самый важный сектор...

к вопросу о соотношении понятий «креативная экономика», «инновационная экономика» и «экономика знаний»[1] [2]

Широкораспространенное понятие «инновационная экономика» оказывается недостаточным для характеристики всего спектра креативных продуктов и услуг, включенных в экономические отношения производителей и потребителей новых идей. Относительно недавно появившееся понятие «экономика творчества», или «креативная экономика», т.е. экономика, основанная на творчестве, отражает экономическую роль творчества не только в научно-технологической сфере, но и в сферах рекламного, выставочно-развлекательного, арт-бизнеса и др. В данной статье представлен анализ понятия экономики творчества через его соотнесение с другими понятиями, характеризующими «новую экономику», а также указаны основные показатели развития экономики творчества.

Экономику творчества можно определить как сектор национальной и мировой экономики, в котором производятся, распространяются и потребляются продукты и услуги, связанные с творческой деятельностью (продуцированием и разработкой новых и потенциально значимых, полезных идей). При таком понимании к экономике творчества можно отнести рынки продуктов НИР

Дубина И.Н.
канд. филос. наук, доцент кафедры информационных систем в экономике, Алтайский государственный университет, г. Барнаул
din@asu.ru

[1] Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта № 09-02-00028а/И.

[2] Обращаем ваше внимание на то, что автор рассматривает данные понятия исключительно как секторы экономики, однако не принимает во внимание, что данные термины могут употребляться как обозначения научных школ, экономических эпох и т.п. (*Прим. ред.*)

и НИОКР (R&D), кинобизнес, книготорговлю, медиарынки, музыкальный и арт-бизнес, рынки видеоигр, рекламных и дизайнерских услуг и продуктов др. Во всех этих сферах требуется вовлечение креативных способностей, которые и являются источником дохода получаемого от торговли этими продуктами и услугами. В сферах экономики творчества осуществляется генерация и разработка новых идей, а также распространение полученных на их основе продуктов и услуг.

С одной стороны креативная экономика может рассматриваться как компонент инновационной экономики. Но традиционное понимание инновационной экономики концентрируется преимущественно на научно-технологических разработках и их реализации и не охватывает многие сферы экономики творчества. К творческому сектору экономики, помимо деятельности в сфере научно-технологических разработок, может быть отнесены и многие другие виды деятельности, в результате которых создаются новые продукты и услуги, представляемые на рынок и оказывающиеся объектами торговых отношений («креативные продукты и услуги» – от англ. creative products and services) [1]. Соотношение терминов «креативная экономика» и «инновационная экономика» в литературе пока окончательно не раскрыто.

По аналогичной причине до сих пор нет консенсуса, является ли экономика творчества частью экономики знаний (экономики, основанной на знаниях). С одной стороны, творческие идеи часто ассоциируются со знанием и лежат в основе интеллектуального капитала. С другой стороны в литературе нередко встречаются тезисы, в которых творчество и знания разделяются, например, очевидный тезис: «творчество и знания являются основой развития современной экономики».

до сих пор нет консенсуса, является ли экономика творчества частью экономики знаний

Очевидным отражением таких трудностей (не только терминологических, но и концептуальных) является параллельное использование понятий «инновационная экономика», «экономика знаний» и «креативная экономика»,

причем часто эти понятия употребляются как синонимичные при характеристике «новой экономики».

Понятие «экономика творчества» по сути объединяет все экономические сферы, в которых осуществляется разработка креативных продуктов и услуг, включая и сферу научно-технологических разработок и их коммерциализации, на чем делается акцент при использовании понятия «инновационная экономика». Отметим, что инновационная деятельность компании может быть результатом не только тех идей и изобретений, которые продуцированы сотрудниками этой же компании («внутренних»), но и базироваться на «внешних» (заимствованных) идеях (например, приобретенных патентах). Но в любом случае, инновационная экономика строится на знаниях - «внутренних» или «внешних» для организации, включенной в инновационную деятельность, т.е. в процесс превращения новых идей в форму приемлемую для производства и рынка.

Организационные знания есть совокупность убеждений, умений и навыков, которыми владеют сотрудники организации и которые используются ими в разработке решений. Инновационная экономика в ее привычном понимании строится на знаниях:

а) формализованных (представленных в виде инструкций, методик, технологий, схем и т.д.);

б) защищенных законами об интеллектуальной собственности;

в) выработанных, как правило, точными и естественными науками, а также в сфере инновационного менеджмента.

Однако любая сознательная деятельность человека, не только экономическая, построена на знаниях. Таким образом, понятие экономики знаний становится очень широким и малоконкретным. Следовательно, выделяя особенности «новой экономики» нужно говорить о производстве новых знаний как ее фундаменте. И здесь вполне логичным становится переход к понятию экономики творчества – экономики, основанной на производстве новых знаний.

инновационная деятельность компании может быть результатом не только тех идей и изобретений, которые продуцированы сотрудниками этой же компании, но и базироваться на «внешних» (заимствованных) идеях

Экономика творчества охватывает виды деятельности по созданию товаров и услуг, ориентированных на рынок и способствующих созданию рабочих мест и получению экономических выгод (богатства) посредством использования креативных способностей. Но креативные способности становятся экономическим ресурсом, если они выражаются в идеях, которые превращаются в продукт, востребованный рынком, или в идеях, которые будут способствовать продвижению существующего продукта, повышать конкурентоспособность, улучшать качество и т.д. Другими словами, «сырые» идеи преобразовываются в знания и включаются в парадигму индивидуального, организационного или социального поведения, расширяя и изменяя тем самым наличествующие знания [2]. Еще одним условием превращения знания в продукт является его правовая защищенность (патентым законодательством, законами о защите авторских прав и др.).

При таком понимании экономика творчества представляется сферами видов деятельности, имеющих в качестве главного фактора творческий потенциал и интеллектуальный капитал. К ним, в частности, относятся: реклама, архитектура и дизайн, кинопроизводство, книгоиздательство, концертно-развлекательный бизнес, производство программного обеспечения, телевидение, радио и другие СМИ, создание видео- и компьютерных игр, НИОКР, индустрия моды и др. По оценкам, «творческий класс» США на начало 2000-х гг. обеспечивал более 30% рабочих мест (более чем вся сфера промышленного производства) и свыше половины заработной платы всех работающих в США (около 2 трлн. долларов) [3].

В качестве обобщения, представим соотношение экономики знаний, экономики творчества и инновационной экономики в виде схемы (*рис. 1*).

Как следует из схемы, инновационная экономика не является «вложенной» в экономику творчества, поэтому вполне оправданным

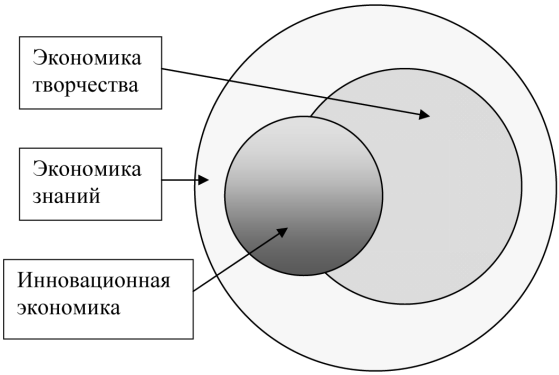

Рис. 1. Соотношение экономики знаний, экономики творчества и инновационной экономики

можно считать сравнительно недавнее появление термина «креативно-инновационная экономика», который характеризует два важных и «пересекающихся» экономических сектора. Конкретизация этой общей схемы может быть сделана на основе дальнейшей классификации главных сфер креативно-инновационной экономики. Например, в литературе можно встретить термин «экономика впечатлений», объединяющий ряд сфер креативной экономики (туризм, ресторанный бизнес, музейный и выставочный бизнес и др.) [4].

Анализ масштабов и динамики творческого сектора экономики может осуществляться на основе традиционных экономических показателей: доля ВВП (вклад экономики творчества в ВВП), занятость и заработная плата в креативном секторе, объем продаж (в т.ч. экспорт и импорт), концентрация бизнеса в этом секторе, территориальное распределение (творчески-инновационные кластеры) и др. Однако достаточно очевидны и трудности подобного анализа: занятость в творческом секторе может формально не учитываться; сложно учитывать добавленную стоимость креативных продуктов (стоимость матери-

любая сознательная деятельность человека, не только экономическая, построена на знаниях

алов на их создание может быть ничтожно мала, а цена продажи – весьма велика); в системах национальной статистики учитываются далеко не все сферы, относящиеся к экономике творчества (например, индустрия компьютерных игр отдельно не отражается в статистике многих стран); в торговле в основном учитываются материалы, а не «творческие» продукты (например, алмазы, но не украшения; компакт-диски, но не их содержание).

Безусловно, результаты анализа экономики творчества будут существенно зависеть от того, какие сферы экономической деятельности при этом учитываются. Но как бы не определялась экономика творчества и какие бы сферы деятельности к ней не относились, вполне очевидно, что этот сектор экономики растет очень быстро. Современные исследования оценивают ежегодный рост творческого сектора экономики в 8,8% в среднем за последние 10 лет (что почти в 2 раза превышает средний рост мирового ВВП) [4].

Исследования экономики творчества по методологии WIPO (Международная организация интеллектуальной собственности), основанной на учете видов деятельности, связанных с созданием продукции, защищенной авторским правом, демонстрируют следующие результаты (*см. табл. 1*) [5].

Креативный сектор является одним из самых быстро развивающихся в мировой экономике в целом и торговле в частности. Темпы роста мирового экспорта всех услуг составили за 2000-2005 гг. в среднем 12%, а темпы роста экспорта многих креативных услуг были существенно выше, например, 22% – реклама и 19% – архитектурные и дизайнерские услуги. В абсолютных значениях здесь подавляющее доминирование у развитых стран и ряда развивающихся, в первую очередь – Китая. Но большинство развивающихся стран заметно отстает в мобилизации своего творческого потенциала. Например, на страны Африки приходится менее 1% мирового экспорта креативных продуктов, хотя относительный рост наблюдается примерно на том же уровне, что

Таблица 1

Показатели творческого сектора экономики некоторых стран (2006 г.)

Страна	Вклад в ВВП, %	Занятость в творческом секторе, %
США	11,12	8,49
Сингапур	5,70	5,8
Канада	4,50	5,55
Латвия	4,00	4,50
Венгрия	6,67	7,10
Филиппины	4,92	11,10
Россия	6,06	7,30
Мексика	4,77	11,01
Хорватия	4,42	4,23
Леван	4,75	4,49
Болгария	3,42	4,31

и в развитых странах мира. Экспорт креативных товаров и услуг из развивающихся стран вырос с 29 (1996) до 41% (2005), причем на долю Китая приходится 19%. Доля развитых стран – 58%, стран с переходной экономикой – 1%. Если отдельно рассматривать экспорт креативных услуг, то развитые страны обеспечивают 82%, развивающиеся – 11%, страны с переходной экономикой – 7%. Доля развитых стран в экспорте товаров в секторе музыки и аудио-видео продукции – 90%, книгоиздательства – 80%, дизайна – 50%. В странах с переходной экономикой абсолютным лидером в экспорте данных категорий товаров является Россия. Если рассматривать экспорт всех креативных продуктов в целом, Россия здесь также является лидером среди стран с переходной экономикой (52,2% от экспорта соответствующих продуктов всех стран с переходной экономикой, что однако составляет всего 0,49% соответствующего мирового экспорта). Наша страна является и основным импортером креативных продуктов в этой группе стран (44,82% и 0,76% соответственно).

в странах с переходной экономикой абсолютным лидером в экспорте товаров в секторе музыки и аудио-видео продукции, книгоиздательства, дизайна является Россия

Ключевые слова: креативная экономика, экономика творчества, инновационная экономика, экономика знаний

Конечно, творчество не является чем-то совершенно новым для экономики. Так или иначе продукты творческой деятельности издавна выступали предметом экономических отношений. Книги писались и продавались, фильмы снимались и передавались на определенных условиях прокатчикам и т.д., но такого заметного вклада в «общую экономику» креативная до недавнего времени не давала. Экономика творчества стала ведущим компонентом торговли и экономического роста развитых стран, а также полем, на котором происходит их взаимодействие и интеграция, и становится все более важным фактором развития стран с переходной экономикой, в т.ч. России.

Литература

1. Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making. – UNSTAD/DITC, 2008.
2. Дубина И.Н. Управление творчеством персонала в условиях инновационной экономики: монография / И.Н. Дубина – М. : Academia, 2009.
3. Florida, R. The Rise of Creative Class. – N.-Y. : Basic Books, 2002.
4. Петренко Е.С. Экономика впечатлений выведет рестораны из кризиса / Е.С. Петренко // Креативная экономика. – 2009. – № 3. – С. 132-138.
5. National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries // Creative Industries Series. No. 1. Geneva: WIPO, 2006.

КЭ