

Опыт развития креативных индустрий за рубежом Experience in the Development of Creative Industries Abroad

Э. БАЙКОВА

Байкова Эльвира Рафаэлевна, канд. экон. наук, доцент кафедры общей экономической теории Института экономики, финансов и бизнеса Башкирского государственного университета. E-mail: baykova-oet@yandex.ru

В настоящее время в зарубежных странах наблюдается тенденция к активному росту креативного сектора, который становится альтернативой сырьевым отраслям экономики. В ходе исследования было установлено отсутствие четких границ между понятиями «креативные индустрии», «культурные индустрии» и «творческие индустрии». В статье приведен зарубежный опыт применения различных инструментов поддержки креативного сектора и выделены модели развития креативных индустрий. Особое внимание уделено креативным городам, зонам роста, которые становятся важными точками приложения усилий по развитию креативных индустрий во всем мире, поэтому создание благоприятной среды для реализации креативного потенциала лежит в основе государственной политики развитых стран.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативный сектор, творческие индустрии, человеческий капитал, креативная экономика, креативный город.

Currently, in foreign countries there is a tendency for the active growth of the creative sector, which is becoming an alternative to the raw material model of the economy. The study found that there are no clear boundaries between the concepts of «creative industries», «cultural industries». The article presents foreign experience in the use of various tools to support the creative sector and highlights models for the development of creative industries. Particular attention is paid to creative cities, growth areas, which are becoming important points of application of efforts to develop creative industries around the world, therefore, creating a favorable environment for the realization of creative potential lies at the heart of the state policy of developed countries.

Key words: creative industries, creative sector, creative industries, human capital, creative economy, creative city.

Основные положения

1. Методы измерения доли креативных индустрий далеки от идеала, так как не существует общепринятого подхода к типологии творческих индустрий и видов деятельности, которые в разных странах группируются по-разному.
2. Развитие креативных индустрий стимулирует рост малого и среднего предпринимательства, что, в свою очередь, приводит к созданию новых рабочих мест.
3. Креативные индустрии постепенно становятся драйверами экономического развития в мире.

Введение

В основе концепции «креативной экономики», разработанной в 2001 году Джоном Хокинсом, лежит использование человеком творческого воображения для создания ценности идеи. В отличие от креативных индустрий, которые ограничены конкретными отраслями, термин «креативная экономика» описывает креативность экономики в целом.

Понятие «креативные индустрии» (англ. «creative industries») впервые было сформулировано Департаментом культуры, медиа- и спорта Великобритании во второй половине 1990-х гг. Вопросы креативных индустрий, креативного класса, креативной экономики нашли отражение в трудах многих зарубежных авторов. Так, Ч. Лэндри разработал концепцию «креативного города», считая, что источником креативности являются творческие люди и организации, которые собираются на одной территории и формируют, таким образом, творческую среду [6]. Дж. Коннор писал об экспорте идей творческих отраслей. Р. Флорида в своем труде отмечал, что

«креативность проявляется в технических изобретениях, разработке новой продукции и создании новых фирм, культурной креативности и художественном творчестве, появлении абсолютно новых индустрий, от компьютерной графики до цифровой музыки и анимации» [8]. Предшественником термина «креативные индустрии» является термин «индустрии культуры», введенный в научную среду в 1947 году исследователями Т. Адорно и М. Хогхаймером. К началу 70-х гг. XX века кино, телевидение, музыкальная индустрия стали приобретать все большее значение. В 1990-х гг. активно распространялись компьютерные технологии, цифровая культура и Интернет. Все это привело к становлению культурных (креативных) индустрий в качестве ядра креативной экономики.

Многие западные страны еще 10–15 лет назад начали поддерживать развитие креативного сектора. В них они видели источник развития экономики и общества. Появилось много креативных городов, в основе которых находятся креативные индустрии. Стоит заметить, что для России тема «креативных городов» и креативных индустрий является довольно новой, а креативные индустрии сконцентрированы в двух крупнейших отраслях – рекламе и секторе информационных технологий. К 2020 году вклад креативных индустрий в мире достиг 2,3 трлн. долл., число рабочих мест составило 29,5 млн – 1 % от всего занятого населения в мире [5]. Креативность в современных условиях выступает в качестве ключевого фактора экономического роста.

Методы

Теоретическую базу исследования составили работы российских и зарубежных ученых по вопросу креативных (творческих) индустрий. Эмпирическая база строится на статистических данных экспертов НИУ ВШЭ. В статье были использованы такие методы научного исследования, как анализ, сравнение, обобщение.

Результаты и обсуждение

В отчете Европейского парламента (ЕП) от 13 апреля 2011 г. о раскрытии потенциала культурных и творческих индустрий термин «креативная индустрия» трактуется в связи с так называемой «культурной индустрией».

В большинстве исследований понятия «креативные индустрии», «культурные индустрии» и «творческие индустрии» описываются лишь посредством видов деятельности, и порой лексически взаимозаменяемы. Отсутствие четких границ данных терминов приводит к статистическим ошибкам. Стоит отметить, что в рамках творческих индустрий создается уникальный творческий продукт, который в «руках» культурных индустрий превращается в культурную ценность, а креативные индустрии, в свою очередь, преследуя цель коммерциализации продукта, создают добавочную стоимость. Часто содержание креативных индустрий описывают посредством видов деятельности, «основанных на творчестве, индивидуальных талантах и навыках, обладающих потенциалом создания рабочих мест и богатства за счет создания и использования интеллектуальной собственности» [5].

В условиях цифровизации и глобализации креативные индустрии становятся движущей силой развития экономики многих стран. Для данного сектора характерна устойчивость к циклическим колебаниям экономики. Так, в условиях коронакризиса в креативных индустриях были массово запущены онлайн-проекты, разработан контент на основе новых технологий, более широкое развитие получили такие способы заработка, как краудфандинг, фандрайзинг, монетизация контента. Способность приносить прибыль от индивидуального творчества и интеллектуальной собственности делает креативный сектор привлекательным для инвестиций.

Креативные индустрии постепенно становятся драйверами экономического развития в мире, и по динамике роста опережают традиционные отрасли. Согласно исследованиям НИУ ВШЭ, вклад креативной экономики в ВВП многих стран стремится к 6%, по другим источникам – к 12 %, в России этот показатель составляет 2,4 % (таблица 1). Стратегия пространственного развития России, принятая в 2019 году, предусматривает разработку концепции развития креативных индустрий. По прогнозам Центра стратегических разработок, в 2024 году доля

креативных индустрий в ВВП России должна составить 8,5 %. Агентство стратегических инициатив при оценке доли «креативного сектора» ориентируется на коды ОКВЭД. Ведется учет выпуска в секторе сферы культуры, искусства, цифровых технологий, развлечений, медиа, коммуникаций, дизайна и образования. По данной методике, в России показатель вклада креативных отраслей в ВВП составляет 4,37 %, что выше оценки, которую дают эксперты НИУ ВШЭ. В настоящее время единый подход к измерению размера креативного сектора экономики отсутствует как за рубежом, так и в России, а для получения точных оценок требуется четкое определение видов деятельности, подходящих под область креативных индустрий.

Таблица 1

Вклад креативных индустрий в ВВП стран, 2019 [2]

Страны	ВВП, млрд. долл	Доля в ВВП, %
Китай	988	4,2
США	921,6	4,3
Великобритания	188,1	5,8
Италия	163,4	6,1
Франция	146,1	4,4
Германия	139,3	3
Россия	104,6	2,4
Бразилия	84	2,6
Австралия	76,7	5,7
Канада	51,4	2,7

В международной практике к креативным индустриям относят свыше двух тысяч видов деятельности. В целом ряде отраслей заняты молодые и пожилые граждане, домохозяйки и пенсионеры, которые в традиционных отраслях не всегда находят себе применение. Несмотря на то, что данных о количестве рабочих мест в креативных отраслях становится все больше, мало что известно о качестве этих рабочих мест. Существует необходимость выявления наиболее актуальных профессий и навыков, которые будут востребованы в будущем. Результаты проведенного экспертами НИУ ВШЭ исследования численности занятых в креативных отраслях в ряде стран отражены в таблице 2. Согласно концепции развития креативных индустрий, долю занятых в них в России планируют увеличить до 15 %. В мире наблюдают тенденцию к «доминированию на рынке труда креативной индустрии в области медиа (к 2020 г. создано около 10 млн новых рабочих мест), отмечается, что визуальное и исполнительское искусство имеет высокие перспективы роста на рынке труда» [5].

Таблица 2

Занятость в креативных индустриях по странам, 2019 [2]

Страны	Тыс. человек	Доля в общей численности занятых, %
США	5200	3,3
Россия	2700	3,8
Великобритания	2100	6,3
Германия	1696	4,1
Италия	1550	6,1
Франция	1342	5
Индия	1103	0,2
Бразилия	837	0,9
Канада	655	3,5
Австралия	403	3,8
Гонконг	217	5,5

Опыт других стран показывает, что креативные индустрии развиваются в определенных творческих пространствах, которые становятся драйверами экономического развития городов и всей страны. Британский культуролог Ч. Лэндри, под руководством которого были реализованы

городские проекты по всему миру, сформулировал концепцию «креативного города». «Опыт зарубежных стран показывает, что креативные индустрии могут создавать до 20 % ВВП городов» [6].

Креативные индустрии находятся в центре стратегии и политики нового экономического развития в целом ряде городов Европы. К зонам активного роста креативного сектора относят Лондон, Берлин, Барселону.

В Лондоне насчитывается более «386 тысяч креативных предпринимателей, которые приносят около 19 млрд фунтов, что составляет 16 % всей экономики британской столицы. По данным GLA Economics, такие отрасли креативных индустрий, как реклама, архитектура, IT и издательское дело составляют 16,3 % от общего числа рабочих мест в Лондоне» [7]. Здесь подчеркивают важность поддержки представителей креативных отраслей на этапах создания, разработок и инноваций и реализации исследований, а также необходимость использования государственных средств для стимулирования увеличения объемов частных инвестиций в креативные отрасли.

Еще одной зоной роста креативных индустрий является Берлин, который стал местом проведения различных международных мероприятий: Берлинале, German Film Awards, Media Convention, Gamesweek, Deutscher Computerspielpreis. В Берлине широко распространены project-spaces, оборудованные помещения, где можно реализовать определенный проект, протестировать бизнес-модели, а также поэкспериментировать с идеями. Здесь действует более 24 тысяч креативных компаний со 170 тысячами сотрудников.

Барселону относят к крупнейшему кластеру креативных индустрий. К креативным отраслям здесь относят: программирование, видео-индустрию, НИОКР, а также виды деятельности, имеющие «традиционные корни» в производстве, такие как полиграфию, моду, ювелирное дело, музыкальную индустрию. Креативные индустрии находятся в постоянном росте и являются мощным средством обеспечения новыми рабочими местами, повышения конкурентоспособности, увеличения благосостояния. «The Catalan Institute of Cultural Enterprises контролирует деятельность 140 тысяч креативных предпринимателей» [7], представленных в Каталонии. Креативные индустрии приносят 5,7 млрд. евро в год, что составляет 3,2 % от добавленной стоимости всей продукции, производимой в Барселоне. Здесь государство содействует обучению, исследованиям, запуску бизнес-проектов в сфере креативных индустрий. Разрабатывается программа торговых ярмарок, экономических мероприятий и конкурсов идей для привлечения инвесторов.

Как видно из сказанного выше, в зарубежной практике используются различные программы развития креативных индустрий, которые реализуются на уровне правительств или министерств и финансируются за счет государства. Поддержка креативного сектора в Европе сводится к одновременному развитию пяти инфраструктурных компонентов:

- 1) профессиональные сети и ассоциации;
- 2) организационный потенциал, специальное образование;
- 3) инкубаторы и акселераторы;
- 4) творческие кластеры;
- 5) интернационализация.

В Великобритании распространена практика предоставления помещений на льготных условиях, грантовая поддержка. Вклад креативных индустрий составляет «77 млрд фунтов и 1,7 млн рабочих мест. Особое место занимает институт бизнес-ангелов (частных инвесторов). В условиях пандемии в 2020 г. отрасли искусства, культуры и наследия получили от правительства пакет поддержки в размере 157 млрд фунтов в виде грантов и кредитов. В Великобритании впервые стали применять специальные статистические коды для оценки доли креативных отраслей» [7]. Этот опыт переняли большинство стран-членов ЕС. В UK Federation of Creative Industries отметили, что креативные индустрии часто недофинансированы, страдают от нехватки навыков, которые препятствуют росту, присутствует также проблема неравного доступа к возможностям, необходимые отдельным лицам для полного раскрытия своего потенциала.

В процессе исследования опыта зарубежных стран были выделены четыре группы моделей развития креативных индустрий: американская, скандинавская, европейская и азиатская.

Таблица 3

Модели развития креативных индустрий

Модель	Страны	Особенности	Продукт креативных индустрий, область реализации творческого потенциала
Американская	США, Канада, Латинская Америка	стратегия глокализации, «копирайт-индустрии», культурная политика на уровне штатов и муниципалитетов	дизайнерская, печатная, аудиовизуальная продукция
Скандинавская	Швеция, Дания, Финляндия	креативные навыки в предпринимательстве, грантовая поддержка, стимулирование инноваций и инвестиций в творчество	медиа, аудиовизуальная продукция, театральные постановки, музеи, литература, реклама
Европейская	Великобритания, Германия, Испания, Италия, Франция	project-spaces, картирование, творческие кластеры, агентства поддержки	архитектура, кино- и аудиовизуальная продукция, реклама, видеоигры, IT, издательское дело
Азиатская	Гонконг, Сингапур, Тайвань, Китай, Южная Корея, Япония	поддержка киноиндустрии, креативных наук; развитие индивидуальных творческих начал, цифровых технологий; учет креативности территорий	аудиовизуальная продукция, видеоигры, сервисы обмена мгновенными сообщениями, архитектура, контент

Креативные индустрии Европы состоят из отраслей, деятельность которых основана на культурных ценностях или художественных формах индивидуального или коллективного креативного самовыражения и определена в правовой базе программы «Креативная Европа». Европейская модель развития креативных индустрий строится на поддержке международного сотрудничества, сетевой деятельности креативных отраслей, софинансировании важных платформ. В странах Европы создаются креативные кластеры, функционирующие за счет взносов участников, а также получаемых грантов. Доступность финансирования креативных секторов и отраслей является не менее важной темой, в связи с чем в Европе работают над созданием эффективной финансовой экосистемы.

В основе американской модели лежит политика поощрения предпринимательской инициативы, развития творческих навыков и изобретательности. Креативные города выступают в качестве территории комфортной жизни для представителей креативного класса. В США широко используется стратегия «глокализации» – «процесс экономического, социального, культурного развития, для которого характерно сосуществование разнонаправленных тенденций и ориентация на создание продукции и услуг, адаптированных к запросам зарубежных потребителей» [9]. На федеральном уровне в США нет единой политики для креативных индустрий, все отрасли получают поддержку на уровне штатов и муниципалитетов. Креативные индустрии стимулируют инновации, укрепляют конкурентоспособность США на мировом рынке и играют важную роль в поддержании экономической активности. В США придерживаются консервативного подхода к определению креативных индустрий, сосредоточившись исключительно на предприятиях, занимающихся производством или распространением произведений искусства (от некоммерческих музеев, симфонических оркестров и театров до коммерческих кино-,

архитектурных и рекламных компаний). При оценке доли креативного сектора исключают такие отрасли, как компьютерное программирование и научные исследования.

Модель креативных индустрий в скандинавских странах сосредоточена на системе профессионального образования, где обучают практическому применению креативных навыков в предпринимательстве. Скандинавская модель развития креативных индустрий предполагает «использование грантовой поддержки, стимулирование инноваций и инвестиций в творчество» [1].

Азиатская модель развития креативных индустрий направлена на создание инновационной составляющей креативного продукта. Здесь используются элементы традиционной культуры в качестве политики продвижения национальных интересов на мировой рынок и современных культурных форматов. Развитию креативного сектора в Корее способствовало снятие государственных ограничений и контроля медиа, переход на создание продукта киноиндустрии для европейской и американской аудитории. В Южной Корее деятельность «КОССА, специально созданного правительственного агентства, позволила наладить работу с креативными индустриями и вывести корейский контент на международный рынок» [1]. Креативные индустрии Китая опираются на инвестиции частного сектора экономики, и, как креативные индустрии Европы, ориентированы на глобальные рынки.

Вместе с тем, следует выделить ряд проблем, с которыми сталкиваются креативные индустрии зарубежных стран в настоящее время. Во-первых, отмечается низкий уровень творческого образования и отсутствие навыков работы с новыми технологиями; во-вторых, недостаточное инвестирование в обучение и развитие профессиональных качеств работников данных отраслей; в-третьих, низкая оплата труда в ряде креативных отраслей.

С методологической точки зрения, проблема разграничения видов деятельности в рамках творческих, культурных и креативных индустрий остается открытой как за рубежом, так и в российской практике. Требуется проработка объективной единообразной методики оценки городской креативности, доли креативных индустрий, или креативного сектора. Опыт стран весьма полезен для разработки и реализации программ развития креативных индустрий, стратегии городского развития. Растет необходимость постоянного мониторинга модных тенденций в сфере занятости, в развитии творческих навыков, талантов. Во всем мире, в особенности в зонах роста креативных индустрий, бесспорной остается необходимость расширения образовательных программ по обучению креативным и предпринимательским навыкам со школьной скамьи. Помимо используемых способов внешнего финансирования культурных инициатив – краудфандинга и фандрайзинга, представители креативных индустрий нуждаются в создании финансовой инфраструктуры и поддержке со стороны государства.

Заключение

В завершение рассмотрения данного вопроса можно сказать, что на сегодняшний день креативные индустрии являются одним из передовых секторов экономики. Опыт развитых стран показывает высокую долю креативного сектора в ВВП, что служит фактором привлечения внимания инвесторов, к примеру, в область аудиовизуального контента, интернет-рекламы, дизайна. Вместе с тем следует подчеркнуть, что творческие индустрии формируют имидж городов, а это способствует не только привлечению инвестиций, но и развитию туризма. Из сказанного становится очевидным то, что современные города становятся драйверами развития и полигоном для создания инноваций. Разнообразие отраслей и видов деятельности требует постоянного обновления программ развития креативных индустрий и законодательной базы.

Литература

1. Благова И.Ю. Зарубежный опыт развития креативных индустрий // Проблемы современных социокультурных исследований: сб. науч. трудов по материалам Междунар. науч.-практич. конф. 27 октября 2020г. Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. С. 45–48.

2. Бредихин С.В., Власова В.В. и др. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы [Электронный ресурс]. URL: https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538563/Human%20Capital_NCMU_Digest%201_Creative%20Industries_2021.pdf

3. Вклад цифровых платформ в развитие креативных индустрий и поддержку креативного предпринимательства / Г.Р. Имаева, Е.Ю. Сушко, И.А. Гильдебрандт, Л.В. Спиридонова, Л.Р. Баймуратова. М.: Изд-во НАФИ, 2021. 84 с.

4. Глушкова Ю.О., Васина А.В. Влияние COVID-19 на креативные индустрии // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2021. Т. 21. № 1. С. 48–54.

5. Жупарова А. С., Исмаил Г. Ж. Экономика креативных индустрий: сущность и основные характеристики // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2021. № 3. С. 36–45.

6. Лэндри Ч. Креативный город / Пер. с англ. М.: Классика-XXI, 2006. 399 с.

7. Скиба Н. Креативная экономика в Европе: 5 шагов для взлета [Электронный ресурс]. URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/creative-economy-steps-to-rise>

8. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. М.: Классика-XXI, 2005. 430 с.

9. Хестанов Р.З. Креативные индустрии – модели развития // Социологическое обозрение. 2018. Т. 17. № 3. С. 173–196.

DOI: [10.34773/EU.2022.1.3](https://doi.org/10.34773/EU.2022.1.3)

Статистический анализ основных фондов России в период пандемии коронавируса

Statistical Analysis of Fixed Assets in Russia during the Coronavirus Pandemic

Ю. КОМАРОВА, Н. КОЛОТОВА

Комарова Юлия Владимировна, ведущий специалист-эксперт отдела статистики строительства, инвестиций и жилищно-коммунального хозяйства Территориального органа Федеральной службы государственной статистики – Челябинскстат. E-mail: Yuolya21@mail.ru

Колотова Надежда Самуиловна, канд. экон. наук, доцент кафедры математического и компьютерного моделирования Южно-Уральского государственного университета (г. Челябинск). E-mail: kolotovans@susu.ru

Статья посвящена исследованию оценки величины основных фондов и динамики их стоимости в период пандемии коронавируса. Анализ наличия, движения, состояния основных фондов имеет особое значение для разработки концепции процесса экономики страны. С помощью анализа движения воспроизводства основных фондов можно определить подходы и направления, при помощи которых возможно повысить уровень эффективности использования основных фондов.

Ключевые слова: основные фонды, индекс физического объема, коэффициент обновления, коэффициент выбытия, степень износа.

The article is devoted to the study of the assessment of the value of fixed assets and the dynamics of their value during the coronavirus pandemic. Analysis of the availability, movement, condition of fixed assets is of particular importance for the development of the concept of the process of the country's economy. By analyzing the movement of the reproduction of fixed assets, it is possible to determine approaches and directions by which it is possible to increase the level of efficiency in the use of fixed assets.

Key words: fixed assets, physical volume index, renewal rate, retirement rate, wear rate.