ИННОВАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ ФИНАНСИРОВАНИЯ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Ерманова Камила Рустамовна
Базовый докторант
Ташкентский государственный экономический университет, Узбекистан
E-mail: kamila_ermanova@mail.ru
ORCID: 0009-0009-4888-8049

Аннотация. В тезисе рассматриваются теоретико-методические и практические аспекты применения инновационных моделей финансирования субъектов креативной индустрии в условиях цифровой трансформации экономики. Выявлены институциональные и рыночные барьеры доступа креативных предприятий к традиционным источникам финансирования, обусловленные нематериальным характером их активов. Уточнено понятие «инновационная модель финансирования креативного сектора», разработана классификация таких моделей, предложены интегрированная многоуровневая модель финансирования, учитывающая стадии жизненного цикла креативного проекта, и методический подход к выбору инструмента финансирования на основе интегрального индекса. Обоснованы предложения по совершенствованию механизмов финансирования креативной экономики Республики Узбекистан.

Ключевые слова: *креативная экономика, креативные индустрии, инновационное финансирование, цифровая трансформация, краудфандинг, интеллектуальная собственность, токенизация активов, смешанное финансирование.*

Annotatsiya. Tezisda raqamli transformatsiya sharoitida kreativ industriya subyektlarini moliyalashtirishning innovatsion modellarini qo‘llashning nazariy-uslubiy va amaliy jihatlari ko‘rib chiqilgan. Kreativ korxonalar aktivlarining nomoddiy xususiyati bilan bog‘liq bo‘lgan, ularning an’anaviy moliyalashtirish manbalaridan foydalanishiga to‘sqinlik qiluvchi institutsional va bozor to‘siqlari aniqlangan. «Kreativ sektorni moliyalashtirishning innovatsion modeli» tushunchasi takomillashtirilgan, modellar tasnifi ishlab chiqilgan hamda kreativ loyiha hayotiy siklining bosqichlarini hisobga oluvchi integratsiyalashgan ko‘p darajali moliyalashtirish modeli taklif etilgan.

Kalit so‘zlar: *kreativ iqtisodiyot, kreativ industriyalar, innovatsion moliyalashtirish, raqamli transformatsiya, kraudfanding, intellektual mulk, aktivlarni tokenizatsiyalash.*

Abstract. The paper examines theoretical, methodological and practical aspects of applying innovative financing models to creative industry entities in the context of digital transformation. Institutional and market barriers that limit creative enterprises' access to traditional finance due to the intangible nature of their assets are identified. The concept of an "innovative financing model for the creative sector" is refined, a classification of such models is developed, and an integrated multi-level financing model reflecting the life-cycle stages of a creative project is proposed.

Keywords: *creative economy, creative industries, innovative finance, digital transformation, crowdfunding, intellectual property, asset tokenization.*

Введение

В условиях перехода к экономике, основанной на знаниях, креативный сектор становится одним из наиболее динамично развивающихся сегментов мирового хозяйства. По оценкам ЮНКТАД, в 2024 году мировой экспорт креативных услуг достиг рекордного уровня в 1,7 трлн долл. США, более чем вдвое превысив экспорт креативных товаров (709 млрд долл.), а доля креативных услуг в мировой торговле услугами составила 20% [5]. По данным глобального обследования ЮНКТАД, вклад креативной экономики в ВВП отдельных стран варьирует от 0,5 до 7,3%, а в общую занятость – от 0,5 до 12,5% [4].

В Республике Узбекистан развитие креативной экономики возведено в ранг государственной политики. Закон Республики Узбекистан «О креативной экономике» от 3 октября 2024 года № ЗРУ-970 закрепил понятийный аппарат отрасли, направления государственной поддержки субъектов креативной индустрии и правовой статус парка креативной индустрии [1]. Реализация стратегий «Узбекистан – 2030» и «Цифровой Узбекистан – 2030» формирует институциональные и технологические предпосылки для цифровизации финансовых отношений в данной сфере [2; 3].

Вместе с тем ключевым ограничением развития креативного сектора остается дефицит финансирования. Специфика субъектов креативной индустрии – преобладание нематериальных активов, проектный характер деятельности, высокая неопределенность коммерческого успеха и малый масштаб бизнеса [8] – затрудняет их доступ к банковскому кредитованию, ориентированному на материальное залоговое обеспечение. Цифровая трансформация, напротив, открывает новые возможности: цифровые платформы, технологии больших

данных, распределенных реестров и смарт-контрактов позволяют верифицировать, оценивать и монетизировать нематериальные активы, снижая информационную асимметрию между создателями креативного продукта и инвесторами. Это обусловливает актуальность настоящего исследования.

Цель исследования

– обоснование теоретико-методических положений и разработка практических рекомендаций по формированию и внедрению инновационных моделей финансирования креативного сектора экономики в условиях цифровой трансформации.

Методы исследования

В работе применены системный и институциональный подходы, сравнительный анализ зарубежного опыта (Великобритания, Республика Корея, Индонезия, страны ЕС), методы классификации и типологизации, структурно-функционального моделирования, экспертных оценок и SWOT-анализа.

Результаты исследования

1. Уточнение понятийного аппарата. Анализ научных подходов [6; 7; 8] показал, что финансирование креативных индустрий рассматривается преимущественно через призму государственной поддержки культуры либо как частный случай финансирования малого инновационного бизнеса. Автором уточнено понятие «инновационная модель финансирования креативного сектора», под которой предлагается понимать совокупность организационно-экономических механизмов и цифровых инструментов мобилизации, распределения и возврата капитала, основанных на оценке и монетизации нематериальных активов субъектов креативной индустрии (объектов интеллектуальной собственности, цифрового контента, лояльной аудитории) и обеспечивающих распределение рисков между государством, частными инвесторами, финансовыми институтами и сообществом потребителей. В отличие от существующих трактовок, данное определение рассматривает нематериальные активы как базу финансирования и акцентирует многосубъектный характер распределения рисков.

2. Классификация инновационных моделей финансирования. На основе сравнительного анализа зарубежной практики разработана классификация моделей по критериям источника капитала, используемой цифровой основы и стадии жизненного цикла проекта (табл. 1).

Таблица 1

Классификация инновационных моделей финансирования креативного сектора

Группа моделей	Основные инструменты	Цифровая основа	Стадия жизненного цикла
Сообщественные (community-based)	Краудфандинг с вознаграждением, донатная и подписочная (патронажная) модели	Краудфандинговые и подписочные платформы	Идея, запуск
Рыночные долевые и долговые	Краудинвестинг, P2P-кредитование, финансирование на основе доли выручки (revenue-based financing)	Инвестиционные платформы, открытые API банков	Запуск, рост
Основанные на интеллектуальной собственности (ИС)	Кредитование под залог ИС, роялти-финансирование, секьюритизация роялти	Цифровые реестры прав, алгоритмическая оценка ИС	Рост, зрелость
Токенизированные	Токенизация прав на доходы от контента, NFT, автоматическое распределение роялти	Блокчейн, смарт-контракты	Рост, зрелость
Смешанные (blended finance)	Софинансирующие гранты, гарантийные фонды, креативные ваучеры, фонды фондов, инструменты исламского финансирования	Государственные цифровые платформы поддержки	Все стадии

Источник: разработано автором.

Зарубежный опыт свидетельствует, что наибольшую результативность обеспечивает сочетание рыночных инструментов с государственными механизмами разделения рисков. Так, в Индонезии нормативно закреплена возможность использования объектов ИС в качестве обеспечения по банковским кредитам, а в Республике Корея развитие кредитования под залог ИС опирается на государственную поддержку процедур оценки интеллектуальной собственности. Эмпирические исследования краудфандинга подтверждают значимость сигналов качества проекта для решений о его финансировании [9], что позволяет использовать результаты кампаний как критерий последующей поддержки.

3. Интегрированная многоуровневая модель финансирования. Разработана модель, построенная по принципу «стадия жизненного цикла – инструмент – оператор» (табл. 2). Ее ключевой особенностью является «эстафетная» передача проекта от одного источника финансирования к другому: результаты предыдущей стадии (объем собранных средств, динамика цифровой аудитории и выручки, регистрация прав на ИС) выступают верифицируемым сигналом для инвесторов следующей стадии.

Таблица 2

Интегрированная многоуровневая модель финансирования креативного проекта

Стадия	Приоритетные инструменты	Операторы	Сигнал для перехода на следующую стадию
Идея (pre-seed)	Гранты, креативные ваучеры, краудфандинг с вознаграждением	Государственные фонды поддержки, краудфандинговые платформы	Достижение целевой суммы кампании, формирование аудитории
Запуск (seed)	Софинансирующие гранты к средствам краудфандинга, бизнес-ангелы, акселерационные программы	Парк креативной индустрии, акселераторы	Первая выручка, регистрация объектов ИС
Рост	Финансирование на основе доли выручки, краудинвестинг, венчурные фонды, кредиты с частичной гарантией	Инвестиционные платформы, венчурные фонды, коммерческие банки	Устойчивая динамика цифровой выручки
Зрелость и масштабирование	Кредиты под залог ИС, секьюритизация роялти, токенизация, выход на международные платформы	Банки, рынок капитала, операторы цифровых активов	–

Источник: разработано автором.

Системообразующим элементом модели выступает цифровая платформа-агрегатор (единый реестр креативных активов), интегрирующая данные о регистрации объектов ИС, результатах краудфандинговых кампаний и доходах

от цифровой дистрибуции контента. Накапливаемые данные используются для альтернативного кредитного скоринга и снижают транзакционные издержки финансовых институтов на оценку креативных проектов.

4. Методический подход к выбору инструмента финансирования. Предложен интегральный индекс инвестиционной привлекательности креативного проекта, рассчитываемый на основе цифровых метрик:

$$I = w_1 A + w_2 R + w_3 P + w_4 C \qquad (1)$$

где A – нормированный показатель вовлеченности цифровой аудитории; R – нормированный темп роста цифровой выручки; P – показатель правовой защищенности ИС (доля зарегистрированных объектов в общем числе ключевых объектов ИС проекта); C – результативность краудфандинговой кампании (отношение собранной суммы к целевой, но не более 1); $w_1 \ldots w_2$ – весовые коэффициенты, определяемые экспертным методом ($\sum w_i = 1$). Все показатели нормируются в интервале [0; 1].

В зависимости от значения индекса предлагается дифференцировать инструменты: при $I \geq 0.7$ – рыночные инструменты (краудинвестинг, финансирование на основе выручки, кредиты под залог ИС); при $0.4 \leq I < 0.70$ – смешанное финансирование с государственной гарантией или софинансированием; при $I < 0.4$ – грантовая и акселерационная поддержка. Пороговые значения носят ориентировочный характер и подлежат калибровке на эмпирических данных.

5. Предложения по совершенствованию финансирования креативной экономики Республики Узбекистан:

- создать при парке креативной индустрии фонд софинансирования проектов, успешно завершивших краудфандинговые кампании, используя рыночную валидацию спроса как критерий распределения бюджетных средств;
- разработать национальную методику оценки объектов ИС для целей залога и внедрить механизм частичного гарантирования кредитов, выдаваемых под залог ИС;
- сформировать нормативную базу краудинвестинга и финансирования на основе доли будущей выручки;
- апробировать токенизацию прав на доходы от креативного контента в режиме регуляторной «песочницы»;
- обеспечить интеграцию данных цифровых платформ и реестров прав в системы альтернативного кредитного скоринга;

– предусмотреть применение партнерских инструментов исламского финансирования (мушарака, мудараба) для креативных проектов по мере развития соответствующей законодательной базы.

Заключение.

Проведенное исследование позволяет заключить, что преодоление финансового разрыва в креативном секторе возможно не за счет отдельных инструментов, а на основе комплексной модели, сочетающей сообщественные, рыночные, основанные на ИС, токенизированные и смешанные механизмы в зависимости от стадии жизненного цикла проекта. Научная новизна результатов заключается в уточнении понятия инновационной модели финансирования креативного сектора, разработке классификации таких моделей, обосновании интегрированной многоуровневой модели с цифровой платформой-агрегатором в качестве системообразующего элемента и в предложении методического подхода к выбору инструмента финансирования на основе интегрального индекса. Реализация предложений будет способствовать снижению информационной асимметрии, расширению доступа субъектов креативной индустрии к капиталу и диверсификации источников финансирования креативной экономики Республики Узбекистан.

Список литературы

1. Закон Республики Узбекистан «О креативной экономике» от 3 октября 2024 г. № ЗРУ-970 // Национальная база данных законодательства, 04.10.2024 г., № 03/24/970/0775.
2. Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии «Узбекистан – 2030»» от 11 сентября 2023 г. № УП-158.
3. Указ Президента Республики Узбекистан «Об утверждении Стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030» и мерах по ее эффективной реализации» от 5 октября 2020 г. № УП-6079.
4. UNCTAD. Creative Economy Outlook 2024. – Geneva: United Nations, 2024. – 145 p.
5. UNCTADstat. Global exports of creative goods and services [Электронный ресурс]. – URL: https://unctadstat.unctad.org/insights/theme/97
6. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. – London: Penguin Books, 2001. – 288 p.
7. Florida R. The Rise of the Creative Class. – New York: Basic Books, 2002. – 434 p.
8. Caves R.E. Creative Industries: Contracts between Art and Commerce. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 2000. – 454 p.

9. Mollick E. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study // Journal of Business Venturing. – 2014. – Vol. 29, No. 1. – P. 1–16.
10. UNESCO. Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good. – Paris: UNESCO, 2022.