

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК НОВЫЙ ФАКТОР РОСТА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

МАРИЯ КАЗАКОВА

К.Э.Н., ЗАМ. ДИРЕКТОРА ПО НАУКЕ ЦЕНТРА
РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ИПЭИ РАНХиГС, В.Н.С.
НАУЧНОГО НАПРАВЛЕНИЯ «МАКРОЭКОНОМИКА И
ФИНАНСЫ ИНСТИТУТА ГАЙДАРА

EMAIL: KAZAKOVA@IEP.RU

Москва, РЭК-2020
22 декабря 2020 г.

ВВЕДЕНИЕ

- ⇒ **КРЕАТИВНОСТЬ, СПОСОБНОСТЬ ЛЮДЕЙ НАХОДИТЬ НЕСТАНДАРТНЫЕ, ТВОРЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ** – ЭТО ОДИН ИЗ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ И ИСТОЧНИКОВ ИННОВАЦИЙ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ НАРЯДУ С ИНФОРМАЦИЕЙ И ЗНАНИЯМИ
- ⇒ КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА ПРИВЛЕКАЕТ И УДЕРЖИВАЕТ В СВОЕЙ СРЕДЕ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННУЮ РАБОЧУЮ СИЛУ
- ⇒ ИМЕННО ПРЕДСТАВИТЕЛИ КРЕАТИВНОГО КЛАССА ВНОСЯТ НАИБОЛЕЕ ЗНАЧИМЫЙ ВКЛАД В ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ И СПОСОБНЫЕ ИЗМЕНИТЬ БУДУЩЕЕ, ГЕНЕРИРУЯ НОВЫЕ ЗНАНИЯ, ФОРМЫ И ТЕХНОЛОГИИ
- ⇒ С НАЧАЛА 2000-Х ГГ. О КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ ГОВОРЯТ КАК О НОВОМ ДРАЙВЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ; В РОССИИ В НИХ ВИДЯТ СПОСОБ СНИЖЕНИЯ ЗАВИСИМОСТИ ЭКОНОМИКИ ОТ СЫРЬЕВОГО ЭКСПОРТА

ПЛАН ДОКЛАДА

Введение

1. Определение креативных индустрий

2. Современное состояние креативного сектора в мире

3. Креативные индустрии как потенциальный источник роста российской экономики

Заключение и обсуждение

1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

- От культурной индустрии (Адорно, Хоркхаймер (1947)) до креативных (творческих) индустрий
- «Деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» (*The Creative Industries Mapping Document, DCMS (1998)*). Проект или бизнес, в котором добавленная стоимость товара или услуги создается за счет новаторской идеи, творческого потенциала, интеллектуальных способностей
- ✓ «Картирование территорий - это составление карты культурных и творческих ресурсов территории для оценки потенциала творческого сектора, определения его возможностей и потребностей. На его основе формируются стратегия развития творческих индустрий и культурная политика на данной территории» (Зеленцова (2008))
- 1998 г.: творческие индустрии - приоритетное направление развития Великобритании, в отличие от культурных индустрий (дотационной сферы в традиционном понимании) представляющее собой полноценный, значительный и быстро растущий сектор экономики. Документ по картированию становится основополагающим не только для Великобритании, но и для других стран мира
- Несмотря на многочисленные дебаты вокруг определения DCMS, креативные индустрии представляют собой важный подсектор экономики, производящий колоссальный эффект для социально-экономического развития стран.

Рабочая группа креативных индустрий DCMS, 1998 г.: 13 подсекторов*	Креативные индустрии сегодня (перечень пополняется)	
✓ Реклама, ✓ Архитектура, ✓ Художественный и антикварный рынок, ✓ Декоративное искусство и ремесла, ✓ Дизайн, ✓ Мода, ✓ Кино и производство видео и DVD, ✓ Мультимедиа и компьютерные программы для интерактивного обучения и досуга (офисные, обучающие, игровые и т.д.), ✓ Музыка и звукозапись, ✓ Исполнительские искусства (драматический и музыкальный театр, современный танец, шоу), ✓ Телевидение и радио, ✓ Издательское дело и литература, ✓ Программное обеспечение * Деятельность традиционных культурных институций была отнесена к креативным индустриям условно, т.к. они не являются в полной мере коммерческими предприятиями	✓ Архитектурное проектирование, ✓ Аукционный и галерейный бизнес, ✓ Блоггинг, ✓ Гастрономия, ✓ Городская среда и ландшафтное обустройство, ✓ Дизайн (предметный, графический, промышленный, сервисный, 3D-печать и пр.), ✓ Ивент-бизнес, ✓ Издательское дело, ✓ Изобразительное искусство, ✓ Интернет-медиа, ✓ Кино, ✓ Компьютерные игры, ✓ Культурные и развлекательные площадки, ✓ Мероприятия, ✓ Маркетинг, ✓ Мода, ✓ Ювелирный дизайн,	✓ Музеи, ✓ Музыка (исполнительство, продюсирование и звукозапись), ✓ Мультимедиа ✓ Мультипликация, ✓ Настольные игры, ✓ Литературное творчество, ✓ Развлекательное и образовательное ПО, ✓ Радио, ✓ Реклама, ✓ Ремесла, ✓ Танец, ✓ Творческое и художественное образование, ✓ Театр, ✓ Телевидение, ✓ Туризм, ✓ Фестивали и исполнительские искусства, ✓ Фотография

- **14%** - ежегодный прирост креативной экономики в мировом масштабе (по данным ООН, 2010 г.), более поздние данные – в среднем **8%**
- **7,34%** - годовой прирост оборота мировой торговли в креативном секторе (по данным ООН, 2018)
- Например, вклад креативных индустрий в ВДС Великобритании составляет **147 млрд долл.** (по данным DCMS Statistics, 2020); более **70%** экспорта Китая составляет продукция индустрии дизайна, а объем экспорта дизайна, медиа и ремесленных товаров в стране с 2002 г. выросли в **5 раз**; **4,2% (535,9 млрд евро)** - доля креативного сектора в ВВП стран Европы, обеспечение порядка **8 млн** рабочих мест
- **6%** составляет вклад творческих индустрий в ВВП РФ (по данным ООН, 2013 г.)
- Занятость в креативном секторе РФ составляет **7,5%** от численности работающего населения (по данным Всемирной организации интеллектуальной собственности, 2012 г.)
- Креативный сектор: **9,5%** ВРП и **17%** рабочих мест в Москве, в Санкт-Петербурге – около **7%** и **10%**, соответственно; порядка **8 трлн руб.** в год - выручка в масштабах России (по данным Аналитического центра при Правительстве РФ, 2017 г.)

2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРА В МИРЕ

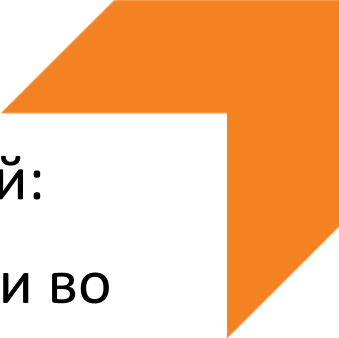
- Начало XXI века - бум «креативной экономики» и креативных индустрий. **Креативная экономика** (впервые введено в 2000 г. в журнале «Business Week») - экономические системы, чье функционирование и ценность обусловлены не традиционными факторами производства, такими как труд, капитал и земля, а креативностью, способностью людей генерировать оригинальные идеи и инновации (Хокинс (2011))
- Креативная экономика включает инновации, новые технологии и научные достижения; прибыль в ней создается за счет интеллекта новаторов и ученых, высоких технологий и информации. Быстро растет во всем мире, создавая новые рынки, товары и услуги, привлекая инвестиции; становится основой для роста современных городов (Лэндри (2011))
- Креативные индустрии (согласно ООН, ядро) - источник инноваций, ключевой фактор современного экономического развития во всем мире. Творческий подход является основным фактором конкурентного преимущества и движущей силой социально-экономического развития, а креативность на новом этапе развития цивилизации становится как важнейшим фактором роста экономики (наряду со знаниями и информацией), так и источником личностного роста человека

- Рост участия МСП в креативном предпринимательстве: гибкость подходов к взаимодействию, новый стиль менеджмента, когда работа воспринимается как возможность проявления творчества и самореализации, а не строгий режим труда и отдыха и жесткая привязанность к офисному стилю одежды
- Концепция «**креативного класса**»: ядро – это люди, работающие в таких областях, как научная и техническая сферы, архитектура, дизайн, образование, искусство, музыка и индустрия развлечений. Эти люди являются источниками новых идей, технологий и креативного содержания (*Флорида (2011)*)
- Креативный класс также включает большую группу креативных специалистов, занятых в сфере бизнеса и финансов, права, здравоохранения и смежных секторах. Задачи, которые выполняют эти специалисты, требуют высокий уровень квалификации и навыков, а также свободный, независимый, творческий стиль мышления
- Таким образом, для всех представителей креативного класса, все аспекты проявления творческого потенциала (технологические, творческие и экономические) являются неразделимыми и взаимосвязанными между собой

- **Чем обусловлено расширение креативного сектора – областей, связанных с досугом и творчеством?**
 - ✓ Рост доступности для все большего числа людей
 - ✓ Рост доходов: обороты некоторых предприятий этого сектора превышает обороты в традиционных отраслях экономики
 - ✓ Создание рабочих мест для высококачественного человеческого капитала – образованных, активных людей, которые стремятся к реализации своего творческого потенциала (сектор, привлекательный для молодых, современных и высоко мотивированных граждан)
- Сегодня не осталось ни одного человека в мире, который не являлся бы потребителем продуктов или услуг, генерируемых креативным сектором
- Увеличение количества времени, уделяемого досугу, обуславливает увеличение объема денежных средств, которые люди готовы платить за этот продукт
- Все, чем мы пользуемся в повседневной жизни, создано творческими предпринимателями. Креативный сектор определяет и формирует образ жизни, который стал для нас привычным и желаемым

- **Факторы роста креативного сектора сегодня:**

- ✓ Современный человек готов платить больше за впечатления, а не материальные предметы
- ✓ Растет доступность новых технологий
- ✓ Рынки становятся все более нишевыми ввиду необходимости удовлетворения специфических запросов пользователей
- ✓ Креативный сектор создает рабочие места для людей, способных ускорять экономическое развитие; является фактором, удерживающим людей в городе за счет рабочих мест, привлекательных для молодых, энергичных и образованных горожан
- ✓ Рост стоимости недвижимости в районах, где появляется креативный бизнес
- ✓ Акцент на специфике территории (региона, города или городского района), ее локальной идентичности, своеобразии; выявление ее собственных творческих ресурсов и проектов, способных привлечь население и увеличить благосостояние

- 
- *Хезмондалф (2014)* выделяет целый ряд **наиболее важных изменений**, произошедших с начала 1980-х гг., которые коснулись креативных индустрий:
 - ✓ Происходит смещение индустрий ближе к центру экономической активности во многих странах и почти по всему миру в целом. Азиатский бум
 - ✓ Радикально меняются формы собственности и организационная структура в секторе. Крупнейшие компании тесно сотрудничают между собой
 - ✓ Наряду с наличием крупного бизнеса в этом секторе растет число МСП как более гибкой формы деятельности, и их взаимоотношения с крупными компаниями все более усложняются
 - ✓ Расширяется распространение культурных продуктов, пересекающих границы и создающих гибриды, в некоторых случаях переосмысляя ценность подлинности этих продуктов
 - ✓ Растет значимость передовых технологий и цифровизации, в особенности Интернета (рост социокультурной значимости); существующие технологии находят новое применение

- 
- ✓ Меняется взаимодействие индустрий со своей аудиторией в сторону ее изучения, маркетинга, выявления вкусов и предпочтений
 - ✓ Принципиальные изменения произошли в политике и регулировании. Все важные политические решения чаще принимаются на международном уровне. Растет роль творческого сектора с точки зрения развития местных сообществ, преобразования городов и социальных эффектов
 - ✓ Имеет место существенный рост расходов на рекламу, стимулирующий развитие творческого сектора
 - ✓ Усложняются вкусы и привычки аудитории на фоне ускорения производства и потребления текстов
 - ✓ Радикальные изменения претерпели тексты. Тексты - самое лучшее наименование «произведений» культуры всех жанров: фильмов, записей, программ, книг, фотографий и т.д., которые производят творческие индустрии

3. КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ИСТОЧНИК РОСТА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

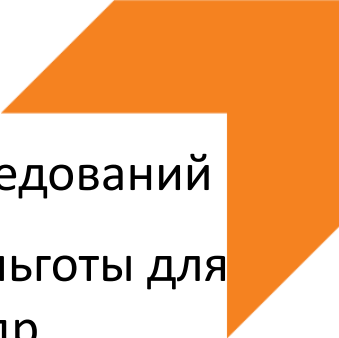
- *Пилотное исследование ИСИЭЗ*, выполненное в 2020 г. по заказу Мэрии Москвы: в креативной экономике города действуют порядка **113 тыс.** юридических лиц и индивидуальных предпринимателей и занято **463 тыс. человек**
- Совокупная выручка сектора за 2018 г. составила более **3 трлн руб.**
- **6,3%** - доля креативного сектора в ВРП Москвы, что выше доли креативных индустрий в ВВП России (2,23%)
- Около **¾ добавленной стоимости** креативного сектора города обеспечивают реклама, IT и телерадиовещание
- Креативные профессии - это **12,1%** общей численности занятых, при этом большая часть из них (**53,8%**) сосредоточена в традиционных отраслях. По вкладу креативного сектора в экономику Москва сравнима с другими мегаполисами

Подробнее: <https://issek.hse.ru/>, <https://www.hse.ru/news/399080707.html>

- *Центр городских компетенций АСИ, отчет «Креативная экономика городов России»:* оценки доли креативных индустрий в экономике России (показателя, ассоциированного с инновационностью экономики, и возможности ее развития в постиндустриальной экономике) по коду ОКВЭД (выпуск в секторе сферы культуры и искусства, цифровых технологий, развлечений, медиа, коммуникаций, дизайна и образования) - **4,37% ВВП (более 4,8 трлн руб.)**
- Методологическая основа - модели экспортного роста, реализованного в 1990–2000-е гг. в Германии, Финляндии, Великобритании, где рост в секторе был обусловлен инновационной схемой развития в постиндустриальной фазе
- Сегодня в креативных индустриях РФ действует почти **748 тысяч организаций** с ежегодной выручкой в среднем свыше **10,7 трлн руб.**, или **4,21%** от суммарной выручки всех организаций страны
- Занятость в креативных индустриях – около **5%** от числа сотрудников всех российских предприятий

- 
- Высокая доля креативных индустрий в РФ связана отчасти с высокой развитостью IT-технологий, но в целом указывает на достаточно перспективную структуру экономики
 - Выпуск в креативном секторе превышает долю здравоохранения и социальных услуг в ВВП РФ (4,2%) и сельского хозяйства (4%)
 - Совокупный вклад креативных индустрий только региональных центров в экономику РФ составляет не менее **4,19%**, а непосредственно в экономике самих городов может колебаться от менее **1% до 18% ВРП**
 - Наибольший вклад креативные индустрии вносят в региональную экономику Москвы (**19,8%**), Санкт-Петербурга (**12,6%**), Тюмени (**9,6%**), Иваново (**12,3%**). В Москве в секторе занято около **300 тыс. человек**, выпуск в секторе — около **2 трлн руб.** (данные на 2018 год)

Подробнее: <https://100gorodov.ru/creativeindustries>



- **Трудности и ключевые факторы развития творческого бизнеса в России**
 - ✓ Методологические трудности (терминология, статистическая оценка), необходимость исследований
 - ✓ Необходимость государственной программы развития креативных индустрий: налоговые льготы для творческого бизнеса, стимулирование создания рабочих мест, защита авторского права и др.
 - ✓ На региональном уровне с точки зрения городской политики целостной стратегии до сих пор нет (основа – уникальность, привлекательность места):
 - *Понимание, какую цель должна преследовать стратегия,*
 - *Исследования творческого ресурса, его нужности и факторов успеха (картирование территории),*
 - *Согласованность с инфраструктурой и запросами потребителей, проживающих на территории,*
 - *Понимание специфики районов, вокруг которых можно развивать креативный бизнес,*
 - *Поддержка креативных пространств,*
 - *Опора на самые динамичные направления креативных индустрий,*
 - *Генерация новых идей и поддержка новых проектов (стимулирующих рост городской экономики),*
 - *Обеспечение кадрового резерва,*
 - *Использование новых, продвинутых технологий,*
 - *Экспертный обмен*

- **Для чего:**

- ✓ Капитализация недвижимости (рост креативного сектора стимулирует повышение цен на недвижимость),
- ✓ Повышение доли культурных и творческих товаров и услуг в ВРП региона/города,
- ✓ Создание рабочих мест и привлечение квалифицированных кадров,
- ✓ Развитие городской среды,
- ✓ Привлечение инвестиционных потоков,
- ✓ Сокращение оттока творческой молодежи,
- ✓ Системное развитие креативных индустрий,
- ✓ Повышение привлекательности территории для ее жителей с точки зрения комфортности проживания, работы и досуга; развитие туризма.

- 
- Сегодня креативный сектор вынужден подстраиваться под новую реальность, возникшую в связи с пандемией COVID-19, чтобы ответить на вызовы с минимальными потерями; отсутствие единой государственной поддержки креативных индустрии делает эту задачу еще более затруднительной
 - С одной стороны, колоссальные экономические убытки, едва ли компенсируемые антикризисными мерами, и потеря зрителя; с другой – новые возможности благодаря цифровизации и переводу событий в онлайн
 - Выход на альтернативные цифровые площадки, онлайн-экскурсии и технологии виртуальной реальности позволили людям во время пандемии не выходя из дома, прикоснуться к объектам мирового культурного наследия, которые были для них ранее недоступны по финансовым соображениям или в силу физических ограничений

- 
- Целевой показатель национального проекта «Культура» - увеличение посещаемости учреждений культуры к 2024 г. на 15%. План на 2020 г.: число посещений должно составить 798 млн. По данным Министерства культуры РФ, несмотря на ограничительные меры, связанные с пандемией, за 1 квартал этот показатель составил 220, 4 млн посещений; при этом число онлайн-посетителей музеев во время карантина в 3-4 раза превысило годовое число реальных посетителей
 - Предложение Минкультуры дополнить показатели национального проекта «Культура» по посещаемости учреждений культуры критерием, который будет учитывать просмотры всех мероприятий, которые проводятся учреждениями культуры онлайн, а также посещаемость платных и бесплатных массовых мероприятий, которые проводятся вне зрительных залов

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- Экономическая ценность креативных индустрий может выходить за рамки простого производства культурных товаров или занятости творческих людей. Она может играть роль в стимулировании и содействии процессу изменений во всей экономике, о чем свидетельствуют ее динамические параметры и степень внедрения в экономику
- Перспективы развития российских креативных индустрий обусловлены, в первую очередь, внутренней экономической конъюнктурой в стране, а также внешнеэкономическими и геополитическими факторами
- Требуется решение множества концептуальных и практических вопросов, только после этого креативный сектор может стать настоящим драйвером экономического роста в России

ПУБЛИКАЦИИ, МЕРОПРИЯТИЯ

- Казакова М.В. *Культурные и креативные индустрии: границы понятий* // Креативная экономика. – 2020. – Том 14. – № 11. – doi: 10.18334/ce.14.11.111156 (<https://creativeconomy.ru/lib/111156>)
- Обучение по программе «Исследовательская антропологическая экспедиция на Алтай» с 17 по 24 августа 2020 г. в объеме 38 академических часов (организатор - ГБУ ДПО г. Москвы "Дирекция образовательных программ в сфере культуры и искусства", <https://www.method.place/>, <https://www.instagram.com/method.altai/>)

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



ИНСТИТУТ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ПОЛИТИКИ
имени Е.Т. ГАЙДАРА