

*О. Ю. Патласов,*  
Омский региональный институт, Омская гуманитарная академия  
*Е. К. Жаров,*  
Омская гуманитарная академия

## УСЛОВИЯ ПЕРЕХОДА К ФАЗЕ КРЕАТИВНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИК КАЗАХСТАНА И РОССИИ

Доказана актуальность формирования элементов креативной экономики в России и Казахстане. Описаны критерии, условия и требования по формированию креативной экономики. Вскрыта зависимость между долей иностранных мигрантов среди трудовых ресурсов страны и уровнем проникновения креативного сектора в экономику. Изучено влияние отраслевой структуры экономики на скорость перехода к креативной фазе развития.

*Ключевые слова:* креативная экономика, креативный сектор, креативная продукция, креативная среда.

В научной литературе для идентификации состояния развития экономики предлагаются различные критерии отнесения национальных экономик к креативным. Для определения критериев уровня готовности экономики к переходу в фазу креативного развития необходимо учитывать различные факторы, к ним можно отнести следующие: наличие стратегических планов по развитию экономики страны с основным фокусом на креативный сектор; уровень образованности и финансовой обеспеченности потребителей креативных услуг и товаров; уровень профессиональной подготовки и творческого потенциала работников, производящих креативные товары и услуги; развитая инфраструктурная и институциональная база креативной экономики; высокий уровень толерантности и транспарентности общества; нетерпимость к коррупционным явлениям и т. д. [1].

Исходя из данных факторов, можно выделить 3 основных критерия, которые необходимо соблюдать для формирования креативного сектора, это *условия, выдвигаемые к потребителям, условия, выдвигаемые к производителям, и наличие креативной среды.*

Рассмотрим предложенные критерии и выявим связь между ними и уровнем развития креативной экономики.

**Условия, выдвигаемые к потребителям креативной продукции.** Для успешного развития креативной экономики необходимо учитывать уровень материального и духовного развития населения страны как конечного потребителя креативных товаров и услуг. То есть следует создать общество, где будет превалировать количество богатых и образованных людей.

Товары и услуги креативного сектора не относятся к категории первой необходимости, поэтому, как правило, сначала потребитель тратит свой доход исключительно на удовлетворение жизненно важных потребностей, таких как одежда, питание и др., затем при условии наличия свободных денежных средств приобретаются креативные блага, как то: фильмы, музыка, произведения изобразительного и ремесленного искусства, компьютерные игры и т. д. Именно на эту категорию платежеспособных людей будет направлена основная конкурентная борьба производителей креативной продукции.

Следующим немаловажным условием формирования креативного класса страны является уровень образования людей. Необходимо, чтобы потребитель обладал высоким эстетическим восприятием культурных ценностей для проявления интереса к таким продуктам, как кино, музыка, изобразительное искусство, театр и т. д. Также важно, чтобы потребитель имел навыки использования информационно-коммуникационных технологий, например, способность скачать посредством интернета видео- или аудиоконтент, заказать онлайн понравившийся товар или услугу, включить компьютерную игру и т. д.

Одним из наиболее авторитетных показателей, измеряемым уровнем грамотности населения и величиной валового внутреннего продукта на душу населения, является Индекс человеческого развития, ежегодно публикуемый Программой развития Организации Объединённых Наций (ПРООН).

В соответствии с данными на 2015 год, Россия и Казахстан относятся к группе стран с высоким уровнем развития человеческого капитала, занимая 50 и 56 места соответственно.

К числу стран с очень высоким уровнем индекса человеческого капитала относятся страны ОЭСР.

Следует отметить, что в этих странах сильно развит креативный сектор экономики (см. табл. 1).

Таблица 1

Индекс человеческого развития в 2015 году

№	Страна	Индекс человеческого развития
1	Норвегия	0,944
2	Австралия	0,935
3	Швейцария	0,930
4	Дания	0,923
5	Нидерланды	0,922
6	Германия	0,916
6	Ирландия	0,916
8	США	0,915
<b>50</b>	<b>Россия</b>	<b>0,798</b>
<b>56</b>	<b>Казахстан</b>	<b>0,788</b>

Источник: составлено автором на основе данных [2]

**Условия, предъявляемые к производителям креативной продукции.** Процесс производства креативных услуг и товаров требует от производителей определённого уровня знаний и компетенции, зачастую с наличием творческого и креативного мышления, со способностью генерации идей и оригинальных решений. Данные условия формируют новые требования к трудовым ресурсам, так как креативная продукция не всегда серийная, и часто речь идёт о единичном выпуске продукции. Поэтому приоритет, прежде всего, отводится развитию индивидуальных творческих способностей человека. В данном случае на первый план выходят такие показатели, как эффективность системы обучения и подготовки кадров, уровень затрат на развитие науки и образования.

Уровень затрат на образование и науку выступает ключевым индикатором оценки развития креативного сектора. По данным Всемирного банка, наибольшую поддержку этим сферам оказывают страны ОЭСР, средний уровень расходов составляет 3,5 % к ВВП на науку и 6,5 % на образование. Для сравнения: показатели России и Казахстана существенно ниже – 1,16 и 0,23 % на науку и 4,1 и 3,1 % на образование соответственно (см. табл. 2).

Таблица 2

Затраты на развитие образования и науки

№	Страна	Уровень затрат, в % к ВВП	
		НИОКР (данные за 2012 год)	Образование (данные за 2014 год)
1	Израиль	4,40	5,8
2	Финляндия	3,88	6,8
3	Швеция	3,40	7,3
4	Дания	3,06	8,7
5	Швейцария	2,99	5,4
6	США	2,90	5,4
7	Германия	2,82	4,6
8	Великобритания	1,76	5,6
<b>9</b>	<b>Россия</b>	<b>1,16</b>	<b>4,1</b>
<b>10</b>	<b>Казахстан</b>	<b>0,23</b>	<b>3,1</b>

Источник: составлено автором на основе данных [3, 4]

**Создание креативной среды.** Следующим важным условием, способствующим увеличению доли креативного сектора в экономике, является наличие креативной среды, предполагающее развитие творческой личности и генерирование новых идей. Важно, чтобы креативная среда была толерантной, гибкой, способной принять людей вне зависимости от их жизненных взглядов, ценностей, вероисповедания, расовой принадлежности и сексуальной ориентации.

В связи с тем, что креативный человек не может эффективно работать в рамках «корпоративных аквариумов», работодатель для раскрытия потенциала должен предоставить возможность гибких форм занятости, это:

- отсутствие жёсткой трудовой регламентации;
- личная мобильность персонала (гаджеты, скорость интернета).

Необходимым условием формирования благоприятной творческой среды для развития креативной экономики является развитая институциональная инфраструктура, на базе которой происходит распределение грантов на различные научно-исследовательские работы, реализация проектов в данной области, развитие культурных традиций, проводятся культурные мероприятия, создание различных объединений и групп по поддержке и стимулированию творческой инициативы.

Для обеспечения успешного функционирования институциональной инфраструктуры и креативной среды в целом необходимо иметь достаточное финансирование и некоррупцированное общество, что будет гарантом того, что современный креативный работник сможет найти в нём место для реализации своего творческого потенциала. В противном случае существует риск оттока талантливых людей из страны в другие более благополучные в этом отношении регионы.

В качестве гипотезы, проверяемой в рамках данного исследования, выступило следующее положение: существует ли зависимость между долей иностранных мигрантов среди трудовых ресурсов страны и уровнем проникновения креативного сектора в экономику?

В качестве наглядного примера рассмотрим Объединённые Арабские Эмираты (ОАЭ). По данным Информационного агентства России, численность трудовых мигрантов в ОАЭ составляет 90 % от всей рабочей силы [5]. В настоящий момент цифра равна 5 млн человек, из них 2,2 млн из Индии, 1,25 млн из Пакистана, 0,5 млн из Бангладеш и 1 млн из других стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Следует отметить, что высококвалифицированные иммигранты составляют малую часть от числа всех трудовых мигрантов ОАЭ – 2,2–2,5 % (125 000 чел.). В связи с экспортно-сырьевой направленностью экономики ОАЭ, за исключением провинции Дубаи, основная часть мигрантов задействована именно в этом секторе, что является сдерживающим фактором в развитии наукоёмких отраслей. В последние годы правительство ОАЭ проводит политику диверсификации экономики, стремясь сократить долю нефтедобывающего сектора в экономике, что предусматривает реализацию крупномасштабных проектов, требующих наличия высококвалифицированных специалистов. Тем самым должна измениться сама философия привлечения иностранной рабочей силы в сторону качественного улучшения.

В противовес ОАЭ можно привести ряд стран, проводящих селективную политику привлечения иностранной рабочей силы, которые устанавливают особые квоты для мигрантов, такие как: критерии оценки кандидатов; списки профессий, востребованных на рынках труда. При этом преимущественными правами обладают специалисты в области IT, инженеры и люди творческих специальностей. К таким странам можно отнести Австралию и Канаду, где доля иностранной рабочей силы составляет 24,5 и 19,1 % от общей численности трудовых ресурсов соответственно [6].

В таких условиях решающее значение приобретает не количество привлечённой иностранной рабочей силы, а её структура, в том числе по уровню квалификации и видам профессии.

Анализ статистических данных и зависимостей также показал, что факторами развития креативности может являться уже сам факт привлечения иностранной рабочей силы, так как это сопряжено с привлечением иной культуры труда и знаний.

Данный вопрос сейчас актуален в России, где отток квалифицированных специалистов является одной из структурных проблем экономики страны. Так, за 2014 год, по данным Федеральной службы государственной статистики, страну покинули 295 806 квалифицированных специалистов, что на 60 % превышает уровень 2013 года – 178 837. Основные направления эмиграции – это США, Канада и Финляндия [7].

Аналогичная ситуация и в Казахстане, где отток высококвалифицированных специалистов за рубеж ежегодно увеличивается.

По данным Комитета статистики Министерства национальной экономики Республики Казахстан, если в 2014 году отток специалистов за рубеж составил 21 291 человека, то в 2015 году уже 22 480 человек [8].

В сложившихся условиях основным драйвером формирования креативного класса должно выступить государство, основной целью которого будет создание таких условий жизни, труда, взаимоотношений, обучения, при которых индивид может максимально развить и реализовать свои творческие качества, возможности и способности.

В качестве постановки проблемы научного исследования выдвинут вопрос: как отраслевая структура экономики отражается на **скорости перехода к креативной экономике?**

Если экономика базируется на традиционных отраслях, в том числе сырьевых, например, угольная, газовая, нефтяная и её переработки, то в классическом понимании сложно развивать там креативность. В странах с высокой долей сферы услуг и экспортного потенциала информационных технологий объективные возможности проявления контуров креативности существенно выше. Это объясняется тем, что для формирования креативного сектора экономики требуются определённый ресурсный задел в форме высококвалифицированных специалистов, наличие информационно-коммуникационного обеспечения и развитой научно-исследовательской базы. Данные сегменты наибольшее развитие получили в странах с постиндустриальной экономикой, это преимущественно страны Западной Европы, США, Япония и др. Креативная экономика – это высшая ступень развития постиндустриальной системы, которая включает в себя элементы сервисной экономики, информационной экономики, экономики знаний. Страны, находящиеся на стыке данных трендов, быстрее приспосабливаются к условиям креативной экономики. Например, в Японии продукция и производство являются нематериалоёмкими, а масштабы развития человеческих ресурсов достаточно высокими, что, бесспорно, является предпосылкой для развития креативности.

В экономических условиях России и Казахстана, где доля нефти и других сырьевых товаров в экспорте составляет 75 и 85 % соответственно, переход экономики к фазе креативного развития будет сопряжён с рядом сложностей, связанных с объективными причинами структурного характера. Вместе с тем, для России и Казахстана в сложившихся условиях необходимо ускорить процесс трансформации действующей экономической системы и создать условия для перехода в фазу креативной экономики.

Для этого нужно сосредоточить усилия на создании благоприятного фона, необходимого для развития креативных отраслей, а именно: создать инфраструктуру для развития креативного сектора, сформировать сеть образовательных организаций, усилия которых будут направлены на подготовку представителей креативного класса, сконцентрировать внимание на поиске финансовых средств для развития сфер культуры.

Проведённый нами анализ индикаторов креативности экономик в рамках трудовых ресурсов, потребителей и креативной среды показал, что требуется дополнительная аргументация внесения того или иного показателя характеристики креативности, что является не бесспорным.

#### **Библиографический список**

1. Kloudova, J. Expanse creative economy and its impact on the less developed regions / J. Kloudova // Journal of the New Economic Association. – 2010. – № 5. – С. 110–125.
2. Программа развития ООН: Индекс человеческого развития в странах мира в 2015 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2015/12/16/7285>
3. Рейтинг стран по уровню расходов на НИОКР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/research-and-development-expenditure/info>
4. Рейтинг стран по уровню расходов на образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/expenditure-on-education/info>
5. Информационное агентство России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tass.ru/obschestvo/1158130>
6. World migration report 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://publications.iom.int/system/files/wmr2015\\_en.pdf](http://publications.iom.int/system/files/wmr2015_en.pdf)
7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b15\\_107/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_107/Main.htm)
8. Комитет статистики Министерства национальной экономики Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.stat.gov.kz/faces/homePage?\\_afLooP=30676768002619032](http://www.stat.gov.kz/faces/homePage?_afLooP=30676768002619032)

*O. Yu. Patlasov, Omsk Regional Institute, Omsk Academy of the Humanities  
Ye. K. Zharov, Omsk Academy of the Humanities*

## CONDITIONS OF TRANSITION TO THE PHASE OF CREATIVE DEVELOPMENT OF ECONOMIES OF KAZAKHSTAN AND RUSSIA

Relevance of formation of elements of creative economy in Russia and Kazakhstan is proved. Criteria, conditions and requirements for formation of creative economy are described. Dependence between a share of foreign migrants among a manpower of the country and the level of penetration of creative sector into economy is opened. Influence of branch structure of economy on the speed of transition to a creative phase of development is studied.

*Keywords:* creative economy, creative sector, creative production, creative environment.

### References

1. Kloudova J. Expanse creative economy and its impact on the less developed regions. *Journal of the New Economic Association*, 2010, no. 5, pp. 110–125.
2. *Programma razvitiia OON: Indeks chelovecheskogo razvitiia v stranakh mira v 2015 godu* [The United Nations development programme: human development Index in the world in 2015]. Available at <http://gtmarket.ru/news/2015/12/16/7285>
3. *Rei'ting stran po urovniu rashodov na NIOKR* [Ranking of countries by level of expenditure on R & d]. Available at <http://gtmarket.ru/ratings/research-and-development-expenditure/info>
4. *Rei'ting stran po urovniu rashodov na obrazovanie* [The ranking of countries on level of expenditure on education]. Available at <http://gtmarket.ru/ratings/expenditure-on-education/info>
5. *Informatcionnoe agentstvo Rossii* [Russian information Agency]. Available at <http://tass.ru/obschestvo/1158130>
6. World migration report 2015 Available at [http://publications.iom.int/system/files/wmr2015\\_en.pdf](http://publications.iom.int/system/files/wmr2015_en.pdf)
7. *Federal'naia sluzhba gosudarstvennoi` statistiki* [Federal state statistics service]. Available at [http://www.gks.ru/bgd/regl/b15\\_107/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_107/Main.htm)
8. *Komitet statistiki Ministerstva nacional`noi` e`konomiki Respubliki Kazakhstan* [The statistics Committee of the Ministry of national economy of the Republic of Kazakhstan]. Available at [http://www.stat.gov.kz/faces/homePage?\\_afLoop=30676768002619032](http://www.stat.gov.kz/faces/homePage?_afLoop=30676768002619032)

© О. Ю. Патласов, Е. К. Жаров, 2016

### *Авторы статьи:*

**Олег Юрьевич Патласов**, доктор экономических наук, профессор, Омский региональный институт, Омская гуманитарная академия, e-mail: [opatlasov@mail.ru](mailto:opatlasov@mail.ru)

**Ержан Каирович Жаров**, аспирант, Омская гуманитарная академия, e-mail: [zharov-05@mail.ru](mailto:zharov-05@mail.ru)

### *Рецензенты:*

Н. В. Боровских, доктор экономических наук, профессор, Омская гуманитарная академия.

А. К. Балабекова, кандидат экономических наук, доцент, Академия государственного управления при Президенте Республики Казахстан.