обмена между производителями и потребителями. Рыночный сегмент, длительное время господствующий в экономически развитых странах, становится периферийным. Для пострыночной экономики характерно наличие высокоэффективного промышленного производства, значительное увеличение доли сектора услуг в ВВП, дальнейшее увеличение значения знаний для развития экономики, развитие интернет-технологий и новые (пострыночные) формы конкурентной борьбы. Собственно говоря, важнейшим отличием рыночной экономики от пострыночной экономики и выступают новые общественно-функциональные технологии, направленные на нелетальное разрушение социальных субъектов и ориентированные на противодействие этому разрушению» [9, с. 23].

В таких условиях требуются модификация и адаптация существующих механизмов к либеральной экономической системе, создание новых институтов, адекватных современным потребностям и отвечающим требованиям информационной экономики. Многие ученые (А. Пенти, Д. Белл) развитие информационной экономики связывают со становлением постиндустриального общества, в котором ключевую роль отводят производству услуг, проведению НИОКР, а главной производительной силой общества считают информацию. Однако П. Друкер отмечает, что не информация, а именно знания, в которых воплощена эта информация, составляют основу информационной экономики первой четверти XXI в.: «Знания все чаще становятся ключевым фактором экономического превосходства государства на международной арене» [6, с. 228]. Экономика знаний,

по мнению И. А. Близнец, «представляет собой новый тип организации общества, где производство и использование знаний являются основным источником экономического роста» [4, с. 4].

XXI в. является информационно насыщенным. Приблизительно каждые 10 лет в фундаментальных науках происходит увеличение объема знаний в 2 раза, в прикладных — каждые 5 лет, а каждые 7—10 лет происходит удвоение расходов на проведение научных исследований и разработок. Только в США за последние 20 лет расходы на НИОКР выросли в 4 раза. Кроме того, в совокупном капитале развитых стран доля физического капитала стремительно падает (2015 г. — 21...23 %), а человеческого растет (2015 г. — 77...79 %) [1, с. 15].

Прослеживается прямая взаимосвязь развития человеческого капитала и уровня международной конкурентоспособности страны. Практическая реализация накопленного человеческого капитала отражается в затратах и качестве проведения НИОКР. В свою очередь осуществление НИОКР для любой страны является приоритетной задачей. Мировой опыт показывает, что при значении этого показателя ниже 0,4 % наука может выполнять в государстве лишь социально-культурную функцию. Влияние науки на экономическое развитие возможно при значении наукоемкости ВВП свыше 0,9 %. В Европейском союзе критическим считается уровень наукоемкости ВВП в 2 %.

Данный факт подтверждает мнение Д. Белла, что «развитие постиндустриального общества не предполагает исчезновение индустриального компонента — следовательно, новый тип общества не замещает предыдущие, а дополняет их» [2, с. 314]. На данную особенность общественного развития указывает в своих исследованиях А. М. Баранов: «...Как индустриальное общество, основной ценностью которого

выступал товар, сменилось постиндустриальным (информационным) обществом, основной ценностью которого являются услуги (в том числе информационные), так и антропогенное общество придет на смену постиндустриальному. В антропогенном социуме основной ценностью станет человек» [2, с. 315].

Данная тенденция прослеживается уже сегодня. Происходит становление нового в глобальном масштабе явления: в креативной экономике творчество как высшая форма универсально понимаемой креативности человека предстает в качестве основной движущей силы экономического развития.

Активное обсуждение концепции креативной экономики началось в самом конце XX в. В 1998 г. в Министерстве по культуре, средствам информации и спорту Великобритании был подготовлен и опубликован доклад «Проектирование креативной индустрии». В докладе креативная индустрия определялась как «индустрия, которая своим источником развития имеет личную креативность человека, умения и таланты, посредством которых возможно достичь благосостояния и создания новых рабочих мест» [7, с. 74—76]. К отраслям креативной индустрии были отнесены отрасли, ориентированные на создание и использование объектов интеллектуальной собственности (реклама, архитектура, ремесла, кинематография, музыка, дизайн, интерактивные развлекательные программы, программное обеспечение, телевидение и радио и др.).

На международном уровне этот термин стали использовать эксперты Конференции ООН по торговле и развитию, понимая под ним «креативную собственность с потенциалом для роста и развития экономики», а также «основанную на ней индустрию». Подобные определения креативной экономики отражают мнение о том, что не индустрия в целом,

а именно креативная индустрия (*creative industry*) может стать «двигателем, точкой нового роста» (*new grow thengine*), который может привести к экономическому росту в отдельно взятой стране. В докладе ЮНЕСКО 2013 г. креативная экономика рассматривается как один из наиболее быстро растущих секторов мирового хозяйства с точки зрения не только получения дохода, но и создания новых рабочих мест и увеличения объемов экспортных поступлений [13].

В экономической литературе утвердилось мнение, что впервые термин «креативная экономика» стал использовать профессор Шанхайской школы креативности и член Консультационного Совета по креативной экономике ООН Д. Хоукинс (2001). Он определяет креативную экономику как любую «бизнес-деятельность по производству товаров и услуг, имеющих экономическую ценность и созданных за счет оригинальной человеческой идеи» [7, с. 89; 18]. Впоследствии Р. Флорида более детально по сравнению с Хоукинсом проанализировал типы креативной индустрии, назвав основной производительной силой креативной экономики XXI в. профессиональные услуги в технологической и интеллектуальной сферах, а также в сфере искусства.

Следует подчеркнуть, что формирование креативной экономики базируется на современных информационно-коммуникационных технологиях и инновационных идеях. Широкомасштабное распространение Интернета и других информационных и коммуникационных систем привело в конце 1990-х гг. к пересмотру перспектив развития индустрии с технологии на человека. В результате возросло значение креативной экономики, основанной на инновационных знаниях, информационных ресурсах и сети Интернет, а также разнообразных объектах интеллектуальной собственности. По мнению А. М. Баранова, «...обмен прогрессивными наукоемкими технологиями на базе развития

информационно-коммуникационной среды — наиболее рациональный путь повышения уровня технологического и экономического развития стран», который «позволяет минимизировать эти затраты, сделать их однократными, поскольку ликвидируется потребность в параллельном проведении каких-либо НИОКР одновременно несколькими фирмами или странами» [3].

В данном случае показателен опыт североамериканских ТНК по трансферу (обмену) объектами интеллектуальной собственности (ОИС, табл. 1).

**Таблица 1**

**Объем валютных поступлений от экспорта ОИС США в мире (млрд дол.)**

Год	Всего поступлений	Поступления от независимых компаний	Внутрифирменные поступления		
			всего	головным компаниям США от иностранных филиалов и дочерних компаний	филиалам и дочерним компаниям США от зарубежных компаний
2010	105,6	39,2	66,4	63,1	3,3
2006	70,7	20,3	50,4	46,9	3,5
1998	35,6	9,3	26,3	24,4	2,0
1994	26,7	6,4	20,3	19,3	1,0
1990	16,6	3,4	13,3	12,9	0,4
1986	8,1	1,9	6,2	6,0	0,2

Источник: составлено на основе [15].

Основной вклад в формирование положительного внешнеторгового сальдо торговли ОИС США приходится на зависимые от головных компаний структуры ТНК.

Международный трансфер ОИС субъектами США преимущественно осуществлялся между аффилированными структурами, что обеспечивало порядка 63 % валютных платежей за импорт ОИС, а от независимых компаний поступления составили около 37 % общего объема платежей.

Вместе с тем наблюдается тенденция к постепенному перераспределению потоков в пользу независимых компаний: например, в 1990 г. данное соотношение составляло 80 % и 20 % соответственно, что свидетельствует об усилении интернационализации деловой активности компаний и увеличении степени зависимости ТНК США от зарубежных ОИС. В свою очередь аффилированные компании США экспортируют ОИС, доля которых в 2010 г. составила около 5 % общего объема внутрифирменных валютных поступлений, а в 1990 — 3 % [15].

Активизация процесса международного трансфера ОИС в аффилированных структурах ТНК США стала возможной в результате перемещения структурных подразделений НИОКР в страны, обладающие высококвалифицированными специалистами. Согласно теоретическим концепциям размещения структурных подразделений НИОКР ТНК, таких как модель технологической кривой, матрица технологического портфеля М. Перлица [17], модель Т. Герпотта [14], модифицированная модель конкуренции М. Портера [16] и другие, качество человеческого потенциала является ведущим фактором при создании за рубежом организации по выполнению НИОКР. В странах с большим количеством неквалифицированного персонала в ходе международного трансфера ОИС, вероятнее всего, будут созданы сборочные производства, а в обладающих высококвалифицированными трудовыми ресурсами — высокотехнологичные производства, ориентированные на выполнение НИОКР [12]. Так, отношение расходов на НИОКР к капиталовложениям ТНК

США в 2009 г. составило 0,4. Это свидетельствует о том, что из 1 млрд дол. капиталовложений компаний практически половина (400 млрд дол.) расходуется на НИОКР. Для аффилированных компаний США данное соотношение в 2009 г. составило 0,2. Очевидно, что основную сумму затрат на проведение НИОКР несут материнские компании, однако за период с 1999 по 2009 г. сумма расходов головных компаний увеличилась в 1,6 раза, а иностранных филиалов — практически в 2 раза [11].

Организация совместных компаний по выполнению НИОКР вероятна в том случае, если субъект страны-реципиента обладает качественным человеческим потенциалом, и для субъекта страны-донора представляют особый интерес результаты его научно-технической деятельности. Так, компанией *Motorola* было создано 18 совместных научно-исследовательских организаций на территории КНР в целях проведения совместных исследований в сфере электроники [8, с. 35]. В случае организации совместной компании, как отмечают американские исследователи, у субъекта страны-донора и реципиента наблюдается небольшой технологический разрыв либо они находятся приблизительно на одинаковом уровне технологического развития.

Следовательно, можно утверждать, что «основу экономики XXI в. составляют знания, воплощенные в технологиях, выступающие в качестве главной производительной силы общества. Реализация накопленных знаний в технологиях, используемых в реальном секторе экономики, может стать основой конкурентоспособного технологического обмена, позволяющего сократить технологический разрыв между странами» [5, с. 66].

Таким образом, креативная экономика, в отличие от классической экономики знаний, в качестве главного источника экономического роста рассматривает не только

технологии и знания, но и *креативные идеи, содержащие оригинальные технологии и знания*, реализуемые в различных сферах. Поскольку приоритетным направлением развития экономики знаний является достижение экономического роста инновационного типа за счет роста эффективности производства, приоритетной целью креативной экономики является формирование сбалансированного самоподдерживающего роста для увеличения уровня занятости и благосостояния граждан в рамках благоприятных условий развития экономической экосистемы (см. табл. 2).

Формирование креативной экономики предполагает изменение всей структуры взаимодействия общества и бизнеса, так как в ней создается высокая добавленная стоимость за счет креативных идей во взаимодействии с инновационными знаниями и информационно-коммуникационными технологиями в различных сферах экономики, культуры, искусства, науки и образования.

В отличие от секторально-отраслевого подхода к креативной экономике (искусство, культура), она трактуется как макроэкономическая концепция, ориентированная на улучшение общенациональных показателей экономического развития (занятость, рост, благосостояние). Современной технологической основой креативной экономики являются ИКТ, а интеллектуальной — человеческий капитал. Именно они оказывают комплексное воздействие на скорость и механизм распространения инновационных и креативных знаний в современной открытой экономике и обществе. Формирование элементов креативной экономики, их движущих кластеров происходит на высшем этапе развития экономики знаний в обществе. Креативная экономика сможет обеспечить достижение сбалансированного и самоподдерживающего экономического роста только при условии, что она из концепции превратится в реальность.

**Таблица 2**  
**Отличительные черты креативной экономики от экономики знаний**

Параметры	Экономика знаний	Креативная экономика
Уровень	Микро (предприятия)	Макро (государство)
Главный ресурс	Технологии, знания	Креативность, предприимчивость
Основной результат	Производительность (эффективность)	Создание рабочих мест, новых потребностей и рынков
Субъект	Отдельная компания	Благоприятствующая экономическая экосистема в обществе
Цель	Прибыль предприятия	Гармония, процветание
Стратегические приоритеты	Экономический рост инновационного типа	Сбалансированный и самоподдерживающийся рост, занятость, благосостояние
Роль государства	Невмешательство	Содействие
Государственное регулирование	Контроль	Поддержка

Источник: модифицировано на основе [10, с. 23–24].

При этом концепция креативной экономики должна быть возведена в ранг государственной стратегической инициативы, где роль государства будет заключаться в активном содействии и повсеместной поддержке креативности и предприимчивости на основе самых современных информационно-коммуникационных технологий.

С учетом данных рассуждений можно сформулировать желаемые цели и направления реализации концепции креативной экономики в условиях современного этапа глобализации.

*Во-первых*, ее стратегическими целями являются:

а) создание благоприятствующей институционально-экономической экосистемы для повсеместного поощрения креативности и развития на ее основе новых форм предпринимательства, что в перспективе обеспечит сбалансированный, устойчивый и самоподдерживающийся рост экономики, повышение международной конкурентоспособности;

б) рост благосостояния посредством создания новых источников экономического роста (точек, сегментов, кластеров, учитывая, что традиционные отрасли и виды деятельности при насыщении рынков утрачивают черты драйверов роста), формирования новых потребностей и рынков сбыта, организации новых рабочих мест;

в) процветание и гармония в обществе путем стимулирования развития культурного контента (фильмы, сериалы, музыка, компьютерные игры, персонажи) на основе компьютерного обеспечения и мобильного сопровождения.

*Во-вторых*, направлениями реализации концепции должны стать:

а) формирование новых драйверов экономического роста, основывающихся на воображении и креативности, на наукоемких технологиях и ИКТ;

б) поиск эффективных форм партнерства между государством, ведущими ТНК, университетами и малым бизнесом;

в) активизация создания новых фирм и видов бизнеса, способных использовать человеческий капитал (интеллектуальную собственность), наукоемкие технологии, культуру и искусство (последнее потребует разработки специальных программ подготовки и повышения квалификации).

*В-третьих*, в новой экономической стратегии важнейшими приоритетами должны стать целенаправленная государственная поддержка формирования благоприятной институциональной среды для открытия и ведения бизнеса, обеспечения гарантий защиты прав креативной деятельности, а также финансовая поддержка развития венчурного бизнеса в сфере контента культуры, ИКТ и восстановления бизнеса после возможного непреднамеренного банкротства.

*В-четвертых*, в условиях глобализации и открытости экономики необходимо стимулировать развитие взаимовыгодного сотрудничества между странами и фирмами в области креативной экономики для генерирования новых международных конкурентных преимуществ за счет компетенций партнеров в рамках стратегических альянсов.

### Список литературы

1. **Базылев Н. И., Базылева М. Н., Соболева Н. В.** Новая экономика (экономика знаний): содержание, черты и закономерности развития: монография. Могилев: Бел-Рос. ун-т, 2005. 106 с.
2. **Баранов А. М.** Информационная экономика: историко-методологические основания // Историко-экономические исследования. 2016. Т. 17 № 2. С. 297—318.

3. **Баранов А. М.** Информационные кластеры как основа инновационного развития Республики Беларусь: зарубежный опыт // Друкеровский вестник. 2016. № 1 (9). С. 246—254.
4. **Близнец И. А.** Роль интеллектуальной собственности в условиях становления общества знаний // Инновации. 2011. № 1. С. 4—7.
5. **Данильченко А. В., Бертош Е. В.** Международный трансфер технологий и политика импортозамещения в Республике Беларусь // Проблемы управления. Сер. А и В. 2012. № 1 (42). С. 66—69.
6. **Друкер П. Ф.** Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества: пер. с англ. М.: Вильямс, 2007. 322 с.
7. **Ли Сокдже.** Общая теория креативной экономики. Сеул: Дунам, 2010. 109 с. (на корейском языке).
8. **Маторин О. В.** Современные стратегии реформирования ТНК США: монография. М.: Проспект, 2008. 200 с.: ил.
9. **Солодовников С. Ю.** Феноменологическая природа взаимоотношенности экономической конкурентоспособности и социального капитала Беларуси и Украины // Экономическая наука сегодня. 2015. № 3. С. 23—34.
10. **Сунчал Янг.** Стратегия креативной экономики правительства Республики Корея // Институт развития Кореи. 2014. № 2. С. 10—41 (на корейском языке).
11. **Varefoot K. B., Mataloni Jr. R. J.** U.S. Multinational Companies Operations in the United States and Abroad Bureau of Economic Analysis / U.S. Department of Commerce. 2011. Web. URL: [http://www.bea.gov/scb/pdf/2011/11%20November/1111\\_mnc.pdf](http://www.bea.gov/scb/pdf/2011/11%20November/1111_mnc.pdf) (accessed: 28.11.2011).
12. **Carr D. L., Markusen J. R., Maskus K. E.** Estimating the knowledge — capital model of the multinational enterprise // The American Economic Review. 2001. Vol. 91. No. 3. P. 693—708.

13. Creative Economy Report. 2013 Special Edition // UNESCO. 2013. Web. URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf> (accessed: 28.09.2017).
14. **Gerpott T. J.** Globales F&E-Management: Bausteine eines Gesamtkonzepts zur Gestaltung eines weltweiten F&E-Standortsystems // Integrierter Technologie und Innovationsmanagement / Eds.: Booz, Allen, Hamilton. Berlin, 1991. S. 49—73.
15. International Economic Accounts // Bureau of Economic Analysis / U.S. Department of Commerce. 2011. Web. URL: [http://www.bea.gov/international/international\\_services.htm](http://www.bea.gov/international/international_services.htm) (accessed: 28.09.2017).
16. **Pearson A., Brockhoff A., von Bohmer A.** Decision Parameters in Global // R&D Management. 1993. Vol. 23. No. 3. P. 249—262.
17. **Perlitz M.** Internationales Management. Stuttgart: Lucins& Lucins, 1997. 704 p.
18. What is creative economy? // The Creative Economy / Site by J. Howkins. Web. URL: <http://www.johnhowkins.com/wordpress/> (accessed: 28.09.2017).