

УДК 338.1

*Н.Н. Казанская*

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ, г. Санкт-Петербург, email: kazankaia@yandex.ru

## РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**Ключевые слова:** креативность, функциональное творчество, финансирование креативных индустрий, креативные сервисы, креативная экономика.

В статье рассмотрены основные этапы развития креативных индустрий в мире и в России. Проведена сравнительная оценка доходов различных областей креативной индустрии. В результате анализа выявлены факторы, оказывающие влияние на развитие этих индустрий в условиях российской экономики. Одним из важнейших факторов является наличие целевых программ финансирования креативных сфер деятельности. Автором проведена оценка возможности финансирования креативных индустрий на российском рынке. Сделаны выводы о необходимости государственной поддержки с учетом различий в приоритетах развития данной отрасли в различных регионах страны.

*N.N. Kazanskaya*

Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Saint Petersburg, email: kazankaia@yandex.ru

## DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES IN MODERN CONDITIONS

**Keywords:** creativity, functional creativity, financing of creative industries, creative services.

The article discusses the main stages of the development of creative industries in the world and in Russia. A comparative assessment of the income of various areas of the creative industry was carried out. As a result of the analysis, the factors influencing the development of these industries in the conditions of the Russian economy are identified. One of the most important factors is the availability of targeted funding programs for creative fields of activity. The author assessed the possibility of financing creative industries in the Russian market. Conclusions are drawn about the need for state support, taking into account the differences in the priorities of the development of this industry in different regions of the country.

Креативная экономика является движущей силой инновационных процессов в различных сферах деятельности. В странах Западной Европы, например, сфера креативных индустрий признана стратегически важным элементом развития страны. В Америке благодаря развитию креативного сектора экономики было создано более тридцати миллионов рабочих мест. Развитие этой сферы в России находится на стадии формирования. Творческие индустрии не формализованы на государственном уровне, но при этом они сохраняют огромный потенциал для экономического роста. Емкость российского рынка превышает производственные возможности отечественных компаний в сфере творчества. Дефицит предложения покрывается за счет импорта креативных товаров и услуг. Таким образом, в России не сформированы условия для развития креативных индустрий, что приводит

к оттоку из страны квалифицированных кадров. Выявление особенностей развития креативных индустрий применительно к специфике современного российского рынка позволит определить перспективы развития отрасли в целом.

### Основная часть

Термин «креативные индустрии» первоначально стал использоваться в Британии, Америке и Австралии менеджерами и активистами культуры еще в 1980-е годы. Усиленная коммерциализация культуры привлекла в индустрию частный капитал и предпринимателей, что способствовало не только созданию конкурентных условий в этих сферах, но и поиску новых источников доходов и капитализации.

Креативность была взята за основу для достижения инновационного и экономического роста. Терминология креативных индустрий формировалась на ос-

нове таких инноваций, как «креативная экономика» (Howkins, 2001), «креативные города» (Landry, Bianchini, 1995), «креативный класс» (Florida, 2002) [1].

В начале 2000 г. начались процессы встраивания концепции креативных индустрий в конкретную государственную политику. Первое определение было дано Департаментом культуры, медиа и спорта (DCMS) Великобритании в 1997 году. Утверждалось, что креативные индустрии имеют свой «источник в индивидуальной креативности, умении и таланте и обладают потенциалом создания рабочих мест и благосостояния посредством производства и эксплуатации интеллектуальной собственности».

В этом историческом для креативных индустрий документе департамента Великобритании было выделено 13 отраслей, отнесенных по специфике деятельности к креативным индустриям. К ним отнесены обеспечение, мода, рынок искусств и антиквариата, архитектура, ремесла, исполнительские виды искусства, дизайн, интерактивное программное музыка, производство фильмов и видео, издательское дело, телевидение и радио, программные и компьютерные услуги, реклама [2].

Инновационная разработка департамента Великобритании заинтересовала правительство, так это могло изменить ситуацию с финансированием дотационных отраслей. Многие страны запустили процесс поиска возможностей адаптации британской стратегии к особенностям собственных национальных экономик и культур.

Основными спорными вопросами были организационные формы предприятий, корректировка британского перечня креативных индустрий и системы управления к особенностям национальных экономик.

За несколько лет схема политики креативных индустрий обрела международную известность и получила одобрение со стороны UNESCO. После того как UNESCO дало определение «креативным индустриям», концепция была использована такими государствами как Германия, Франция, Сингапур, Китай. Но эти страны разработали собственные схемы политик развития креативных индустрий.

Анализ мирового рынка креативных индустрий позволил выделить несколько крупнейших мировых рынков креативной индустрии:

– Азиатско-Тихоокеанский рынок – крупнейший в мире рынок креативной индустрии с максимальной концентрацией потребителей, высочайшим спросом на газеты и видеоигры. Например, выручка китайской компании Tencent, которая является ключевым игроком в производстве игр и сервисов по обмену мгновенными сообщениями составляет 22,9 млрд. долл. Японская газета «Yomiuri Shimbun» выходит тиражом 10 миллионов экземпляров в день. Индийская книжная индустрия – это огромный по масштабам книжный рынок в мире с самыми высокими темпами роста доходов от продаж книг.

– Европейский рынок креативной индустрии базируется на уникальной концентрации организаций, связанных с историческим наследием, искусством и модой. Например, 7 из 10 самых посещаемых музеев мира являются европейскими. Великобритания – лидер на арт-рынке. Французская компания Publicis является ключевым игроком в мировой рекламной индустрии. Крупные игроки креативной индустрии – WPP Group, Pearson, Axel Springer, Universal, Ubisoft и др.

– Североамериканский рынок креативной индустрии связан с рынком креативных сервисов и аудиовизуальных медиа – телевидения, кинопроизводства и радио. Здесь сосредоточено наибольшее число потребителей цифрового культурного контента (47%), что больше, чем в Азии (25%) и Европе (24%).

– Латиноамериканский рынок – это самый быстроразвивающийся рынок креативной индустрии. Он представлен мультимедийными конгломератами Grupo Globo (Бразилия), Grupo Televisa (Мексика) и Grupo Clarin (Аргентина), обладающими огромными интересами в медиа и не менее огромной аудиторией.

Кроме того, можно также выделить Африканский рынок, как один из развивающихся рынков креативных индустрий.

Перечень отраслей, относимых к креативному сектору экономики, различается в разных странах. Но наиболее часто

среди применяемых моделей классификации отраслей креативной экономики выделяются британская и американская модели.

Сравнительная оценка доходов различных областей креативной индустрии позволяет констатировать абсолютное доминирование медиапродукции и услуг (более 50% доходов креативной индустрии), где безусловным лидером является телевидение, формирующее около половины данных доходов. Второе место по доходам среди сфер креативной индустрии принадлежит искусствам, причем более 70 % в данном случае приносит выручка от визуальных искусств. Третью позицию по доходам занимает функциональное творчество (более 20 % от суммарных доходов креативной индустрии). Причем ведущим сектором, определяющим изменения между отраслями креативной индустрии в 2020 году, являются креативные сервисы.

В целом, можно констатировать, что креативная индустрия имеет огромный социально-экономический потенциал для развития территорий. Различные отрасли креативной индустрии обеспечивают новые, гибкие формы занятости, в том числе для предприятий малого и среднего бизнеса. Они позволяют находить дополнительные резервы для развития сельских территорий, моногородов.

Развитие креативных индустрий в России находится на стадии формирования, хотя и демонстрирует рост в динамике. Отсутствие современных технологий, сервисов в этой сфере являются серьезными препятствиями на пути развития отрасли креативных индустрий. В таблице 1 представлена оценка показателей развития креативных индустрий в России.

Впервые официальное понятие креативных индустрий в России появилось в документе «Основы государственной культурной политики» в 2014 году. В документе устанавливается перечень видов деятельности, которые отнесены к сфере креативных индустрий. К ним отнесены рекламное производство и средства массовой информации, промышленный дизайн и индустрия моды, музыкальная индустрия и индустрия кино, телевидение и производство компьютерных игр, галерейный бизнес, издательский бизнес

и книготорговля [4]. Однако многие эксперты отмечают, что перечень является неполным.

Но незначительный опыт России в данной сфере свидетельствует не только об упущенных выгодах, но и о имеющемся потенциале креативной индустрии для экономического роста как страны в целом, так и отдельных городов и регионов.

Проанализируем результаты экспорта творческих товаров и услуг России за последние пятнадцать лет более подробно.

По данным таблицы видна восходящая тенденция экспорта творческого производства страны, так к 2020 году общая стоимость достигла 15,34 миллионов долларов, что на 171 % больше, чем в 2005 году.

Как видно из таблицы в секторе креативных товаров уменьшение в динамике показателей наблюдается в журналистике на 3,45 % и продуктов изобразительного искусства на 33,33 %. Но в целом прирост экспорта от креативных товаров к 2020 году составил 46,28 %.

Креативные услуги имеют наибольший вес в структуре экспорта креативной индустрии, к 2020 году их прирост увеличился в два раза. Наибольший темп роста фиксируется у услуг информационно-коммуникативных технологий, прирост экспорта по этой статье вырос в четыре раза, в направлении исследований и разработок можно констатировать тенденцию к снижению роста на 50 % за анализируемый период [5].

Проведенный анализ позволил выделить несколько факторов, оказывающих влияние на развитие креативных индустрий в условиях российской экономики: обеспечение нормативно-правовой базы функционирования креативных индустрий; создание стратегии развития креативной сферы в России с учетом зарубежного опыта; постоянный контроль динамики результатов действий по развитию данного сектора, корректировка выбранной стратегии при обнаружении нисходящих тенденций. Кроме того, одним из важнейших факторов является наличие целевых программ финансирования креативных индустрий, что подтверждает статус данной сферы как стратегического приоритета развития экономики страны.

**Таблица 1**

Оценка развития креативной экономики России

| Характеристика                                                                               | 2018 | 2019 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|
| Доля креативной экономики в ВВП страны, %                                                    | 2,23 | 2,55 |
| Доля занятых в творческих профессиях, %                                                      | 6,1  | 6,8  |
| Доля отечественных творческих индустрий в структуре мирового экспорта, %                     | 0,4  | -    |
| Импортзамещение креативных товаров (сальдо экспорта-импорта креативных товаров), млрд. долл. | -4   | -4   |
| Импортзамещение креативных услуг (сальдо экспорта-импорта креативных товаров), млрд. долл.   | -3   | -3   |

Примечание: \*оценка импортзамещения креативных услуг по данным ЦБ по методологии ЮНКТАД [3].

**Таблица 2**

Экспорт креативной индустрии России, млн. долл.

| Отрасли                   | 2005 | 2010 | 2015  | 2020  |
|---------------------------|------|------|-------|-------|
| Креативные товары         | 1,21 | 0,31 | 1,58  | 1,77  |
| Арт изделия               | 0,01 | 0,01 | 0,02  | 0,03  |
| Музыка                    | 0,03 | 0,08 | 0,12  | 0,17  |
| Дизайн                    | 0,19 | 0,13 | 0,48  | 0,63  |
| Инновационное медиа       | 0,02 | 0,07 | 0,04  | 0,05  |
| Журналистика              | 0,87 | 0    | 0,85  | 0,84  |
| Продукты живописи         | 0,09 | 0,02 | 0,07  | 0,06  |
| Креативные услуги         | 4,43 | 9,3  | 10,53 | 13,58 |
| Реклама                   | 1,57 | 2,62 | 3,25  | 4,09  |
| Архитектура               | 1,15 | 3,23 | 2,65  | 3,40  |
| Исследования и разработки | 0,48 | 0,36 | 0,32  | 0,24  |
| Культурные услуги         | 0,19 | 0,47 | 0,34  | 0,42  |
| ИКТ                       | 1,04 | 2,62 | 3,97  | 5,44  |
| Общая стоимость           | 5,64 | 9,61 | 12,1  | 15,34 |

Проанализируем возможности финансирования креативной сферы в условиях российской экономики.

Финансирование культурных индустрий имеет два основных способа. Первый способ – это государственная поддержка с точки зрения финансирования институтов культуры (музейные комплексы, творческие образовательные программы, театры, библиотеки, ВУЗы с соответствующей специализацией, объекты исторического наследия), а второй способ – это распространение носителей творческой информации.

Специфика российского рынка предполагает выбор первого варианта

финансирования. Причем это должны быть адресные целевые меры государственной поддержки с учетом различий в приоритетах развития данной отрасли в различных регионах страны.

Также очень важным является учреждение учреждений креативного контента, обеспечивающих популяризацию творческих продуктов отечественного производства на мировом рынке. Креативная индустрия была выбрана в международном сообществе как стратегически важная сфера развития, ведущая к улучшению качества жизни людей и благополучия страны в целом.

**Таблица 3**

**Возможности финансирования креативной индустрии в современных условиях**

| Характеристики креативной индустрии                                                         | Возможное влияние на финансирование индустрии                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Низкая капитализация                                                                        | Делает затруднительным привлечение капитала со стороны частных и государственных институциональных инвесторов, и фондов                           |
| Отсутствие активов, принимаемых банками для обеспечения кредита                             | Недостаток обеспечения со стороны держателей активов препятствует получению кредитных линий со стороны финансовых институтов                      |
| Высокая доля творчества (креативности)                                                      | Недостаток инструментов финансирования креативных, творческих бизнес инициатив со стороны банков. Сложность привлечения бюджетного финансирования |
| Массовость потребителей креативных продуктов                                                | Наличие рыночного спроса на услуги и продукты креативных индустрий                                                                                |
| Постоянное изменение технологий производства, реализации и потребления креативного продукта | Необходимость технологического базиса для реализации и последующей коммерциализации проектов                                                      |
| Организационно-правовой статус, как правило, ИП                                             | Доступ к финансам банковских структур ограничен для данного вида собственности                                                                    |
| Изменение структуры активов                                                                 | Уменьшение доли материальных активов может стать препятствием для получения банковского кредита                                                   |
| Отсутствие методик оценки стоимости креативных проектов (бизнеса)                           | Осложняет финансирование проектов со стороны потенциальных инвесторов, а также фондов и банков                                                    |
| Высокий потенциал масштабирования деятельности                                              | Конкурентное преимущество при выходе на глобальный рынок финансирования                                                                           |

За последние годы создан ряд учреждений, поддерживающих творческий сектор: Inspiral, CrISP (проект поддержки творческих индустрий), CIDA (агентство по развитию культурных индустрий), Merseyside ACME (искусство, культура и медиа) и другие. Очень важно использовать этот опыт создания таких структур и адаптировать их деятельность к условиям российской экономики.

Важно отметить, что значительную роль в развитии креативных индустрий на российском рынке должны выполнять «креативные города». Таким образом, творческая индустрия способствует трансформации российских городов в инновационные центры.

### **Выводы**

В рамках исследования была изучена терминология, концепция креативных индустрий. Выявлены отрасли, отнесенные первоначально по специфике деятельности к креативным индустриям. При этом необходимо отметить, что в на-

стоящее время перечень отраслей, относимых к креативному сектору экономики, различается в разных странах.

В результате проведенного анализа мирового рынка креативных индустрий выделено несколько крупнейших мировых рынков креативной индустрии: Азиатско-Тихоокеанский рынок, Европейский рынок, Североамериканский рынок, Латиноамериканский рынок, Африканский рынок.

Проведенный анализ доходности различных сфер деятельности в рамках креативных индустрий позволил констатировать преобладание медиапродукции и услуг. Кроме того, к наиболее доходным сферам деятельности можно отнести искусство и функциональное творчество.

Анализ российского рынка позволил сделать вывод, что развитие креативных индустрий в России находится на стадии формирования, хотя и демонстрирует рост в динамике. По результатам анализа сформулированы основные факторы, оказывающие влияние на раз-

витие креативных индустрий в условиях российской экономики. К ним отнесены обеспечение нормативно-правовой базы функционирования креативных индустрий, создание стратегии развития креативной сферы, контроль динамики результатов и корректировка выбранной стратегии. Кроме того, одним из важнейших факторов является наличие целевых программ финансирования креативных индустрий. Причем специфика российского рынка предполагает

преимущественно государственную поддержку с точки зрения финансирования креативных индустрий. Это должны быть целевые программы государственной поддержки с учетом различий в приоритетах развития в различных регионах страны. Огромное значение предложенные меры будут иметь не только для улучшения туристической среды, но и для привлечения профессиональных кадров, а также для обмена опытом с международными специалистами.

#### *Библиографический список*

1. Хестанов Р.В. Креативные индустрии – модели развития // Социологическое обозрение. 2018. Т. 7. № 3. С. 173-196.
2. DCMS. (2001). Creative Industries Mapping Document 2001 [Электронный ресурс]. URL: <https://static.a-n.co.uk/wp-content/uploads/2016/12/DCMS-Creative-Industries-Mapping-Document-2001.pdf> (дата обращения: 08.06.2022).
3. Показатели, характеризующие импортозамещение в России [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 05.06.2022).
4. Указ Президента РФ от 24 декабря 2014 г. N 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики». [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/70828330/> (дата обращения: 11.06.2022).
5. Зеленцова Е.В. На пути к творческой экономике. [Электронный ресурс]. URL: <http://creativeindustries.ru> (дата обращения: 11.06.2022).