

# **РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТА КРЕАТИВНЫХ ПРОДУКТОВ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**Ю. В. Петрашевская**

*Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь,  
petrasheYV@bsu.by*

В статье рассматриваются особенности развития экспорта креативных продуктов, а также приводится трактовка определения «креативного продукта». На примерах Сингапура, Беларуси, Швеции, Нидерландов, Венгрии, Чехии, Швейцарии, Словакии, Чехия, Южной Кореи анализируются успешные модели продвижения креативных индустрий, таких как дизайн, мультимедиа, архитектура, музыка и IT-сервисы. Отмечается ключевая роль государственной поддержки, развитой цифровой инфраструктуры и глобальной ориентации национальных брендов. Особое внимание уделено статистическим показателям и конкретным кейсам, демонстрирующим рост креативного экспорта. Выводы подчеркивают, что креативные становятся важным источником добавленной стоимости, занятости и культурного влияния на международной арене. Экспорт креативных продуктов в этих странах выступает как стратегический инструмент экономического роста и глобального позиционирования.

*Ключевые слова:* креативный продукт; креативные индустрии; экспорт креативных товаров и услуг; дизайн; it-сектор; музыкальная индустрия; архитектурная индустрия; киноиндустрия.

## **DEVELOPMENT OF CREATIVE PRODUCTS EXPORTS IN THE GLOBAL ECONOMY**

**Y. V. Petrashevskaya**

*Belarusian State University,  
4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus, petrasheYV@bsu.by*

The article examines the development of creative products exports and provides an interpretation of the definition of a «creative product».

Using the examples of Singapore, Belarus, Sweden, the Netherlands, Hungary, the Czech Republic, Switzerland, Slovakia, the Czech Republic, and South Korea, successful models for promoting creative industries such as design, multimedia, architecture, music, and IT services are analyzed. The key role of government support, developed digital infrastructure, and global orientation of national brands is noted. Particular attention is paid to statistical indicators and specific cases demonstrating the growth of creative exports. The findings emphasize that creativity is becoming an important source of added value, employment, and cultural influence in the international arena. The export of creative products in these countries acts as a strategic tool for economic growth and global positioning.

**Keywords:** creative product; creative industries; export of creative goods and services; design; IT sector; music industry; architectural industry; film industry.

Развитие экспорта креативных продуктов в мировой экономике становится все более важным направлением экономической политики, особенно для стран с малой открытой экономикой. Эти государства, как правило, обладают ограниченным внутренним рынком и высокой степенью зависимости от внешней торговли, что делает экспорт креативных продуктов одним из ключевых инструментов устойчивого экономического роста и укрепления культурной идентичности на международной арене.

В зарубежных исследованиях креативный продукт рассматривается как товар или услуга, возникающие в результате творческой деятельности, обладающие экономической ценностью. Создание креативного продукта возможно как в сфере искусства, так и в научной среде. По мнению британского исследователя Дж. Хокинса, элементы творчества присутствуют на всех уровнях ведения бизнеса – от стратегического управления до разработки и позиционирования отдельных товаров. Он акцентирует внимание на связи результатов творческой деятельности с объектами интеллектуальной собственности, такими как авторские права и товарные знаки. В числе ключевых

креативных индустрий Дж. Хокинс выделяет рекламу, программирование, фотографию, дизайн, кино и видео, музыку, издательское дело, телевидение, радио и индустрию видеоигр. Понятие творчества в этом контексте охватывает широкий спектр проявлений, включая научные изобретения и патентное право, где интеллект становится основой для формирования новой формы собственности [1, с. 146].

В Федеральном законе о развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации представлено определение креативного продукта. «Креативный продукт – результат интеллектуальной деятельности или совокупность результатов интеллектуальной деятельности, а также продукция, работы, услуги, добавленная стоимость которых обусловлена использованием результатов интеллектуальной деятельности и (или) средств индивидуализации» [2].

Следовательно, можно утверждать, что креативный продукт – это результат интеллектуального и художественного труда, обладающий культурной, эстетической или символической ценностью, который может быть коммерциализирован и представлен на рынке. Он создается на основе индивидуального творчества, навыков и таланта, часто с использованием технологий и медиа.

Главное отличие креативного продукта от обычного товара – это уникальность, оригинальность и важная роль нематериальных активов, таких как идея, стиль, культурный код и авторское видение.

Стоит отдельно рассмотреть успешные кейсы креативных индустрий, таких как Венгрия, Словакия, Швейцария, Нидерланды, Швеция, Беларусь, Сингапур, Чехия, Южная Корея. В их основе заложены стратегическое государственное участие, поддержка стартапов, инвестиции в цифровую инфраструктуру и системная работа с брендингом страны.

## Основные категории и примеры креативных продуктов

Категория креативного продукта	Примеры и содержание
Аудиовизуальный контент	Фильмы, сериалы, анимация, музыкальные клипы, телепередачи, видеоблоги, стриминговый контент
Музыка	Песни, музыкальные альбомы, живые выступления, музыкальное продюсирование, лицензии на использование треков
Изобразительное искусство	Живопись, графика, скульптура, фотография, цифровое искусство, <i>NFT</i> -объекты
Литература и издательская продукция	Книги, журналы, комиксы, поэзия, сценарии, электронные и аудиокниги
Мода и дизайн	Одежда, обувь, аксессуары, текстиль, промышленный, интерьерный и графический дизайн
Видеоигры и интерактивные медиа	Компьютерные и мобильные игры, продукты в <i>VR/AR</i> , интерактивные приложения, игровые сценарии
Архитектура и градостроительство	Архитектурные проекты, дизайнерские решения общественных пространств, интерьерные концепты
Реклама и брендинг	Рекламные кампании, фирменный стиль, визуальная айдентика, медиа-контент
Культурные и творческие мероприятия	Театральные постановки, выставки, фестивали, арт-инсталляции, перформансы
Креативные цифровые сервисы	<i>UX/UI</i> -дизайн, веб-дизайн, моушн-дизайн, визуальное программирование, <i>3D</i> -моделирование

Швеция благодаря устойчивым инвестициям в музыкальное образование и технологические платформы (включая *Spotify*) смогла стать одним из ведущих мировых экспортеров музыкального контента. В 2022 г. оборот компаний отрасли от продаж записанной музыки составил чуть более 2 млрд шведских крон (около 208 млн дол. США) [3]. Десятью годами ранее эта сумма была почти вдвое меньше.

Южная Корея через политику «Корейской волны» (*Hallyu*) создала глобальный рынок для *K-pop*, кино и сериалов, опираясь на синергию между государством, частным бизнесом и культурными институтами. По данным Министерства иностранных дел Южной Кореи, в 2024 г. число поклонников *Hallyu* во всем мире достигло 225 млн человек, охватывая 119 стран практически на всех континентах и принося экспорт товаров и услуг, связанных с *Hallyu*, на сумму 19,54 трлн корейских вон (14,16 млрд дол. США) [4].

Столица Венгрии – Будапешт стал одним из ведущих центров европейского кинопроизводства, привлекая международные проекты, благодаря налоговым льготам и развитой инфраструктуре. Знаковые фильмы, такие как *Dune*, *Blade Runner 2049* и сериал *The Witcher*, были сняты в Венгрии, что укрепило ее репутацию в мировой киноиндустрии. Общая стоимость зарегистрированных кинопроектов выросла на 30 % в 2021 г., а затем еще на 20 %, превысив 690 млн дол. США в 2022 г., когда в стране, в основном в ее столице, было поставлено более 300 постановок. Рост Венгрии как ведущего европейского центра кинопроизводства, уступающего только Лондону, вносит значительный вклад в ВВП Венгрии [5].

Словакия активно развивает креативные индустрии, особенно в области дизайна и архитектуры. Правительство поддерживает молодых дизайнеров и архитекторов через гранты и образовательные программы, что способствует росту экспорта дизайнерских услуг. В 2023 г. Словакия экспортировала картины, дизайн и фотографии на сумму 8, 07 млн дол. США, став 20-м крупнейшим экспортером картин, дизайна и фотографии (из 198) в мире [6].

Чешская Республика известна своими успехами в индустрии видеоигр. Компании, такие как *Bohemia Interactive* и *SCS Software*, 2K Czech разработали популярные игры, включая серию *Mafia* и *Arma*. Она занимает третье место в Центральной и Восточной Европе по доходам от игр, по-

сле Польши и Румынии. По последним данным, в чешской игровой индустрии занято более 2600 человек, оборот в 2022 г. превысил 7,52 млрд чешских крон (около 347 млн дол. США) [7]. Ожидается, что годовой темп роста выручки (CAGR 2025-2030) составит 7,33 %, что приведет к прогнозируемому объему рынка в 1,16 млрд дол. США к 2030 г. [8]. Игровой рынок Чехии переживает всплеск разработки инди-игр, что отражает растущий интерес к разнообразным сюжетам и инновационным игровым процессам [8].

Швейцария известна своими достижениями в дизайне и медиа. Кантон Цюрих выделяется высокой концентрацией творческих профессий, где креативные индустрии составляют значительную часть региональной экономики. Здесь в 2022 г. было занято 94 300 человек в 20 200 компаниях, а общий вклад сектора составил 10,7 млрд франков (около 13 млрд дол. США) в добавленной стоимости и почти 40 млрд (около 49 млрд дол. США) в обороте [9]. Ключевые подотрасли в Цюрихе включают программное обеспечение и игры (30 %), архитектуру (16,3 %), дизайн (9,2 %), музыку (8,6 %) и прессу (8,1 %) [9]. Швейцарские дизайнеры и медиа-компании активно участвуют в международных проектах, укрепляя экспортный потенциал страны. Сфера дизайна является одной из самых динамичных в структуре креативных индустрий страны. Согласно *Creative Economies Report*, в Швейцарии работают более 10 000 компаний, занятых в области дизайна, с числом сотрудников около 25 000 человек. В последние годы зафиксирован рост на 9,2 % по количеству предприятий, 4,9 % по занятости, 2,9 % по добавленной стоимости и 6,3 % по объему оборота. Например, объем швейцарского рынка специализированного дизайна (продуктового и графического) в 2024 г. оценивается в 1,3 млрд евро (около 1,5 млрд дол. США) с прогнозируемым дальнейшим ростом [10].

Нидерланды известны своими достижениями в области дизайна и архитектуры. В дизайне страна занима-



ет прочные позиции, производя более 140 000 дизайнеров, двое из трех из которых экспортируют свои услуги за рубеж, общая экспортная стоимость креативных товаров и услуг превышает 8,9 млрд евро (около 10 млрд дол. США). Нидерланды входят в топ 10 стран мира по объему креативного экспорта, по показателям торгового оборота, занятости и узнаваемости брендов [11]. Площадкой притяжения для дизайнерского сообщества и международных инвесторов стала ежегодная *Dutch Design Week* в Эйндховене. Девятиминутный фестиваль объединяет около 2600 дизайнеров и привлекает сотни тысяч посетителей – в 2025 г. их число превысило 295 000. Программа события включает более 430 выставок и презентаций, организованных на более чем 100 площадках. Во время проведения *Dutch Design Week* вручаются *Dutch Design Awards*, которые с 2003 г. ежегодно отмечают выдающиеся достижения в дизайне [12]. В экономическом измерении дизайн является важной отраслью: по отраслевому мониторингу, графический дизайн ежегодно растет на 34,6 % в период с 2010 по 2021 г., а промышленный и продуктовый дизайн – на 7,4 % ежегодно с 2017 по 2021 г. В 2019 г. вклад трех подотраслей в экономику составил более 1 млрд евро (около 1,2 млрд дол. США), что эквивалентно 0,13 % ВВП Нидерландов [13].

Сингапур активно инвестирует в развитие дизайна и мультимедиа. Организация *DesignSingapore Council* поддерживает стартапы и креативные проекты, способствуя росту экспорта креативных продуктов. В 2022 г. добавленная стоимость дизайнерских, медийных и культурных индустрий выросла с 5,7 млрд дол. США в 2012 г. до 11,4 млрд дол. США в 2022 г. – почти в два раза [14]. Этот рост отражает устойчивое расширение сектора в течение десятилетия. Согласно данным Министерства культуры и молодежи, номинальная добавленная стоимость дизайн-медиа-креативных индустрий выросла с 7,9 млрд дол. США в 2017 г. до 11,7 млрд дол. США в 2022 г., прирост составил поч-

ти 50 % за пять лет [14]. Это свидетельствует о быстром расширении сегмента. Одним из ключевых событий креативной среды Сингапура является ежегодная *Singapore Design Week*. В 2023 г. программа включала рекордное участие более 500 дизайнеров и специалистов, охватив более 80 мероприятий и 163 международных партнеров. В 2024 г. фестиваль привлек более 190 000 посетителей и собрал более 700 профессионалов, организовав свыше 80 событий по всей стране [15]. Среди заметных форматов – *Design Futures*, *Design Marketplace* и *Design Impact*, посвященные будущему дизайна и решению социальных проблем.

Беларусь заслуженно занимает лидирующие позиции в регионе по развитию ИТ и цифровых сервисов, в чем главным образом помогает Парк высоких технологий (ПВТ) и законодательная поддержка государства. В 2023 г. в ПВТ было зарегистрировано примерно 1 000 компаний с общим штатом свыше 60 000 человек [16]. ИТ-сектор стал драйвером экономики. В 2020 г. экспорт услуг ПВТ составил 2,735 млрд дол. США, в 2021 г. – рекордные 3,2 млрд дол. США, что отражает ежегодный рост порядка 18,9 %. При этом экспорт компьютерных услуг достигал 30 % от всех экспортных доходов страны [17]. В 2023 г. белорусский ИТ-сектор столкнулся с оттоком кадров: количество уволенных сотрудников значительно превысило число новых трудоустроенных. По данным, опубликованным Национальным статистическим комитетом Беларуси, в 2023 г. из отрасли «информация и связь» ушли 31 600 чел., тогда как на работу были приняты лишь 26 000 специалистов [18, с. 65]. Таким образом, кадровый дефицит составил почти 6 тыс. чел., что свидетельствует о заметных структурных изменениях на рынке труда в сфере ИКТ [18, с. 65]. В августе 2024 г. появились данные о росте численности ИТ-специалистов в Беларуси [19]. Согласно информации Белстата, в мае 2024 г. в секторе информационных технологий и связи было занято свыше 60 тыс. чел., что говорит



о завершении продолжительного периода сокращения занятости в данной индустрии [19].

Несмотря на снижение экспорта ИКТ-услуг на 23 % в 2023 г. на фоне санкционного давления, ИТ-сектор сохраняет потенциал [20]. Правительство инициировало новые меры – создание управляющей компании ПВТ в 2023 г. и усилия по удержанию кадров.

В то же время страны, где отсутствует комплексная политика в сфере креативных индустрий сталкиваются с рядом препятствий, таких как слабая защита интеллектуальной собственности, недостаточный доступ к финансированию, фрагментированность внутреннего рынка, а также ограниченные каналы международной дистрибуции. Без целенаправленной государственной поддержки, креативные продукты зачастую остаются в рамках локального культурного пространства, не достигая стадии коммерциализации на глобальном уровне.

Развитие экспорта креативных продуктов демонстрирует значительный потенциал как в экономическом, так и в культурном измерении. Рассмотренные страновые примеры показывают, что успех в креативных индустриях возможен при условии стратегического государственного участия, институциональной поддержки, инвестиций в инфраструктуру и интеграции креативности в национальный бренд.

Несмотря на различия в фокусах, будь то экспорт музыкального контента, ИТ-услуг, дизайна, медиа или архитектуры, все страны объединяет системный подход к развитию человеческого капитала, цифровых технологий и международной кооперации. Экспорт креативных продуктов не только обеспечивает валютные поступления и занятость, но и укрепляет культурное влияние стран на глобальном уровне.

Таким образом, креативные индустрии становятся ключевым элементом экономической устойчивости государств в условиях глобальной конкуренции и цифровой

трансформации, а экспорт креативных продуктов является стратегическим инструментом мягкой силы и интеллектуального позиционирования на мировой арене.

### **Библиографический список**

1. Хокинс, Д. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги / Д. Хокинс; пер. с англ. И. Щербакова. – М. : Финансовая корпорация «Открытие»; Классика-XXI, 2011. – 255 с.
2. О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации : Федеральный закон от 8 авг. 2024 г. № 330-ФЗ // Российская газета. – 16.08.2024. – URL: <https://rg.ru/documents/2024/08/16/330-fz-kreativnye-industrii.html> (дата обращения: 03.06.2025).
3. The Music Industry in Stockholm // Stockholm Business Region. – 26.03.2025. – URL: <https://www.stockholmbusinessregion.com/insights/creative-cultural-industries/music> (date of access: 03.06.2025).
4. Grincheva, N. Have you been taken by the K-Wave yet? / N. Grincheva // University of Melbourne. – 20.12.2024. – URL: <https://pursuit.unimelb.edu.au/articles/have-you-been-taken-by-the-korean-wave-yet> (date of access: 04.06.2025).
5. A booming film and television industry // Business Focus. – URL: <https://businessfocus.org.uk/a-booming-film-and-television-industry> (date of access: 04.06.2025).
6. Pictures, designs and photographs in Slovakia // Observatory of Economic Complexity. – URL: <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/pictures-designs-and-photographs/reporter/svk> (date of access: 04.06.2025).
7. Czech Games Industry // Infinite Universes. – URL: <https://infinitieczegames.com/en/industry> (date of access: 05.06.2025).
8. Games – Czechia // Statista. – URL: <https://www.statista.com/outlook/amo/media/games/czechia> (date of access: 05.06.2025).
9. Page, R. Creative industries Zurich 2022 / R. Page // Creative Economies Report. – 25.02.2025. – URL: <https://creativeeconomies.com/creative-industries-zurich-2022> (date of access: 05.06.2025).
10. Specialised design activities in Switzerland – Market Size, Industry Analysis, Trends and Forecasts (2024–2029) // IBIS World. – URL: <https://www.ibisworld.com/switzerland/industry/specialised-design-activities/200293/#IndustryStatisticsAndTrends> (date of access: 05.06.2025).

11. Dutch design is present all over the world // Transfer LC. – 04.10.2024. – URL: <https://transfer.lc/dutch-design-is-present-all-over-the-world> (date of access: 05.06.2025).

12. Successful 15th DDW attracts more than 295 000 // Dutch Design Week. – 20.10.2016. – URL: <https://ddw.nl/en/press1/press-archive/136/successful-15th-ddw-attracts-more-than-295000-visitors> (date of access: 05.06.2025).

13. Domain design // Culture monitor. – 15.04.2025. – URL: <https://www.cultuurmonitor.nl/en/domein/design> (date of access: 05.06.2025).

14. Written reply to PQ on Economic contributions of creative industries in past 10 years // Singapore Ministry of Trade and Industry. – 14.10.2024. – URL: <https://www.mti.gov.sg/Newsroom/Parliamentary-Replies/2024/10/Written-reply-to-PQ-on-Economic-contributions-of-creative-industries-in-past-10-years> (date of access: 06.06.2025).

15. Singapore Design Week staged its most ambitious edition to date with expanded offerings, design districts and more than 500 creatives participating // Design Singapore Council. – 12.10.2023. – URL: <https://designsingapore.org/news/singapore-design-week-staged-its-most-ambitious-edition-to-date-with-expanded-offerings-design-districts-and-more-than-500-creatives-participating> (date of access: 06.06.2025).

16. Цифры и факты // Парк высоких технологий. – URL: <https://park.by/http/facts/> (дата обращения: 06.06.2025).

17. ИТ в Беларуси // Официальный сайт Республики Беларусь. – URL: <https://www.belarus.by/ru/business/doing-business/it-belarus> (дата обращения: 06.06.2025).

18. Статистический ежегодник 2024: стат. справочник / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2024. – 317 с. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – URL: [https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public\\_compilation/index\\_135040/](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_135040/) (дата обращения: 06.06.2025).

19. Капранов, О. Россия и Беларусь наращивают взаимодействие в сфере электроники / О. Капранов // Российская газета. – 23.01.2025. – URL: <https://rg.ru/2025/01/23/rasstanovka-sil.html> (дата обращения: 06.06.2025).

20. От санкций к переориентации: как идет восстановление экспорта компьютерных услуг в СНГ // Myfin. – URL: <https://myfin.by/article/rynki/beloruskij-it-biznes-sokratil-eksport-komputernykh-uslug-na-20-za-2-goda-34424> (дата обращения: 06.06.2025).