



Креативные и культурные отрасли Беларуси: пути роста

2025

Working Paper Series, WP no. 41

Ключевые слова: креативный сектор, культурный сектор, креативная экономика, экономический рост.

JEL codes: O11, O15, O30, Z10.

Резюме

На сегодняшний день в белорусском законодательстве не существует национального определения креативного и культурного сектора при том, что в мировом контексте данные направления экономической деятельности являются одними из наиболее быстрорастущих, перспективных и содействующих достижению Целей устойчивого развития. В исследовании была предпринята попытка с учётом международного опыта определения отраслей креативного и культурного сектора Беларуси и на основе имеющихся в открытом доступе данных оценки его размера и развития с точки зрения выпуска и занятости (в т. ч. в региональном разрезе) и международной торговли за период 2016–2023 гг., влияния на экономическое развитие с использованием моделей «Затраты-Выпуск» и CGE на основе данных за 2020 г. Оценённый размер креативного и культурного сектора Беларуси в 2023 г. составил 5,9% ВВП и 5,8% занятости страны; без учёта ИТ-отрасли – 2,1% и 3,6% соответственно. Рост затрат на отрасли креативного и культурного сектора значительно и положительно влияет на валовый выпуск и в меньшей степени на валовую добавленную стоимость, однако экстенсивное расширение креативного и культурного сектора без содействия соответствующей структурной трансформации может привести к неоднозначным результатам, в частности, переток ресурсов в развитые отрасли, как ИТ, может привести к падению совокупного выпуска. Развитие отраслей креативного и культурного сектора Беларуси было неравномерным: сектор в рассмотренный период рос за счёт ИТ-отрасли при том, что остальные отрасли демонстрировали или более скромный рост (рекламная деятельность и изучение конъюнктуры рынка, прочая профессиональная, научная и техническая деятельность), или являлись стагнирующими (архитектура и технический анализ, издательская деятельность, СМИ и культурная деятельность); в региональном разрезе по всем показателям доминирует г. Минск. Большинство отраслей креативного и культурного сектора Беларуси оказались уязвимыми к шокам пандемии COVID-19, усилению внутри- и геополитической нестабильности. Кроме влияния внешних шоков, разница в развитии отраслей креативного и культурного сектора Беларуси обусловлена не только отсутствием общего законодательного подхода, но и разными институциональными условиями деятельности и степенью вмешательства государства.

В последние годы проблема активизации устойчивого и качественного экономического роста в Беларуси становится все более острой и ещё более актуальной в контексте преодоления последствий внутри- и внешнеполитических кризисов. Потенциальным источникам и путям усиления роста белорусской экономики на макро- и отраслевом уровнях посвящено множество исследований и дискуссий. Одним из незаслуженно обделенных вниманием пластов экономической деятельности, имеющим потенциал как для собственного развития, так и содействия развитию других секторов экономики страны, является креативный и культурный сектор.

Универсального определения, которое отражало бы суть креативной экономики и креативного и культурного сектора, не существует. Один из основателей направления исследований креативной экономики Дж. Хокинс в своей книге «Креативная экономика: как люди зарабатывают деньги на идеях» (2001) определяет креативную экономику как систему производства, обмена и использования креативных продуктов, где креативный продукт понимается как экономическое благо, услуга или опыт, основная экономическая ценность которого основана на креативности. [14]. Организация Объединенных Наций по торговле и развитию (далее – ЮНКТАД) определяет креативные индустрии как циклы создания, производства и распределения товаров и услуг, создание которых основано на интеллектуальном капитале, и отмечает, что концепция креативной экономики тесно связана с «экономика знаний» — основным драйвером эндогенного роста за счет инвестиций в человеческий капитал. Сам термин «креативность» основан на взаимодействии человеческого творчества, идей, интеллектуальной собственности, знаний и технологий [6]. Что касается национальных определений терминов «креативный сектор»/«креативные индустрии», то одной из первых стран, которая разработала собственную трактовку, стала Великобритания: в 1998 г. Департамент культуры, СМИ и спорта определил, что креативные индустрии основаны на индивидуальном творчестве, навыках и таланте и обладают потенциалом создания благосостояния и рабочих мест посредством создания и использования интеллектуальной собственности. Согласно этому объяснению, под креативными индустриями чаще всего понимаются следующие виды экономической деятельности: реклама, архитектура, ис-

кусство и антиквариат, ремесла, дизайн, мода, кино, интерактивное развлекательное программное обеспечение (например, видеоигры), музыка, исполнительское искусство, СМИ, программное обеспечение, телевидение и радио [24]. Первоначальное определение креативного сектора, принятое в Великобритании, впоследствии было адаптировано многими другими странами. Важной особенностью и уязвимостью оценки размеров креативного сектора является то, что *каждая страна, закрепляющая в своем законодательстве определение креативного сектора, вводит в него отрасли экономической деятельности в зависимости от собственных культурных, социально-экономических и традиционных особенностей* [26].

Феномен креативной экономики и деятельность креативного и культурного сектора в контексте социально-экономической жизни не являются новыми и присутствуют на протяжении всей истории человеческого общества. Созданное человеком окружение было так или иначе спроектировано архитекторами, художниками и дизайнерами; образование, литература и СМИ; музыка, театр и кино, программное обеспечение и Интернет; телевидение и реклама – все то, что давно стало неотъемлемой частью повседневной жизни, является результатом креативной деятельности. Сегодня на креативный и культурный сектор приходится значительная часть глобальной добавленной стоимости и рабочих мест, а также он играет важную роль в глобальных производственных цепочках. Важность его развития отмечают как правительства многих стран, так и международные институты. ЮНКТАД объявила 2021 г. Годом креативной экономики для Устойчивого развития и отметила, что развитие креативной экономики может стать основой устойчивого роста в развивающихся странах [24].

Экономические свойства креативного и культурного сектора экономики имеют выдающиеся особенности. В глобальном контексте креативный и культурный сектор растет быстрее других направлений экономической деятельности, менее подвержен шокам кризисных явлений в силу своей способности быстрой адаптации, является источником инноваций и оказывает существенное влияние на тенденции развития других секторов экономики. Будучи результатом определения культурой, временем, актуальными экономическими и социальными вызовами, креативные продукты и услуги имеют не только прямое (через получение доходов сектором) и не прямое (через стимулирование экономического роста как со стороны

предложения, так и со стороны и спроса, а также обеспечение эволюционного развития) экономическое воздействие [10], но и косвенное, поскольку они влияют на общественное мнение, становятся средством внутри- и межкультурной коммуникации, укрепляют национальную идентичность и расширяют видимость страны в международном сообществе. Поддержка развития креативного и культурного сектора способствует достижению Целей устойчивого развития (ЦУР). В резолюции 74/198 Генеральной Ассамблеи ООН отмечается, что индустрии творчества и культуры вносят вклад в достижение ЦУР, в том числе: искоренение нищеты; обеспечение гендерного равенства; обеспечение достойной работы и экономического роста; развитие промышленности, инноваций и инфраструктуры; сокращение неравенства; устойчивые города; обеспечение устойчивых моделей потребления и производства; мирные и инклюзивные общества; средства реализации и глобальное партнерство [24]. Креативные индустрии являются промоутерами цифровизации, что стало особенно заметно во время пандемии COVID-19, когда креативные и культурные отрасли смогли укрепить свою устойчивость за счет использования современных технологий [17]. Работа в креативном и культурном секторе чаще всего требует от сотрудников наличия высшего образования, а уровень заработной платы в ней как правило выше среднего; рабочие места в креативном и культурном секторе характеризуются толерантностью к наиболее уязвимым слоям населения – женщинам, молодежи, людям с ограниченными возможностями и людям нетрадиционной сексуальной ориентации. Рост креативного и культурного сектора способствует развитию экономики регионов и повышает их привлекательность: работники сектора в большей степени, чем другие, обладают высокой мобильностью и создают дополнительный спрос на более современные товары и услуги, что стимулирует развитие смежных видов экономической деятельности в регионах и, как следствие, повышает их уровень жизни [11]. Таким образом сфера творчества и культуры может стать одной из сфер экономической деятельности, поглощающей высвобождающуюся в ходе экономических реформ рабочую силу и способствующей более эффективному перераспределению (реаллокации) труда.

Развитие креативного и культурного сектора в силу своих специфических свойств может способствовать усилению негативных тенденций. Производство

креативных товаров и услуг сопряжено с высокой волатильностью рынка и непредсказуемостью спроса, что в свою очередь затрудняет доступ креативного бизнеса к источникам финансирования. Несмотря на свой значительный вклад в борьбу с безработицей, креативный сектор чаще всего создает рабочие места, характеризующиеся временной занятостью и нерегулярными формами труда [25]. В некоторых отраслях креативного и культурного сектора может наблюдаться повышенная концентрация рынка, что может как создавать препятствия для входа на рынок новых более мелких игроков и ухудшать условия принципа инклюзивности, так и снижать разнообразие и качество предлагаемых товаров и услуг, замедлять развитие инноваций [6]. Рынок труда в творческой сфере характеризуется хроническим переизбытком предложения и высокой долей самозанятости. Непропорциональное развитие креативных индустрий в регионах может привести к усилению неравенства доходов, а представители креативного и культурного сектора, несмотря на проявление ими инклюзивности и равноправия, часто обвиняются в элитизме [26].

На сегодняшний день в Беларуси на законодательном уровне не закреплено понятие креативного и культурного сектора, в то время как практически во всех соседних странах существуют официальные национальные определения, за исключением Польши, где Статистический комитет в свою очередь определяет статистические показатели отраслей креативного и культурного сектора в отдельный раздел. Среди стран СНГ креативный и культурный сектор также нашел свое место в законодательствах Казахстана, Кыргызстана и Узбекистана. В 2015–2018 гг. Беларусь приняла участие в программе «Культура и креативность», целью которой было определение состояния основных отраслей креативной и культурной сферы страны для того, чтобы продвинуть идею о том, что законодательное закрепление и правовая поддержка развития сектора необходимы и достойны внимания. Министерство культуры разработало законодательную базу по результатам проекта, которая в итоге не была принята в качестве закона, поскольку не было экономической составляющей, за которую могло бы отвечать Министерство экономики, не участвовавшее в проекте [12]. Соответственно, исследовательская база креативного и культурного сектора Беларуси весьма мала и фрагментарна [28; 29; 30]. Поэтому основной целью данного исследования является формирование единого понимания и определение влияния креативного и культурного сектора Беларуси на экономическое

развитие страны и перспективы его развития в соответствии со следующими задачами: оценить размер креативного и культурного сектора Беларуси и определение основных тенденций развития его отраслей с точки зрения объемов производства, занятости и состояния международной торговли; оценка влияния творческого и культурного сектора на экономическое развитие страны; анализ причин успешности или провала развития творческих и культурных направлений экономической деятельности, институциональных и социально-экономических препятствий на текущий момент; определение дальнейших направлений содействия развитию креативного и культурного сектора и проведения необходимых для этого исследований.

Перспективность развития креативного и культурного сектора в Беларуси подтверждается высоким уровнем развития человеческого капитала, который наряду с креативностью является основным производственным ресурсом сектора. Несмотря на негативные тенденции «вымывания мозгов», усилившиеся после протестов 2020 г. и начала войны России против Украины, качество человеческого капитала остается высоким. Так, согласно значениям Индекса человеческого капитала, в 2023 г. Беларусь заняла 65-е место среди 193 стран по уровню развития человеческого капитала и вошла в кластер стран с очень высоким уровнем; среди стран СНГ Беларусь заняла третье место, уступив России (56 место) и Казахстану (67 место). Но среди соседних стран Беларуси по значению индекса уступает только Украина (100-е место) [15]. В Глобальном индексе инноваций, рассчитанном Всемирной организацией интеллектуальной собственности (WIPO) по субкомпоненту «Человеческий капитал и исследования» в 2024 г. Беларусь заняла 43-е место из 133 стран, однако в течение последних двух лет позиции страны ухудшаются [13]. В Глобальном индексе конкурентоспособности талантов, рассчитываемом Глобальной школой бизнеса INSEAD, Беларусь в 2023 г. заняла 57-е место из 134 стран, уступая среди стран СНГ только России (52-е место) [23].

В связи с отсутствием в Беларуси национального определения креативного и культурного сектора в настоящем исследовании для выделения его отраслей использованы определения, закрепленные в законодательствах соседних стран и стран СНГ (приведены в Приложении А). Согласно большинству из них, креативный и культурный сектор – это виды экономической деятельности, основной чертой ко-

торых является использование творческих способностей, таланта, интеллектуальной собственности и культурного наследия (Кыргызстан) и направленность на разработку, создание, реализацию, продвижение и распределение товаров и услуг, имеющих культурную и (или) творческую составляющую и экономическую ценность. В некоторых странах (Латвия, Украина) отмечается создание креативным и культурным сектором благосостояния (добавленной стоимости) и рабочих мест.

Оценка размеров креативного и культурного сектора в Беларуси осложняется тем, что из-за отсутствия его национального определения не собираются соответствующие статистические данные, а имеющиеся в открытом доступе данные не отличаются высокой степенью детализации (перечень видов экономической активности согласно ОКЭД-2011, которые можно считать креативными, и уровень детализации имеющихся данных приведены в Приложении В). Стоит также отметить, что продукция и услуги креативного и культурного сектора присутствуют во всех сферах экономической деятельности в большей или меньшей степени, а отрасли, которые по сути являются креативными, могут иметь некреативные транзакции, поэтому точная оценка размера креативного и культурного сектора возможна только при наличии высокой детализации данных. В условиях ограниченности информации в качестве ориентировочного расчета размера и доли креативного и культурного сектора белорусской экономики и соответственно численности занятых в креативном и культурном секторе могут быть использованы данные о видах экономической деятельности, подпадающих под определение креативного и культурного сектора в целом или частично. В связи с невозможностью выделения данных о производстве креативных товаров и образовании в сфере культуры основное внимание сконцентрировано на креативных услугах.

Таким образом в качестве креативных и культурных отраслей были приняты следующие позиции согласно классификации ОКЭД-2011.

Таблица 1. Отрасли и виды экономической деятельности (далее – ВЭД), принятые в качестве составляющих креативного и культурного сектора Беларуси

| Секция ОКЭД | Подсекция, вид экономической деятельности |
|---|---|
| <p>J Информация и связь¹</p> | <p>JA Издательская деятельность, деятельность в сфере аудио- и видеозаписи, исполнения и вещания, из которых креативные²:</p> <p>J58 Издательская деятельность;</p> <p>J59 Создание кино-, видеофильмов и телевизионных программ, деятельность в сфере звукозаписи и выпуска музыкальных произведений;</p> <p>J60 Деятельность по созданию программ. Радио- и телевещание;</p> <p>JС Информационные технологии и деятельность в сфере информационного обслуживания:</p> <p>J62 Услуги в области компьютерного программирования, консультационные и аналогичные услуги;</p> <p>J63 Услуги в сфере информационного обслуживания;</p> |
| <p>M Профессиональная, научная и техническая деятельность</p> | <p>MA Деятельность в области права, бухгалтерского учёта, управления, архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа, из которых креативные:</p> <p>M71 Деятельность в сфере архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа;</p> <p>MC Иная профессиональная, научная и техническая деятельность, из которых креативные:</p> <p>M73 Рекламная деятельность и исследования конъюнктуры рынка;</p> <p>M74 Иная научная, техническая и профессиональная деятельность³;</p> |
| <p>R Творчество, спорт, развлечения и отдых</p> | <p>R90 Творческая деятельность и развлечения;</p> <p>R91 Деятельность библиотек, архивов, музеев и иная деятельность в сфере культуры.</p> |

Источник. Собственная разработка на основе [52].

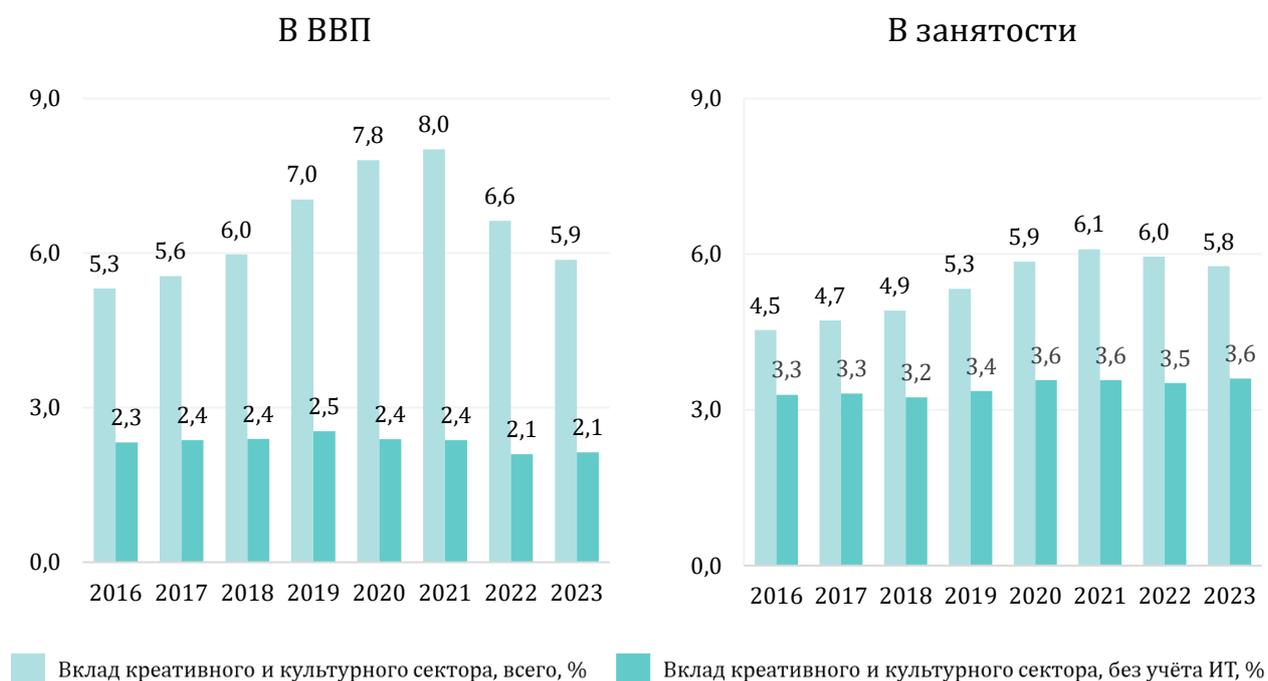
¹ Начиная с 2023 г. Белстат не публикует подробную статистику по подсекциям и видам экономической деятельности секции J «Информация и связь». Данные за 2023 г. являются оценочными, полученными из допущения, что структура выпуска в текущих и постоянных ценах данной секции в 2023 г. не менялась с 2022 г. При этом допущении полученные показатели индексов физического объёма и цен при суммировании данных подсекций имеют незначительные отклонения от фактических показателей секции в целом. Источник фактических данных: Белстат.

² Количество занятых по подсекциям JA и JC за 2022 г. является оценкой. Источник фактических данных: Белстат.

Для анализа масштабов, структуры и динамики креативного и культурного сектора экономики Беларуси по объему производства и занятости использовались данные национальных счетов и занятости по видам экономической деятельности, публикуемые Белстатом, как в общенациональном, так и в региональном разрезе. В связи с ограниченным объемом и детализацией имеющихся данных в открытом доступе следует отметить, что некоторые значения являются ориентировочными.

Как и во многих других странах мира, креативный и культурный сектор занимает важное место в экономике Беларуси, однако его развитие с течением времени было неоднозначным. Креативные и культурные виды экономической деятельности приносят определённый вклад в объём белорусского производства: так, в 2016 г. на креативный и культурный сектор пришлось 5,3% ВВП, тогда как в 2021 г. – 8,0%; в 2023 г. объем креативного и культурного сектора составил 12,8 млрд. бел. руб., или 5,9% ВВП.

Рис. 1. Доли креативного и культурного сектора Беларуси в ВВП и занятости



Источник. Собственная разработка на основе данных Белстата.

³ Данная отрасль объединяет такие направления экономической деятельности, как специализированные проектные работы, фотография, письменный и устный перевод, а также прочие виды профессиональной, научной и технической деятельности. Источник: [52].

Для сравнения: ЮНКТАД отмечает, что в 2021 г. доля креативного и культурного сектора в мировом ВВП составила 3,1%. Доля занятых в креативном и культурном секторе в Беларуси также демонстрирует рост: если в 2016 г. в нём было занято 4,5%⁴ всех занятых в экономике, в 2021 г. доля занятости в данном секторе составила уже 6,1%, но в 2022 г. снизилась до 6,0% и в 2023 г. продолжила тенденцию, в абсолютном выражении составив 239,5 тыс. чел., или 5,8% общей занятости; при этом по оценкам ЮНКТАД в 2021 г. креативный и культурный сектор был работодателем для 6,2% работников во всём мире. Стоит отметить, что в случае Беларуси значительную часть креативного и культурного сектора составляет отрасль информационных технологий (далее – ИТ-отрасль⁵), быстрое расширение которой в значительной степени объясняет рост креативного и культурного сектора Беларуси. Но и без учёта ИТ-отрасли выясняется, что доля креативного и культурного сектора в общей занятости постепенно растёт: если в 2016 г. она составляла 3,3%, в 2019 г. – 3,4%, в 2021 г. – 3,6%; в 2023 г. она составляла 149,8 тыс. чел. или 3,6% общей занятости. В то же время в производстве наблюдался рост доли креативного и культурного сектора без учёта ИТ до 2020 г., после – постепенное снижение: в 2016 г. она составляла 2,3% ВВП, в 2019 г. – 2,6%, в 2023 г. – 2,1%.

⁴ При расчете численности занятых в креативном и культурном секторе в связи с отсутствием общедоступных данных по видам экономической деятельности с кодами М71, М73, М74 оценка проводилась исходя из предположения, что производительность труда в текущих ценах вышеуказанных видов экономической деятельности равна среднему показателю по подразделу, к которому они относятся согласно классификации ОКЭД.

⁵ Здесь и далее по тексту: под ИТ-отраслью (ИТ) понимается отрасль ЈС «Информационные технологии и деятельность в сфере информационных услуг». К ней также стоит отнести ВЭД Ј60 «Выпуск программного обеспечения, включая компьютерные игры», однако в связи с отсутствием статистики отдельно по видам деятельности и невозможностью выделения ее доли в ВЭД «Издательская деятельность» (см. Приложение В), в данном исследовании вышеупомянутый ВЭД не учитывается как ИТ.

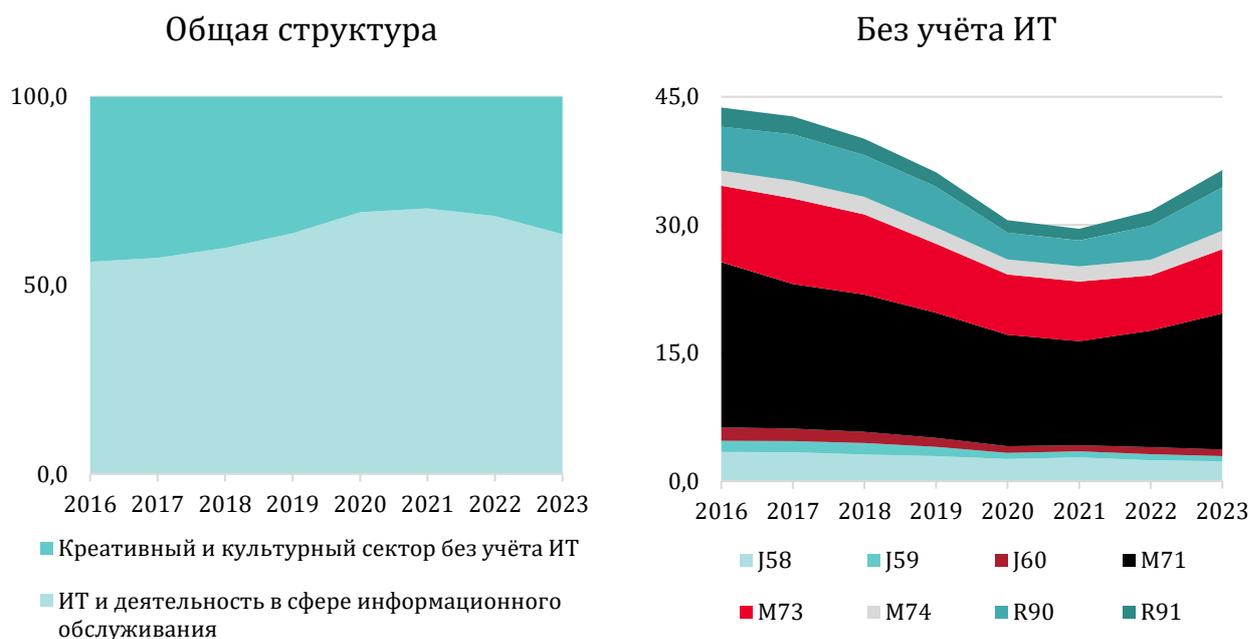
Рис. 2. Темпы роста выпуска и занятости креативного и культурного сектора в сравнении с общим ростом белорусской экономики (базисный индекс, 2016=100), %



Источник. Собственная разработка на основе данных Белстата.

Общая динамика развития креативного и культурного сектора Беларуси частично соответствует мировым тенденциям. Так, в целом креативные индустрии демонстрируют более быстрый рост, чем белорусская экономика: если за период 2016–2023 гг. она выросла на 8,1%, креативный и культурный сектор показал прирост на 29,7%. Однако, как уже было сказано выше, рост был достигнут за счет большого роста ИТ: без учета этой отрасли получается, что креативный и культурный сектор Беларуси стагнирует — его спад за соответствующий период составил 6,0%. При этом тенденция роста занятости в креативной и культурной сфере в отличие от ситуации в экономике в целом положительная: если в период 2016–2023 гг. занятость в целом снизилась на 5,7%, в креативном и культурном секторе с учётом ИТ занятость выросла на 19,9%, без учета ИТ – на 3,3%.

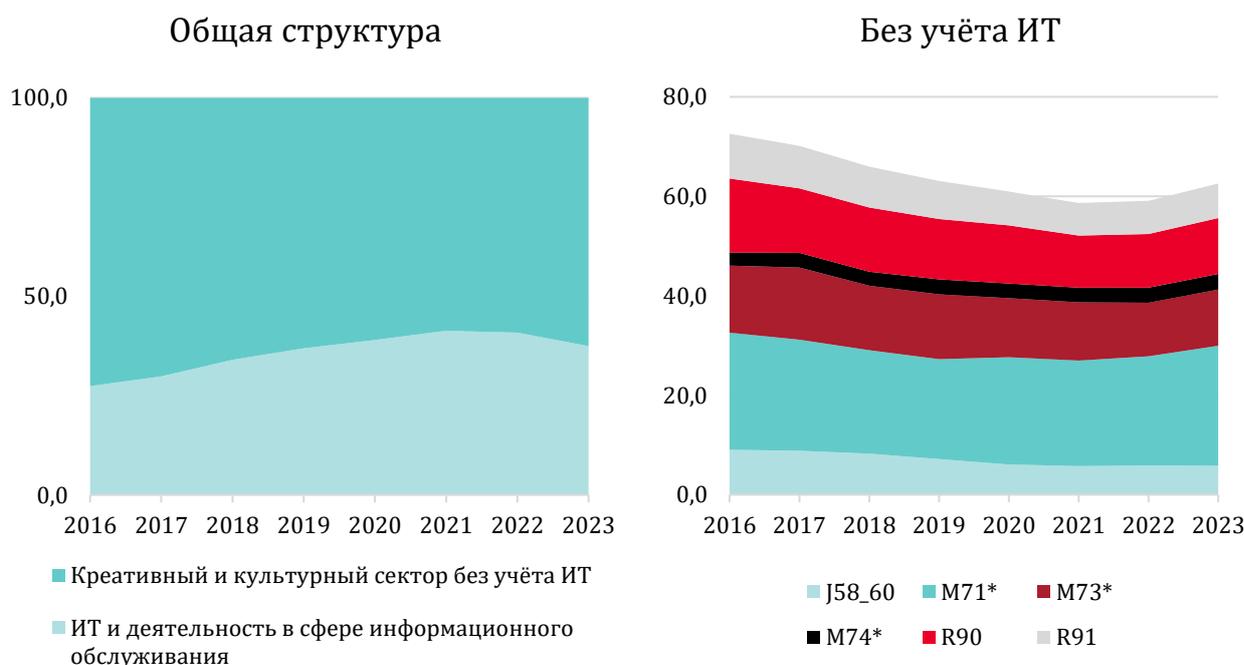
Рис. 3. Структура выпуска креативного и культурного сектора Беларуси по видам экономической деятельности, %



Примечание. Условные обозначения: J58 – Издательская деятельность; J59 – Создание кино-, видеофильмов и телевизионных программ, деятельность в сфере звукозаписи и выпуска музыкальных произведений; J60 – Деятельность по созданию программ. Радио- и телевидение; M71 – Деятельность в сфере архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа; M73 – Рекламная деятельность и исследования конъюнктуры рынка; M74 – Иная научная, техническая и профессиональная деятельность; R90 – Творческая деятельность и развлечения; R91 – Деятельность библиотек, архивов, музеев и иная деятельность в сфере культуры.

Источник. Собственная разработка на основе данных Белстата.

Рис. 4. Структура занятости креативного и культурного сектора Беларуси по видам экономической деятельности, %

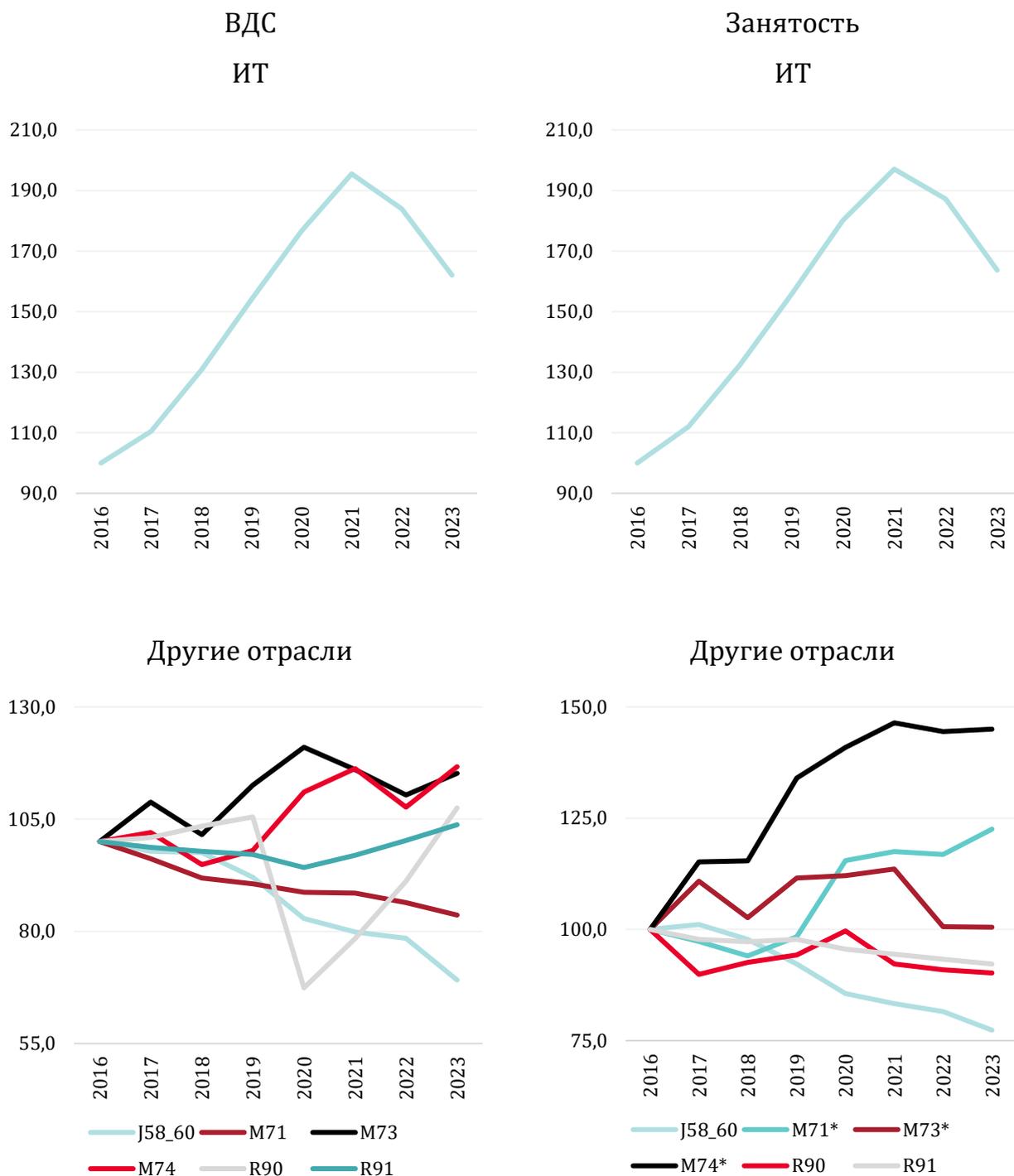


Примечания. 1. Условные обозначения: J58_60 – Издательская деятельность, деятельность в сфере аудио- и видеозаписи, исполнения и вещания; M71 – Деятельность в сфере архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа; M73 – Рекламная деятельность и исследования конъюнктуры рынка;

M74 – Иная научная, техническая и профессиональная деятельность; R90 – Творческая деятельность и развлечения; R91 – Деятельность библиотек, архивов, музеев и иная деятельность в сфере культуры. 2. * – оценочное значение.

Источник. Собственная разработка на основе данных Белстата.

Рис. 5. Темпы роста ВДС и занятости в отраслях креативного и культурного сектора Беларуси, базисный индекс (2016=100), %



Примечания. 1. Условные обозначения: J58_60 – Издательская деятельность, деятельность в сфере аудио- и видеозаписи, исполнения и вещания; M71 – Деятельность в сфере архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа; M73 – Рекламная деятельность и исследования конъюнктуры рынка; M74 – Иная научная, техническая и профессиональная деятельность; R90 – Творческая деятельность и развлечения; R91 – Деятельность библиотек, архивов, музеев и иная деятельность в сфере культуры. 2. * – оценочное значение.

Источник. Собственная разработка на основе данных Белстата.

Структура креативного и культурного сектора Беларуси также со временем меняется. Как отмечалось ранее, крупнейшей отраслью как по вкладу в ВВП, так и по занятости является ИТ: в 2023 г. на её долю пришлось 63,6% от общей ВДС креативного и культурного сектора (+12,1 п. п. в сравнении с 2016 г.) и 40,9% от всей занятости в креативном и культурном секторе (+10,0 п. п. в сравнении с 2016 г.). ИТ-сектор также является единственной отраслью креативного и культурного сектора, доли ВДС и занятости которой значительно выросли за рассматриваемый период. В абсолютном выражении прирост ВДС в постоянных ценах составил 62,1%, а занятости – 63,7%. Однако в динамике заметно, что после 2022 г. ИТ-отрасль теряет свои позиции по всем показателям.

Вторая крупная отрасль креативного и культурного сектора Беларуси — «Архитектура, инженерные изыскания, технические испытания и анализ» (M71), чья доля в ВДС сектора в 2023 г. составила 15,9%, оценочная доля в занятости – 24,1%, однако этот вид деятельности теряет свои доли в производстве (-3,4 п. п. в структуре ВДС), но добавил 0,5 п. п. в структуре занятости креативного и культурного сектора. В абсолютном выражении за рассматриваемый период реальный объем производства в этой отрасли сократился на 16,4%, однако оценочная занятость в ней выросла на 22,5%.

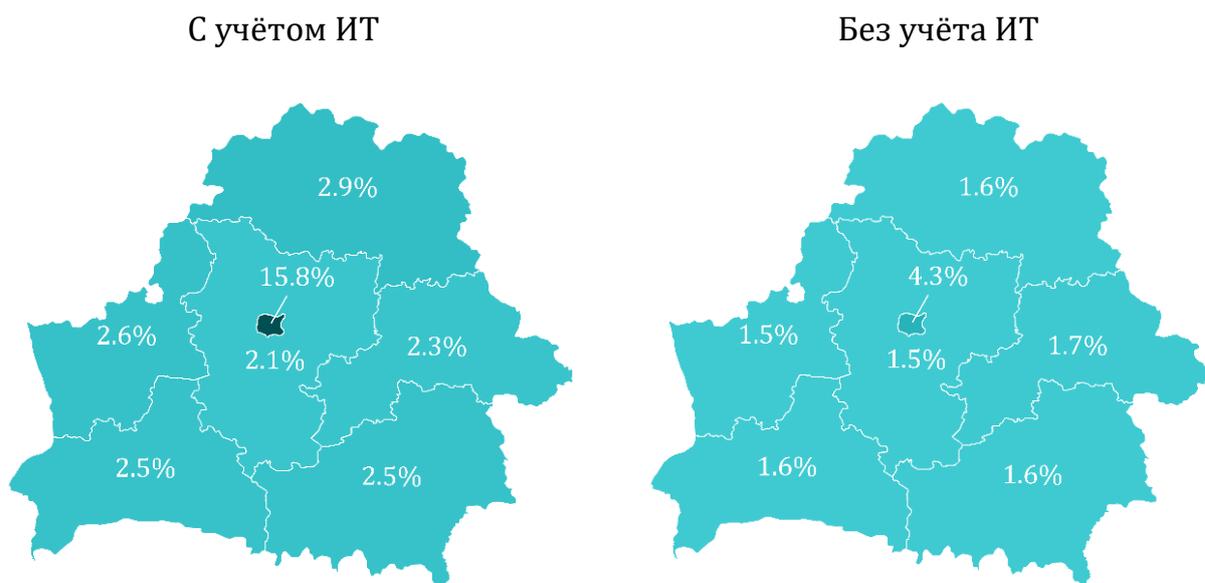
Замыкает тройку лидеров отрасль «Реклама и исследования конъюнктуры рынка» (M73), на долю которой в 2023 г. приходилось 7,5% ВДС и 11,3% занятости креативного и культурного сектора; однако и эта отрасль потеряла 1,4 п. п. доли в ВДС и 2,2 п. п. доли занятости по сравнению с 2016 г. За рассматриваемый период производство данной отрасли выросло на 15,2% в реальном выражении, а занятость увеличилась на 0,5%.

Непосредственно культурная отрасль, включающая виды деятельности «Творческая деятельность и развлечения» и «Деятельность библиотек, архивов, музеев и иная деятельность в сфере культуры» (R90, R91), в 2023 г. составила 7,1% ВДС (-0,3 п. п. от уровня 2016 г.) и 18,1% занятости (-5,8 п. п. от уровня 2016 г.) креативного и культурного сектора. Производство в отраслях культуры за рассматриваемый период увеличилось на 7,5%, занятость сократилась на 9,8%.

Сравнительно перспективно развивается сегодня небольшая отрасль «Прочая научная, техническая и профессиональная деятельность» (М74), которая является единственной не теряющей долей ни в структуре ВДС, ни в структуре занятости креативного и культурного сектора. В 2023 г. на её долю пришлось 2,1% ВДС (+0,4 п. п. в сравнении с 2016 г.) и 3,2% занятости (+0,6 п. п. в сравнении с 2016 г.) в креативном и культурном секторе. С точки зрения роста производства отрасль до 2022 г. развивалась достаточно успешно, однако и по итогам 2016–2023 гг. реальный рост ВДС отрасли составил 16,7%. По уровню оценённой занятости данная отрасль уступает по темпам роста только ИТ-сектору, в которой рост за указанный период составил 45,0%, что может свидетельствовать о росте интереса белорусов к творческой деятельности как профессии.

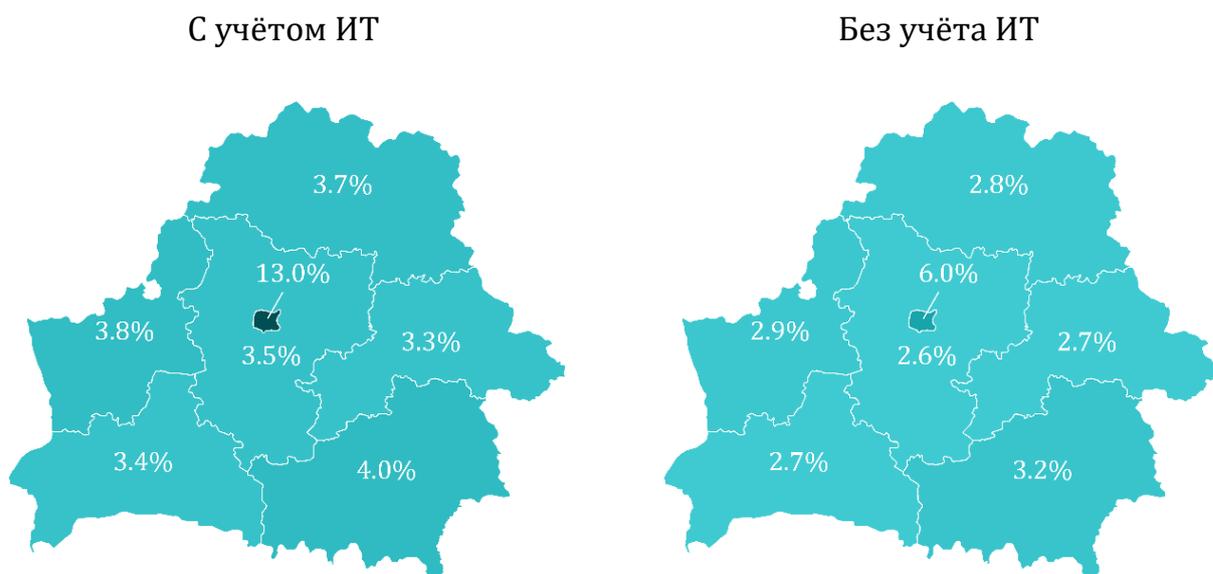
Наиболее стагнирующей отраслью креативного и культурного сектора Беларуси является «Издательская деятельность, деятельность в области аудио- и видеозаписи, исполнения и вещания» (J58_60): за период 2016–2023 гг. она потеряла 30,9% своего производства и 22,6% занятых. При этом ее потери доли в ВДС креативного и культурного сектора за указанный период составили 2,6 п. п., доли в занятости – 3,2 п. п., и в результате на отрасль в 2023 г. приходилось 3,7% ВДС и 5,8% занятости креативного и культурного сектора.

Рис. 6. Доля ВДС креативного и культурного сектора в ВДС регионов страны в 2023 г.



Источник. Собственная разработка на основе данных Белстата.

Рис. 7. Доля занятости креативного и культурного сектора в общей занятости регионов страны в 2023 г., %



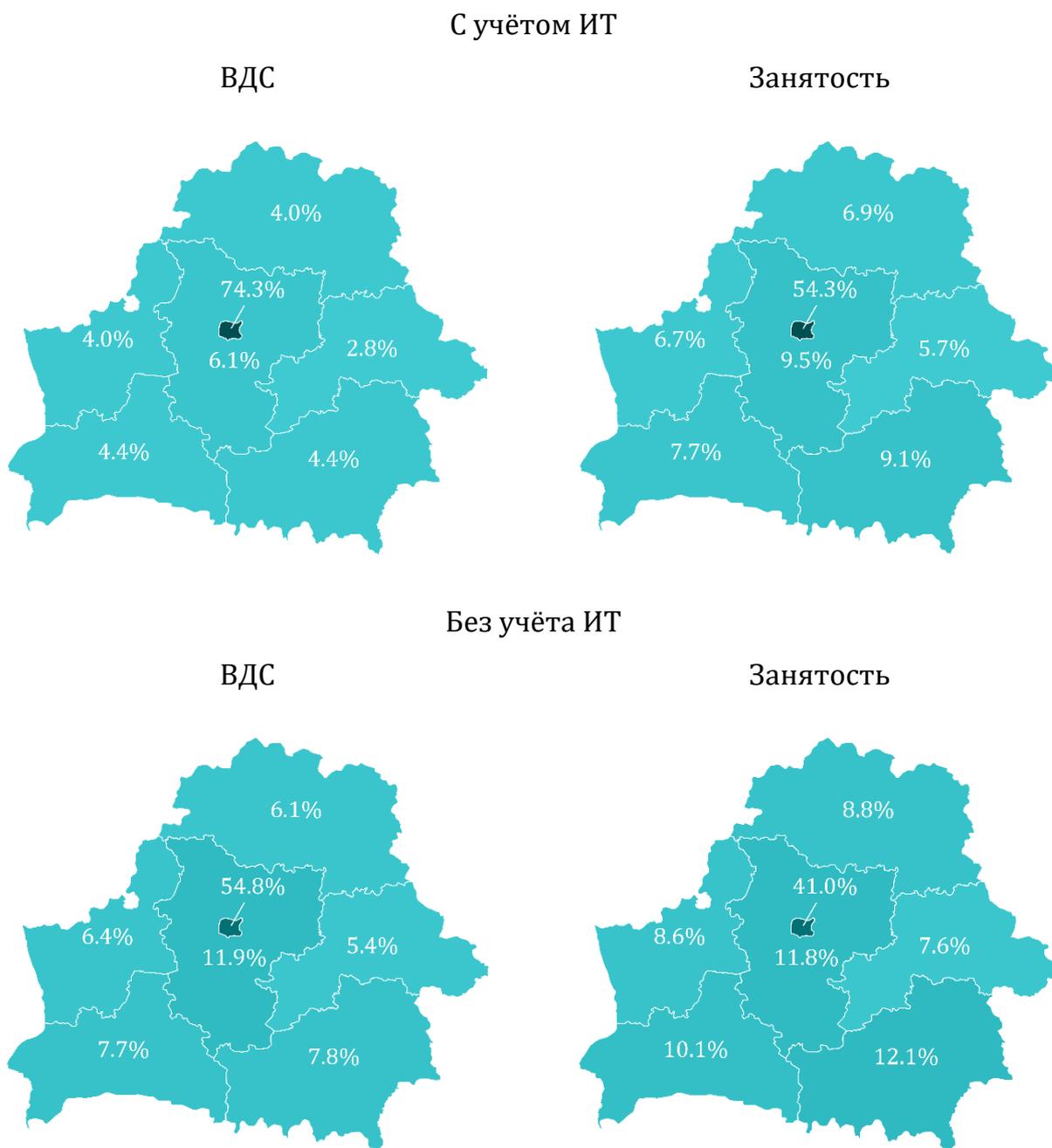
Источник. Собственная разработка на основе данных Белстата.

Развитие креативного и культурного сектора в Беларуси неравномерно и с точки зрения региональной структуры. Значительное преимущество креативные и культурные отрасли имеют в г. Минск: на креативный и культурный сектор в 2023 г. пришлось 15,8% ВДС города (+1,9 п. п. к уровню 2016 г.) и 12,8% занятости⁶ (+2,8 п. п. к уровню 2016 г.), в том числе без учета ИТ-отрасли 4,3% ВДС города (-0,24 п. п. к уровню 2016 г.) и 6,0% от численности занятых в городе (-0,1 п. п. от уровня 2016 г.). В регионах распределение отраслей креативного и культурного сектора было более равномерным и в рассматриваемый период на них приходилось не более 3% ВВП и 4% занятости, без учета ИТ – не более 2% ВДС и

⁶ В связи с отсутствием детальной статистики показателей занятости в регионах, по принципу, по которому была оценена занятость в креативном и культурном секторе в целом, занятость в ВЭД «Деятельность в области архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа», «Рекламная деятельность и изучение рынка» и «Прочая научная, техническая и профессиональная деятельность» по регионам рассчитывалась как прокси-оценка исходя из предположения, что региональная производительность труда в секциях, к которым относятся вышеуказанные ВЭД, одинакова для всех ВЭД в секции региона. Таким образом значение абсолютного показателя занятости, рассчитанное как сумма по регионам, отличается от изначально полученного значения, однако разница не является критической, и по динамике сумма региональных оценок повторяет тенденцию общего показателя. Рассчитано на основе данных Белстата.

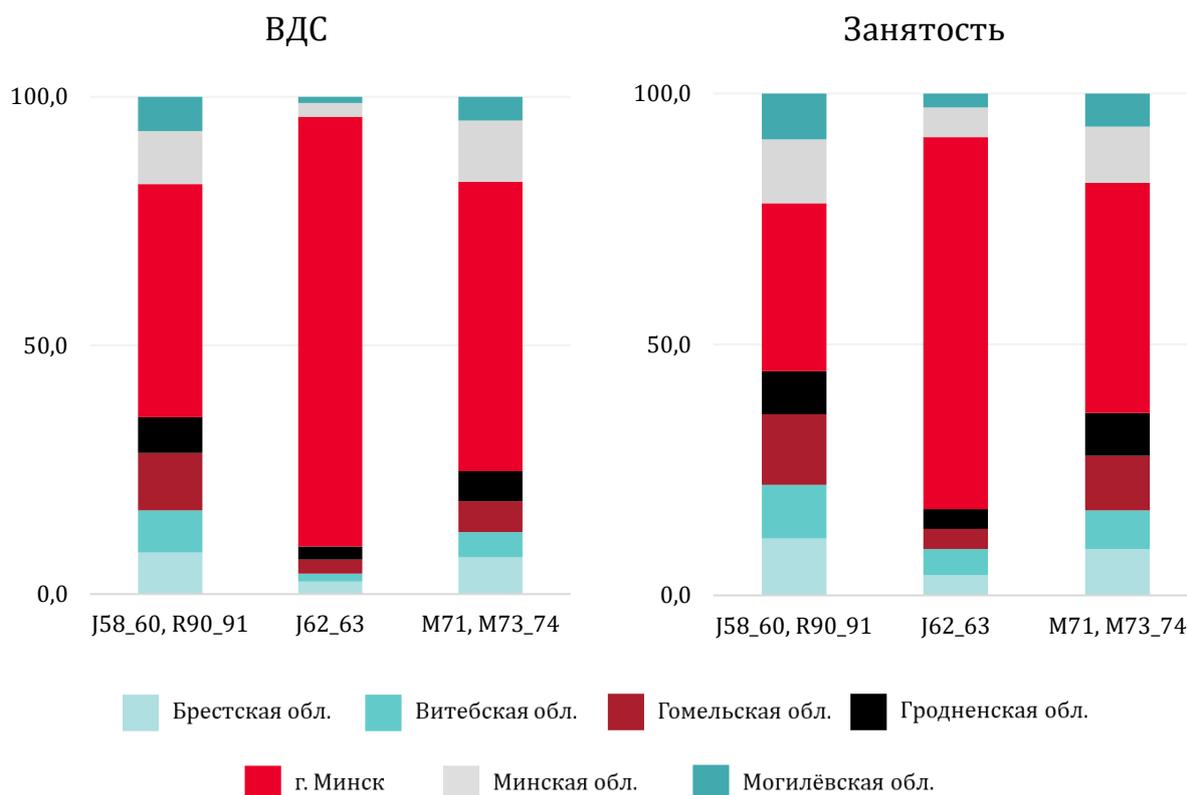
3% занятости регионов. В 2023 г. наибольшая доля креативного и культурного сектора по объему ВДС пришлась на Витебскую область – 2,9% (+0,35 п. п. к уровню 2016 г.), по численности занятых – на Гомельскую область – 3,95% (+0,64 п. п. к уровню 2016 г.); без учета ИТ по ВДС – Могилевская область – 1,66% ВДС (-0,14 п. п. к уровню 2016 г.), по занятости – Гомельская область – 3,2% занятости (+0,35 п. п. к уровню 2016 г.).

Рис. 8. Распределение ВДС и занятости креативного и культурного сектора по регионам Беларуси в 2023 г.



Источник. Собственная разработка на основе данных Белстата.

Рис. 9. Распределение ВДС и занятости отраслей креативного и культурного сектора по регионам Беларуси в 2023 г.



Примечание. Условные обозначения: J58_60 – Издательская деятельность, деятельность в сфере аудио- и видеозаписи, исполнения и вещания; J62_63 – ИТ и деятельность в сфере информационного обслуживания; M71 – Деятельность в сфере архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа; M73 – Рекламная деятельность и исследования конъюнктуры рынка; M74 – Иная научная, техническая и профессиональная деятельность; R90 – Творческая деятельность и развлечения; R91 – Деятельность библиотек, архивов, музеев и иная деятельность в сфере культуры.

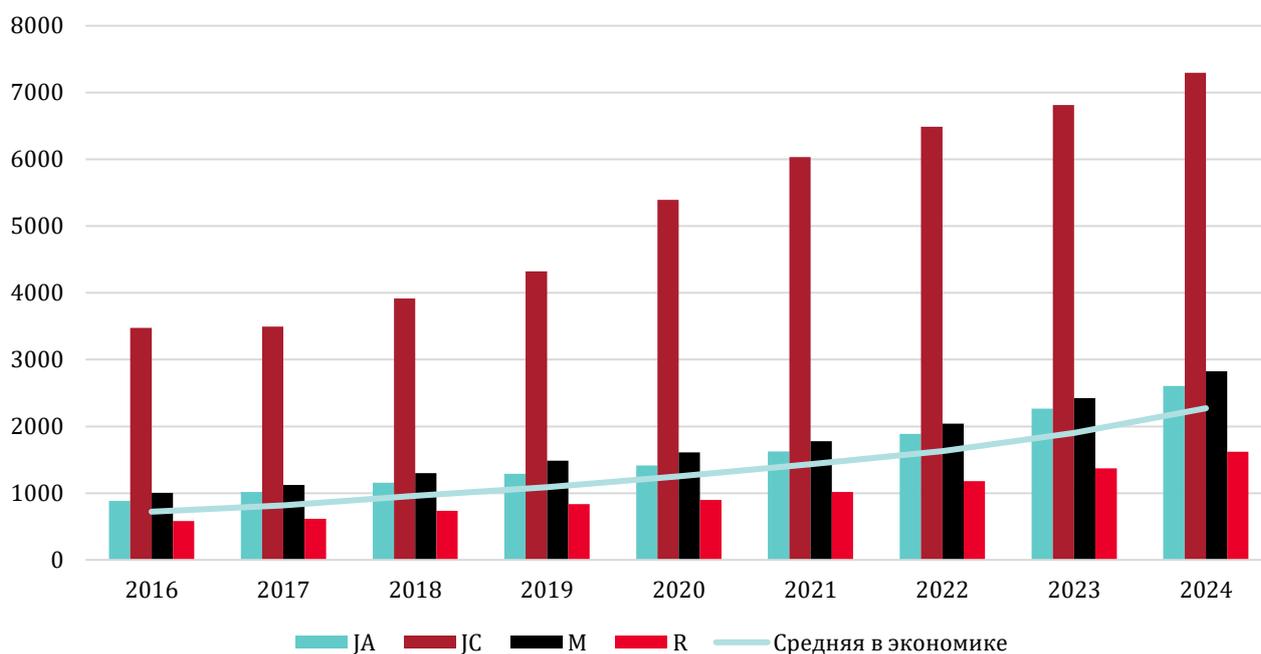
Источник. Собственная разработка на основе данных Белстата.

Таким образом концентрация креативного и культурного сектора Беларуси происходила в г. Минск и усиливалась до 2021 г.; если в 2016 г. на г. Минск приходилось 71,2% ВДС и 51,8% занятости креативного и культурного сектора страны, то в 2021 г. – 79,2% и 55,8% соответственно; в 2022–2023 гг. наблюдалось снижение доли г. Минск, связанное с оттоком работников креативного и культурного сектора, вызванное усилением геополитической нестабильности. Наиболее заметна концентрация в г. Минск ИТ-отрасли: на неё в 2023 г. приходилось 86,4% производства и 74,2% занятости во всей отрасли, но, несмотря на её доминирование в г. Минск и соответственно более скромные доли других отраслей креативного и культурного сектора, г. Минск преобладает и в других отраслях креативного и культурного сектора. Без учета ИТ-отрасли в г. Минск в 2023 г. на сферу культуры и творчества пришлось 54,8% производства (значение аналогичное значению

2016 г.) и 41% занятости (-1,7 п. п. в сравнении с 2016 г.) отрасли, в том числе издательской и культурной деятельности – 46,9% производства и 33,4% занятости; архитектуре, рекламе, профессиональной, технической и научной деятельности – 58,1% производства и 45,8% занятости. Это значительно превышает общеэкономические показатели г. Минск: так, в 2023 г. на г. Минск приходилось 31,1% странового ВДС и 24,9% общей занятости в экономике.

Распределение заработной платы в креативном и культурном секторе Беларуси также неравномерно. Подробная статистика по зарплатам в вышеуказанных отраслях ограничена в свободном доступе, поэтому в качестве ориентира динамики изменения относительной средней зарплаты для некоторых отраслей были взяты значения зарплат в секторах ОКЭД, к которым относятся креативные и культурные отрасли.

Рис. 10. Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата по направлениям экономической деятельности, к которым принадлежат отрасли креативного и культурного сектора, в 2016–2024 гг., бел. руб.



Примечание. условные обозначения: JA – секция “Издательская деятельность, деятельность в сфере аудио- и видеозаписи, воспроизведения и вещания”; JC – секция “Информационные технологии и деятельность в области информационного обслуживания”; M – секция “Профессиональная, научная, техническая деятельность”; R – секция “Творчество, спорт, развлечения и отдых”.

Источник. Собственная разработка на основе данных Белстата.

Средняя заработная плата в креативном и культурном секторе Беларуси превышает среднюю по стране за исключением отраслей культуры. Самые высокие зарплаты получают работники ИТ-отрасли: в 2024 г. средняя заработная плата в секции «Информационные технологии и деятельность в области информационного обслуживания» была в 3,2 раза выше средней в целом по экономике, при этом в динамике этот разрыв медленно сокращается. Средняя зарплата работников секции «Издательская деятельность, деятельность в сфере аудио- и видеозаписи, воспроизведения и вещания» в 2024 г. была выше средней в экономике на 14,7%.

В отраслях, связанных с научной, профессиональной и творческой деятельностью, в рассматриваемый период заработная плата также превышала среднюю по стране, но росла медленнее: так, если средняя заработная плата в отрасли «Профессиональная, научная и техническая деятельность» в 2016 г. превысила средний показатель по стране на 38,7%, то в 2024 г. – на 24,3%.

Непривлекательными с точки зрения среднего заработка в период 2016–2024 гг. были отрасли культуры: их зарплаты были ниже, чем в среднем по стране, и росли медленнее с течением времени. Если в 2016 г. средняя заработная плата в секции «Творчество, спорт, развлечения и отдых» составила 80,9% от средней заработной платы по стране, то в 2023 г. – 71,2%.

Развитие торговли креативными товарами и услугами в Беларуси также имеет свои особенности. Для анализа динамики и структуры торговли креативными товарами и динамики торговли креативными услугами ввиду низкой детализации общедоступных данных национальных статистических служб были использованы доступные данные, опубликованные ЮНКТАД, а также данные внешней торговли Беларуси, опубликованные Национальным банком Республики Беларусь (далее – НБРБ), а также некоторые данные о торговле отдельными товарами и услугами, публикуемые Всемирной торговой организацией (далее – ВТО). Следует отметить, что определение креативных товаров и услуг, принятое ЮНКТАД, может отличаться от принятого выше.

Рис. 11. Основные показатели международной торговли Беларуси креативными товарами в 2016-2021 гг., %



Источник. Собственная разработка на основе данных ЮНКТАД и НБРБ.

Беларусь является чистым экспортером креативных товаров – торговое сальдо страны было положительным на протяжении всего рассматриваемого периода и в 2021 г. составило 272 млн. долл. Доля Беларуси в мировом экспорте креативных товаров в этом году составила 0,123% и выросла за рассматриваемый период. В мировом импорте креативных товаров на Беларусь в 2021 г. пришлось 0,094%, и его доля медленно снижается с 2020 г. Доля креативных товаров в общем объеме экспорта товаров Беларуси относительно невелика: в 2021 г. она составил 2,91%, но имеет медленную тенденцию к росту; доля импорта креативных товаров в общем импорте товаров Беларуси в 2021 г. составила 1,38%, и, как в случае с экспортом, до 2020 г. имела медленную положительную тенденцию.

Рис. 12. Структура экспорта креативных товаров Беларуси в 2021 г., %



Примечание. Раздел «Товары культуры» включает товарные группы «Книги и издательское дело», «Музыка, исполнительское и изобразительное искусство» и «Культурное и природное наследие»; раздел «Другое» содержит товарные группы «Аудиовизуальные средства, мультимедиа, фотография», «Ювелирные изделия», «Тканые изделия», «Архитектура», «Программное обеспечение, видеоигры, записанные носители» и были включены в него из-за своих очень малых долей в структуре.

Источник. Собственная разработка на основе данных ЮНКТАД.

Рис. 13. Структура импорта креативных товаров Беларусь в 2021 г., %



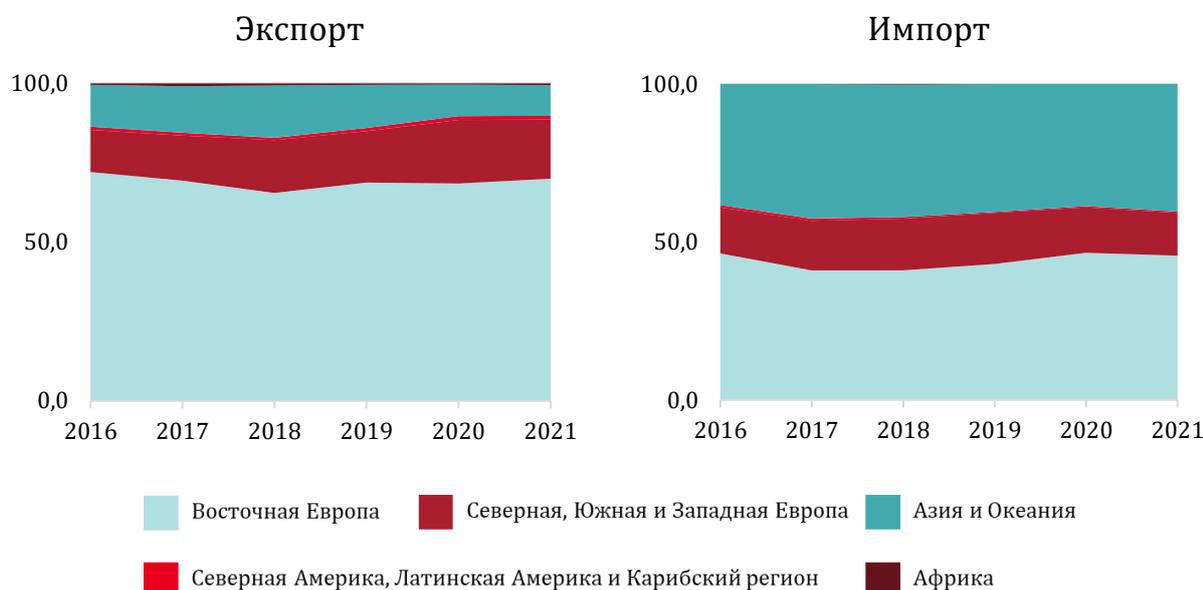
Примечание. Раздел «Товары культуры» включает товарные группы «Книги и издательское дело», «Музыка, исполнительское и изобразительное искусство» и «Культурное и природное наследие»; раздел «Другое» содержит товарные группы «Аудиовизуальные средства, мультимедиа, фотография», «Ювелирные изделия», «Тканые изделия», «Архитектура», «Программное обеспечение, видеоигры, записанные носители» и были включены в него из-за своих очень малых долей в структуре.

Источник. Собственная разработка на основе данных ЮНКТАД.

В структуре экспорта и импорта креативных товаров абсолютное преимущество имеет продукция ремесленного и дизайнерского производства: в 2021 г. на её долю пришлось 95,3% экспорта и 87,0% импорта креативных товаров Беларуси. Наиболее популярной статьёй экспорта и импорта креативных товаров является продукция интерьера – 68,8% экспорта и 41,3% импорта креативных товаров за соответствующий период; вторая по популярности статья — игрушки (10,9% экспорта и 16,7% импорта). В тройку наибольших позиций экспорта креативных товаров входят ковры (7,4%), импорта – модные аксессуары (12,0%). На продукцию культуры, включающей товары категорий «Книги и издательское дело», «Музыка, исполнительское и изобразительное искусство» и «Культурное и природное наследие» в 2021 г. пришлось 3,5% экспорта и 6,9% импорта креативных товаров. Позиция «Программное обеспечение, видеоигры, записанные носители информации» имеет существенное превышение доли импорта над долей экспорта: экспорт из Беларуси в 2021 г. составил 1,1% всего экспорта креативных товаров, тогда как доля импорта креативных товаров в этой категории составила уже 6,1%.

ЮНКТАД не публикует детализацию экспорта и импорта креативных товаров по отдельным странам – торговым партнёрам, однако анализ структуры по географическим регионам может дать возможность выделения стран – основных торговых партнёров Беларуси в части торговли креативными товарами.

Рис. 14. Структура экспорта и импорта креативных товаров Беларуси по географическим направлениям в 2016–2021 гг., %





Источник. Собственная разработка на основе данных ЮНКТАД.

Экспорт креативных товаров из Беларуси не слишком диверсифицирован, но структура экспорта со временем медленно меняется. Регионом, играющим доминирующую роль в структуре экспорта креативных товаров, является Восточная Европа, на долю которой в 2021 г. пришлось 70,0% экспорта креативных товаров (-2,2 п. п. в сравнении с 2016 г.). За рассматриваемый период активно увеличивалась доля экспорта в другие страны Европы: их доля в экспорте креативных товаров в 2021 г. составила 18,6% (+5,4 п. п. в сравнении с 2016 г.). Азиатский регион также является крупным торговым партнером: в 2021 г. на его долю пришлось 9,6% экспорта креативных товаров (-3,6 п. п. в сравнении с 2016 г.). Экспорт в остальные страны мира в 2021 г. составил 1,9% (+0,4 п. п. в сравнении с 2016 г.). С учётом того, что экспорт в страны БРИКС составил 62,2%, есть основания полагать, что большая часть экспорта креативных товаров Беларуси приходится на Россию.

Импорт креативных товаров в Беларусь более разнообразен по географическому признаку, но менее динамичен по структуре. В отличие от структуры экспорта в 2021 г. практически равный вес имели регионы Восточной Европы и Азии: на них пришлось 45,6% (-0,7 п. п. в сравнении с 2016 г.) и 40,4% (+2,1 п. п. в сравнении с 2016 г.) импорта креативных товаров в Беларусь соответственно. На остальную Европу пришлось 13,6% импорта (-0,9 п. п. в сравнении с 2016 г.), на все остальные страны – 0,3% (-0,4 п. п. в сравнении с 2016 г.). В 2021 г. импорт из стран БРИКС составил 66,6% всего импорта креативных товаров (+11,7 п. п. в сравнении с 2016 г.), и по вышеупомянутым результатам можно предположить, что основными странами-импортерами креативных товаров в Беларусь стали Россия и Китай.

В отличие от торговли креативными товарами, ЮНКТАД не приводит разбивку торговли креативными услугами по типу услуг и торговым партнерам для отдельных стран и отмечает, что база данных по торговле креативными услугами носит экспериментальный характер. Согласно классификации ЕВOPS, ЮНКТАД определяет следующие услуги как креативные:

- SH2 Лицензии на использование результатов R&D;
- SH3 Лицензии на перевыпуск или распространение компьютерного ПО;
- SH4 Лицензии на перевыпуск или распространение аудиовизуальных и аналогичных продуктов;
- SI21 Компьютерные сервисы, программное обеспечение;
- SI3 Информационные услуги;
- SJ1 Услуги R&D;
- SJ22 Реклама, рыночные исследования и услуги изучения общественного мнения;
- SJ311 Архитектурные услуги;
- SK1 Аудиовизуальные сервисы и связанные с ними;
- SK23 Иные частные, культурные услуги и услуги организации досуга: наследие и услуги организации досуга.

Рис. 15. Основные показатели торговли Беларуси креативными услугами в 2016–2023 гг., %



Источник. Собственная разработка на основе данных ЮНКТАД и НБРБ.

По данным ЮНКТАД, с 2013 г. Беларусь является чистым продавцом креативных услуг, и к 2022 г. положительное сальдо торгового баланса имело тенденцию к увеличению; в 2023 г. сальдо торгового баланса Беларуси в сфере креативных услуг составило 611 млн. долл., в 2021 г. – 1091 млн. долл. Доля Беларуси в мировом экспорте креативных услуг росла до 2022 г.: в 2016 г. на Беларусь приходилось 0,04% мирового экспорта креативных услуг, тогда как в 2021 г. – 0,11%; но в 2023 г. снизился до 0,06%. При этом доля импорта креативных услуг в Беларусь в мировом импорте креативных услуг остается практически неизменной и колеблется в пределах 0,02–0,04%⁷. Доля креативного экспорта в общем экспорте услуг Беларуси также быстро растет: если в 2016 г. доля экспорта креативных услуг составила 5,15%, то в 2021 г. – 14,4%, однако в 2022 г. снизилась до 11,0%. Доля импорта креативных услуг в общем импорте услуг страны также росла, но более медленными темпами: в 2016 г. доля креативных услуг в общем импорте услуг составила 3,6%, в 2021 г. – 7,0%; в 2023 г. снизилась до 4,9%.

Предположительно рост экспорта креативных услуг был в первую очередь связан с ростом торговли ИТ-услугами; подробная статистика по Беларуси не публикуется, однако по данным ВТО объемы экспорта услуг по разделу «SI2 Компьютерные услуги» до 2021 г. росли самыми быстрыми темпами. А. Лузгина (2023) отмечает, что экспорт Парка высоких технологий (далее — ПВТ) в 2021 г. достиг трети всего экспорта услуг страны, а основными целевыми рынками были западные страны и США [33]. Из открытых данных ВТО по Беларуси можно определить доли отдельных видов услуг в экспорте креативных услуг: например, в 2021 г. экспорт услуг «SI3 Информационные услуги» составил 1,8% экспорта креативных услуг (-1,3 п. п. от уровня 2016 г.), «SJ1 Услуги R&D» – 2,9% (-3,6 п. п. от уровня 2016 г.), «SK1 Аудиовизуальные сервисы и связанные с ими» – 1,3% (-1,0 п. п. от уровня 2016 г.).

Что касается импорта креативных услуг в Беларусь, то на основе имеющихся данных сложно определить доминирующий вид услуг: импорт услуг по разделам,

⁷ В качестве оценки величина мирового импорта креативных услуг была взята сумма импорта креативных услуг по странам. Следует отметить, что полученный результат может быть занижен из-за отсутствия данных по некоторым странам. Источник: собственные расчёты на основе данных ЮНКТАД.

включающим подразделы, обозначенные ЮНКТАД как креативные, превышает оценку ЮНКТАД по каждому разделу; объемы импорта по этим разделам схожи. На основании данных ВТО можно определить доли импорта по вышеуказанным видам креативных услуг: в 2021 г. импорт услуг “SI3 Информационные услуги” составил 2,8% от импорта креативных услуг Беларусью (-2,3 п. п. от уровня 2016 г.); “SJ1 Услуги R&D” – 0,5% (-0,8 п. п. от уровня 2016 г.); “SK1 Аудиовизуальные сервисы и связанные с ними” – 4,8% (-6,0 п. п. от уровня 2016 г.). Также сложно выделить доминирующие страны-импортеры креативных услуг в Беларусь.

С учётом вышеизложенного, одним из актуальных вопросов становится оценка того, как развитие креативного и культурного сектора в Беларуси может повлиять на общее развитие экономики страны. Для этого была использована модель «Затраты – Выпуск», основанная на примере, представленном в исследовании Киевской школы экономики [37]. Данная модель позволяет выяснить, как увеличение расходов в определенном секторе экономики напрямую и косвенно влияет на экономический рост, поскольку наличие связей между секторами экономики при прямом увеличении расходов на отрасль может косвенно влиять на увеличение промежуточного потребления смежных отраслей (непрямой эффект); рост заработной платы в секторе может привести к увеличению потребления домохозяйствами товаров и услуг из других секторов (индуцированный эффект). При расчетах использовались данные таблицы «Затраты – Выпуск» экономики Беларуси за 2020 г.⁸ Полная методика расчета представлена в Приложении С.

Полученные оценки мультипликаторов отраслей креативного и культурного сектора Беларуси выглядят следующим образом.

⁸ Последние данные по таблицам «Затраты-Выпуск» были опубликованы Белстатом в 2021 г., однако в представленном документе представлены окончательные расчеты коэффициентов прямых и полных затрат на товары и услуги, по которым невозможно восстановить первоначальные значения промежуточного потребления, выпуска и валовой добавленной стоимости. Поскольку авторские расчёты подразумевают агрегацию данных по нецелевым направлениям экономической деятельности, в исследовании использованы последние опубликованные доступные данные. Начиная с 2022 г. Белстат не публикует данные таблиц «Затраты – Выпуск».

Таблица 2. Мультипликаторы затрат в креативном и культурном секторе Беларуси в 2020 г.

| | Мультипликатор выпуска | | Мультипликатор валовой добавленной стоимости | | Эффект ВДС (руб. на 1 руб. увеличения расходов на потребление) |
|--|------------------------|--------|--|--------|--|
| | Тип I | Тип II | Тип I | Тип II | |
| Креативный и культурный сектор | 1,34 | 2,77 | 1,10 | 1,20 | 0,97 |
| Услуги издательств | 1,82 | 2,85 | 1,08 | 1,11 | 0,59 |
| Услуги производства фильмов, видеофильмов и телевизионных программ, услуги звукозаписи и производства музыкальных произведений | 1,82 | 2,77 | 1,01 | 1,03 | 0,59 |
| Услуги радио- и телевидения | 1,91 | 3,30 | 1,01 | 1,02 | 0,51 |
| Услуги в области компьютерного программирования, консультационные и аналогичные услуги | 1,15 | 2,80 | 1,08 | 1,18 | 1,07 |
| Услуги в области информационного обслуживания | 1,53 | 2,55 | 1,06 | 1,11 | 0,78 |
| Услуги в области архитектурной деятельности, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа | 1,28 | 2,62 | 1,06 | 1,10 | 0,91 |
| Услуги в области рекламы и изучения конъюнктуры рынка | 2,00 | 2,91 | 1,12 | 1,22 | 0,61 |
| Услуги профессиональные, научные и технические прочие | 1,38 | 2,03 | 1,03 | 1,04 | 0,83 |
| Услуги в области искусства, развлечений и отдыха | 1,43 | 2,70 | 1,05 | 1,07 | 0,81 |
| Услуги библиотек, архивов, музеев и прочих учреждений культуры | 1,48 | 3,23 | 1,02 | 1,02 | 0,74 |

Источник. Собственная разработка на основе данных Белстата.

Согласно расчетам, рост спроса на товары и услуги креативного и культурного сектора Беларуси на 1 руб. увеличивает валовой выпуск белорусской экономики на 2,77 руб. Непрямой эффект увеличения прямых расходов составляет 0,34 руб., а эффект увеличения расходов домохозяйств (индуцированный эффект) составляет 1,43 руб. Отраслями с наибольшим индуцированным эффектом являются «Услуги библиотек, архивов, музеев и других учреждений культуры» (1,75 руб.), «Услуги в области компьютерного

программирования, консультационные и аналогичные услуги» (1,64 руб.), «Услуги радио- и телевидения» (1,38 руб.); с наибольшим косвенным эффектом – «Услуги в области рекламы и маркетинговых исследований» (1,00 руб.); «Услуги радио- и телевидения» (0,91 руб.); «Услуги по производству фильмов, видеофильмов и телепрограмм» (0,82 руб.). Полученные эффекты в целом реалистичны. Наибольшие индуцированные эффекты наблюдаются в отраслях, ориентированных на конечного пользователя: 96,7% услуг, предоставляемых библиотеками, архивами, музеями и другими учреждениями культуры, и 70,7% услуг теле- и радиовещания были использованы конечными потребителями. Косвенные эффекты были наибольшими для отраслей, прямо или косвенно связанных с продвижением товаров и услуг на рынки.

Оценённое влияние роста спроса на товары и услуги творческого и культурного сектора Беларуси на валовую добавленную стоимость гораздо скромнее: прирост валовой добавленной стоимости творческого и культурного сектора на 1 руб. приводит к увеличению общей добавленной стоимости на 1,20 руб. На 1 руб. прямого эффекта приходится по 0,10 руб. непрямого и индуцированного эффектов. Столь низкие значения могут быть обусловлены тем, что валовой выпуск креативного и культурного сектора Беларуси составляет 81% валовой добавленной стоимости, и сам сектор имеет слабые межотраслевые связи. Что касается мультипликатора ВДС, наибольший индуцированный эффект демонстрируют отрасли «Услуги в области компьютерного программирования, консультационные и аналогичные услуги» и «Услуги в области рекламы и изучения конъюнктуры рынка» (0,10 руб.), индуцированный эффект остальных креативных и культурных отраслей не превышает 0,04 руб.; наибольший не прямой эффект получен по отраслям «Услуги по рекламе и изучению рынка» (0,12 руб.), «Услуги по компьютерному программированию, консультационные и аналогичные услуги» и «Услуги издательского дела» (0,08 руб.). Наибольший эффект валовой добавленной стоимости демонстрируют креативные и культурные отрасли, которые в большей степени, чем другие, ориентированы на экспорт услуг.

Рост расходов на потребление услуг в креативном и культурной секторе на 1 руб. приводит к увеличению ВДС на 0,97 руб. Наибольший эффект ВДС де-

монстрируют отрасли «Услуги в области компьютерного программирования, консультационные и аналогичные услуги» (1,07 руб.), «Услуги в области архитектурной деятельности, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа» (0,91 руб.) и «Прочие научные, технические и профессиональные услуги» (0,83 руб.). Примечательно, что отрасли культуры – «Услуги в области искусства, развлечений и отдыха» и «Услуги библиотек, музеев и других учреждений культуры» – несмотря на скромные значения мультипликатора ВДС имеют довольно высокие показатели эффекта ВДС (0,81 и 0,74 руб. соответственно).

Дополнительно были проведены расчёты влияния развития креативного сектора на развитие белорусской экономики с помощью CGE-модели. Модели общего расчётного равновесия (computable general equilibrium models) на основе эмпирических данных в отличие от моделей «Затраты – Выпуск» позволяют оценить влияние внешних шоков на общее состояние экономики с учётом нелинейности взаимосвязи её секторов. Краткое описание модели представлено в Приложении D. Модель разработана на основе методологии [5; 37].

Расчёт с помощью CGE-модели проводится на основе матрицы социальных счетов (social accounting matrix – SAM), которая представляет собой преобразованную в квадратный вид таблицу «Затраты – Выпуск» и включающую в себя счета экономических агентов – производителей товаров и услуг, домохозяйства, государство, сбережения и инвестиции, внешний мир, и факторов производства – труда и капитала, а также счета налоговых отчислений. Как правило, для построения SAM помимо данных таблиц «Затраты – Выпуск» требуются дополнительные данные. В этой работе для SAM также использованы данные таблицы «Затраты – Выпуск» за 2020 г. и дополнительные данные Белстата, НБРБ, ВТО, МВФ, Gitab.

Результаты симуляций, представленные в работе, носят иллюстративный характер и призваны продемонстрировать потенциальный характер экономических изменений в зависимости от различных стилизованных предположений касательно каждой из креативных отраслей. В качестве целевых показателей представлены изменения реального ВВП и полезности домохозяйств.

По каждой из креативных отраслей смоделированы следующие сценарии.

А. Рост производительности труда. В данном сценарии оценено влияние роста производительности труда в каждой из креативных и культурных отраслей на 5%.

Б. Рост потребительского интереса вследствие роста доходов населения. С целью поддержки спроса на креативные и культурные услуги государство увеличивает трансферы населению на 1%, и домохозяйства в каждом из случаев увеличивают долю потребления креативных и культурных услуг на 5%.

В. Изменение условий торговли. Мировая цена экспорта на услуги каждой из креативных и культурных отраслей растёт на 10%.

Результаты симуляций представлены следующим образом.

Таблица 3. Результаты симуляций с помощью CGE-модели

| Отрасль | Сценарий А | | Сценарий Б | | Сценарий В | |
|--|------------|-------|------------|-------|------------|-------|
| | ΔВВП, % | ΔU, % | ΔВВП, % | ΔU, % | ΔВВП, % | ΔU, % |
| Услуги издательств | 0,010 | 0,009 | 0,010 | 0,149 | -0,005 | 0,008 |
| Услуги производства фильмов, видеофильмов и телевизионных программ, услуги звукозаписи и производства музыкальных произведений | 0,003 | 0,003 | 0,012 | 0,181 | -0,001 | 0,001 |
| Услуги радио- и телевидения | 0,003 | 0,002 | 0,012 | 0,179 | -0,001 | 0,000 |
| Услуги в области компьютерного программирования, консультационные и аналогичные услуги | -0,152 | 0,273 | 0,031 | 0,961 | -1,718 | 0,679 |
| Услуги в области информационного обслуживания | 0,016 | 0,020 | 0,014 | 0,230 | -0,007 | 0,011 |
| Услуги в области архитектурной деятельности, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа | 0,057 | 0,024 | 0,014 | 0,248 | -0,007 | 0,007 |
| Услуги в области рекламы и изучения конъюнктуры рынка | 0,026 | 0,031 | 0,010 | 0,146 | -0,092 | 0,093 |
| Услуги профессиональные, научные и технические прочие | 0,015 | 0,008 | 0,011 | 0,174 | 0,001 | 0,002 |
| Услуги в области искусства, развлечений и отдыха | 0,011 | 0,006 | 0,014 | 0,249 | -0,000 | 0,000 |
| Услуги библиотек, архивов, музеев и прочих учреждений культуры | 0,006 | 0,001 | 0,010 | 0,149 | -0,000 | 0,000 |

Источник. Собственная разработка на основе данных Белстата и прочих источников статистических данных, упомянутых выше.

Согласно результатам проведённых с помощью CGE-модели симуляций, шок креативных товаров и услуг может оказывать разное и неоднозначное воздействие на рост реального ВВП. В случае роста производительности труда в каждой из креативных отраслей наибольший эффект наблюдается в услугах, ориентированных на другие производства: услуги в области архитектурной деятельности, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа (0,057%) и услуги в области рекламы и изучения конъюнктуры рынка (0,026%), в то время как рост производительности труда в отраслях, ориентированных на конечное потребление, оказывает более скромное влияние на выпуск из-за меньших мультипликативных эффектов и сравнительно небольшого размера рынка. На первый взгляд противоречивым кажется негативное влияние на выпуск роста производительности услуг ИТ (-0,152%), однако более подробный анализ шока показывает, что из-за растущей привлекательности сектора происходит значительное вымывание ресурсов из других отраслей, что в итоге приводит к их падению выпуска, которое не перекрывается ростом выпуска ИТ, что в некоторой степени отражает подверженность белорусской экономики «голландской болезни».

Наибольший эффект на экономический рост оказывает изменение структуры конечного потребления, что ожидаемо, поскольку практически все креативные отрасли Беларуси, кроме ИТ, ориентированы на внутреннее потребление. Субсидированное потребление оказывает более значительное влияние на рост полезности домохозяйств ввиду роста их доходов, однако интересным оказывается факт того, что при одновременном росте предпочтений услуг креативных отраслей домохозяйствами и их доходов полезность возрастает больше, чем только от роста доходов. Наибольший эффект как в части роста реального ВВП, так и полезности демонстрирует отрасль ИТ, вероятно, из-за эффекта масштаба. Среди прочих креативных и культурных отраслей наибольший эффект оказывают услуги в области искусства, развлечений и отдыха (второй наибольший размер эффекта на полезность домохозяйств – 0,249%), услуги в области архитектурной деятельности, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа (прирост полезности домохозяйств на 0,248%), услуги в области информационного обслуживания (прирост полезности домохозяйств на 0,230%) – эффект каждой из этих креативных и культурных отраслей составляет 0,014% ВВП.

Анализ экспортного потенциала в свою очередь даёт на первый взгляд неоднозначные результаты. Ожидаемо наибольший эффект в случае роста цен экспорта демонстрируют креативные и культурные отрасли, где экспортная составляющая имеет значимый вес в совокупном выпуске отрасли, однако расширение экспорта ИТ в очередной раз демонстрирует в случае ИТ подверженность белорусской экономики «голландской болезни»: при росте мировых цен экспорта в ИТ начинается переток ресурсов со значительным ростом стоимости труда, а взрывной рост ИТ не компенсирует падение производства в других отраслях, что приводит к значительному падению валового выпуска. В большинстве креативных отраслей Беларуси рост мировых экспортных цен ведёт к небольшому падению ВВП, что является следствием малых производственных мощностей, являющихся причиной ограничения имеющихся экспортных возможностей. Единственная креативная отрасль, в случае которой рост мировых экспортных цен ведёт к небольшому росту ВВП – услуги профессиональные, научные и технические прочие, вероятно, прежде всего из-за эффекта промежуточного потребления, на которое отрасль прежде всего ориентирована.

Из вышеприведенного анализа с учётом ограничения метода можно сделать вывод, что креативный и культурный сектор в Беларуси оказывает достаточно существенное влияние на общее экономическое развитие страны, особенно в части увеличения спроса со стороны домохозяйств. Так, в 2020 г. общее оценённое влияние креативного и культурного сектора на валовый выпуск в абсолютном выражении составило 14,5 млрд. руб., дополнительно непрямоe влияние – 5 млрд. руб., индуцированное влияние – 20,59 млрд. руб.; на валовую добавленную стоимость прямоe влияние составило 11,69 млрд. руб. (8,9% ВДС), непрямоe влияние – 0,9 млрд. руб. (0,69% ВДС) и индуцированное влияние – 0,92 млрд. руб. (0,7% ВДС). Основными потребителями услуг креативного и культурного сектора Беларуси являются конечные потребители; первая и третья по величине отрасли в креативном и культурном секторе — ИТ и реклама соответственно — являются экспортноориентированными. В то же время расширение анализа результатами симуляций CGE-модели показывают, что существуют определённые ограничения для физического расширения креативного и культурного сектора экстенсивным путём. Они связаны прежде всего с исходным небольшим размером (кроме ИТ) и ограничениями

в количестве и качестве ресурсов, поэтому в вышерассмотренных случаях простое расширение креативного и культурного сектора без структурной трансформации и наращивания мощностей, в частности его экспортной составляющей, может приводить к компромиссу между доходами и производством. При этом в случае с отраслью ИТ дальнейшее неконтролируемое расширение может привести к проблеме «специализации экономики» из-за чрезмерного перетока ресурсов в отрасль, ведущего к угрозам подрыва роста всей экономики. Однако, как уже упоминалось ранее, помимо прямого экономического воздействия, креативный и культурный сектор оказывает неоценимое влияние на инновационное развитие и накопление культурного и интеллектуального капитала страны. Потому для масштабирования креативного и культурного сектора необходим взвешенный и экосистемный подход, основанный на инвестициях в человеческий капитал, технологии и инфраструктуру, способствовании открытости и свободному перетоку идей и знаний, последовательном и устойчивом развитии внутреннего рынка.

Отсутствие в белорусском законодательстве определения креативного и культурного сектора также приводит не только к неопределенности подходов к его оценке, но и к отсутствию общих подходов к обеспечению его сбалансированного развития, что в значительной степени сказывается на экономических показателях креативной сферы и культурных индустрий. Дополнительные факторы, способствующие развитию креативного и культурного сектора или сдерживающие его, будут более подробно рассмотрены ниже.

Успешное развитие ИТ-отрасли в Беларуси в целом и ее креативной составляющей в частности является ярким примером того, как государство увидело потенциал в росте и развитии цифровой индустрии и ее влиянии на общий экономический рост, и поэтому некоторое время создавало для этого благоприятные условия. В 2005 г. в г. Минск создан ПВТ, который представляет собой особый правовой режим для компаний, осуществляющих деятельность в сфере информационных технологий и деятельность которых соответствует согласно классификации одному или нескольким из более чем 40 видов экономической деятельности, в том числе тех, которые могут подпадать под понимание креативных (разработка программного обеспечения, фундаментальные и прикладные исследования, экспериментальные разработки в области естественных и технических наук). Согласно

Указу Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 г. № 8 особый правовой статус сохраняется за ПВТ до 1 января 2049 г. Резиденты ПВТ имеют определенные налоговые льготы (по доходам, НДС, офшорному налогу, таможенным пошлинам, налогу на недвижимость и т. д.) [45]; до 2021 г. работники компаний-резидентов ПВТ платили подоходный налог по сниженной ставке в 9%, однако до 2028 г. будут обязаны платить по общей ставке 13% [47]. Привлекательные условия ведения бизнеса и определенное отсутствие вмешательства государства в деятельность ИТ-отрасли в значительной степени способствовали ее быстрому росту, однако, как видно из структурной статистики, в основном в г. Минск, где на долю ИТ приходится до 80% производства и более 50% занятости креативного и культурного сектора. Для сравнения: в регионах показатели ИТ-сектора являются одними из крупнейших, но не доминирующими и достигают не более 45% ВДС (в Витебской и Гродненской областях) и не более 25% занятости (Минская область) креативного и культурного сектора регионов. Также стоит отметить, что ИТ-отрасль получила импульс к развитию в период пандемии COVID-19 из-за большого роста спроса на цифровые продукты и услуги, поэтому в период пандемии и внутриполитической нестабильности в отрасли не наблюдалось снижения ни объемов производства, ни занятости. Однако начало войны России против Украины и включение Беларуси в санкционные списки западных стран и США стали причиной массового оттока компаний и ИТ-специалистов за рубеж и, соответственно, падения уровня производства и занятости.

В Беларуси не создавались специальные условия для развития отраслей профессиональной деятельности, таких как архитектура и технический анализ, рекламная деятельность и изучение общественного мнения, иная профессиональная, научная и техническая деятельность. Для некоторых видов профессиональной деятельности физические лица могут регистрироваться в качестве самозанятых (переводы, фотография, графический дизайн и дизайн интерьеров)⁹. Никаких налоговых льгот и преференций для данных отраслей

⁹ Согласно Перечню видов деятельности, разрешенных к осуществлению в качестве самостоятельной профессиональной деятельности, по состоянию на 20.11.2024 г. Источник: Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь.

креативного и культурного сектора за рассматриваемый период не вводилось. В свою очередь, с 2022 г. введен налог на размещение рекламы, который в том числе платят рекламные агентства, размещающие рекламу от имени нерезидентов страны. Средства, полученные от этого налога, распределяются в пользу нужд государственных СМИ [44], что определенным образом при прочих равных условиях подрывает конкурентные условия для частных медиаорганизаций и отражает приоритеты государственной политики в отношении этой отрасли, которая будет более подробно рассмотрена ниже. Профессиональные отрасли предположительно были устойчивы к пандемии COVID-19, однако объемы производства рекламной индустрии начали снижаться после 2020 г., а других видов профессиональной деятельности — в 2022 г., что отражает их определенную уязвимость к внешним потрясениям. Отрасль архитектуры и технического анализа не испытала резкого спада в период пандемии и дестабилизации, однако, как было отмечено выше, ее производство постепенно снижалось на протяжении всего рассматриваемого периода, предположительно, в основном из-за сокращения объемов производства в строительной отрасли.

Развитие культурной индустрии, издательств и СМИ в Беларуси можно лучше всего охарактеризовать словом «вопреки». Стоит отметить, что социокультурный контекст в стране формировался в условиях сложного исторического дуалистического наследия, и до внутривластной дестабилизации в 2020 г. в публичной культурной среде сформировались «две Беларуси»: «государственная Беларусь» и «народная Беларусь», между которыми существовал разрыв, но в допандемийный период он не был однозначным. Если традиционная культура «государственной Беларуси» воспринималась как «колхозная, безвкусная, некачественная», то формирующаяся «государственная контркультура» разрабатывала проекты, которые соответствовали как национальной традиции, так и современным социально-общественным вызовам (например, деятельность государственных театров). Культура «народной Беларуси» в свою очередь была неоднородна по своему составу и ориентирована на разные целевые аудитории. «Альтернативная пробелорусская культура» в первую очередь поднимала вопросы национального самоопределения и была больше адресована к равнодушным гражданам с пронациональной позицией;

«Активная городская культура» в основном представляла интересы деловых и культурных деятелей, однако в центре внимания мероприятий были вопросы, не связанные с национальной мыслью [9]. Пандемия COVID-19 и политические события 2020 г. существенно изменили условия деятельности культурных организаций, издательств и СМИ, а общим результатом стало усиление цензуры, постепенная государственная монополизация культурного пространства с ограничением «государственной контркультуры» и вытеснением культуры «народной Беларуси» за рубеж, давление на деятелей культуры и журналистов, издательства и негосударственные СМИ, учреждения культуры с последующим возведением искусственных барьеров для их деятельности внутри страны [27; 56].

Культурные, издательские виды деятельности и СМИ в Беларуси имеют следующие особенности и условия работы.

1) Подавляющее большинство учреждений культуры и СМИ находятся в государственной собственности: например, государству принадлежат все профессиональные театры и цирки, большинство музеев (только 4 из 157 являются частными¹⁰) и концертных организаций; значительное количество интернет- и телерадио-СМИ также принадлежат государству (86% и 54% соответственно) [55]; в 2023 г. 6 из 10 крупнейших издательств, выпускавших печатную продукцию, также были в государственной собственности [29].

2) Культурная, издательская деятельность и СМИ являются объектом обширного государственного регулирования. Основными действующими документами, определяющими приоритеты развития культурной индустрии, помимо Кодекса о культуре Республики Беларусь, являются Концепция развития национального культурного пространства во всех сферах общественной жизни на 2024–2026 гг. и Государственная программа «Культура Беларуси» на 2021–2025 гг. [39; 40]. Их отличительной чертой является ожидание от культурной деятельности в том числе «воспитания патриотизма, уважения к государственным символам, ориентации на традиционные ценности», при этом влияние глобализации культуры и ее «вестернизация» с соответствующим «навязыванием ценностей» отнесены к негативным тенденциям и отмечены «несвойственными

¹⁰ По состоянию на 23.07.2024 г. Источник: Реестр музеев Республики Беларусь.

белорусскому обществу». Такой подход к культурной индустрии существенно ограничивает как возможности культурного самовыражения, так и учет современных социокультурных тенденций. С другой стороны предложение товаров и услуг не всегда соответствует потребительскому спросу и не является достаточно конкурентоспособным на международном рынке ¹¹ : например, в Государственной программе «Культура Беларуси» на 2021–2025 гг. среди проблем развития культуры и творчества отмечены низкая конкурентоспособность культурной продукции и низкая рентабельность отечественного кинематографа.

3) Для вышеперечисленных отраслей существуют некоторые специальные налоговые льготы и преференции, но их гораздо меньше, чем для ИТ-индустрии. Организации культуры могут получить налоговые льготы на доходы, но только на те, которые были получены в результате культурной деятельности; предоставляются льготы по НДС при реализации товаров и услуг, а также при безвозмездном получении культурных ценностей, товаров и услуг, предметов и прав интеллектуальной собственности организациями культуры и государственными телерадиокомпаниями; освобождение от налога на недвижимость и земельного налога для историко-культурных ценностей; работники некоторых творческих и культурных сфер могут получить налоговый вычет по налогу на профессиональный доход [35; 36]. Однако, учитывая доминирование государства в вышеупомянутых отраслях, государственная поддержка этих направлений была и остаётся сравнительно небольшой. Доля расходов консолидированного бюджета на культуру в 2016 г. составила 1,4%¹²; но в последующем издании показатель был исключён из указанного источника. Аналогичный показатель был взят в качестве приблизительного показателя размера расходов на культуру и СМИ – доля расходов консолидированного

¹¹ Согласно данным таблицы «Затраты-Выпуск», на конечный экспорт в 2020 г. было направлено 6% ВДС ВЭД «Услуги по производству кинофильмов, видеофильмов, услуги звукозаписи и производству музыкальных произведений», 17% ВДС «Услуги издательств» и по 1% ВДС «Услуги радио- и телевидения», «Услуги в области творчества, отдыха и развлечений» и «Услуг библиотек, архивов, музеев и прочих культурных учреждений». Источник: Белстат.

¹² Согласно данным статистического буклета «Культура Республики Беларусь, 2017». Источник: Белстат.

бюджета на спорт, культуру и СМИ. Если в 2018 г. данный показатель составил 3,5%, то в 2021 г. – 2,9%¹³, и, несмотря на высокую степень регулирования со стороны государства, её доля является наименьшей из всех направлений расходов на социальную сферу, что свидетельствует об отсутствии приоритетности развития данных отраслей. Индустрии культуры оказались в числе наиболее уязвимых к пандемии COVID-19, однако государство не приняло никаких конкретных мер для их поддержки [21].

4) Некоторые законодательные инициативы ограничивают возможности осуществления культурной деятельности частными организациями и отдельными лицами. Например, в 2024 г. из перечня видов деятельности, разрешенных индивидуальным предпринимателям, были исключены такие виды деятельности, как исполнительское искусство и деятельность по организации культурно-зрелищных мероприятий [48]. С 2022 г. все организаторы культурно-зрелищных мероприятий обязаны быть зарегистрированы в соответствующем Реестре, основаниями для отказа в регистрации в котором могут быть «низкий художественный уровень проводимых организатором культурно-зрелищных мероприятий» либо наличие у руководителя административной или уголовной ответственности по статьям, по которым чаще всего предъявляются обвинения участникам акций протеста против фальсификации результатов президентских выборов 2020 г., при этом организаторы с государственной собственностью или с долей государства в собственности в Реестр не включаются. [46].

5) Растущие репутационные риски. В связи с соучастием Беларуси в войне России против Украины и последствиями приостановки сотрудничества или вывода зарубежных компаний в 2023 г. принят закон, который фактически разрешает импорт и использование объектов интеллектуальной собственности, в том числе аудиовизуальной продукции, без разрешения владельцев авторских прав из т.н. «недружественных» стран [49]. Поскольку авторское право и его защита лежат в основе креативного и культурного сектора, легализация «серого

¹³ Начиная с 2022 г. данные о расходах консолидированного бюджета Респубилки Беларусь по направлениям не публикуются. Источник: собственные расчёты на основе данных статистического сборника “Беларусь в цифрах, 2022”, Белстат.

импорта» делает неясной перспективу возобновления легального сотрудничества с зарубежными правообладателями креативных и культурных товаров и услуг в будущем.

Вышеуказанные условия для культурных отраслей, СМИ и издательств свидетельствуют о том, что государство рассматривает эти виды экономической деятельности не как коммерческие отрасли, а как средство воспитания граждан и доведения официальной позиции, одновременно подрывая конкурентные условия для частных организаций и деятелей или ограничивая возможности их деятельности. С учётом того, что с одной стороны действующее законодательство защищает деятельность государственного сектора в данной сфере и создает неравные условия конкуренции для частных организаций или ограничивает возможность их законной хозяйственной деятельности, с другой стороны, не позволяет полностью удовлетворять спрос пользователей, заставляя при создании товаров и услуг ориентироваться на определённые законодательно направления развития, а не спрос потребителей, и в конечном итоге сокращая предложение культурных товаров и услуг, которые имеют худшее качество и конкурентоспособность и которые не в полной мере соответствуют ожиданиям конечных потребителей. Помимо снижения экономического потенциала, рассматриваемые меры ограничивают возможности неэкономического влияния и развития общественного мнения и культуры, что в том числе в условиях русификации может привести к разрушению и деградации национального творческого и культурного пространства.

Как итог, результаты попытки оценить размер и динамику креативного и культурного сектора Беларуси в 2016–2023 гг. свидетельствуют о его несбалансированности и росте, обеспеченном в основном за счет ИТ. Отрасли, связанные с архитектурой, рекламой, профессиональной деятельностью, издательским делом, СМИ и искусством, в лучшем случае растут медленнее (научная, техническая и профессиональная деятельность) или находятся в упадке (архитектурная деятельность и технический анализ, издательская деятельность и культурная индустрия). Наблюдается дисбаланс в оплате труда в зависимости от отрасли и доминирования г. Минск в региональной структуре. Несмотря на то, что в рассматриваемый период Беларусь являлась чистым продавцом креативных

товаров и услуг, внешняя торговля креативными товарами была мало диверсифицирована географически, при этом основным торговым партнером скорее всего являлась Россия. Торговля креативными услугами тесно связана с ИТ-индустрией, в то время как профессиональные и художественные отрасли занимают незначительную долю, что отчасти объясняется их низкой конкурентоспособностью. С скромный рост доли импорта креативных услуг в общем импорте услуг может в определенной степени свидетельствовать о небольшой емкости рынка креативных услуг в Беларуси. Тем не менее, было установлено, что развитие креативного и культурного сектора вносит значительный вклад в развитие экономики, поскольку он имеет не только прямое экономическое влияние, но и косвенное, т.к. является источником инноваций и положительно влияет на развитие смежных видов экономической деятельности, и с учетом высокого качества человеческого капитала заслуживает внимания и содействия развитию. Пути развития отраслей, определенных в данном исследовании как креативные и культурные, во многом определялись институциональными условиями, а в последние годы и внешними потрясениями: некоторые отрасли серьезно пострадали от последствий пандемии COVID-19, долгосрочные негативные последствия для креативного и культурного сектора несут внутри- и геополитическая нестабильность. Институциональные условия для креативных отраслей были разными: так, успешное развитие ИТ-отрасли было обусловлено в том числе благоприятными законодательными условиями и определенным невмешательством государства в деятельность ПВТ; отрасли архитектуры и технического анализа, рекламы и маркетинговых исследований, профессиональной, научной и технической деятельности не имели особых преференций и поддержки, но и не испытывали сильного государственного вмешательства; издательская деятельность, СМИ и сфера культуры, несмотря на наличие некоторых налоговых преференций, характеризуются как большой долей государственных учреждений со стороны предложения, так и высоким государственным регулированием, которое усиливается с 2020 г.

Данное исследование является первой попыткой определения и оценки размеров и влияние креативного и культурного сектора Беларуси на экономическое развитие страны, выявления общих тенденций развития и

факторов, его сдерживающих. Оно проводилось на основе многочисленных допущений и ограничений и служит основой для дальнейшего развития направления исследований креативного и культурного сектора Беларуси. Помимо необходимых условий нивелирования последствий внешних потрясений путем прекращения геополитической нестабильности в регионе и преследования граждан и бизнеса за политические взгляды, необходимо в первую очередь понимание креативного и культурного сектора не только как средства влияния на общество или источника сохранения национальной культуры и традиций, но и его коммерческого и конкурентного потенциала, а для более полного понимания масштабов и влияния креативного и культурного сектора на экономическое развитие и дальнейшего содействия его развитию следует выделить следующие шаги и направления необходимых мероприятий и исследований.

1) Определение национального термина для креативного и культурного сектора экономики на основе международного опыта и внутреннего контекста не только с точки зрения экономической целесообразности, но и с учетом социально-культурного контекста страны.

2) Выделение отраслей в креативный и культурный сектор в соответствии с национальным определением, сбор и публикация подробных соответствующих статистических данных о количестве организаций, объеме производства, занятости, международной торговле и результатах экономической деятельности, включающих разбивку по форме собственности организаций, полу сотрудников и регионов для более детального и глубокого изучения влияния креативного и культурного сектора на экономическое развитие страны и его вклада в достижение ЦУР, а также исследования конкретных факторов, влияющих на развитие креативного и культурного сектора страны.

3) Пересмотр действующего законодательства с учетом успешного международного опыта и оценки ценности креативного и культурного сектора для создания безопасной и конкурентоспособной среды для экономических агентов сектора, независимо от формы собственности хозяйствующего субъекта и региона страны, с гарантиями защиты авторских прав и равным доступом к источникам финансирования и государственной поддержки в зависимости от потенциальной востребованности предлагаемых креативных и культурных

товаров и услуг конечными потребителями, их соответствия приоритетным направлениям развития отрасли и ожидаемой конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках. Приоритетные направления развития сектора должны носить не обязательный, а рекомендательный характер и учитывать интересы и ожидания целевой аудитории, отечественные и мировые тенденции, а также сохранение и развитие национальной культуры и традиций (для культурных отраслей). Рассмотрение возможности внедрения опыта успешного развития ПВТ для всего креативного и культурного сектора, в том числе для содействия продвижению конкурентоспособных креативных и культурных товаров и услуг на международные рынки.

4) Изучение существующих возможностей финансирования представителей креативной и культурной сферы с целью совершенствования законодательства и обеспечения возможностей получения финансирования с учетом специфики деятельности сектора.

5) Разработка исследовательской базы и сбор данных для изучения потребления, интересов и предпочтений в отношении товаров и услуг креативного и культурного сектора со стороны пользователей (домохозяйств и организаций) и отслеживание тенденций с течением времени.

6) Оценка размера белорусского креативного и культурного сектора за рубежом, в основном в странах, которые стали наиболее популярными для эмиграции представителей креативного и культурного сектора после 2020 г. и изучение опыта белорусской диаспоры, занятой в данной сфере, причин успешности или неуспешности их деятельности в творческой и культурной сфере.

Библиографический список

1. About creative economy [Electronic resource]: Law of The Republic of Uzbekistan, October 3, 2024 No ZRU-970 // CIS Legislation. – Mode of access: <https://cis-legislation.com/document.fwx?rgn=162315>. – Date of access: 01.11.2024.
2. About the Park of the creative industries [Electronic resource]: Law of The Kyrgyz Republic, August 8, 2022 No 88 // CIS Legislation. – Mode of access: <https://cis-legislation.com/document.fwx?rgn=142904>. – Date of access: 01.11.2024.
3. Bilan, Y. The creative industry as a factor in the development of the economy: dissemination of european experience in the countries with economies in transition / Y. Bilan [et al.] // Creative studies. – Vol. 12. – No. 1. – 2019. – p. 75–101.
4. Černevičiūtė, J. Creative industries as Part of a Sustainable Urban Development Strategy: Vilnius City Case / J. Černevičiūtė, R. Strazdas // Sustainability. – Vol. 15. – No. 14. – 2023. – 18 p.
5. Computable general equilibrium model for Belarus: theoretical aspects and practical applications // BelEconomy Working Paper Series. – WP No 90. – 2025. – 53 p.
6. Creative Economy Outlook 2024. Technical and statistical report [Electronic resource] // UNCTAD. – 2024. – Mode of access: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf. – Date of access: 16.08.2024.
7. Culture and Creativity [Electronic resource] / Projects funded by the European Union in Belarus. – Mode of access: <https://euprojects.by/projects/Culture-Science-Educationand-Young-People/Culture%20and%20Creativity/>. – Date of access: 08.11.2024.
8. d'Hernoncourt, J. Input-Output Multipliers – Specification sheet and supporting material, Spicosa project report [Technical report] / J. d'Hernoncourt, M. Cordier, D. Hadley // Université Libre de Bruxelles. – Bruxelles. – 2011. – 26 p.
9. Dinerstein, A. Cultural identity in modern-day Belarusian discourse on public creativity / A. Dinerstein // Journal of International and Intercultural Communication. – 2021. – Vol. 14. – No. 1. – p. 41–59.
10. Domenech, R.B. The impact of cultural and creative industries on the wealth of countries, regions and municipalities / R. B. Domenech, B. De Miguel Molina, P.R. Köster // European Planning Studies. – Vol. 30. – No. 9. – 2022. – p. 1777–1797.

11. Dronyuk, I. Analysis of Creative Industries Activities in European Union Countries / I. Dronyuk, I. Moiseienko, J. Greguš ml. // The International Workshop on Digitalization and Servitization within Factory-Free Economy, Coimbra, Portugal, 4–7 November 2019 / Elsevier B.V. – 2019. – C. 479-484.
12. Farinha, C. Developing cultural and creative industries in Belarus / C. Farinha // Culture & Creativity EU-Eastern Partnership Programme. – 2018. – 48 p.
13. Global Innovation Index 2024 [Electronic resource] // World Intellectual Property Organization. – 2024. – Mode of access: <https://www.wipo.int/web-publications/global-innovation-index-2024/en/gii-2024-results.html>. – Date of access: 20.11.2024.
14. Howkins, J. The Creative Economy: How People Make Money From Ideas / J. Howkins // Penguin Press. – London. – 2007. – 232 p.
15. Human development index [Electronic resource] // United Nations Development Programme. – 2024. – Mode of access: <https://hdr.undp.org/data-center/human-development-index#/indicies/HDI>. – Date of access: 08.11.2024.
16. Karasova, N. Creative Economy as a Source of Economic Growth / N. Karasova // East European Scientific Journal. – No. 12(52). – 2019. – p. 18–22.
17. Khlystova, O. The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda / O. Khlystova, Y. Kalyuzhnova, M. Belitski // Journal of Business Research. – Vol. 139. – 2022. – p. 1192–1210.
18. Levickaitė, R. Four approaches to the creative economy: general overview / R. Levickaitė // Business, Management and Education. – No. 9(1). – 2011. – p. 81–92.
19. Martinaitytė, E. The factors of creative industries development in nowadays stage / E. Martinaitytė, R. Kregždaitė // Economics and Sociology. – Vol. 8. – No. 1. – 2015. – p. 55–70.
20. More about Creative industries [Electronic resource] // Ministry of Culture of Republic of Latvia. – 2020. – Mode of access: <https://www.km.gov.lv/en/more-about-creative-industries>. – Date of access: 08.11.2024.
21. Policy Tracker: Policy Responses to COVID-19 [Electronic resource] // International Monetary Fund. – 2021. – Mode of access: <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19>. – Date of access: 08.11.2024.

22. Republic of Lithuania Law on The Cultural Policy Framework [Electronic resource]: June 18, 2024, No XIV-2762 // Seimas of the Republic of Lithuania. – Mode of access: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/6b8a8f60701d11ef9c779dd37198d447?jfwid=u1eii4k0u>. – Date of access: 01.11.2024.

23. The Global Talent Competitiveness Index 2023 [Electronic resource] // The Business School for the World INSEAD. – 2023. – Mode of access: <https://www.insead.edu/system/files/2023-11/gtci-2023-report.pdf>. – Date of access: 20.11.2024.

24. The International Year of Creative Economy for Sustainable Development: Pathway to resilient creative industries. Creative Economy Outlook 2022 [Electronic resource] // UNCTAD. – 2022. – Mode of access: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf. – Date of access: 16.08.2024.

25. Throsby, D. Economics and Culture / D. Throsby // Cambridge University Press. – Cambridge. – 208 p.

26. Skavronska, I. V. Creative industries in Ukraine: analysis and prospects of the development / I. V. Skavronska // Economics and Sociology. – 2019. – Vol. 10. – No. 2. – P. 87–106.

27. Zhbakov, M. Belarusian culture: at the turn of times / M. Zhbakov // Belarusian Yearbook 2021. – 2021. – p. 186–195.

28. Бертош, Е.В. Перспективы развития креативной экономики в Республике Беларусь / Е. В. Бертош // IX Форум вузов инженерно-технологического профиля Союзного государства: сборник материалов, г. Минск, 26–30 октября 2020 г. / Белорусский национальный технический университет. – Минск: БНТУ, 2020. – С. 80–81.

29. Голубева, В.В. О перспективах развития креативных индустрий в Республике Беларусь / В.В. Голубева // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. – Том 227. – Креативные индустрии региона: опыт, перспективы, подготовка кадров. – 2023. – С. 87–93.

30. Данильченко, А.В. Экономика знаний в контексте постиндустриального развития Республики Беларусь / А.В. Данильченко, С.А. Харитонович // Новости науки и технологий. – № 1(48). – 2019. – С. 8–15.

31. Закон України "Про культуру" [Електронний ресурс]: Редакція від 06.10.2024 № 3792-IX // Верховна Рада України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>. – Дата доступу: 01.11.2024.

32. Книгоиздание Беларуси в 2023 году [Электронный ресурс] // Национальная книжная палата Беларуси. – Режим доступа: https://natbook.org.by/assets/files/kni-goizdanie_2024_na-sajt_nev.pdf. – Дата доступу: 12.11.2024.

33. Лузгина, А. Проблемы и будущее развитие ИТ-сектора в Беларуси / А. Лузгина // Belarus Beehive. – 2023. – 21 с.

34. Мацевич-Духан, И. Я. Картографирование креативной экономики Республики Беларусь / И. Я. Духан // Бизнес. Образование. Экономика: Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 2 апреля 2020 г.: сб. ст. В 2 ч. Ч. 1 / редкол.: В. В. Манкевич (гл. ред.) [и др.]. – Минск: Ин-т бизнеса БГУ, 2020. – С. 111–116 // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/250672>. – Дата доступу: 23.07.2024.

35. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Общая часть). Принят 19 декабря 2002 г. № 166-З. Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2002 г., № 8, 2/1889.

36. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть). Принят 29 декабря 2009 г. № 71-З. Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 15, 2/2000.

37. Николаєва, О. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України [Електронний ресурс] / О. Ніколаєва [та ін.] // Kyiv School of Economics. – 2019. – Режим доступу: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi.pdf>. – Дата доступу: 07.10.2024.

38. Новикова, С.К. Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт / С.К. Новикова // Новые технологии. – № 2(48). – 2019. – С. 175–184.

39. О Государственной программе "Культура Беларуси" на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 января 2021 г. № 53 // Национальный центр законодательства и правовой информации Республики Беларусь. - Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100053>. – Дата доступа: 07.10.2024.

40. О Концепции развития национального и культурного пространства во всех сферах жизни общества на 2024-2026 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета министров от 28 декабря 2023 г. № 961 // Национальный центр законодательства и правовой информации Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22300961>. – Дата доступа: 07.10.2024.

41. О культуре [Электронный ресурс]: Закон Республики Казахстан от 15 декабря 2006 г. № 207 // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. – Режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z060000207_. – Дата доступа: 01.11.2024.

42. О некоторых вопросах в сфере парка креативных индустрий: постановление Кабинета Министров Кыргызской Республики, 5 декабря 2023 г., № 644 // Кабинет Министров Кыргызской Республики. - 2023.

43. О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации Российской Федерации. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202408080136?index=1>. – Дата доступа: 01.11.2024.

44. О развитии средств массовой информации [Электронный ресурс]: указ Президента Республики Беларусь от 31 марта 2022 г. № 131 // Национальный центр законодательства и правовой информации Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P32200131>. – Дата доступа: 07.11.2024.

45. О развитии цифровой экономики [Электронный ресурс]: декрет Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 г. № 8 // Национальный центр законодательства и правовой информации Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=Pd1700008>. – Дата доступа: 07.10.2024.

46. О реестре организаторов культурно-зрелищных мероприятий [Электронный ресурс]: постановление Совета министров Республики Беларусь от 22 июня 2022 г. № 401 // Национальный центр законодательства и правовой информации Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22200401>. – Дата доступа: 07.10.2024.

47. Об изменении Налогового кодекса Республики Беларусь [Электронный ресурс]: закон Республики Беларусь от 29 декабря 2020 г. № 72-з // Национальный центр законодательства и правовой информации Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=N12000072>. – Дата доступа: 07.11.2024.

48. Об изменении постановлений Совета Министров Республики Беларусь от 28 июля 2024 г. и от 28 июня 2024 г. № 457 [Электронный ресурс]: постановление Совета министров от 30 августа 2024 г. № 637 // Национальный центр законодательства и правовой информации Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22400637>. – Дата доступа: 07.10.2024.

49. Об ограничении исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь от 3 января 2023 г. № 241-3 // Национальный центр законодательства и правовой информации Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=N12300241>. – Дата доступа: 07.10.2024.

50. Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Республики Казахстан от 6 июня 2023 года № 448 // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. – Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000448>. – Дата доступа: 01.11.2024.

51. Об утверждении собирательной классификационной группировки видов экономической деятельности в области деятельности творческих (креативных) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД 2) ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2) [Электронный ресурс]: приказ Министерства культуры Российской Федерации от 20 октября 2023 г. № 2931 // Официальный интернет-портал правовой информации Российской Федерации. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202311300030?index=1>. – Дата доступа: 01.11.2024.

52. Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 “Виды экономической деятельности” (ОКЭД) / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск. – 2011. – 365 с.

53. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій [Електронний ресурс]: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р // Верховна Рада України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>. – Дата доступу: 01.11.2024.

54. Проект НК-2025: планируемые изменения по подоходному налогу с 01.01.2025 [Электронный ресурс] // Пех новости. – Режим доступа: <https://ilex.by/news/nk-2025-izmeneniya-po-podohodnomu-nalogu-s-01-01-2025/>. – Дата доступа: 12.11.2024.

55. Средства массовой информации [Электронный ресурс] // Президент Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/society/mass-media>. – Дата доступа: 12.11.2024.

56. Сфера культуры Беларуси ў 2022-2023 гг. Рэпрэсіі. Тэндэнцыі [Электронны рэсурс] // PEN Belarus. – 2023. – Рэжым доступу: <https://penbelarus.org/2023/09/08/the-cultural-sector-in-belarus-in-2022-2023-repressions-trends.html>. – Дата доступу: 02.09.2024.

Таблица А1. Определения термина креативного и культурного сектора (креативных и культурных индустрий) в законодательствах некоторых стран

| Страна | Национальное определение | Источник |
|---------------|--|---|
| Литва | <i>Культурные и креативные индустрии</i> – межсекторальные экономические активности, базирующиеся на культурном контенте и креативности, результатом которых становится создание физических продуктов и нефизических интеллектуальных или культурных услуг с культурной, креативной, социальной или экономической ценностью. | Закон “Об основах культурной политики” Республики Литва от 18 июня 2024 г. № XIV-2762 |
| Латвия | <i>Культурные и креативные индустрии</i> – виды деятельности, основанные на индивидуальной или коллективной креативности, навыках и талантах, которые путём генерации и использования интеллектуальной собственности могут повышать благосостояние и создавать рабочие места. | Министерство культуры Республики Латвия: впервые термин был включен в Направления Государственной культурной политики Латвии на 2006–2015 гг. и пересмотрен во время создания Информационного отчёта по креативному сектору и его политике в Латвии в 2008 г. |
| Украина | <i>Креативные индустрии</i> – виды экономической деятельности, целью которых является создание добавленной стоимости и рабочих мест посредством культурного (творческого) или креативного выражения. | Закон Украины “О культуре” в последней редакции от 6 октября 2024 г. № 3792-IX |
| Россия | <i>Креативная индустрия</i> – экономическая деятельность, непосредственно связанная с созданием, продвижением и (или) реализацией креативного продукта, который обладает уникальностью и экономической ценностью. | Федеральный закон “О развитии культурных (креативных) индустрий в Российской Федерации” от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ |

| Страна | Национальное определение | Источник |
|---------------|--|---|
| Казахстан | <i>Креативные индустрии – индустрии по созданию, производству, возобновлению и массовому распространению результатов креативной деятельности физических и юридических лиц.</i> | Закон “О культуре” Республики Казахстан от 15 декабря 2007 г. № 207, в последней редакции от 8 июня 2024 г. |
| Кыргызстан | <i>Креативная индустрия – тип экономической деятельности, базирующейся на креативности и создании продуктов интеллектуального права с использованием таланта, инноваций, технологий, культурного наследия, результатом которой является товар, работа, услуга с экономической ценностью.</i> | Закон “О Парке креативных индустрий” Республики Кыргызстан от 8 августа 2022 г. № 88 |
| Узбекистан | <i>Креативная индустрия – набор типов индустрий, связанных с созданием, производством, сохранением, распространением и продвижением товаров (работ, услуг), базирующихся на приоритете креативности, ментальных возможностей, интеллектуальной собственности и имеют экономическую ценность.</i> | Закон “О креативной экономике” Республики Узбекистан от 3 октября 2024 г. № ZRU-970 |

Источник. Собственная разработка на основе [1; 2; 20; 22; 31; 41; 42].

Таблица А2. Виды экономической деятельности, включаемые в креативный и культурный сектор некоторыми странами согласно их законодательству

| Вид экономической деятельности | Литва | Латвия | Украина | Россия | Казахстан | Кыргызстан | Узбекистан |
|--|--------------|---------------|----------------|---------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Производство ювелирных изделий, бижутерии и похожих изделий | + | | + | + | + | + | |
| Производство музыкальных инструментов | | | + | + | | + | |
| Деятельность в сфере моды | | | | + | + | | + |
| Производство игр и игрушек | + | | | + | | + | |
| Деятельность в сфере гастрономии | | | | + | | | |
| Ремесленная деятельность | + | | | + | + | + | + |
| Издание книг, газет, периодических изданий и прочая издательская деятельность | + | + | + | + | | + | + |
| Издание компьютерных игр и (или) программного обеспечения | + | + | + | + | + | + | + |
| Производство, свод, распространение и демонстрация видеофильмов и телевизионных программ | + | + | + | + | + | + | + |
| Издание звукозаписей и музыки | + | + | + | + | + | + | + |
| Деятельность в сфере радио и телевизионного вещания | + | + | + | + | + | | + |
| Компьютерное программирование и консультационные услуги | + | + | + | + | + | + | + |

| Вид экономической деятельности | Литва | Латвия | Украина | Россия | Казахстан | Кыргызстан | Узбекистан |
|--|--------------|---------------|----------------|---------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Деятельность информационных агентств и сферы связей с общественностью | + | | + | + | | | + |
| Деятельность в сфере архитектуры | + | + | + | + | + | + | + |
| Исследовательская деятельность в сфере социальных и гуманитарных наук | + | | + | | | | |
| Деятельность рекламных агентств и посредничества в размещении рекламы в СМИ | + | + | + | + | | + | + |
| Прочие профессиональные услуги (дизайн, фотография, перевод) | + | + | + | + | + | + | + |
| Образование в сфере культуры | + | + | + | + | | + | + |
| Театральная и концертная деятельность, деятельность по их поддержанию, функционирование театров и концертных залов | + | + | + | + | + | + | + |
| Деятельность в сфере искусства | + | + | + | + | + | + | + |
| Деятельность библиотек, архивов, музеев, историко-культурных ценностей, развлекательных заведений | + | + | + | + | + | + | + |

Примечания. 1. Названия категорий являются обобщёнными и не отражают точные названия ВЭД в соответствии с классификацией ОКЭД (НАСЕ). 2. Список представлен без учёта некоторых ВЭД, включение которых в креативный и культурный сектор является уникальным опытом отдельных стран.

Источник. Собственная разработка на основе [1; 2; 4; 20; 50; 51; 53].

Таблица В1. Список ВЭД Беларуси в соответствии с классификацией ОКЭД-2011, которые могут подпадать под определение креативного и культурного сектора

| Код ОКЭД | Название | Наличие данных в открытом доступе | |
|----------|---|-----------------------------------|-----------|
| | | ВДС | Занятость |
| 321 | Производство ювелирных изделий, бижутерии и схожих изделий | - | - |
| 322 | Производство музыкальных инструментов | - | - |
| 323 | Производство игр и игрушек | - | - |
| 581 | Издание книг, периодических публикаций и иные виды издательской деятельности* | + | + |
| 582 | Издание программного обеспечения, в т.ч. компьютерных игр* | | |
| 591 | Деятельность по производству, распространению кино-, видеофильмов и телевизионных программ, показу кинофильмов* | + | + |
| 592 | Деятельность в сфере звукозаписи и производства музыкальных произведений* | | |
| 601 | Радиовещание* | + | + |
| 602 | Деятельность по созданию телевизионных программ и телевидение* | | |
| 620 | Компьютерное программирование, консультационные и прочие сопутствующие услуги* | + | + |
| 631 | Обработка данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность; деятельность веб-порталов* | | |
| 639 | Деятельность информационных агентств* | | |
| 711 | Деятельность в сфере архитектуры, инженерных изысканий и представле технических консультаций в этих сферах | + | - |
| 722 | Научные исследования и разработки в сфере гуманитарных и социальных наук | - | - |
| 731 | Рекламная деятельность | + | - |
| 732 | Исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения | | - |
| 741 | Специализированные работы по дизайну | - | - |
| 742 | Деятельность в сфере фотографии | - | - |
| 743 | Деятельность по письменному и устному переводу | - | - |
| 8552 | Образование в сфере культуры | - | - |
| 900 | Творческая деятельность и развлечения | + | + |
| 910 | Деятельность библиотек и архивов | + | + |

Примечания. 1. В случаях объединения некоторых ВЭД имеется ввиду, что данные по ним являются агрегированными, но отдельных данных по каждому из них нет. 2. * – статистика по ВЭД опубликована до 2022 г. включительно.

Источник. собственная разработка на основе [52] и данных Белстата.

Методология расчёта модели “Затраты – Выпуск”

Приведённая методология подготовлена на основе [8; 37].

Таблицы “Затраты – Выпуск” в основных ценах, публикуемые Белстатом, имеют три квадранта – квадрант промежуточного потребления, квадрант конечного потребления и квадрант конечного выпуска – и отражаются следующим образом.

Таблица С. Структура таблицы “Затраты-Выпуск”

| | Отрасль 1 | Отрасль n | Конечные затраты на потребление | Использование товаров и услуг |
|-----------------------------------|-----------|-----------|---------------------------------|-------------------------------|
| Отрасль 1 | a_{11} | a_{1n} | F_1 | X_1 |
| Отрасль n | a_{n1} | a_{nn} | F_n | X_n |
| Чистые затраты на товары и услуги | T_1 | T_n | - | - |
| Валовая добавленная стоимость | Y_1 | Y_n | - | - |
| Валовый выпуск | X_1 | X_n | - | - |

Источник. собственная разработка на основе [8; 37].

В столбцах таблицы отражены отрасли-потребители товаров и услуг, в строках – отрасли-поставщики; соответственно, значение $a_{ij}, i = \overline{1, n}, j = \overline{1, n}$ отражает промежуточное потребление продукции отрасли i отраслью j в основных ценах. Соответственно, сумма элементов промежуточного потребления по столбцам отражает объем продукции, использованной отраслями в своем производстве, а сумма элементов в строках отражает объем продукции, произведенной отраслями и потребленной другими отраслями в течение их собственного производства. Элементы промежуточного потребления образуют первый квадрант – матрицу промежуточного потребления. Путем добавления к расходам на промежуточное потребление секторами экономики чистых расходов на использованные товары и услуги, кото-

рые включают транспортные и торговые наценки, а также налоги на использованные товары и услуги за исключением субсидий, получается оценка предельного потребления в ценах покупателей.

Второй квадрант — квадрант расходов на конечное потребление — включает расходы конечных потребителей — домохозяйств, государственных и некоммерческих организаций, валовое накопление основного капитала, изменение в запасах материального оборотного капитала и экспорт товаров и услуг. Сумма продукции отраслей экономики, использованной в промежуточном потреблении и конечных потребительских расходах, дает общее использование товаров и услуг отраслей экономики.

Третий квадрант – квадрант валового выпуска – представлен элементами валовой добавленной стоимости, включающими: оплату труда работников, налоги на производство и импорт за исключением субсидий, потребление основного капитала, чистая прибыль и чистый смешанный доход. Объем использования секторами экономики товаров и услуг других секторов экономики для собственного производства и валовой добавленной стоимости отражает валовой выпуск секторов экономики в основных ценах.

Для расчета коэффициентов полных затрат – мультипликаторов выпуска – стоит отметить их разделение на два типа. Тип I под эффектом полных затрат подразумевает влияние прямого и непрямого эффектов увеличения издержек производства; Тип II помимо прямого и непрямого эффектов учитывает индуцированный эффект – влияние увеличения расходов домохозяйств на потребление товаров и услуг:

$$\text{Полный эффект}_I = \frac{\text{Прямой эффект} + \text{Непрямой эффект}}{\text{Прямой эффект}}; \quad (1)$$

$$\text{Полный эффект}_{II} = \text{Полный эффект}_I + \frac{\text{Индуцированный эффект}}{\text{Прямой эффект}}. \quad (2)$$

Матрицы прямых затрат выглядят следующим образом:

$$\text{Тип I: } A = \begin{pmatrix} a_{ii} & a_{ij} \\ a_{ji} & a_{jj} \end{pmatrix}, \quad (3)$$

где элементы матрицы отражают долю промежуточного потребления продукции отрасли i в валовом выпуске отрасли j ;

$$\text{Тип II: } A = \begin{pmatrix} a_{ii} & a_{ij} & a_{ih} \\ a_{ji} & a_{jj} & a_{jh} \\ a_{hi} & a_{hj} & a_{hh} \end{pmatrix}, \quad (4)$$

где к промежуточному потреблению будут добавлены показатели домохозяйств: в столбце h – конечные расходы домашних хозяйств, в ряду h – оплата труда наёмных работников. Соответственно, элементы итогового столбца расходов домохозяйств отражают, какая доля общих расходов домохозяйств идет на потребление продукции секторов экономики, тогда как элементы строки отражают долю заработной платы, выплачиваемой работникам в секторах экономики, в общем объеме производства. Пересечение столбца расходов домохозяйства и столбца доли заработной платы – a_{hh} – по умолчанию имеет значение 0. Таким образом прямое влияние, или коэффициент прямых затрат производства отрасли j рассчитывается как сумма элементов промежуточного потребления отрасли j , для типа II без учета оплаты труда наёмных работников.

Следующие шаги расчёта индентичны для мультипликаторов обоих типов. Согласно с моделью Леонтьева, совокупный выпуск X состоит из промежуточного потребления AX и затрат на конечное потребление F и в матричном представлении имеет следующий вид:

$$X = AX + F, \quad (5)$$

$$F = X - AX, \quad (6)$$

$$F = X(E - A), \quad (7)$$

$$X = (E - A)^{-1}F, \quad (8)$$

где E – единичная матрица. Мультипликаторная матрица конечного потребления, или обратная матрица Леонтьева $L = (E - A)^{-1}$ отражает экзогенный полный эффект влияния изменения спроса на производство отраслей экономики. Соответственно, эффект полного влияния, или мультипликатор выпуска отрасли, показывает, на сколько денежных единиц увеличивается валовой выпуск экономики при увеличении издержек производства отрасли на одну денежную

единицу, и рассчитывается как сумма элементов столбца отрасли j мультипликаторной матрицы, для мультипликатора типа II без учета элементов оплаты труда наёмных работников:

$$X_{mult} = \sum_{n=1}^j l_{ij}. \quad (9)$$

Примем, что $y_j = \frac{Y_j}{X_j}$ и отражает долю валовой добавленной стоимости в валовом выпуске отрасли j . Тогда мультипликатор валовой добавленной стоимости отрасли j рассчитывается следующим образом:

$$Y_{mult} = \frac{\sum_{n=1}^j l_{ij} y_i}{y_j}, \quad (10)$$

и отражает изменение валовой добавленной стоимости отрасли при условии роста валовой добавленной стоимости во всех отраслях экономики на одну денежную единицу. Соответственно, эффект валовой добавленной стоимости примет вид:

$$Y_e = \sum_{n=1}^j l_{ij} y_i, \quad (11)$$

и обозначает количество денежных единиц, добавляемых к общей валовой добавленной стоимости при увеличении спроса на продукцию отрасли j на одну денежную единицу.

К результатам расчетов модели «Затраты-Выпуск» следует относиться с осторожностью, т. к. они имеют некоторые допущения и ограничения: 1) взаимосвязи между промежуточным потреблением отраслей, конечным потреблением и предложением являются линейными; 2) все отрасли экономики используют одну и ту же технологию производства; 3) результаты расчетов отражают исключительно прямой экономический эффект и не дают оценки косвенного влияния, такого как переток технологий и инноваций или рост культурной ценности.

Основы CGE-моделирования

Модель CGE опирается на предположение о равновесии рынков и направлена на анализ долгосрочных изменений в экономике вследствие внешних шоков. В системе ресурсы являются ограниченными, и экономические агенты конкурируют за них; предполагается, что рынки являются конкурентными. В данном приложении представлено описание основных уравнений модели.

Сектор производства товаров

В данном секторе производятся товары и услуги, потребляемые производственными отраслями, домохозяйствами и государством, а также приобретающиеся в рамках инвестиционного спроса и поставляемые на экспорт. Функция промежуточного потребления продукции i отраслью j описывается производственной функцией Леонтьева:

$$IO_{i,j} = \theta_{i,j}^{IO} q_j^{IO}, \quad (12)$$

где $\theta_{i,j}^{IO}$ – доля продукции i , используемого в промежуточном потреблении отраслью j , q_j^{IO} – общий объём промежуточного потребления отраслью j .

Условие соответствия промежуточного потребления отрасли j сумме всех компонентов промежуточного потребления отрасли j :

$$p_j^{IO} q_j^{IO} = \sum_{i=1}^N p_i IO_{i,j}, \quad (13)$$

где p_j^{IO} – цена промежуточного потребления отрасли j (равна 1 в исходном состоянии),

p_i – цена реализации продукции i (равна 1 в исходном состоянии).

Промежуточное потребление в выпуске отрасли j – функция Леонтьева:

$$q_j^{int} = \theta_j^{int} q_j^A, \quad (14)$$

где θ_j^{int} – доля промежуточного потребления в выпуске отрасли j , q_j^A – объём выпуска отрасли j .

Добавленная стоимость в выпуске отрасли j – функция Леонтьева:

$$q_j^{VA} = \theta_j^{VA} q_j^A, \quad (15)$$

θ_j^{VA} – доля добавленной стоимости в выпуске отрасли j .

Условие соответствия выпуска в отрасли j компонентам выпуска:

$$(1 - t_j^A) p_j^A q_j^A = p_j^{VA} q_j^{VA} + p_j^{IO} q_j^{IO}, \quad (16)$$

где t_j^A – ставка налога на производство в отрасли j .

Сектор факторов производства

В секторе факторов производства происходит аккумуляция факторов производства – труда и капитала – которые в последствии перераспределяются между отраслями сектора производства. Сектор аккумулирует доходы, полученные от факторов производства, и перераспределяет их между домохозяйствами и государством. Также сектор взаимодействует с внешним миром посредством трансфертов факторов производства.

Распределение использования факторов производства в отрасли j основывается на CES-производственной функции. Условие максимизации эффективности использования труда в отрасли j :

$$L_j = \frac{q_j}{A_j} \left(\frac{\delta_j}{w_L} \right)^{\varepsilon_j} \left[\delta_j^{\varepsilon_j} w_L^{1 - \varepsilon_j} + (1 - \delta_j)^{\varepsilon_j} w_K^{1 - \varepsilon_j} \right]^{\frac{\varepsilon_j}{1 - \varepsilon_j}}, \quad (17)$$

условие максимизации эффективности использования капитала в отрасли j :

$$K_j = \frac{q_j}{A_j} \left(\frac{1 - \delta_j}{w_L} \right)^{\varepsilon_j} \left[\delta_j^{\varepsilon_j} w_L^{1 - \varepsilon_j} + (1 - \delta_j)^{\varepsilon_j} w_K^{1 - \varepsilon_j} \right]^{\frac{\varepsilon_j}{1 - \varepsilon_j}}, \quad (18)$$

где L_j – объём труда, используемый отраслью j ,

w_L – стоимость труда (равна 1 в исходном состоянии),

K_j – объём капитала, используемый отраслью j ,

w_K – стоимость капитала (равна 1 в исходном состоянии),

ε_i – эластичность замещения факторов.

Условие соответствия вкладов факторов производства добавленной стоимости в отрасли j :

$$p_j^{VA} q_j^{VA} = w_L L_j + w_K K_j, \quad (19)$$

Сектор распределения товаров и услуг

Сектор распределения товаров и услуг поставляет товары и услуги как для промежуточного потребления сектору производства, так и для конечного потребления домохозяйствам, государству и для инвестиционного спроса, а также поставляет товары и услуги на экспорт и размещает импортные товары и услуги на рынке.

Условие размещения произведённой продукции i отрасли j :

$$q_i^D = \sum_{j=1}^N \theta_{j,i} q_j^A, \quad (20)$$

Условие установления цен на продукцию i отрасли j :

$$p_i^D = \sum_{j=1}^N \theta_{j,i} p_j^A, \quad (21)$$

где $\theta_{j,i}$ – коэффициент размещения.

Сектор внешнего мира

Внешний мир закупает экспорт страны и поставляет импортные товары и услуги в страну, связан с сектором факторов производства, домохозяйствами и государством двусторонними трансфертами, а также формирует сбережения в секторе сбережений и инвестиций.

Цена экспорта продукции i устанавливается следующим образом:

$$p_i^E = \overline{pw_i^E} EXR, \quad (22)$$

где $\overline{pw_i^E}$ – мировая цена экспорта продукции i (равна 1 в исходном состоянии),

EXR – обменный курс (единиц иностранной валюты за единицу домашней валюты, равен 1 в исходном состоянии).

Распределение произведённой продукции между экспортом и внутренним потреблением также описывается СЕТ-функцией. Условие максимизации эффективности экспорта продукции i в соответствии с ней определяется как:

$$E_i = \frac{q_i^D}{A_i^E} \left(\frac{\delta_i^E}{p_i^E} \right)^{\varepsilon_i^E} \left[\delta_i^E \varepsilon_i^E p_i^E 1 - \varepsilon_i^E + (1 - \delta_i^E) \varepsilon_i^E p_i^{DD} 1 - \varepsilon_i^E \right] \frac{\varepsilon_i^E}{1 - \varepsilon_i^E}, \quad (23)$$

условие максимизации эффективности аллокации внутреннего потребления продукции i определяется как:

$$q_i^{DD} = \frac{q_i^D}{A_i^E} \left(\frac{1 - \delta_i^E}{p_i^{DD}} \right)^{\varepsilon_i^E} \left[\delta_i^E \varepsilon_i^E p_i^E 1 - \varepsilon_i^E + (1 - \delta_i^E) \varepsilon_i^E p_i^{DD} 1 - \varepsilon_i^E \right] \frac{\varepsilon_i^E}{1 - \varepsilon_i^E}, \quad (24)$$

где δ_i^E – доля экспорта в готовой продукции,

A_i^E – параметр эффективности экспорта,

ε_i^E – эластичность технического замещения экспорта,

p_i^{DD} – цена внутреннего потребления продукции i , произведённой в стране.

Условие соответствия экспорта товара и внутреннему потреблению общему выпуску:

$$p_i^D q_i^D = p_i^E E_i + p_i^{DD} q_i^{DD}. \quad (25)$$

Цены на импорт по торговым партнёрам устанавливаются следующим образом:

$$p_i^M = (1 + t_i^M) \overline{pw_i^M} EXR, \quad (26)$$

$\overline{pw_i^M}$ – мировая цена импорта продукции i (равна 1 в исходном состоянии),

t_i^M – ставка налога на импорт продукции i .

Торговые и транспортные наценки учитываются в конечных ценах реализации продукции i :

$$p^{margin} = \sum_{i=1}^N sh_i^{margin} p_i, \quad (27)$$

где sh_i^{margin} – доля торговых и транспортных издержек, генерируемых спросом на продукцию i .

Распределение потребляемой продукции между импортом и внутренним потреблением также описывается Armington-функцией. Условие максимизации эффективности аллокации импорта продукции i :

$$M_i = \frac{q_i}{A_i^M} \left(\frac{\delta_i^M}{p_i^M} \right)^{\varepsilon_i^M} \left[\delta_i^M \varepsilon_i^M p_i^M 1 - \varepsilon_i^M + (1 - \delta_i^M)^{\varepsilon_i^M} \left((1 + t_i^c) p_i^{DD} 1 - \varepsilon_i^M \right) \right]^{\frac{\varepsilon_i^M}{1 - \varepsilon_i^M}}, \quad (28)$$

условие максимизации эффективности аллокации внутреннего потребления:

$$q_i^{DD} = \frac{q_i}{A_i^M} \left(\frac{1 - \delta_i^M}{(1 + t_i^c) p_i^{DD}} \right)^{\varepsilon_i^M} \left[\delta_i^M \varepsilon_i^M p_i^M 1 - \varepsilon_i^M + (1 - \delta_i^M)^{\varepsilon_i^M} \left((1 + t_i^c) p_i^{DD} 1 - \varepsilon_i^M \right) \right]^{\frac{\varepsilon_i^M}{1 - \varepsilon_i^M}}, \quad (29)$$

где δ_i^M – доля импорта в потребляемой продукции,

A_i^M – параметр эффективности импорта,

ε_i^M – эластичность технического замещения импорта,

t_i^C – ставка налога на реализацию продукции i .

Условие соответствия импорта товара и внутреннему потреблению общему потреблению:

$$p_i q_i = p^{margin} t_i^{margin} q_i + p_i^M M_i + (1 + t_i^c) p_i^{DD} q_i^{DD}, \quad (30)$$

где t_i^{margin} – ставка торговых и транспортных издержек для продукции i .

Уравнение торгового баланса:

$$\begin{aligned} M_i \overline{pw_i^M} EXR + trf^{RoWLab} EXR + trf^{RoWCap} EXR + trf^{RoWHH} EXR + trf^{RoWGov} EXR = \\ E_i \overline{pw_i^E} EXR + trf^{LabRoW} EXR + trf^{CapRoW} EXR + trf^{HHRoW} EXR + trf^{GovRoW} EXR + \overline{S^{RoW}} EXR, \end{aligned} \quad (31)$$

где trf^{RoWLab} , trf^{RoWCap} , trf^{RoWHH} , trf^{RoWGov} – трансферты рассматриваемой экономики внешнему миру факторов производства (труда и капитала), а также трансферты внешнему миру секторов домохозяйств и государства соответственно,

trf^{LabRoW} , trf^{CapRoW} , trf^{HHRoW} , trf^{GovRoW} – трансферты внешнего мира факторов производства (труда и капитала), секторам домохозяйств и государства соответственно,

$\overline{S^{RoW}}$ – сбережения внешнего мира в секторе сбережений и инвестиций, фиксированная величина.

Сектор домохозяйств

Домохозяйства являются владельцами труда и капитала. Брутто-доход домохозяйств складывается из заработной платы, ренты, чистых трансфертов от внешнего сектора и трансфертов от государства:

$$\begin{aligned}
 Y^{HH} = & w_L \bar{L} + trf^{LabRow} EXR - trf^{RowLab} EXR + \\
 & + sh^{CapHH} (w_K \bar{K} + trf^{CapRow} EXR - trf^{RowCap} EXR) + \\
 & + trf^{HHRow} EXR - trf^{RowHH} EXR + \\
 & + trf^{HHGov} CPI,
 \end{aligned}
 \tag{32}$$

где \bar{L} – предложение труда в экономике,

sh^{CapHH} – доля домохозяйств в распределении ренты,

\bar{K} – предложение капитала в экономике, фиксированная величина,

trf^{HHGov} – трансферты государства домохозяйствам.

Доход домохозяйств распределяется на потребление, сбережения и подоходный налог. Функция потребления домохозяйствами продукции i :

$$p_i h_i = \alpha_i^{HH} (1 - t^{Y^{HH}}) (1 - mps) Y^{HH},
 \tag{33}$$

где h_i – объём конечного потребления домохозяйствами продукции i ,

α_i^{HH} – доля дохода, расходуемого домохозяйствами на продукцию i ,

mps – предельная склонность домохозяйств к сбережению,

$t^{Y^{HH}}$ – ставка подоходного налога.

Функция сбережений домохозяйств:

$$S^{HH} = mps (1 - t^{Y^{HH}}) Y^{HH}.
 \tag{34}$$

Изменение уровня потребительских цен в экономике описывается следующим уравнением:

$$CPI = \sum_{i=1}^N \gamma_i^{CPI} p_i,
 \tag{35}$$

где γ_i^{CPI} – доля вклада продукта i в общее изменение потребительских цен в экономике.

Функция Кобба-Дугласа, описывающая полезность домохозяйств:

$$U = \prod_{i=1}^N h_i^{\alpha_i^{HH}}.
 \tag{36}$$

Сектор государства

Доход государства составляют налоговые поступления от производителей, продавцов, домохозяйств, капитальная рента и чистые трансферты от сектора внешнего мира:

$$\begin{aligned}
 Y^{Gov} = & t^{Y^{HH}} Y^{HH} + \sum_{i=1}^N t_i^M M_i \overline{pw_i^M} EXR + \sum_{j=1}^N t_j^A p_j^A q_j^A + \sum_{i=1}^N t_i^C p_i^{DD} q_i^{DD} + \\
 & + sh^{CapGov} (w_K \overline{K} + trf^{CapRow} EXR - trf^{RowCap} EXR) + \\
 & + trf^{GovRow} EXR - trf^{RowGov} EXR - \\
 & - trf^{HHGov} CPI,
 \end{aligned} \tag{37}$$

где sh^{CapGov} – доля государства в распределении капитальной ренты.

Доход государства распределяется на потребление и сбережения. Функция потребления государством продукции i :

$$p_i g_i = \alpha_i^{Gov} \left(Y^{Gov} - \overline{S^{Gov}} CPI \right), \tag{38}$$

где g_i – объём конечного потребления продукции i государством,

α_i^{Gov} – доля дохода, расходуемого государством на продукт i ,

$\overline{S^{Gov}}$ – сбережения государства, имеет фиксированное значение.

Сектор сбережений и инвестиций

Сектор сбережений и инвестиций аккумулирует сбережения домохозяйств, государства и внешнего мира и инвестирует их в формирование капитала. Функция вложений в приобретение продукции i для формирования капитала приобретает следующий вид:

$$p_i inv_i = \alpha_i^{inv} \left(S^{HH} + \overline{S^{Gov}} + \sum_{r=1}^R \overline{S_r^{Row}} EXR_r \right), \tag{39}$$

где inv_i – объём продукции i , приобретаемой для формирования капитала,

α_i^{inv} – доля инвестиций, идущих на приобретение продукта i для формирования капитала.

Равновесие на рынках

Уравнение равновесия на рынке продукции i :

$$\sum_{j=1}^N IO_{i,j} + h_i + g_i + inv_i = q_i, \quad (40)$$

Уравнение равновесия на рынке труда:

$$\sum_{j=1}^N L_j = \bar{L}, \quad (41)$$

Уравнение равновесия на рынке капитала:

$$\sum_{j=1}^N K_j = \bar{K}. \quad (42)$$

Среди ограничений представленной модели можно отметить её статичный характер, как и в случае модели «Затраты – Выпуск», и невозможность интерпретации эффектов внешних шоков на временном промежутке. Также из-за отсутствия временной составляющей в модели конечные результаты зависят от выбранного временного среза и качества и полноты входных данных. Несмотря на нелинейность взаимосвязей секторов экономики, модель CGE не способна отразить косвенное влияние изменений и оценить неэкономические экстерналии креативного и культурного сектора.