

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ  
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ В КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ:  
ИНСТРУМЕНТЫ, МОДЕЛИ, ТЕХНОЛОГИИ**

Пинск, 2019

УДК 378.6:330  
ББК 74.484.7  
Б 59

**Рецензенты:**

профессор кафедры экономики и управления  
УО «Белорусский государственный экономический университет», д.э.н., профессор,  
*Н.В. Маковская;*  
профессор кафедры экологии факультета естественных наук  
Национального университета «Киево-Могилянская академия», д.э.н., профессор,  
*Е.В. Хлобыстов*

Утверждена Советом  
УО «Полесский государственный университет» (№7 от 28.03.2019г.)

**Б 59 Бизнес-образование в креативной экономике: инструменты, модели, технологии:** монография / И.М. Зборина [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2019. –187 с.

В коллективном труде ученых Полесского государственного университета и Одесского национального экономического университета представлены теоретико-аналитические и практические результаты исследования современных проблем формирования и развития креативной экономики.

Монография предназначена для научных работников, преподавателей, докторантов, аспирантов, занимающихся исследованиями направлений креативной экономики как одного из факторов инновационного развития современной экономики, а также специалистов–практиков и работников органов государственного управления, в компетенции которых входит принятие решений в условиях креативной экономики.

ISBN 978-985-516-575-1

УДК 378.6:330  
ББК 74.484.7

ISBN978-985-516-575-1

© УО «Полесский государственный университет», 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

<i>Предисловие</i>	4
Глава 1 КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА И НЕПРЕРЫВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОСТРОЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ	5
1.1. Формирование креативного класса общества как основы инновационного развития экономики <i>Зборина И.</i>	5
1.2. Феномен клипового мышления и информационно-коммуникационные технологии в системе обучения студентов экономических специальностей учреждений высшего образования <i>Лозицкий В.Л.</i>	11
1.3. Трансформация образования в условиях цифровой экономики <i>Володько О.В., Володько Л.П.</i>	17
Глава 2 РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ	36
2.1. Перспективы формирования инновационных кластеров в Брестской области <i>Васильченко А.О., Гречишкинка Е.А., Еленская И.Э., Демьянов С.А.</i>	36
2.2. Система содействия развитию креативной экономики в регионах Республики Беларусь <i>Грабар Р.Н., Шумак Ж.Г., Русско В.В.</i>	55
2.3. Особенности формирования доходов местных бюджетов Украины <i>Слатвинская М. А., Сментына Н. В.</i>	64
Глава 3 МЕТОДОЛОГИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ОБНОВЛЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ	81
3.1. Комплексная система оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятий деревообрабатывающей отрасли на рынке B2B в условиях креативной экономики <i>Хмельницкая Е.В.</i>	81
3.2. Креативное противоречие в показателях эффективности инвестиционных проектов <i>Карпов В. А.</i>	96
3.3. Formation of a process-oriented company's system of indicators as an element of a creative economy <i>Karpenko Yulia</i>	107
3.4. Практические аспекты реализации положений креативной экономики в градостроительстве и жилищно-коммунальной сфере Украины <i>Балджи М. Д.</i>	124
3.5. Формирование инновационных стратегий на основе цепочки ценности как основа конкурентного преимущества в креативной экономике <i>Кузнецова И. А.</i>	133
3.6. Креативные методы прогнозирования развития торгового предприятия <i>Однолько В. А.</i>	153
3.7. Исследование рынка технологий виртуальной и дополненной реальности в Украине <i>Яшкина О. И., Одинокоев Р. Д.</i>	163
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	181
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	185

# ГЛАВА 1

## КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА И НЕПРЕРЫВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОСТРОЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

### 1.1 Формирование креативного класса общества как основы инновационного развития экономики

Человек на протяжении всей жизни является объектом инвестиций. Существование человека без инвестирования в него значительных по объему и времени средств в современных условиях становится просто невозможным. При этом человеческий капитал обладает способностью аккумулироваться, самовозрастать и являться источником дополнительного дохода национальной экономики. Это, в свою очередь, стабилизирует социально-экономическую ситуацию и гарантирует дальнейший экономический подъем. Движущей силой воспроизводственных процессов в период становления экономики постиндустриального периода становится не накопление материальных благ, а стремление приобрести и расширить знания. Для максимизации эффекта, получаемого при использовании человеческого капитала, необходимо создать ситуацию, повышающую мотивацию наиболее полно использовать имеющиеся у каждого члена общества образование, навыки и опыт.

В последнее время в качестве одного из факторов инновационного развития стало развитие направлений креативной экономики. В основу данного направления заложена определенная идеология создания абсолютно нового подхода к продукту.

Природа феномена культурных индустрий междисциплинарна, сложна, неоднозначна и спорна, поэтому в исследовательской традиции наряду с понятием «культурные индустрии» используются альтернативные термины: «информационные индустрии», «индустрии досуга», «индустрии развлечений», «творческие сектора», «креативные отрасли», «творческие сферы экономики», «медийные индустрии», «креативная экономика», «экономика знаний», однако чаще всего используются понятия «креативные индустрии» и «творческие индустрии».

Термин «креативное предпринимательство» получил развитие из термина «креативное разрушение», впервые использованное немецким экономистом Вернером Зомбартом в книге «Война и капитализм» и популяризированное австро-американским экономистом и социологом Йозефом Шумпетером в его книге «Капитализм, социализм и демократия». Они использовали его для обозначения «процесса реконструкции, который заключался в разрушение старой структуры и создания новой». Понятие «креативная экономика» было введено журналом Business Week в августе 2000 года. По некоторым определениям креативная экономика или экономика знаний – особый сектор экономики, основанный на интеллектуальной деятельности.

Если говорить об идейной основе концепта «креативных индустрий», то ею стали теории осмысления фундаментальных изменений в технологии, управлении, способах организации экономики, социальной жизни и культуры.

Теория постиндустриального общества (Д. Белл) отразила в своих постулатах парадигму новой «оси социальной организации и стратификации в развитом западном обществе». Рассматривая изменения, происходящие в различных сферах общества, Д. Белл отмечает основные его составляющие: переход от производства товаров к преобладанию сферы услуг, приоритетное значение в качестве ресурса теоретического знания, новых технологий принятия управленческих решений, ведущую роль в структуре общества профессиональных менеджеров и знания в качестве оснований инноваций.

Теория сетевого «информационного общества» М. Кастельса выразила в своей аналитической конструкции парадигму нового «информационного» типа общественного развития. Он отмечает, что «источник производительности заключается в технологии генерирования знаний, обработки информации и символической коммуникации». Определяющим фактором в информационном обществе является не утилитарное влияние информации на технологии, как это было в прежних обществах, а продуцирующее воздействие «знания на само знание как главный источник производительности». В теории М. Кастельса информация является сырьем и продуктом производства, основой власти и капитала. Информационные технологии, интегрирующие коммуникации, компьютеры, Интернет, микроэлектронику и биотехнологии, становятся фундаментальной «основой социально-экономической реструктуризации капитализма». Под ней М. Кастельс понимает всемерное «углубление капиталистической логики стремления к прибыли». Одновременно с этим реструктуризация капитала сопровождается широко «распространенным ухудшением условий жизни и труда работников», ростом экономического и социального неравенства в обществе.

*Теория «креативного класса».* Р. Флорида для обозначения социальной группы, включенной в постиндустриальный сектор экономики, предложил термин «креативный класс». К этому классу относятся люди, чей способ деятельности основывается на комплексных знаниях и творческих решениях. Это интеллектуалы, люди искусства, сотрудники медиа, программисты, инженеры, ученые, т.е. те, кто нуждается в знаниях и создает новое знание, являющееся источником инноваций.

Согласно его концепции, эта творческая элита является определяющим фактором экономического развития городов и регионов. Он отмечает зависимость открытой и толерантной среды от численности креативного класса. В 2010 г. Р. Флорида относил к нему около 30% от общей численности работающего населения США. Характерной чертой этой социальной группы является индивидуальная свобода, способность к нешаблонному решению задач, предпочтение карьерному продвижению по служебной лестнице деятельности по реализации творческих проектов. Понимание определяющей

роли творчества в бизнесе привело к появлению гипотезы о том, что креативность становится источником инноваций в экономике. На основе case method (ситуационного анализа) Р. Флорида полагает, что в городах, где формируется открытая и терпимая среда для проживания креативных людей, растут и показатели экономического благосостояния общества.

«Креативная экономика» Д. Хоукинс. В политической программе по стимулированию бизнеса в 2000-е годы креативные индустрии мыслятся в качестве ядра, ключевого сектора экономики, которая, как полагает Д. Хоукинс, сама должна стать креативной. В широком смысле креативность характеризует нетривиальное решение проблемы неспециализированным образом, нередко ограниченными средствами и ресурсами. По сравнению с культурными отраслями, ориентированными на символические тексты, циркулирующими в ограниченном секторе производства, концепт «креативные индустрии» используется Д. Хоукинс для репрезентации творческих критериев всей экономики в целом. При таком понимании креативная экономика возникает всюду, где в существенной мере реализуется креативный/творческий подход, являющийся основным источником добавленной стоимости и роста рабочих мест. Специфика креативной экономики, по мнению этого автора, проявляется в характере социально-экономических отношений между творческим характером интеллектуального труда и его использованием в качестве основной движущей силы экономики постиндустриального общества. Очевидно, что креативные подходы актуальны и востребованы во всех сферах жизни. Однако очертить границу этих индустрий, исходя из их специфических особенностей, невозможно.

Объективная классификация секторов экономики креативных индустрий, как особых отраслей производственной деятельности, не обнаруживает.

В широком спектре теорий постиндустриального и информационного общества «креативные индустрии» представляют собой не совокупность отраслей производства, а теоретический концепт, своеобразный «идеальный тип» (М. Вебер), сформулированный в политическом и академическом дискурсе на основе осмысления изменений в современном социуме. Эти изменения, сведенные воедино, могут играть роль ценностного регулятора для выбора модели развития в постиндустриальном обществе.

Креативная экономика основана на инновационном, но в тоже время, креативном подходе. Любая инновация – это есть креатив. По сути, креативное мышление допускает создание нового (инновации), но и не отвергает старых, доработанных решений с внесением в них креативных изменений. Главное различие в человеческом капитале, в инновационной экономике – это люди, направленные на изучение науки, а в креативной – люди, которые ценят свободу действия, творчество. Таким образом, креативная экономика, в отличие от экономики знаний, в качестве главного источника экономического роста рассматривает не технологии и знания, а креативные идеи, содержащие оригинальные технологии и знания, реализуемые в сферах культуры.

Великобритания является передовой страной в области креативной экономики. В прошлом 2017 году правительство Великобритании опубликовало официальный отчет о вкладе креативных индустрий в экономику страны. Объем креативной экономики оценивался в 133,3 млрд фунтов стерлингов, что составляет 8,2% от ВВП всей страны.

Чарльз Лэндри в своей книге «Креативный город» очень точно описал основные элементы инфраструктуры города, способствующие развитию креативной экономики. Под его руководством были реализованы городские проекты по всему миру – от Албании до Гонконга, от Новой Зеландии до Мексики. Его концепция «креативного» или «творческого» города родилась из размышлений о том, что некоторые города сумели приспособиться к историческим переменам, а некоторым даже удалось извлечь из этих перемен выгоду. Согласно этой концепции, культурные ресурсы являются сырьем, которое приходит на смену нефти, стали и золота и за счет которого формируются базовые ценности города. Главная задача креативного города – это создание инновационной среды, т.к. креативность – это предпосылка для инноваций. Главным инструментом в создании такой среды являются творческие индустрии. Креативный класс или творческие люди рассматривается автором не как группа представителей определенных «богемных» профессий, а как класс представителей совершенно разных профессий, состоящий из талантливых, гибких и энергичных людей, способных свободно и креативно мыслить, выходя далеко за рамки обыденного. «Творческие люди работают на границе зоны своей компетентности, а не в ее центре».

Имея высокий уровень человеческого капитала, наша страна также имеет большой потенциал для развития креативной экономики, основанной на знаниях, инновациях и творчестве. Хотя официальная статистика в Беларуси не выделяет креативную индустрию в отдельную отрасль экономики, данные по динамике развития рынка креативных товаров и услуг можно найти в международных отчетах. Например, два года назад Беларусь, согласно Глобальному индексу креативности, который ежегодно проводит Martin Prosperity Institute (USA), заняла 37 место – самое высокое среди стран СНГ. Исследовались такие параметры, как технологии, таланты и толерантность.

По данным глобальной карты «Времена культуры», в Евросоюзе уже около 7,7 миллионов человек заняты в креативной экономике (26% от общей занятости). В Беларуси же – около 0,02% от всех занятых в экономике. В основном это программисты, исследователи, работники инновационного сектора. По оценкам экспертов, чтобы экономика страны в полной мере получала отдачу от человеческого потенциала, в креативных индустриях должно трудиться не менее 10% работников.

Большой вклад в экономику будет вносить так называемый креативный или творческий класс, считают эксперты. Для его формирования важную роль играет дополнительное образование для взрослых. В рамках сложившихся традиций Беларусь много внимания уделяет реальному сектору экономики, но не до конца использует человеческий потенциал. Время, когда

люди получали образование только в стенах учебных учреждений, закончилось. Сейчас необходимо уметь учиться в самых разных пространствах и ситуациях: на рабочем месте, во время волонтерства и досуга. Эксперты убеждены, что в организации традиционного образования и обучения на протяжении жизни важно уделять внимание культурным и креативным специальностям и внедрять инновационные подходы в традиционное образование.[5]

Два года в Беларуси реализуется программа «Культура и Креативность». Она направлена на знакомство белорусов с потенциалом креативных индустрий, а также на усиление навыков и знаний людей, уже работающих в этой сфере. Эксперты обращают внимание на то, что культура – это не только искусство, театр, кино, но и целая индустрия. Так же можно отметить, что в октябре в Беларуси был принят указ, который максимально расширяет перечень видов ремесленной деятельности, которые люди вправе осуществлять по заявительному принципу без государственной регистрации в качестве ИП. Ожидается, что это увеличит число занятых в креативных бизнесах, в том числе и в малых городах. Сейчас в Беларуси зарегистрировано около 23,5 тысяч ремесленников.

Среди внутренних проблем, тормозящих развитие креативной экономики, одно из первых мест занимает отсутствие в белорусском законодательстве самого понятия. Часто креативность приравнивают к творчеству. Людям приходится оформлять статус ремесленника, индивидуального предпринимателя. Креативные индустрии в нашей стране развиваются в отрыве от экономической политики, поэтому не имеют господдержки. Если бы в Беларуси на законодательном уровне появились возможности, которые бы способствовали развитию креативного предпринимательства, это направление получило бы стимул для развития и приносило бы большой вклад в экономику.

Особо хочется поговорить об индустрии социальных инноваций и о роли университетов в процессе инновационного цикла: «исследования–разработки–производство–распространение–использование инноваций» во всех сферах экономики и общества. Задача учебных заведений в большей степени состоит в том, чтобы наряду с передачей студентам имеющегося набора современных и востребованных знаний, обучением их возможности извлекать эти знания из моря информации в Интернете, библиотеках, научить их эти знания создавать. В связи с этим, все более актуализируется сращивание учебной и научной сторон деятельности, необходимость усиленного поиска творчески одаренной молодежи, стимулирование ее интереса к науке и творчеству, развитие ее способностей. Информационные и коммуникационные технологии создают для такого поиска неограниченные, ранее небывалые возможности.

Второе востребованное умение – превращать новые знания в инновации. Для этого, в первую очередь, необходимо уметь создавать свой личный контент, использовать знания в электронном виде, выложенные через веб-технологии на сайты на всеобщий рынок Интернет. Для этого подразделения контента должны стать ключевыми в каждом современном учебном заведе-



нии. Также необходимо научить студента капитализировать свои знания, продавать их, знать, как образуются цены, знать механизмы обращения знаний в деньги. В конечном итоге, люди должны знать электронные деньги, электронную коммерцию, уметь эффективно работать и общаться в сетях. Нужно уметь работать в компаниях, командах, когда люди находятся в разных странах, на разных континентах и общаются на разных языках. Следует отметить, что творческие способности и инновационное мышление лучше развиваются в рамках проектного метода обучения. Проектный подход позволяет эффективно ориентировать учебную деятельность студентов на приобретение необходимых профессиональных компетенций, востребованных на рынке труда.

Технологии креативного образования на сегодняшний день позволяют решать главную задачу – осуществление перехода от репродуктивного обучения способных к творческому поиску учащихся к самостоятельному анализу проблемы, сбору информации, грамотному составлению валидных прогнозов, построению логических схем для принятия обоснованных решений. Этой задаче подчинены такие методики, как кейс-метод, метод проектов и др. – для индивидуальной работы; эту же задачу решают варианты коллективного творчества – «мозговой штурм», дискуссии, тренинги и пр.

Экономика знаний, креативные отрасли требуют качественно новой подготовки специалистов, представляющих собой человеческий капитал страны. Инвестиции «в мозги», в образование являются долгосрочными стратегическими вложениями, но именно они дают в будущем устойчивый эффект поступательного экономического развития. Это очень хорошо понимают, например, в США, где привлечение в страну талантливой молодежи поставлено на поток.

Необходимость трансформации национального хозяйства от традиционно-промышленного экономического уклада к принципам новой информационно-креативной экономики требует перехода к новой личностной парадигме обучения, в рамках которой творческий потенциал преобразуется в продуктивную способность получать новые знания и создавать технологии.

### **Список использованных источников**

1. Мельников, О. Н. Единство и противоречие понятий «креативная экономика» и «творческие индустрии» / О. Н. Мельников, В. Г. Ларионов, Н.А. Ганькин // Креативная экономика. – 2015. – Т. 9. – № 3. – С. 265-278.

2. Данильченко, А. В. Креативная экономика как высшая форма развития постиндустриального общества / А. В. Данильченко // Экономическая наука сегодня. – 2017. – №6. – С. 16-25

3. Левченко, И. В. Значение «креативной экономики» в современном инновационном развитии: зарубежный опыт / И. В. Левченко // Креативная экономика. – 2014. – № 12(96). – С. 44-54

4. Зотова, Л. Р. Креативный город: творческие индустрии и развитие городов / Л. Р. Зотова // Креативная экономика. – 2015. – 9(11). – С. 1465–1490

5. Почему креативным людям в Беларуси приходится становиться ремесленниками – [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http://www.zautra.by/art.php?sn\\_nid=26180](http://www.zautra.by/art.php?sn_nid=26180) – Дата доступа : 18.11.2018.

6. Яковлев, В. Ю. Основания культурных и креативных индустрий как явления современного общества / В. Ю. Яковлев // Международный журнал исследовательской культуры. – 2017. – 1(26).

7. Медведь, А. А. Институт креативного образования как способ инвестирования в человеческий капитал РФ / А. А. Медведь, П. А. Медведь // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2015. – № 4 (23). – С. 136-144.

8. Иванова, Ю. В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий / Ю. В. Иванова // Международный журнал исследовательской культуры. – 2017. – 1(26).

9. Кауфман, Н. Ю. Трансформация управления знаниями в условиях развития цифровой экономики / Н. Ю. Кауфман // Креативная экономика. – 2018. – Том 12. – № 3. – С. 261-270.

10. Волков А. Д. Сетевые технологии и сетевые сообщества в контексте эволюции социально-экономической системы / А. Д. Волков, Г. Б. Козырева // Креативная экономика. – 2018. – Том 12. – № 3. – С. 271-284.

11. Бурденко, Е. В. Экономика знаний и интеграция российского образования в европейский рынок образовательных услуг / Е. В. Бурденко // Креативная экономика. – 2017. – Том 11. – № 11. – С. 1107-1122.

12. Хегай, Е. В. Управление знаниями в вузе как фактор развития академического предпринимательства / Е.В. Хегай [и др.] // Креативная экономика. – 2017. – Том 11. – № 1. – С. 45-60.

Научное издание

**БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ В КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ:  
ИНСТРУМЕНТЫ, МОДЕЛИ, ТЕХНОЛОГИИ**

Монография

Ответственный за выпуск *П.Б. Пигаль*  
Публикуется в авторской редакции

Подписано в печать 31. 05.2019 Бумага типографская  
Формат 60×84/16 Гарнитура Times  
Усл. печ. л. 10,86. Уч.–изд. л. 10, 58. Тираж 100. Заказ № 125.

Отпечатано в учреждении образования  
«Полесский государственный университет»  
225710, г. Пинск, ул. Днепровской флотилии, 23  
Лицензия № 02330/473 от 16 июля 2015.