

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ



Т. М. МОСЕНЗОН

ТВОРЧЕСКИЕ СПОСОБНОСТИ В РАЗВИТИИ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье раскрывается процесс становления понятия «креативная экономика», исследуется место и роль туристической индустрии в креативной экономике. Выделяется такой фактор производства, как творческие способности наряду с трудом, землей, капиталом и предпринимательскими способностями.

Ключевые слова: творческие способности; креативная экономика; креативный туризм.

УДК 338.48

Происхождение понятия «креативная экономика» в определенной степени возвращает нас к исходному пониманию термина «экономика», которое в буквальном переводе с греческого языка обозначает «искусство ведения домашнего хозяйства» [1]. Впервые слово «экономика» употребил греческий поэт Гесиод (VIII—VII вв. до н. э.), а в научный оборот оно вошло в IV в. до н. э., когда данный термин описал древнегреческий ученый Ксенофонт в своем труде «Домострой». Говоря об истоках понятия «экономика», можно также обратиться к работе Аристотеля (384—322 гг. до н. э.) «Политика», где подчеркиваются принципиальные различия между наукой о рациональном ведении хозяйства — экономией и искусством наживать состояние (делать деньги) — хрематистикой. О последней Аристотель писал: «...в искусстве наживать состояние, поскольку оно складывается в торговой деятельности, никогда не бывает предела в достижении цели, так как целью здесь оказывается беспредельное богатство и обладание деньгами... Все, занимающиеся денежными оборотами, стремятся увеличить свои капиталы до бесконечности» [2; 3, 28—29]. Отношение самого Аристотеля к подобному стремлению было отрицательным, он рассматривал его как неизбежное зло.

В современном мире погоня за неограниченным богатством и желание удовлетворить безграничные потребности в различных благах приводит к

Татьяна Михайловна МОСЕНЗОН (tatsiana.job@gmail.com), аспирантка кафедры экономики и управления туристической индустрией Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).

смещению акцентов в понимании сущности экономики как науки и, как следствие, возникновению больших проблем в различных сферах жизни, начиная с таких локальных проблем, как ониомания, вещизм, ожирение и т. д. и заканчивая такими глобальными проблемами, как экологическое загрязнение, истощение природных ресурсов, постепенная утрата обществом духовных и культурных ценностей и др.

Эти изменения в понимании экономики произошли вследствие того, что на протяжении определенного периода в мире целенаправленно проводилось формирование так называемого общества (массового) потребления. Данный термин вошел в широкий оборот в 50–60-е гг. XX в. Исследованиями этого социально-экономического явления занимались такие ученые, как Т. В. Адорно, Г. Маркузе, Ж. Бодрийяр, Э. Фром и другие, а наиболее развернутый анализ понятия «общество потребления» был дан в одноименной книге французского социолога Ж. Бодрийяра, опубликованной в 1970 г. [4]. Та ситуация, которая сложилась в современной практической экономике, далека от понятия «искусство», которое изначально было заложено в данном термине.

Всем нам известны такие мероприятия по стимулированию потребительского спроса, как «черная пятница», «магазин на диване», «рождественские распродажи» и др. Все это естественным образом оказало влияние на все сферы человеческой жизни, в том числе на экономику, и, бесспорно, нашло отражение в изменении подходов к трактовке понятия «экономика». Согласно современному пониманию, «экономика — это наука о выборе наиболее эффективных способов удовлетворения безграничных потребностей людей ограниченными ресурсами, которые могут быть использованы для удовлетворения этих потребностей» [5, 10].

Мы пришли к тому, что сейчас не спрос формирует предложение, а, наоборот, предложение настолько велико, что людей буквально заставляют приобретать бесполезные для них вещи.

Однако, где кончается полезное и начинается бесполезное, определить достаточно трудно. Всякое производство и расход за пределами жесткого выживания могут быть оценены как расточительство [4, 69].

При этом в природе человека имеется некий экономический принцип, который при отсутствии «искусственных ускорителей» может заставить его положить предел своим целям, потребностям, так же как и своим усилиям. Тенденция не к максимальному, а к «гармоничному» удовлетворению, уравновешенному в индивидуальном плане, должна была бы помочь человеку избежать порочного круга сверхмногочисленных удовлетворений и соединиться со столь же гармоничной общественной организацией коллективных потребностей [4, 101].

В экономической теории принцип гармоничности может в определенной степени заменить известный принцип максимизации. В стандартной теории предполагается, что рациональный экономический субъект оценивает результаты своей деятельности по значениям какого-либо показателя (дохода, прибыли, стоимости, капитализации и т. п.) и стремится к достижению максимального уровня этого показателя. Принцип гармонии же не требует от агента концентрации на каком-либо одном показателе и, наоборот, рекомендует оценивать результаты работы по степени сбалансированности всех основных характеристик производства. Соответственно, под контролем должны быть все виды систем, от которых зависит деятельность агента, и все стороны этой деятельности [6].

Сразу достичь идеала и гармонии в макроэкономической системе невозможно, однако планомерное движение к данной цели возможно и даже необходимо. Одной из ступеней к достижению данной цели является креативная экономика. Подтверждением тому служит научная работа А. И. Колкова по исследованию вопросов гармоничного развития систем, где он доказывает, функция гармоничности и функция творчества совпадают, из чего следует, что гармоническая система должна быть творческой, а творчество должно быть гармоническим [7].

В креативной экономике на первое место выходит ценность человеческой личности, и тут мы снова обращаемся к Политике Аристотеля, где он говорит о том, что «само собой очевидно, что в домохозяйстве следует заботиться более о людях, чем о приобретении бездушности собственности, заботиться более о добродетели первых, нежели об изобилии последней, иными словами богатства, заботиться более о людях свободных, чем о рабах» [2, 33]. При этом, по Аристотелю, «люди свободные и властвующие — это те, которые благодаря своим интеллектуальным свойствам способны к предвидению; существо подвластное и рабствующее способно лишь своими физическими силами исполнять порученные указания» [2, 4–5]. Благодаря развитию общества мы достаточно далеко ушли от понятий рабовладения в том смысле, в котором оно существовало во времена Аристотеля, однако в его словах можно проследить ту идею, что ценность труда интеллектуального намного выше труда физического, а человеческий капитал более ценен, чем наращивание производственных мощностей.

Стоит также обратить внимание на работы исследователя В. И. Вернадского, который утверждал, что «биосфера в результате человеческой деятельности переходит в новое состояние — ноосферу, то есть сферу разума. В ноосфере люди будут не только черпать из природы ресурсы, но и преобразовывать для увеличения взятого» [8, 252].

Таким образом, вернувшись к пониманию экономики как особого вида искусства и приняв во внимание реальности современного этапа человеческого развития с постепенным переходом человечества к сфере разума, мы можем проследить зарождение и становление такого понятия, как «экономика творчества».

Само понятие «экономика творчества», в том виде, как мы понимаем его сейчас, впервые вошло в научный язык в августе 2000 г. после появления в журнале «Бизнес уик» статьи Питера Коя под названием «Креативная экономика» [9, 1–5]. Ввиду того что зародилось оно относительно недавно и было впервые употреблено в англоязычной среде, существует несколько вариантов его перевода на русский язык: «креативная экономика», «экономика творчества», «творческо-ориентированная экономика». Creative с английского переводится как «творческий», «креативный». В данной работе выбор был сделан в пользу термина «креативная экономика» как наиболее распространенного в литературе варианта перевода.

Одним из первых современных исследователей такого направления, как «креативная экономика», является Джон Хокинс — архитектор, специалист в области креативной экономики, член Консультационного совета по креативной экономике ООН. Определение, которое он дал данному понятию, звучит следующим образом: «Креативная экономика — это первый вид экономики, где воображение и изобретательность решают, чем люди хотят заниматься и какой продукт хотят создавать, а также что они хотят покупать» [10].

Еще одним исследователем, занимающимся изучением данного научного направления, является Ричард Флорида — американский экономист, автор теории креативного класса [11]. В работе «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» ядром общества Ричард Флорида называет представителей творческих профессий (креативный класс). По мнению Ричарда Флориды, креативность — это создание на базе знания практических новых форм, а основа развития креативной экономики — это принцип трех «Т»: «технология, талант и толерантность» [12].

Креативная экономика входит в число вопросов, рассматриваемых одной из крупнейших консалтинговых компаний «Эрнст энд Янг», о чем говорят их исследования, опубликованные в декабре 2014 г. на тему «Креативный рост: оценка культурных и креативных рынков в ЕС» [13] и в декабре 2015 г. на тему «Культурные времена: первая всемирная карта культурных и креативных индустрий» [14], которая дает наглядное подтверждение социальной значимости искусства и культур.

Итак, можно отметить, что креативная экономика — это своеобразный механизм развития национальной экономики, где наблюдается тесная связь творчества с различными отраслями экономики, а основным ее двигателем являются творческие способности индивида.

Отсюда следует необходимость выделения творческих способностей в качестве отдельного фактора производства. Предпосылки к этому были отмечены в работе Б. М. Генкина, который в составе труда как фактора производства выделял два компонента. Первый из них характеризует труд, выполняемый по заданной технологии, инструкции, схеме, когда исполнитель работы не вносит в нее никаких элементов новизны, собственного творчества. Такой труд он называет α -трудом (первоначальный, регламентированный). Второй компонент характеризует труд, направленный на создание новых духовных и материальных благ, а также новых методов производства. Этот вид труда он называет γ -трудом (новационный, творческий) [3, 14].

Несмотря на постоянное расширение сферы творческой деятельности, отмечает Б. М. Генкин, основным объектом экономического анализа до последнего времени был труд вообще, а фактически α -труд. Исследование его эффективности наиболее детально выполнено К. Марксом [3, 14–15] и одним из основателей теории рыночной экономики А. Маршаллом [3, 14–15]. Они исходили из того, что наемный рабочий не вносит ничего нового в выполняемые им функции. Б. М. Генкин утверждает, что необходимость выделения двух компонент труда объективно обусловлена принципиальными различиями в их влиянии на формирование дохода предприятия и национального дохода страны. Увеличение конечного продукта за счет α -труда возможно только при увеличении численности работников, продолжительности времени труда и его интенсивности. В отличие от этого за счет γ -труда рост объема продукции возможен при неизменных или даже уменьшающихся затратах рабочего времени и интенсивности труда. Это обусловлено тем, что на основе новых технических, организационных и предпринимательских идей создаются новые виды изделий, улучшаются параметры существующих, снижаются затраты труда и средств производства на единицу полезного эффекта продукции и услуг. Возможность создания новых идей определяется особым даром природы — творческими способностями, которыми в той или иной мере обладает каждый человек, но далеко не каждый имеет средства для их реализации [3, 15–16].

Кроме того, по мнению Б. М. Генкина, оба вида труда участвуют в экономических процессах в двух формах: живого (функционирующего) труда

и результатов прошлого труда. При этом продукты γ -труда передаются не только в виде вещей (в том числе носителей информации), но и через систему образования и воспитания. Как правило, полезность результатов γ -труда сохраняется значительно дольше, чем продуктов α -труда, и во многих случаях возрастает с течением времени [3, 15].

Однако если более детально изучить труд Б. М. Генкина, то можно заметить, что он в своей работе взял за основу деление труда на физический и интеллектуальный, затронув элемент творчества лишь как компонент, способствующий повышению эффективности интеллектуального труда, что не совсем верно. Физический труд также может быть креативным, в качестве примера можно привести труд скульптора или художника. Эти виды труда относятся к категории физического труда, однако несомненно носят творческий характер. В данном научном исследовании наибольший интерес представляет именно творческий труд, способы его использования и методы оценки творческих способностей, которые выступают одним из основных факторов производства в креативной экономике.

На первый взгляд термин «креативная экономика» может показаться тождественным таким категориям, как «инновационная экономика», «информационная экономика», «экономика знаний», «наукоемкая экономика», «экономика созиданий», «нематериальная экономика», «новая экономика» и др. Отсутствие четкого понимания различий сущности данных понятий и наличие тех или иных подходов в их трактовке ведет к искаженному пониманию целей и задач креативной экономики, механизмов ее развития и функционирования. В этой связи актуальной является задача разграничения данных определений или выявление между ними семантических свойств, которые будут говорить в пользу их тождественности. С этой целью была составлена периодизация трансформации доминирующего фактора производства в системе экономических отношений и проведено их соответствие с различными видами экономики (рис. 1). Кроме того, иногда, в дополнение к основным факторам производства, можно выделить и промежуточные, которые описываются на рис. 2. Также проанализированы возможные критерии классификации видов экономических учений (классификацию см. ниже) и проведен компаративный анализ категориального аппарата современной экономической системы (см. таблицу), что позволило нам определить место и роль креативной экономики в системе экономических наук.

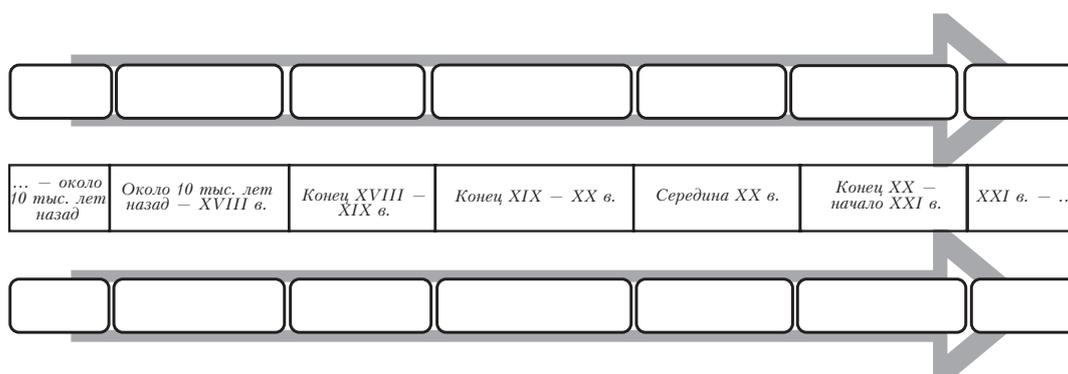


Рис. 1. Периодизация трансформации доминирующего фактора производства в системе экономических отношений

Примечание: наша разработка на основе [15].

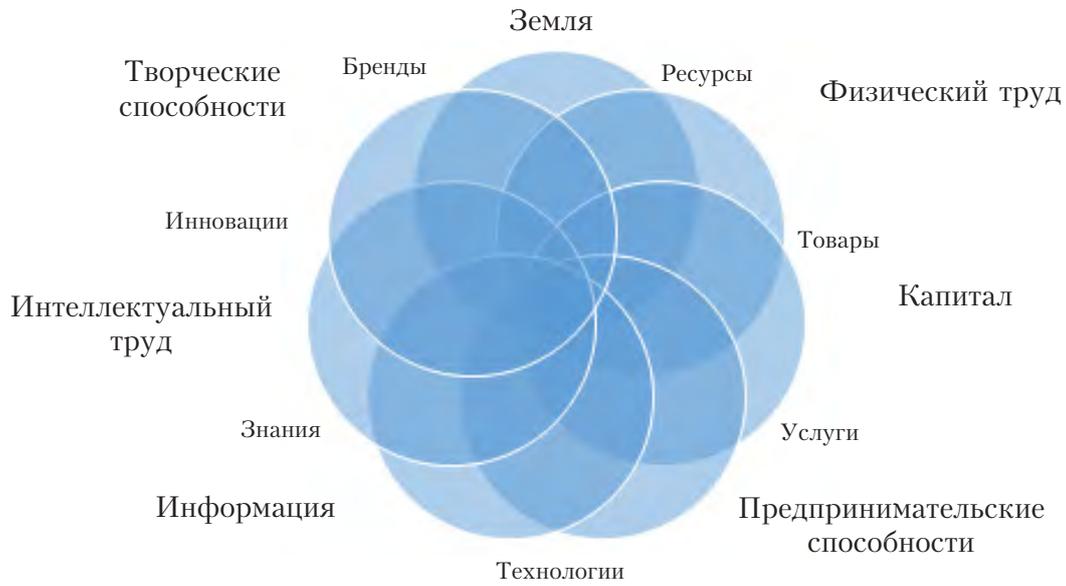


Рис. 2. Основные и промежуточные факторы производства

Классификация видов экономики

Вид	Подвид
Гармоничная экономика Доминантная экономика	— Экономика сырья, рабовладельческая экономика, экономика благосостояния, экономика предпринимательства, информационная экономика, интеллектуальная экономика, креативная экономика (экономика впечатлений)
Полудоминантная экономика	Натуральная экономика, бартерная экономика, сервисная экономика, наукоемкая экономика, экономика знаний, инновационная экономика, экономика символов

Примечание: наша разработка на основе рис. 2.

Компаративный анализ смежных подвидов экономики

Подвид экономики	Основной фактор производства	Экономический результат (продукт)	Доход с факторов производства
Креативная экономика	Творческие способности	Идея	Авторский гонорар Дивиденды Процент
Интеллектуальная экономика	Интеллектуальный труд	Объекты интеллектуальной собственности	Зарботная плата Авторский гонорар
Информационная экономика	Информация	Информационные технологии	Роялти

Из рис. 2 можно заметить, что на промежуточном уровне появляются такие подвиды экономик, как натуральная экономика, бартерная экономика,

сервисная экономика, наукоемкая экономика, экономика знаний, инновационная экономика и экономика символов.

Из проведенных исследований, на наш взгляд, креативную экономику можно считать отдельной экономической категорией, которая вписывается в современную экономическую систему.

Кроме того, можно заметить, что в современной экономике наблюдается изменение видения механизмов функционирования экономической системы в целом, просматривается переход от «старой экономики», где основное внимание уделялось методам увеличения производительности труда, к качественно «новой экономике», где усиливается внимание к человеческой личности, изучаются возможности использования креативного капитала и методы стимулирования и развития творческих способностей.

Это подтверждается и в книге Н. П. Беляцкого «Креативный менеджмент», где отмечается, что в XXI в. креативность стала необходимым компонентом любой деятельности, поскольку сама деятельность выходит на все более сложный социальный интуитивный, когнитивный и технологический уровень. Повышение креативности направлено не только на самовыражение и создание новых ценностей, но, прежде всего, на борьбу за выживание бизнеса путем его адаптации к скорости изменения среды [16, 33].

В своей работе «Основы экономики и социологии труда» Б. М. Генкин охарактеризовал этот переход как смену подходов в развитии наук о труде. По его словам, во второй половине XX в. на смену технократическому подходу приходит гуманитарный, где основное внимание уделяется личности каждого сотрудника и условиям для проявления его творческих способностей [3, 8].

При определении предмета изучения креативной экономики стоит обратить внимание на тот факт, что его трактовка всегда будет неполной, поскольку точно можно определить лишь то, что уже окончательно сформировалось и наукой быть не может.

Вследствие этого целесообразным будет очертить проблемное поле исследуемого научного направления. В статье «Знание и креативность — основные черты нового социума» авторы Н. А. Горелов и О. Н. Кораблева выделяют перечень основных вопросов, разрабатываемых в рамках экономических исследований креативности. На микроуровне выделяют такие вопросы, как:

- детерминанты креативности личности;
- условия, способствующие и препятствующие проявлению и развитию креативности сотрудников в организации (в том числе исследования организационной культуры, структуры);
- методы развития креативности сотрудников;
- влияние требований к креативности и состоянию здоровья сотрудников;
- сферы приложения креативности в деятельности организации;
- критерии продуктивности и эффективности креативной деятельности;
- структура и оценка интеллектуально-креативного капитала организации.

На макроуровне рассматриваются такие вопросы, как структура и механизмы формирования и изменения креативной экономики, методы управления в ее условиях [17].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что креативная экономика — относительно новое направление экономики, которое во главу угла ставит личность каждого сотрудника, так как основным фактором производства служат его творческие способности, в результате чего достигается определенный экономический результат, который представлен определенным набором идей, предложенных данным сотрудником и приносящих доход в виде авторского гонорара, дивидендов, процентов и т. д.

Переход к креативной экономике требует пересмотра существующей экономической политики. Этот процесс достаточно трудоемок и связан со значительными временными затратами, однако от эффективности его реализации зависит экономическое благополучие и качество жизни населения страны в будущем.

Литература и электронные публикации в Интернете

1. Экономика // Новый энциклопедический словарь. — М. : Большая Рос. энцикл., 2000. — 1456 с.
2. *Аристотель*. Политика / Аристотель ; пер. с греч. С. А. Жебелева. — М. : Академ. проект, 2015. — 317 с.
Aristotel. Politika [Politics] / Aristotel ; per. s grech. S. A. Zhebeleva. — М. : Akadem. proekt, 2015. — 317 p.
3. *Генкин, Б. М.* Основы экономики и социологии труда : курс лекций для экон. спец. : в 3 ч. / Б. М. Генкин. — СПб. : С.-петерб. гос. инж.-экон. акад., 1994. — Ч. 1. — 83 с.
Genkin, B. M. Osnovyi ekonomiki i sotsiologii truda [Fundamentals of Economics and Sociology of Labor] : kurs lektsiy dlya ekon. spets. : v 3 ch. / B. M. Genkin. — SPb. : S.-peterb. gos. inzh.-ekon. akad., 1994. — Ch. 1. — 83 p.
4. *Бодрийяр, Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр. Е. А. Самарской. — М. : Культур. революция : Республика, 2006. — 268 с.
Bodriyyar, Zh. Obschestvo potrebleniya. Ego mify i strukturyi [Consumer Society. Its myths and structures] / Zh. Bodriyyar ; per. s fr. E. A. Samarskoy. — М. : Kultur. revolyutsiya : Respublika, 2006. — 268 p.
5. *Ефимова, Е. Г.* Экономика для юристов [Электронный ресурс] : учеб. / Е. Г. Ефимова. — М. : Флинта : МПСИ, 1999. — 467 с. — Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/economika-dlya-yuristov/1.htm>. — Дата доступа: 11.12.2017.
Efimova, E. G. Ekonomika dlya yuristov [Economics for Lawyers] [Elektronnyy resurs] : ucheb. / E. G. Efimova. — М. : Flinta : MPSI, 1999. — 467 p. — Rezhim dostupa: <http://www.bibliotekar.ru/economika-dlya-yuristov/1.htm>. — Data dostupa: 11.12.2017.
6. *Клейнер, Г. Б.* Экономика должна быть гармоничной! [Электронный ресурс] / Г. Б. Клейнер // Экономика и жизнь. — 2008. — 16 мая. — Режим доступа: <https://www.eg-online.ru/product/eg/year/2008/>. — Дата доступа: 12.12.2017.
Kleyner, G. B. Ekonomika dolzhna byt harmonichnoy! [The economy should be harmonious!] [Elektronnyy resurs] / G. B. Kleyner // Ekonomika i zhizn. — 2008. — 16 maya. — Rezhim dostupa: <https://www.eg-online.ru/product/eg/year/2008/>. — Data dostupa: 12.12.2017.
7. *Колков, А. И.* Гармония и творчество [Электронный ресурс] / А. И. Колков // Вопр. психологии. — 1989. — № 1. — С. 83. — Режим доступа: <http://www.voppsy.ru/issues/1989/891/891083.htm>. — Дата доступа: 14.12.2017.
Kolkov, A. I. Garmoniya i tvorchestvo [Harmony and creativity / thematic message] [Elektronnyy resurs] / A. I. Kolkov // Vopr. psihologii. — 1989. — N 1. — P. 83. — Rezhim dostupa: <http://www.voppsy.ru/issues/1989/891/891083.htm>. — Data dostupa: 14.12.2017.
8. *Вернадский, В. И.* Биосфера и ноосфера / В. И. Вернадский. — М. : Айрис-пресс : Рольф, 2002. — 573 с.
Vernadskiy, V. I. Biosfera i noosfera [Biosphere and noosphere] / V. I. Vernadskiy. — М. : Ayris-press : Rolf, 2002. — 573 p.
9. *Сой, Р.* The Creative Economy / Р. Coy // Business Week, special double issue. — 2000. — August 28. — P. 1–5.
10. The creative economy deals in ideas and money [Electronic resource] / The Creative Economy. — Mode of access: <http://www.johnhowkins.com/wordpress/>. — Date of access: 01.11.2017.
11. Ричард Флорида [Электронный ресурс] // Википедия — свободная энциклопедия. — Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Флорида,_Ричард. — Дата доступа: 01.11.2017.
12. Креативная экономика [Электронный ресурс] // Википедия — свободная энциклопедия. — Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Креативная_экономика. — Дата доступа: 01.11.2017.

13. Creating growth. Measuring cultural and creative markets in the EU [Electronic resource] // Ernst & Young report. – 2014. – December. – Mode of access: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/\\$FILE/Creating-Growth.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/$FILE/Creating-Growth.pdf). – Date of access: 03.11.2017.

14. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries [Electronic resource] // Ernst & Young report. – 2015. – December. – Mode of access: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf). – Date of access: 03.11.2017.

15. Гафарова, Л. А. Трансформация роли факторов производства в экономических процессах [Электронный ресурс] / Л. А. Гафарова // Рос. предпринимательство. – 2012. – Т. 13. – № 21. – С. 38–42. – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/lib/7748>. – Дата доступа: 05.01.2018.

Gafarova, L. A. Transformatsiya roli faktorov proizvodstva v ekonomicheskikh protsessah [Transformation of the role of factors of production in economic processes] [Elektronnyiy resurs] / L. A. Gafarova // Ros. predprinimatelstvo. – 2012. – T. 13. – N 21. – P. 38–42. – Rezhim dostupa: <https://creativeconomy.ru/lib/7748>. – Data dostupa: 05.01.2018.

16. Беляцкий, Н. П. Креативный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. П. Беляцкий. – Минск, 2016. – 290 с. – Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/24883>. – Дата доступа: 05.01.2018.

Belyatskiy, N. P. Kreativnyiy menedzhment [Creative Management] [Elektronnyiy resurs] : ucheb. posobie / N. P. Belyatskiy. – Minsk, 2016. – 290 p. – Rezhim dostupa: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/24883>. – Data dostupa: 05.01.2018.

17. Горелов, Н. А. Знание и креативность – основные черты нового социума [Электронный ресурс] / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева // Рос. предпринимательство. – 2012. – Т. 13. – № 2. – С. 64–71. – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/lib/7389>. – Дата доступа: 05.01.2018.

Gorelov, N. A. Znanie i kreativnost – osnovnyie chertyi novogo sotsiuma [Knowledge and creativity are the main features of the new society] [Elektronnyiy resurs] / N. A. Gorelov, O. N. Korableva // Ros. predprinimatelstvo. – 2012. – T. 13. – N 2. – P. 64–71. – Rezhim dostupa: <https://creativeconomy.ru/lib/7389>. – Data dostupa: 05.01.2018.

TATSIANA MASIANZON

**CREATIVE ABILITIES IN EVOLUTION
OF CREATIVE ECONOMY**

Author affiliation. *Tatsiana MASIANZON* (tatsiana.job@gmail.com), *Belarusian State Economic University (Minsk, Belarus)*.

Abstract. The article discloses the emergence of the notion «creative economy» and analyzes the place and role of tourism industry in the creative economy. Creative abilities as a production input is distinguished alongside with labor, land, capital and entrepreneurial skills.

Keywords: creative abilities; creative economics; creative tourism.

UDC 338.48

*Статья поступила
в редакцию 05.07. 2018 г.*