

8. Карпов, С. Agile: как и когда применять этот метод / С. Карпов // Harvard Business Review Россия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hbr-russia.ru/management/operationnoe-upravlenie/p17368/>. – Дата доступа: 6.09.2018.

9. Кон, М. Agile Оценка и планирование проектов / М. Кон. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 418 с.

10. Сигман, М. Тайная жизнь мозга. Как наш мозг думает, чувствует и принимает решения / М. Сигман. – М.: Эксмо, 2018. – 304 с.

11. Ариели, Д. Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения / Д. Ариели. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 296 с.

12. Ключарев, В. А. Нейроэкономика. Как наш мозг принимает решения? / В. А. Ключарев // YouTube [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=5uuCPjSLPZw>. – Дата доступа: 03.10.2018.

13. Дак, Д. Д. Монстр перемен. Причины успеха и провала организационных преобразований. / Д. Д. Дак. – М.: Альпина Паблишер, 2002. – 320 с.

14. Коттер, Д. Наш айсберг тает. Как добиться результата в условиях изменений / Д. Коттер. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2012. – 128 с.

15. Коттер, Д. Ускорение перемен / Д. Коттер. – М.: Олимп-Бизнес, 2016. – 256 с.

16. Знаменитый «зефирный эксперимент» // YouTube [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=XkvbKk81NMQ>. – Дата доступа: 01.10.2018.

(Дата подачи: 03.01.2019 г.)

Педро Колон Вальдивьесо Салинас

Институт экономики НАН Беларуси, Минск

Pedro Colon Valdivieso Salinas

Institute of Economy of NAS of Belarus, Minsk

УДК 339.9

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА В СТРАНАХ ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ КАК НОВЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

CREATIVE ECONOMY IN LATIN AMERICAN COUNTRIES AS A NEW VECTOR FOR THE DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE RELATIONS

Статья посвящена изучению аспектов экономического творчества как источника развития механизмов экономического роста и инноваций стран Латинской Америки. Обоснована зависимость между институциональными и макроэкономическими вопросами, такими как управление знаниями, развитие человеческого и интеллектуального капитала, инновационное развитие государства и регионов, формирование национальной инновационной системы. Особое внимание уделяется вопросам культурной политики в процессе усиления интеграции стран Латинской Америки.

Ключевые слова: креативная экономика; страны Латинской Америки; культурная политика; креативная индустрия; культурные инновации.

The article is devoted to the study of aspects of economic creativity as a source of development of the mechanisms of economic growth and innovation in Latin America. The author substantiates the relationship between institutional and macroeconomic issues, such as knowledge management, the development of human and intellectual capital, the innovative development of the state and regions, the formation of a national innovation system. Special attention is paid to cultural policy issues in the process of strengthening the integration of Latin American countries.

Keywords: creative economy; Latin American countries; cultural policy; creative industry; cultural innovations.

Введение. Построение «креативной экономики» и развитие «креативных индустрий», несмотря на относительную новизну научной концепции, уже стало неременной составной частью социально-экономического роста и вектором развития не только развитых стран, но и ряда стран, которые развиваются и претендуют на глобальное экономическое лидерство. Для стран Латинской Америки развитие креативного сектора экономики – не только подражание актуальным трендам глобального экономического развития, но и возможность сохранения текущих позиций в мировом хозяйстве, а возможно, и их улучшения, а также путь к выходу из сложной внутриэкономической ситуации и обеспечение социально-экономического роста за счет максимального использования уже имеющегося и практически неограниченного ресурса, а именно человеческого капитала, качество которого является достаточным для продуцирования и потребления креативных товаров и услуг. Немаловажную роль в данном аспекте могут сыграть социально-культурные связи Республики Беларусь и стран Латинской Америки, дипломатические представители которых активно включаются в экономическую среду Республики Беларусь посредством проведения многосторонних встреч, выставок, концертов и т. д. [6, с. 1033].

Основная часть. Современные стратегии торгово-экономического сотрудничества, сформировавшиеся на принципах неоклассической экономической теории, обладают существенными ограничениями. Ключевое из них – ограниченность ресурсов. Многочисленные исследования ученых в контексте развития экономики стран Латинской Америки указывают на выбор курса построения «креативной экономики» [1; 2; 5; 6]. Данный термин трансформировался из понятия «креативное предпринимательство», которое впервые использовалось В. Зомбартом в книге «Война и капитализм» [4] и популяризовалось австро-американским экономистом и социологом Й. Шумпетером в книге «Капитализм, социализм, демократия» [10]. Под данным термином ученые понимали процесс реконструкции старой системы отношений.

Понятие «креативная экономика» часто встречается в одном синонимичном ряду с такими терминами, как «креативные индустрии», «культурные индустрии». Но они все же отличны между собой. Опираясь

на основополагающие принципы концепции «креативной экономики» Дж. Хокинса, который указывал, что «креативная индустрия соответствует определенной отрасли народного хозяйства, и, соответственно, творческий процесс ограничивается пределами области, двигателем выделения и развития которой выступают индивидуальная творчество, талант и умение индивида» [7]. К креативным индустриям относятся реклама и маркетинг, архитектура, ремесла, дизайн (продукта, услуги и графический), кино- и видеоиндустрия, телевидение, радиовещание, фотография, IT, обслуживание компьютерного оборудования и программного обеспечения, издательское дело, музеи, галереи, библиотеки, музыка и визуальное искусство [8, с. 32].

Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) определяет креативные индустрии как отрасли, которые «сочетают создание, производство и коммерциализацию товаров и услуг нематериального и культурного характера»[9]. При этом феномен креативности определяется как способность личности к вариативности, гибкости, интеллектуальной мобильности, системной инновационной мыслительной деятельности, что предшествует процессу творческой деятельности [7, с. 32]. Следовательно, с одной позиции креативность трактуется как специфическое когнитивное свойство человеческого ума, а с другой – ассоциируется со склонностью человека к комбинаторике и синтезу качественно новых полезных идей и нестандартных решений на основании общедоступных данных. Проблематика как теоретического осмысления «креативной экономики» и «креативных индустрий», так и их практического воплощения на уровне мировой, региональной и национальных экономик, которая находится в постоянной динамике, требует дальнейшего исследования и проработки, что составляет новые ниши и направления научного поиска.

Важным в определении креативной экономики является интернациональный и глобализационный контексты. Очевидно, что глобализация предопределяет межкорпоративную и межгосударственную диффузию креативных подходов, технологий и ценностей, формируя, таким образом, новую инновационно-креативную экосистему международного бизнеса. Таким образом, поскольку термин «креативная экономика» является относительно новым, а глубокие фундаментальные исследования в данной области отсутствуют, не говоря уже об ее практической оценке, можем дать следующее определение данному понятию: *креативная экономика – это интеллектуально-ориентированная модель экономического развития государства, основанная на креативном мышлении, инновационном подходе и повышенной роли человеческого капитала.*

В таблице 1 представлен спектр культурных и творческих секторов, определяющих креативную экономику.

Таблица 1

**Спектр культурных и творческих секторов, определяющих
креативную экономику**

Сектор	Продукция (услуги)	Сектор	Продукция (услуги)
Производство кинофильмов	Производство фильмов, пост-продукция и распределение	ТВ	ТВ-программы, производство и вещание, в том числе кабельное и спутниковое ТВ
Изобразительное искусство	Изобразительное искусство, музеи, фотография и дизайн деятельности	Музыка	Запись звука и музыки издательская индустрия, живая музыка
Продажа книг	Физических и цифровых (включая научные, технические и медицинские книги)	Газеты и периодика	Газеты и журналы издательская индустрия (B2C и B2B, информационные агентства)
Видеоигры	Разработчики и розничные торговцы; продажа оборудования	Реклама	Реклама, рекламные агентства
Газеты и периодика	Газеты и журналы, издательская индустрия (B2C и B2B, информационные агентства)	Исполнительное искусство	Танцы, театр, живая музыка, опера, балет и др.
Архитектура	Архитектурные бюро	Радио	Деятельность в области радиовещания

Примечание. Источник: разработка автора на основе [11, с. 11].

Латиноамериканская креативная экономика ежегодно генерирует выручку более 120 млрд долл. США (6 % мирового рынка культурных индустрий; рис. 1) и охватывает около 1,9 млн рабочих мест (7 % от общего числа рабочих мест в данном секторе экономики).

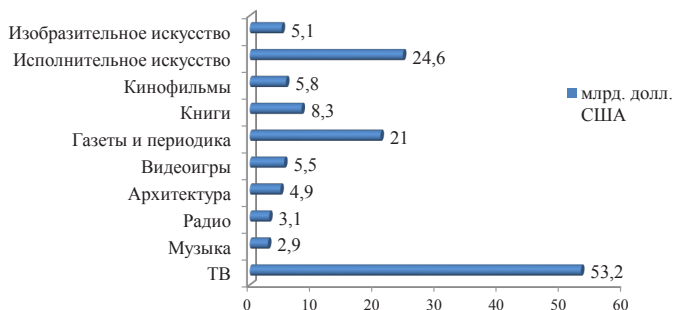


Рис. 1. Доходы «креативного» сектора экономики стран Латинской Америки в 2017 г., млрд долл. США.

Примечание. Источник: разработка автора на основе [12].

Латинская Америка и Карибский бассейн региона обладают богатой культурой и природным наследием, 131 объект внесен в Список Всемирно-

го наследия ЮНЕСКО, а многие латиноамериканские писатели добились мирового признания. Данный региональный рынок культурной индустрии в странах Латинской Америки развивается большими темпами. Работа таких мульти-медиа-конгломератов, как Grupo Globo в Бразилии, Grupo Televisa в Мексике и Grupo Clarin в Аргентина, охватывает крупные аудитории [11, с. 64].

Новая концепция развития креативной экономики в странах Латинской Америки соответствует специфике экономики на новом этапе его развития (рис. 2).

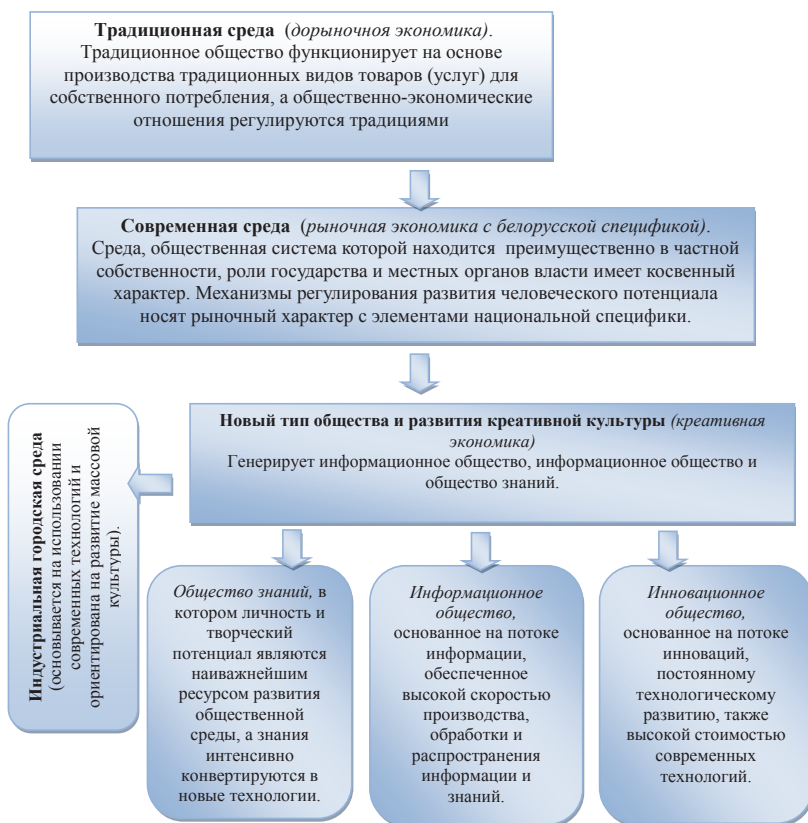


Рис. 2. Механизм перехода к креативному типу экономики

Примечание. Источник: разработка автора.

На сегодняшний день существует по крайней мере три сильные стороны, которые характерны для стран Латинской Америки с точки зрения дискуссии о развитии креативной экономики:

1. Культура и идентичность: мы живем в мире, где каждый продукт или услуга рано или поздно «коммерциализируются». Страны и регионы смогут конкурировать на глобальном уровне только в том случае, если им удастся предложить уникальные «истории», заложенные в их продукцию. Латинская Америка, вероятно, является самым разнообразным регионом мира, и ее богатое культурное наследие можно найти в ее культурных и творческих отраслях мирового класса: музыка, издательское дело, исполнительское искусство, мастерство, видеоигры, архитектура, мода и дизайн, изобразительное искусство.

2. Предпринимательство: инновации являются ключевым фактором в уравнении креативной экономики. Латинская Америка переживает бум с точки зрения своей экосистемы стартапов, в городах по всему региону появляются новые компании, бизнес-акселераторы, коворкинги и творческие районы.

3. Молодое креативное население: Латинская Америка – один из самых молодых регионов в мире, с новым средним классом, который посещает университеты и принимает участие в рынке труда либо работая в «мультилатинас» (многонациональные компании), либо запуская свои собственные стартапы.

Ожидаемые эффекты от всестороннего развития и динамичного роста креативного сектора экономики и аккумуляирования сотрудничества в данной сфере с Латиноамериканскими странами повысит уровень инновационности экономики, простимулирует создание новых рабочих мест, уменьшит разрыв в уровнях социально-экономического развития с развитыми странами, изменит общественное сознание и закрепит новые типы мышления, что соответствует современным реалиям глобальной экономики. Но получить такие эффекты можно только в случае переориентации страны на развитие «креативной экономики», что предусматривает внесение изменений в стратегию социально-экономического развития, выработку действенных механизмов и инструментов ее реализации.

Заключение. Креативные индустрии, сложившиеся в экономике стран Латинской Америки, требуют дальнейшего становления, закрепления их позиций и развития. Кроме того, ощутимы диспропорции в сторону большего развития одних индустрий и формирование только слабых очертаний других. Креативность и творческий подход к поиску решений должны быть заложены не только в основу креативных индустрий, но и должны превратиться в ключевую компоненту экономического развития латиноамериканского региона. Для достижения такого результата прежде всего должны быть преодолены проблемы, которые сдерживают их перспективное развитие, а иногда и делают невозможным становление самой «креативной экономики», и внесены коррективы в общую концепцию внешнеторгового сотрудничества относительно избрания креативного вектора ключевым в обеспечении социально-экономического роста.

Проведенное исследование позволяет выработать основные положения развития креативного сектора экономики стран Латинской Америки:

1. Программы и проекты развития креативных индустрий должны быть сформированы таким образом, чтобы увеличить долю их дохода в национальном валовом внутреннем продукте. Показатели латиноамериканского региона демонстрируют, что культурные отрасли являются растущим сектором, для которого государственное финансирование выступает в роли инвестиций. При этом рост сектора «креативной экономики» представляет собой важный шаг в демонстрации степени экономической значимости культурного сектора за достаточно узкими толкованиями «культуры и искусства» в качестве ключевого драйвера устойчивого развития.

2. Для дальнейшего развития креативной экономики в странах Латинской Америки необходима многосторонняя координация в регионе с соответствующими международными учреждениями в целях дальнейшей стандартизации форм и категорий измерения доходности культурного сектора.

3. Основной проблемой для производителей продуктов и услуг культуры в Латинской Америке является необходимость более эффективной интеграции в рынок. Эту проблему можно устранить посредством обучения бизнес-моделям, адаптированным к креативному сектору. Первым шагом к этой цели является более глубокое понимание видов, разновидностей и функции связей между работниками культурного сектора, государственными и частными структурами.

4. Культурный сектор, культурная политика также должны учитывать весь спектр последствий развития креативной экономики», где ценность культуры (культурных товаров и услуг) не исчерпывается его экономической ценностью.

Список использованных источников

1. Андриевский, К. Торговые отношения Республики Беларусь со странами Латинской Америки (1992–2008 гг.) / К. Андриевский // Журнал международного права и международных отношений. – 2010. – № 2. – С. 50–57

2. Аксюциц, А. Выход Беларуси на рынки Латинской Америки / А. Аксюциц // Наука и инновации. – 2017. – № 12. – С. 49–53.

3. Дьяченко, О. В. Развитие инновационно-креативной экономики России на современном этапе: дис. ... канд. экон. наук / О. В. Дьяченко. – М., 2013. – 186 с.

4. Зомбарт, В. Исследования по истории развития современного капитализма / В. Зомбарт; пер. с англ. Д. В. Кузницын. – СПб.: В. Даль, 2008. – 480 с.

5. Потравный, И. М. Особенности реализации модели зеленой экономики в странах Латинской Америки / И. М. Потравный, Й. К. Фэрейра Чавез // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: материалы XI Международ. науч.-практ. конф., Минск, 17 мая 2018 г. / [редкол.: В. Н. Шимов (отв. ред.) и др.]; М-во образования Респ. Беларусь, УО «Белорус. гос. экон. ун-т». – Минск: БГЭУ, 2018. – С. 379–380.

6. Фомина, И. Н. Геоэкономические отношения Республики Беларусь со странами Латинской Америки / И. Н. Фомина // Экономика и социум. – 2015. – № 2–4. – С. 1030–1034.

7. Хокинс, Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги / Дж. Хокинс. – М.: Классика-XXI, 2011. – 256 с.
8. Creative Industries Economic Estimates. Statistical Release / UK Department for Culture, Media and Sport. – January, 2015. – 46 p.
9. Creative economy / UNCTADSTAT [Electronic resource]. – Access mode: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>. Date of access: 11.08.2018.
10. Schumpeter J. A. Theory of Economic Development. Capitalism, Socialism and Democracy / J. A. Schumpeter. – 2008. – 864 p.
11. Cultural times The first global map of cultural and creative industries [Electronic resource]. – Mode of access: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf. – Date of access: 11.01.2019.
12. World Bank [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.worldbank.org>. – Date of access: 13.01.2019.

(Дата подачи: 24.01.2019 г.)

С. М. Воронин

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Минск

S. Voronin

Academy of Public Administration under the aegis of the President of the Republic of Belarus, Minsk

УДК 330.341.2

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ БЕЛАРУСИ

ACTUAL PROBLEMS OF FORMING THE PERSONNEL ENSURING THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF BELARUS

В статье рассматриваются проблемы кадрового обеспечения новой индустриализации и перехода к инновационной модели развития экономики Беларуси, требования к подготовке кадров. Обосновывается необходимость совершенствования системы образования в контексте модернизации экономики страны.

Ключевые слова: инновации; инновационное развитие; новая индустриализация; человеческий капитал; система образования; инженерно-технические кадры; кадровый научный потенциал.

The article discusses the problems of staffing the new industrialization and the transition to an innovative model of the development of the Belarusian economy, the requirements for training and substantiates the need to improve the education system in the context of the modernization of the country's economy.

Keywords: innovation; innovative development; new industrialization; human capital; education system; engineering and technical personnel; personnel scientific potential.