

# Экспортноориентированное развитие креативных индустрий: опыт зарубежных стран, предложения для России

Руслан Кодачигов, [kodachigov@usue.ru](mailto:kodachigov@usue.ru)

Ст. преподаватель кафедры мировой экономики  
Уральский государственный экономический университет

29-30 октября 2015 г., Санкт-Петербург

# Креативные индустрии

## 1. Культурное наследие:

**традиционные формы  
культурного выражения:**

художественные промыслы,  
традиционные фестивали и праздники

**объекты культуры:**

археологические памятники, библиотеки,  
музеи, выставки и т. п.

## 2. Искусство:

**художественное  
искусство:**

живопись, скульптура, фотоискусство

**исполнительское  
искусства:**

вокальные и музыкальные выступления,  
театр, танцевальное и цирковое искусство

### 3. Медиа:

<b>издательское и печатное дело:</b>	книги, печатная пресса и другая публицистика
<b>аудиовизуальное искусство:</b>	кино, телевидение, радио и другие формы вещания

### 4. Функциональное творчество:

<b>дизайнерское искусство:</b>	графический дизайн, дизайн интерьеров, игрушек, украшений, мода и т. п.
<b>новые медиа:</b>	разработка компьютерных программ, видеоигр и т. п.
<b>креативные услуги:</b>	разработки в области архитектуры, рекламы, культуры и т. п.

## Гос. программы, направленные на изучение влияния креативных индустрий на национальную экономику

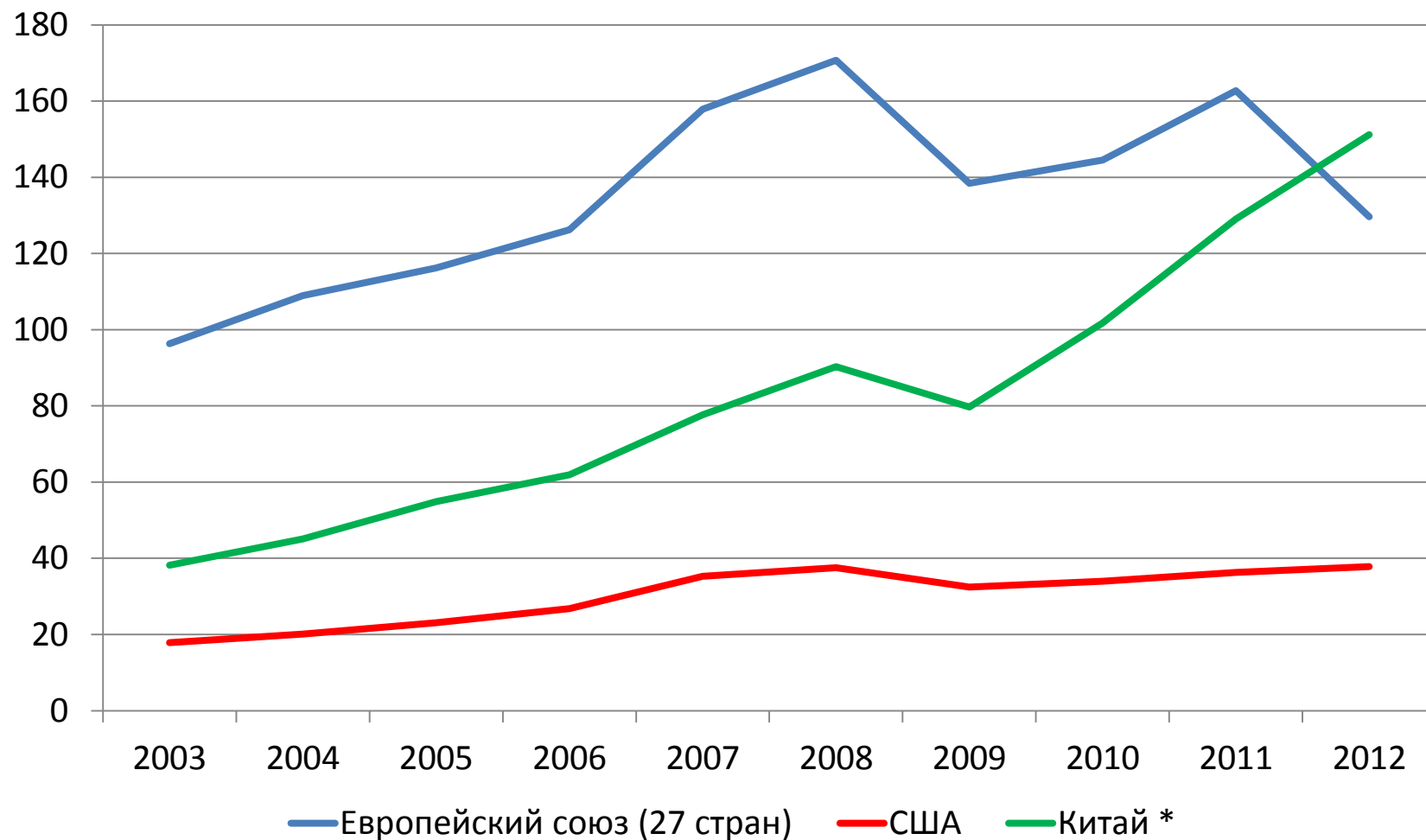
Страна	Программный документ	Год публикации	Орган исполнительной власти, разработавший программу
Великобритания	Creative Industries Mapping Document	1998	Департамент по культуре, медиа и спорту
Австралия	The Creative Industries Cluster Study	2002-2003	Департамент по коммуникациям, информационным технологиям и искусству
Сингапур	Economic Contributions of Singapore's Creative Industries	2003	Министерство торговли и промышленности
Нидерланды	Culture & Economy: Our Creative potential	2005	Министерство экономических отношений, Министерство образования, культуры и науки

## Роль креативных индустрий в экономике отдельных стран

	Год исследования	Вклад креативных индустрий в ВВП, %	Доля занятых в креативных индустриях, %	Экспорт креативных товаров, 2012 г., млрд долл.	Доля креативных товаров в экспорте, 2012 г., %
Австралия	2011	3,0	5,3	1,34	0,52
Великобритания	2013	5,04	5,6	23,08	3,67
Германия	2011	2,4	3,1	28,72	1,77
Гонконг	2013	5,1	5,6	34,20	6,97
Китай *	2006	2,45	1,48	151,18	7,38
Нидерланды	2008	3,0	5,45	9,40	1,39
США	2012	4,32	3,06	37,84	2,44
Япония	2011	5,3	4,2	7,72	0,97

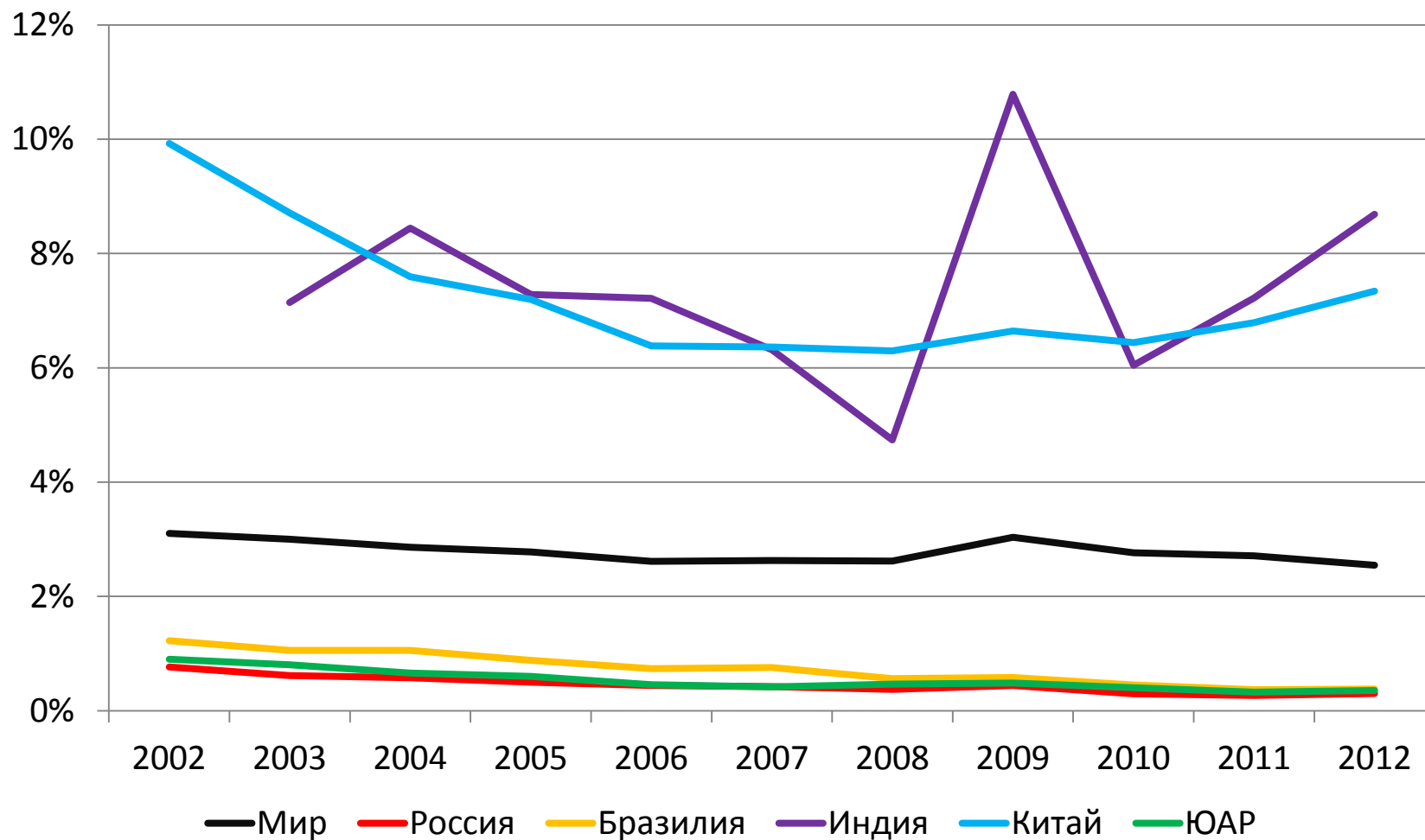
\* КНР рассматривается без учета САР Гонконг, САР Макао, провинции Тайвань.

## Экспорт креативных товаров ЕС, США и Китая, 2003-2012 гг., млрд долл.

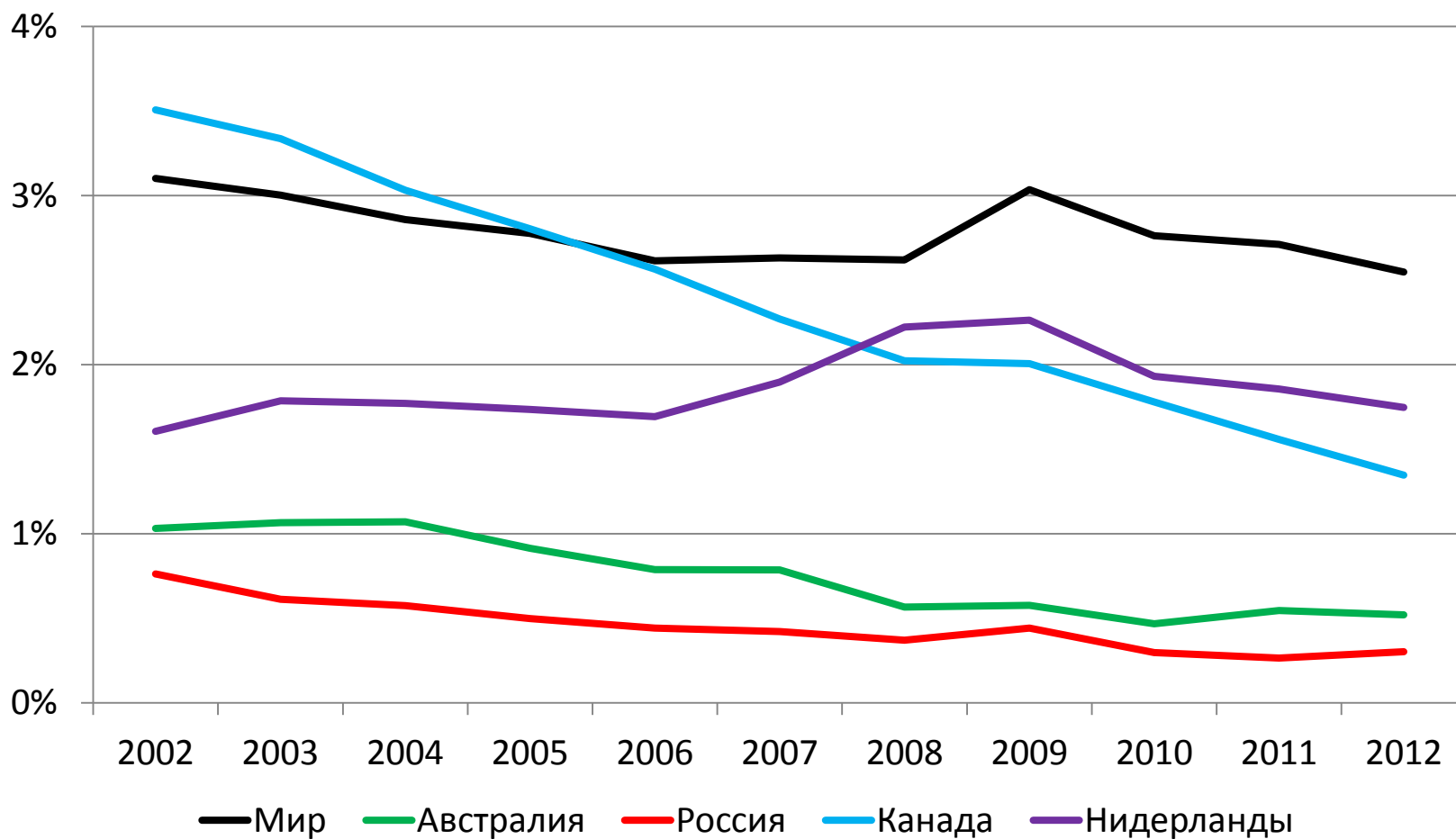


\* КНР без учета САР Гонконг, САР Макао, провинции Тайвань.

## Удельный вес креативных товаров в экспорте товаров стран БРИКС, 2002-2012 гг., %



## Удельный вес креативных товаров в экспорте товаров России и отдельных развитых сырьевых стран, 2002-2012 гг., %





## Подходы различных стран к стратегическому планированию ВЭД креативных индустрий

	Стратегии	Примеры
1	Специализированная стратегия для внешнеэкономической экспансии непосредственно креативных индустрий	в Нидерландах – Policy Programme for the Creative Industries 2009-2013, Creative Industries Internationalisation Programme 2013-2016, в Финляндии – Finnish Cultural Export Promotion Programme
2	Специализированная стратегия, предусматривающая продвижение всей национальной культуры на международном уровне	в Швеции – Swedish Cultural Internationalisation Strategies

## Подходы различных стран к стратегическому планированию ВЭД креативных индустрий (продолжение)

	Стратегии	Примеры
3	Внешнеэкономическая стратегия общей направленности, затрагивающая вместе с тем и экспортоориентированное развитие креативного сектора экономики	в Дании – стратегия Value, Growth and Knowledge for Denmark, в Австрии – программа Go-international
4	Отсутствие отдельной целостной стратегии ВЭД для креативных индустрий, но реализуются различные программы и мероприятия, направленные на стимулирование экспорта их продукции в рамках общенациональной стратегии развития	в Бельгии – подразделение Flanders Image фонда Flanders Audiovisual Fund, в Греции – подразделение Hellas Film центра Greek Film Centre

## Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг

	Инструмент	Практическое использование
1	Менторская поддержка перспективных проектов	В рамках программы Red Jackets (Латвия) предусмотрена менторская поддержка латвийских компаний с наибольшим экспортным потенциалом
2	Консультационная и аналитическая поддержка в сфере ВЭД, маркетинга и т.п	Информационный проект Development and Actualisation of Information on Countries for Crossborder Activities of Architects and Engineers (Германия), содержащий информацию о 30 перспективных экспортных рынках для архитектурных бюро

## Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
3	Грантовая, субсидийная и организационная поддержка участия в международных выставках, фестивалях; трэвел-гранты	<p>Программа The Grant Programme for Internationalization (Нидерланды) с бюджетом в 1 млн евро/год, реализуемая фондом Creative Industries Fund NL, направлена на грантовую поддержку международных проектов нидерландских предпринимателей (мода, дизайн, архитектура, компьютерные игры);</p> <p>В рамках программы Film Sales Support (ЕС) организация European Film Promotion компенсирует 45% всех маркетинговых расходов, связанных с продвижением фильмов на фестивалях, проводимых за пределами ЕС</p>

## Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
4	Грантовая поддержка приезда потенциальных потребителей	В рамках программы Swedish Cultural Internationalisation Strategies (Швеция) осуществляется финансирование приезда зарубежных издателей и литературных агентов на шведскую книжную ярмарку Gothenburg Book Fair
5	Организация международных мероприятий, привлекающих потенциальных потребителей, торговые миссии и другие экспортоориентированные мероприятия	Торговые миссии для британских креативных индустрий с посещением потенциальных зарубежных рынков в рамках программы The Market Visit Support с бесплатной организационной поддержкой и частичным возмещением расходов (200-950 фунтов стерлингов) от UK Trade and Investment (Великобритания)

## Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
6	Грантовая поддержка проектов на ранней стадии	<p>Фонд Digital Development Fund (Уэльс) предоставляет гранты в размере 5000-50000 фунтов стерлингов на развитие цифровых продуктов при условии частного софинансирования;</p> <p>В рамках программы Translation / «Преводи» (Болгария) с бюджетом в 30 тыс. болгарских левов, реализуемой фондом Bulgarian National Culture Fund (Национален фонд «Култура»), авторам литературных произведений компенсируются расходы (согласно сметной документации) на перевода книг на иностранные языки</p>

## Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
7	Кредитные инструменты стимулирования экспорта	Государственные гарантии для креативных индустрий на 75-90% от величины экспортных кредитов, предоставляемые экспортно-кредитным агентством FINNVERA (Финляндия); Фонд The Cultural and Creative Sector Loan Guarantee Facility (Франция, Испания) осуществляет гарантийное содействие в получении кредитов компаниями, действующим в креативном секторе экономике

## Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
8	Фискальные инструменты стимулирования экспорта	Для французских компаний, разрабатывающих видеоигры, предусмотрен налоговый кредит Crédit d'Impôt Jeux Vidéo в размере до 3 млн евро/год, дающий право на льготу по уплате корпоративного налога в размере 20% от всех понесенных расходов (максимум 15 млн евро/год)



## Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
9	Программы содействия формированию кластеров и сетевому взаимодействию креативных индустрий различных стран	Программа Crossing The Borders (Скандинавские страны), действующая в рамках более масштабного проекта Nordic Travel Pass, помогает гастролирующим в рамках региона скандинавским артистам получать скидки в отелях, ресторанах, дизайн-бюро и типографиях
10	Информационная поддержка креативных индустрий	Организация Swedish Film Institute (Швеция) в рамках программы Swedish Cultural Internationalisation Strategies три раза в год публикует международный журнал Swedish Film Magazine с обзором новых шведских фильмов

## Отдельные инструменты стимулирования экспорта креативных товаров и услуг (продолжение)

	Инструмент	Практическое использование
11	Инфраструктурная поддержка	В рамках проекта HUBSTART (Нидерланды) нидерландские программисты получают место для офиса в Кремниевой долине (США); в рамках программы Dutch DFA programme (Нидерланды) нидерландские предприниматели, работающие в креативных индустриях, могут воспользоваться коворкинг-центром Dutch Design Workspace Shanghai в Шанхае

## Итоги программы Dutch DFA Programme (2009-2012 гг.) в рамках комплексной стратегии Policy Programme for the Creative Industries (Нидерланды)

Прирост экспорта предметов дизайнерского искусства в Китай и Индию, %	2009		2010		2011		2012	
	Китай	Индия	Китай	Индия	Китай	Индия	Китай	Индия
Мир, всего	9,9	-52,1	-7,0	57,4	27,2	49,6	-8,3	1,3
ЕС (27 стран), в том числе:	-3,4	-11,5	29,3	4,0	53,2	16,8	-48,8	-43,9
Нидерланды	0	300	-12,5	-25,0	71,4	0	8,3	-33,3

## Итоги опроса ЛОМ в Китае в 2009 и 2013 гг.

- Доля тех, кто относит Нидерланды к лидерам модной индустрии среди европейских стран, выросла в Китае с 0% до 20%;
- 60% китайских респондентов отнесли Нидерланды к лидерам по архитектурным услугам среди стран ЕС, в то время, как изначально насчитывалось 0%.
- Главной чертой нидерландского архитектурного проектирования 72% опрошенных китайцев назвали инновационность.

## Итоги опроса ЛОМ в Индии в 2009 и 2013 гг.

- 70% респондентов отметили усиление позиций нидерландского дизайнерского искусства в Индии; 42% опрошенных отнесли Нидерланды к лидерам в данном сегменте среди европейских стран;
- 42% отметили, что продукция нидерландской компании Philips со своими инновационными технологиями и функциональным дизайном прочно вошла в их жизнь и оказывает сильнейшее влияние на весь индийский рынок.
- Индийцы относят Нидерланды к лидерам архитектурного проектирования среди стран ЕС, при этом 50% опрошенных отметили, что их мнение о нидерландской архитектуре за 2009-2012 гг. изменилось под влиянием именно программы Dutch DFA Programme.

## Этапы государственного программирования российского экспорта креативных товаров

1. ситуационный анализ (картирование)  
российских креативных индустрий
2. разработка и реализация государственной  
программы поддержки и развития российских  
креативных индустрий
3. разработка и реализации особой экспортной  
стратегии в отношении креативных товаров