

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ И КАЗАХСТАНСКОЙ ПРАКТИКИ

Пилипенко Елена Николаевна,

магистрант, специальность «Менеджмент»,

e-mail: pilipena09@mail.ru,

Казахско-Русский международный университет, г. Актобе,

Жумагали Ырыскуль,

магистрант, специальность «Менеджмент»,

e-mail: yryskulzh@mail.ru,

Казахско-Русский международный университет, г. Актобе

В статье авторы пытаются обобщить основные теоретические положения и ключевые характеристики по объекту исследования, выявленные у отдельных исследователей, и проследить, как эти параметры проявляются в современной практике Казахстана. Актуальность данной темы заключается в том, что в современных условиях высокая конкурентоспособность стран, а также компаний обеспечивается в современном мире степенью и скоростью развития в них креативной экономики. Целью данного исследования является изучение предпосылок и основных характеристик креативной экономики, вариантов наименования экономики с аналогичными характеристиками, а также анализ институциональных факторов, способствующих ее развитию, и современного состояния креативной экономики в Республике Казахстан. Результатом работы стали некоторые тематическо-теоретические обобщения, разработанные визуализированные материалы, выявленные новые термины, сформулированные некоторыми авторами, а также характеристики отечественных и зарубежных специалистов об уровне и перспективах развития креативных экономики и индустрий в современном Казахстане.

Ключевые слова: креативная экономика, экономика знаний, инновации, креативные индустрии, креативный класс, инновационно-изобретательские и творчески-дивергентные мышление и поведение

CREATIVE ECONOMY: SOME ASPECTS OF THEORY AND KAZAKHSTAN PRACTICE

Pilipenko E.N.,

master's degree in management,

e-mail: pilipena09@mail.ru,

Kazakh-Russian International University, Aktobe,

Zhumagali Y.,

master's degree in management,

e-mail: yryskulzh@mail.ru,

Kazakh-Russian International University, Aktobe

In the article, the authors try to summarize the basic theoretical principles and key characteristics of the research object identified by several researchers, and to trace how these parameters are manifested in modern practice in Kazakhstan. This topic relevance lies in the fact that in present-days world conditions the high competitiveness of countries, as well as companies, is ensured by the degree and speed of a creative economy development in them. The purpose of this study is to clarify the creative economy prerequisites and basic characteristics, options for naming an economy with similar characteristics, as well as an analysis of the institutional factors contributing to its development, and the creative economy current state in Kazakhstan. This work results have been some thematic and theoretical generalizations, developed visualized materials, revealed new terms formulated by some

of the studied authors, as well as characteristics of domestic and foreign experts on the level and prospects of both creative economy and industries development in contemporary Kazakhstan.

Keywords: creative economy, knowledge economy, innovation, creative industries, creative class, innovative and inventive creative and divergent thinking and behavior

DOI 10.21777/2587-554X-2020-1-23-29

Введение

Мир все активнее и масштабнее вступает в эпоху креативной экономики: инновации и творчество, наука и культура меняют деловую и общественную среду, инновационно решают социально-экономические проблемы, двигают вперед экономику, общество, культуру, политику и даже мир. Однако, креативная экономика – это довольно молодое явление в мире и поэтому многие его аспекты только начинают проявляться и, следовательно, научно изучаться. Мы намерены более подробно познакомиться с сущностью и своеобразием понятия «креативная экономика», причиной возникновения этого мирового явления и взглядами на эти процессы их исследователей.

Актуальность темы данной работы заключается в том, что исследование позволит конкретизировать сущность такого феномена, как креативная экономика, охарактеризовать важные черты и факторы ее развития и привести полезный международный теоретический и практический опыт в хозяйственную практику нашей страны. Цель нашей работы – исследовать базовые социокультурные, экономические и познавательные предпосылки и характеристики креативной экономики, а также факторы, способствующие ее развитию.

Исходя из поставленной цели, задачи данного исследования составляют: формирование более комплексного подхода к понятию инновационной экономики, основой которой является творческая составляющая; ознакомление с современными мировыми лидерами в развитии креативной экономики; уяснение творческих индустрий; объединение культурологических знаний с экономическими практиками в области инновационно-креативной, постиндустриально-сервисной экономики.

Сравнение различных подходов к определению сущности и понятия «креативная экономика»

Определенное внимание в работе уделяется анализу взглядов отдельных ученых ближнего и дальнего зарубежья на сущность и структуру креативной экономики, а также резюмирующих успешный опыт творческого предпринимательства и бизнеса. Например, мы узнали о таких исследователях феномена «креативная экономика», как Б. Гейтс, Дж. Хокинс, Р. Флорида, Н.А. Горелов, К.В. Гасимова, Н.В. Гладких и др. В ходе исследования нами выявлено несколько новых терминов у этих авторов (креативная экономика; вау-: продукт, проект; коворкинг-зона) и составлено несколько наглядных материалов.

Как свидетельствуют исследованные нами источники, в теории креативной экономики выделяются два течения. Сторонники первого, например: Р. Флорида, П. Ромеро и др. (к ним даже относят Б. Гейтса) считают основой креативных социально-экономических трансформаций в экономике дивергентную, творческую деятельность. Сторонниками этого направления теории креативной экономики среди российских экономистов считают, в частности, Н.А. Горелова, В.Л. Иноземцева, М.В. Матецкую, Б.В. Корнейчука, К.В. Гасимову, В.В. Громыко [2]. Приверженцы второго течения анализируют креативные индустрии, т.е. ряд секторов экономики, которые производят культурные и экономические блага с высокой добавленной стоимостью. В этой сфере указываются такие исследователи, как Дж. Хокинс, Т. Флеминг, российские ученые: Е.В. Зеленцова, Н.В. Гладких, А.А. Маслов, М.Б. Гнедовский и др. [1, с. 24].

В результате мы наблюдаем довольно различные мнения теоретиков в отношении трактовки содержания понятия «креативная экономика» – или иначе, как трактуют различные исследователи: «инновационная», «творчески-дивергентная», «постиндустриальная», «сервисно-интенсивная», сгруппированные в таблице 1.

Таблица 1 – Взгляды некоторых исследователей на содержание понятия «креативная экономика»

Авторы	Основные идеи
Джон Хокинс	Традиционная экономика устарела, на смену ей должна прийти креативная. Чем быстрее мир перестроится, тем безопаснее выход из масштабного кризиса
Ричард Флорида	Креативность – главный источник социально-экономического роста и формирования нового креативного класса
Рагнар Сиил	Новое поколение креативных людей стремится быть счастливым и сделать мир вокруг себя интуитивно понятным. В этом смысле креативная экономика является экономикой будущего
Пол Ромеро	Креативность имеет комплексный, многоаспектный характер и не ограничивается только технико-технологическими инновациями или новыми бизнес-моделями. Она подразумевает широкомасштабные своеобразный тип мышления и модель поведения, которые нужно и возможно воспитывать как с раннего возраста у отдельных индивидов, так и комплексно – в социальной среде, где живут люди

Составлена авторами по исследованным материалам

Благодаря инновационно-креативному экономическому, производственному, технологическому и социальному прогрессу компаниям и даже целым странам стало легче производить продукты. Но этого теперь уже недостаточно. Конкуренция настолько высока, что компании соревнуются уже не в качестве, а в дизайне, маркетинговой и коммуникативной стратегии. По прогнозам различных авторитетных международных организаций, в перспективе на 2020–2025 годы наибольшая часть добавленной стоимости любого продукта будет создаваться за счёт интеллектуальных и креативных факторов производства, а креативный класс станет стержнем экономики [6, с. 19].

Понятие «креативная экономика», как и данный феномен действительности, сравнительно новы. Американский исследователь Р. Флорида в своей работе «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» указал, что впервые термин «креативная экономика» ввел в оборот журнал “BusinessWeek” в 2000 году. Несколько позже (2001 г.) англичанин Дж. Хокинс в работе «Креативная экономика: как люди делают деньги из идей» начал исследовать в более глобальном масштабе влияние креативной экономики. Несмотря на некоторые различия взглядов этих теоретиков на сферы применения и измерения такого явления, как креативная экономика, оба исследователя, тем не менее, отмечали, что существует устойчивая взаимосвязь между культурно-художественной активностью и созданием дополнительного объема необычных – инновационных и креативных – стоимостей в экономиках как отдельных национальных экономик, так и мира в целом [1, с. 26].

Проведенный обзор мнений различных ученых свидетельствует, что креативность (или инновационность, творчество, креативно-творческие и инновационно-изобретательские мышление и деятельность) объективно способствует развитию и совершенствованию предпринимательства, мотивирует на создание и внедрение инноваций, стимулирует повышение производительности и способствует интенсификации социально-экономического роста. Исследователи констатируют, что в течение 2014–2017 годов объем креативной деятельности в мире вырос на 8,7 % и обеспечил дополнительный рост мирового экспорта на \$ 424,5 млрд [4, с. 286].

Материальный фундамент креативной экономики, как нами выявлено в исследованных источниках, составляют творчески-креативные, инновационные индустрии. Это не только различные исполнительские и изобразительные искусства, медиа и мультимедиа, реклама и издательское дело, но также и научно-исследовательские и изобретательские разработки, а также инновационное и сервисное производство и вообще вся деятельность, где требуется дивергентное мышление или нестандартное поведение, и они все активнее в передовых с точки зрения креативности странах становятся ключевыми секторами и сферами инновационно-креативной экономики [3, с. 83]. Креативная экономика – это также особый сектор экономики, основанный на интеллектуальной и инновационной деятельности. Важнейшими ее характеристиками являются: высокая роль творчества, масштаб и скорость разработки и внедрения новых технологий и открытий в разных областях деятельности человека; большой объем уже существующих знаний, которые требуют и все чаще получают современное нестандартное переосмысление и особая необходимость генерации и ускоренной коммерциализации новых знаний, идей, практических новаций; высокая степень неопределенности результативности предлагаемых новшеств. Кроме того, креативная экономика отличается и креативностью подходов к исследованиям, разработ-

кам, результатам, в основе которых лежат иррационально-нестандартное и исследовательски-проектное мышление, креативное воображение (прежде всего, моделирование), дивергентно-альтернативная практическая направленность исследований и деятельности [5, с. 112].

Креативная экономика – это еще и новый этап развития экономики в мире – экономики знаний, где актуальным становится бурное инновационное развитие экономических знаний, а основой экономического богатства стран становится творческий и интеллектуальный капитал. На протяжении истории человечества главным ингредиентом экономического успеха считался человеческий труд. В индустриальную эпоху его место потеснил капитал. Но в XXI веке на смену капиталу для ускоренного и способствующего существенной международной конкурентоспособности, лидерству приходят талант, воображение и новаторски-изобретательские навыки – одним словом, креативность. В этом контексте неуклонно растет роль гуманитарных профессий. Социологи, филологи, экономисты, политологи, культурологи, представители других гуманитарных наук (например, теоретики и практики туризмологии, маркетинга, информационно-коммуникационных технологий) сегодня призваны решать наиболее актуальные вопросы современного мира, формировать новую парадигму инновационного развития [6, с. 104].

Креативная экономика призвана формировать привлекательный инвестиционный климат, способствовать не только экономическому росту, но и усилению общественного согласия и развитию как социальной сферы, так и социально-экологической ответственности бизнеса и производства, а также модернизировать такие сферы, как образование, наука, экономика и т.д. В рамках креативной экономики формируются новые социально-экономические модели, типы отношений, тренды, сгруппированные на рисунке 1.



Рисунок 1 – Ключевые характеристики креативной экономики (разработан авторами)

Креативная экономика – это еще и экономика идей, экономика, где главный, самый ценный и самый дорогой продукт – это идеи. Однако, креативность означает не только формирование новых идей, но и их применение, а также инновационное использование уже имеющегося не только в искусстве, культуре, науке, но и в технологиях, производстве, бизнесе и даже национальной экономике. В такой экономике много можно заработать как на идеях, так и особенно на их разработке или коммерциализации (получении доходов от их реализации) [5, с. 314].

В Докладе ЮНЕСКО 2013 года упоминается, что креативная экономика стала мощной преобразующей силой в современном мире. Ее потенциал для мирового развития глобален, и это один из наиболее быстро растущих секторов мировой экономики не только с точки зрения получения дохода и бюджетных поступлений, но и создания рабочих мест, преобразования среды обитания и жизнедеятельности людей [2].

Вообще суть креативной экономики в том, что наиважнейшим продуктом, который представляет собой ценность, является креатив или другими словами, новая идея. Например, новая модель гаджета Apple iPhone или Samsung Galaxy. На рисунке 2 представлен пример эволюции взглядов на определенный товар в условиях креативной экономики.



Рисунок 2 – Пример эволюции креативности в технологичных товарах (разработан авторами)

Исходя из изученных нами материалов, мы сделали предположение, что в общетеоретическом аспекте креативная экономика – это многоплановый феномен современной эпохи, существенные отличия которой сгруппированы в таблице 2.

Таблица 2 – Существенные отличия креативной экономики

Креативная экономика это – ... :			
Создание и продвижение творческих товаров и услуг	Экономика создания и реализации новых идеи	Экономика бурного развития культуры, наук, образования и социальной сферы	Не единственная мощная магистраль, а комплекс локальных траекторий, многие из которых зарождаются в городах и регионах развивающихся стран
<i>Составлена авторами по исследованным материалам</i>			

Креативная экономика на современном этапе более характерна для развитых стран. Именно там сейчас в основном сосредоточено большинство представителей креативного класса: ученые, технологи, инженеры, маркетологи и др. – так называемые «мозги и креатив».

Рассмотрение казахской практики в сфере «креативной экономики»

Сегодня одним из существенных мировых лидеров в национальном развитии креативной экономики признана Великобритания (на основании: объема людей и компаний, занятых в креативной сфере, госнаправленности в экономике, объемов прибылей от разработки и реализации креативных продуктов, услуг). Именно здесь разработаны и продолжают разрабатываться правовая база, стратегические и политические документы развития национальной креативной экономики через экономическое, культурное и социальное взаимодействие [2]. Как раз министерство по культуре, информации и спорту Великобритании изначально отнесло к креативной экономике такие отрасли, которым особенно присущи создание и использование интеллектуальной собственности, а именно следующие: музыка, архитектура, кинематография, исполнительные искусства, создание моделей одежды, интерактивные развлекательные программы, дизайн, реклама, пресса, телевидение и радио, программное обеспечение и вычислительные системы, ремесла.

Отрадно, что и в Казахстане зарождаются элементы креативной экономики. В 2018 году Британский совет в Казахстане совместно с университетом Нархоз в Алматы провели исследование креативной индустрии в Казахстане: к началу 2019 года насчитывалось около 18 тысяч предприятий, что составляло примерно 4 % от общего числа зарегистрированных в стране юридических лиц, которые можно отнести к креативной индустрии; определено, что среди предприятий креативной индустрии Казахстана: 7,7 % – обрабатывающая промышленность; 2,1 % – оптовая и розничная торговля; 33,8 % –

информация и связь; 47,4 % – профессиональная научная и техническая деятельность; 9 % – искусство, развлечения и отдых [7].

Специалисты проектов по искусству и креативной экономике British Council in Kazakhstan (BCiK) резюмируют, что креативная индустрия – это четвертый сектор экономики, который также называется экономикой знаний и целиком основан на интеллектуальной деятельности. В нем пересекаются искусство, культура, бизнес и технологии. «Принято считать, что креативная индустрия – это только развлечение, искусство и отдых. Но это только 9 % креативной индустрии. Самый большой сектор – это научно-техническая деятельность: там сидят все ИП, дизайнеры, архитекторы, видео- и аудио-продакшн и т.д. Очень важно рассматривать сектор креативной индустрии намного шире: он больше, чем даже сектор бизнес-услуг и недвижимости», – говорят специалисты [7]. Также, по словам сотрудников BCiK, предположительно в креативном секторе экономики Казахстана заняты в основном фрилансеры.

Побывав на 65-м фестивале Cannes Lions, где представлял Казахстан, общался с влиятельными маркетологами и креативщиками мира и обучался у мировых звезд маркетинга, управляющий директор казахстанской фирмы Billboard Video Singapore Ерлан Минавар указывает: «В Казахстане маркетологам и креативщикам пока не хватало смелости создавать дерзкие “вау-проекты”, которые бы решали социальные проблемы через креативность. Как сказал один из выступающих на фестивале, Ф. Мачадо, глобальный маркетолог компании “Бургер Кинг”, нужно быть смелым, создавать и/или реализовывать идеи. Часто мы боимся, но всё равно делаем, учимся на своих ошибках и достигаем в итоге отличного результата. Считаю, что казахстанские награды ещё впереди и они реальны!..» [7].

Заключение

Таким образом, в исследовании нами была предпринята попытка суммировать различные теоретические представления о креативной экономике, выявить взаимосвязь между перспективой социально-экономического развития страны и формированием среднего производственного и предпринимательского креативного класса. Мы выявили, что экономика творчества, новаций и знаний основана на инновационном, но в то же время креативном подходе: любая инновация – это и есть креатив. К тому же креативное мышление допускает создание новшеств (инновации), но и не отвергает старых, но доработанных решений – с внесением в них креативных изменений. Главное различие в человеческом капитале в инновационно-креативной экономике – это люди, ориентированные на развитие науки, инноваций, культуры, образования, которые ценят свободу действия, творчество. На рынке труда будут преимущественно востребованы креативные люди, которые смогут оригинально подходить к решению разнообразных поставленных производством или бизнесом задач. Ядром развития креативной экономики, как считает Р. Флорида в его ранее упомянутом исследовании, становятся люди, отвечающие принципам трех «Т»: «технология», «талант» и «толерантность» [6, с. 164]. В ходе исследования у ряда авторов нами выявлено несколько новых терминов (креативная экономика; вау-: продукт, проект; коворкинг-зона) и составлено несколько визуализированных материалов.

На наш взгляд, креативная экономика в ближайшем будущем станет основой социально-экономического лидерства стремящихся к этому стран в целом. На данном этапе развития остро встает вопрос как в технологии решения проблемы, так и в скорости и оригинальности этого решения. Если сравнить креативную сферу Казахстана и западных стран, то можно смело сказать – у нас в стране есть еще существенное отставание из-за консервируемой многими бизнесменами сырьезориентированной практики, но все же стоит отметить и положительные тенденции, такие как создание креативных пространств, коворкинг-зон (свободных пространств для совместного творчества) и др., которые способствуют развитию креатива у молодого поколения.

Как итог, хотелось бы отметить, что креативная экономика объективно неизбежно сама собой постепенно заменит сложившиеся социально-экономические порядки. В некоторых отраслях развитых стран она уже давно прижилась, но четко конкретизировать их довольно сложно – из-за пока еще довольно расплывчатого научного определения креативной экономики и ее смежности с другими по-

нятиями экономики. Однако, даже сейчас очевидно, что будущее, как любой страны, так и Казахстана в частности, целиком и полностью зависит от степени и скорости развития в ней креативной экономики.

Список литературы

1. *Бонет Л.* Креативные города и культурные индустрии: концептуальные парадоксы, конкурентные факторы и правительственные стратегии // Творческие индустрии и креативная экономика как пространство исследовательской и проектной деятельности: материалы международной конференции / ред. Н. Гладких. – М.: Классика-XXI, 2012. – С. 23–27.
2. *Гасимова К.В.* Различные подходы к изучению понятия креативности [Электронный ресурс] // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2010. – № 12. – С. 66–68. – URL: <http://www.jurnal.org/articles/2010/psih18.html> (дата обращения: 14.01.2020).
3. *Зеленцова Е.В., Гладких Н.В.* Творческие индустрии: теории и практики. – М.: Классика-XXI, 2010. – 240 с.
4. *Маслов А.А., Осик Ю.И., Айнабек К.С.* Информационная экономика. Теоретические основы. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 457 с.
5. *Матецкая М.В.* Творческие индустрии сквозь призму культурной политики: сборник научных трудов / отв. ред. А.Я. Рубинштейн, В.Ю. Муzychuk. – М.: ИЭ РАН, 2013. – 398 с.
6. *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее: пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2007. – 384 с.
7. *Шамсутдинов Э.* Что такое креативная экономика и чем она полезна для Казахстана? [Электронный ресурс] // 2019. – 19 апреля. – URL: <https://www.forbes.kz> (дата обращения: 20.01.2020).

References

1. *Bonet L.* Kreativnyye goroda i kul'turnye industrii: konceptual'nye paradoksy, konkurentnyye faktory i pravitel'stvennyye strategii // Tvorcheskie industrii i kreativnaya ekonomika kak prostranstvo issledovatel'skoj i proektnoj deyatel'nosti: materialy mezhdunarodnoj konferencii / red. N. Gladkih. – M.: Klassika-XXI, 2012. – S. 23–27.
2. *Gasymova K.V.* Razlichnyye podhody k izucheniyu ponyatiya kreativnosti [Elektronnyj resurs] // Zhurnal nauchnyh publikacij aspirantov i doktorantov. – 2010. – № 12. – S. 66–68. – URL: <http://www.jurnal.org/articles/2010/psih18.html> (data obrashcheniya: 14.01.2020).
3. *Zelencova E.V., Gladkih N.V.* Tvorcheskie industrii: teorii i praktiki. – M.: Klassika-XXI, 2010. – 240 s.
4. *Maslov A.A., Osik Yu.I., Ajnabek K.S.* Informacionnaya ekonomika. Teoreticheskie osnovy. – M.: INFRA-M, 2018. – 457 s.
5. *Mateckaya M.V.* Tvorcheskie industrii skvoz' prizmu kul'turnoj politiki: sbornik nauchnyh trudov / отв. ред. А.Я. Rubinshtejn, V.Yu. Muzychuk. – M.: IE RAN, 2013. – 398 s.
6. *Florida R.* Kreativnyj klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee: per. s angl. – M.: Klassika-XXI, 2007. – 384 s.
7. *Shamsutdinov E.* Chto takoe kreativnaya ekonomika i chem ona polezna dlya Kazahstana? [Elektronnyj resurs] // 2019. – 19 aprelya. – URL: <https://www.forbes.kz> (data obrashcheniya: 20.01.2020).