

УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

УДК 338.2

РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ КАК ФАКТОР РОСТА ЭКОНОМИКИ

© 2022 О. К. Прохорова, Я. В. Гарбузов

*Воронежский институт высоких технологий (Воронеж, Россия)
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (Воронеж, Россия)*

В современной экономике продолжается поиск инструментов территориального развития. Новым для российской экономики механизмом развития территорий является создание креативных пространств, объединяющих предпринимателей, занятых в творческих сферах и связанных с интеллектуальной деятельностью человека. Креативные или творческие индустрии определяются как новый тип развития культуры, где объединяющей идеей выступает творческий компонент и высока роль новых технологий и открытий. В статье рассматривается роль креативной индустрии как фактор экономического роста.

Ключевые слова: креативная экономика, кластеры, инструменты территориального развития, взаимодействие государства и бизнеса.

В региональной науке особое место занимает поиск инструментов территориального развития. За последние годы их число значительно увеличилось. Особые экономические зоны, индустриальные парки, техноцентры, технопарки, туристско-рекреационные ОЭЗ, агропромышленные агломерации и прочие территории существуют практически в каждом регионе. К сожалению, не все точки роста, в которые государство направило значительные инвестиции и определило различные преференциальные режимы, принесли планируемый эффект и показали свою результативность. В связи с этим продолжается поиск инструментов, которые могли бы за относительно короткий период показать достижение поставленных задач. Сегодня в число инструментов территориального развития включается все больше обеспечивающих стимулирование роста через сконцентрированную на ограниченной территории совокупность взаимосвязанных организаций и видов деятельности, взаимодействие которых

позволяет получить мультипликативный эффект. Кластерный подход основывается на получении следующих эффектов: большая, по сравнению с другими формами, доступность и скорость распространения различного рода информации, устойчивость технологических, логистических, коммерческих связей между различными ресурсами, существенный рост производительности, увеличение восприимчивости к инновациям, что обеспечивает устойчивые конкурентные преимущества компаний, входящих в кластер.

Состав и характер участников кластера может быть различным, их отраслевая принадлежность обычно и является основой для классификации кластеров. Так, среди них выделяют машиностроительные (Инновационный территориальный кластер машиностроения и металлообработки Липецкой области «Долина машиностроения»), химические (Барнаульский промышленный химический кластер), лесопромышленные (Инновационный территориальный лесопромышленный

Прохорова Ольга Константиновна – Воронежский институт высоких технологий, канд. техн. наук, доцент, e-mail: roza_pochta@list.ru.

Гарбузов Ярослав Витальевич – Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, аспирант.

кластер Архангельской области "ПоморИнновалес"), авиа и судостроения (Инновационный территориальный кластер авиастроения и судостроения Хабаровского края), текстильные (текстильный кластер Рязанской области) и другие [1].

Трансформация экономики обращает внимание экономистов и специалистов по управлению региональным развитием не только на производственные системы, но и на сферу услуг и отрасль информационных технологий. Развиваются кластеры информационно-коммуникационных технологий (IT-кластер Пензенской области, ИКТ-кластер Ростовской области), туристско-рекреационные (туристический кластер Санкт-Петербурга и Северо-Западного федерального округа, Камчатский кластер «Три вулкана»), на базе крупных университетов России началось создание образовательных кластеров, формирование медицинских кластеров и т. д. Рост активности бизнеса в сфере услуг и дополняющих производствах вызвал особый интерес инвесторов и органов власти к индустрии, создающей нематериальные активы. Эти секторы экономики сегодня называют творческими или креативными. Каждый год оборот этого сектора демонстрирует рост более чем на 15 %, что, несомненно, не может не заслуживать внимания.

Интерес к креативной экономике появился за рубежом еще в конце 90-х, когда Британское Министерство культуры, медиа и спорта (DCMS) опубликовало доклад о вкладе креативных отраслей в экономический рост страны (1998 г.). Внимание экономистов с тех пор привлекают и те эффекты, которые получают вследствие развития данных сфер экономика и общество. Так, стоит отметить, что данный сектор формирует около 3 % мирового ВВП и обеспечивает занятость около 1 % населения планеты [2]. Среди основных эффектов отметим рост субъектов малого и среднего предпринимательства, увеличение объемов экспорта сектора услуг, повышение качества городской среды. Творческие индустрии делают вклад в сокращение неравенства, защиту окружающей среды, развитие, распространение идей принятия и инклюзивности в обществе, способствуют переходу к инновационному типу экономики.

На сегодняшний день отсутствует единое понимание как креативной индустрии в целом, так и сфер, отраслей экономики, к ним относящихся. Первое закрепление исследуемого понятия в нормативно-правовой базе РФ было произведено в Указе Президента Российской Федерации от 24.12.2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики», где под творческими индустриями понимались «компании, организации и объединения, производящие экономические ценности в процессе творческой деятельности, а также деятельность по капитализации культурных продуктов и их представлению на рынке» [3]. В соответствии с Указом к сфере творческих индустрий были отнесены следующие: промышленный дизайн и индустрия моды, музыкальная индустрия и индустрия кино, телевидение и производство компьютерных игр, галерейный бизнес, издательский бизнес и книготорговля, рекламное производство и средства массовой информации.

По мнению многих экспертов список отраслей является неполным, что и послужило дальнейшему его изучению и многочисленным трактовкам, однако интерес к данному сектору не угас, а получил дальнейшее развитие. Так, распоряжением Правительства РФ от 20.09.2021 N 2613-р была утверждена Концепция развития творческих (креативных) индустрий, в которой было закреплено следующее их определение: «сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества» [4]. Планируется, что реализация Концепции увеличит долю сектора до 6 % ВВП.

Согласно Концепции, к творческим индустриям относятся следующие сферы (рис. 1). Результатом деятельности данной сферы может являться товар или услуга. Соответственно, креативная индустрия должна сочетать в себе как непосредственно производство товара или услуги, так и их коммерциализацию.



Рисунок 1. Классификация сфер креативной индустрии

В 2021 году в России действовало 173887 организаций креативных индустрий.

Их распределение представлено на рисунке 2.



Рисунок 2. Распределение креативных организаций по сферам

По объемам услуг первенство в росте среди перечисленных сфер принадлежит рекламе. Основываясь на данных АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России), суммарный объем рекламы в средствах

ее распространения за вычетом НДС составил в 2021 году свыше 578 млрд руб., что на 2 % больше, чем годом раньше (рис. 3) [5].

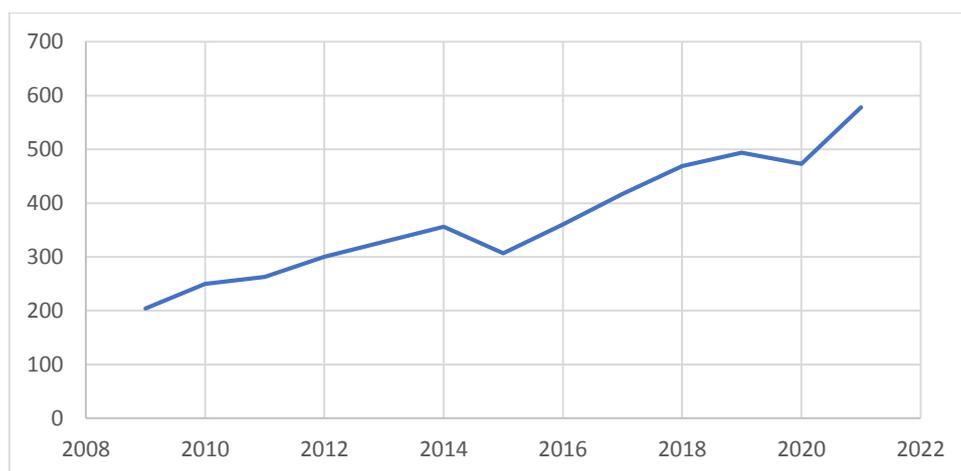


Рисунок 3. Динамика российского рынка рекламы, млрд. руб.

Значительный рост демонстрирует и рынок ИТ и видеоигр, показывая увеличение с 28,58 млрд. руб. в 2012 году до 177,4 млрд. руб. в 2021 году. Другие сферы показывают менее значимый рост, к примеру, посещаемость выставок и музеев увеличилась в 1,5 раза за последние тридцать лет, а в последние три года в связи с пандемией наблюдалось снижение объема предоставляемых услуг. В 2017 году общее число посетителей российских всех музеев составило порядка 125 млн человек, а в 2021 году около 10 млн. чел., однако предполагается рост за счет увеличения объемов внутреннего туризма.

Несмотря на пандемию, в результате которой наблюдалось сокращение общей численности занятых в экономике, в сфере креативных индустрий наблюдался рост занятости за счет спроса на сотрудников творческих профессий. Это, по мнению экспертов, происходило за счет поиска новых источников конкурентоспособности организаций и освоения новых рынков.

Внимание к креативной индустрии требует четкого определения данной сферы и разработки методологии измерения креативной экономики. Четкие способы определения, хорошая методическая проработка всех аспектов, однозначное понимание сути и компонентов всеми заинтересованными участниками становятся факторами скорейшего закрепления и узаконивания понятия в нормативно-правовой базе государства, выделению ресурсов для развития, личной вовлеченности региональной элиты и т. д. Проблемы измерения объемов связаны с необходимостью совершенствования показателей эффективности деятельности организаций

данной сферы. На сегодняшний день основой аналитики часто выступают экспертные оценки, исследования ВШЭ, рейтинговых агентств и различных фондов. Основными показателями, оценивающими деятельность исследуемых сфер, выступают масштабы занятости, объем внешней торговли креативными товарами и услугами, однако в целом методология еще не сформирована.

Привлекая внимание к проблемам креативной отрасли, организации объединяют свои усилия. Так, в 2021 году была создана Федерация креативных индустрий – объединение организаций и предпринимателей творческого бизнеса. Среди основных проблем Федерация отмечает отсутствие системного характера поддержки отрасли, отсутствие показателей эффективности деятельности, необходимость обеспечения диалога с государственными структурами. Основной задачей, которая стоит сегодня перед органами власти, является разработка механизмов организации предпринимателей креативных отраслей в пространственные локации, где сформируются сообщества творчески ориентированных предпринимателей, и их поддержки. Создаются и другие некоммерческие организации, объединяющие представителей креативных направлений – Союз креативных кластеров, Агентство креативных индустрий г. Москвы и пр.

Организации креативной отрасли создают условия для развития человеческого капитала, роста экономики, а также приносят хорошую прибыль компаниям, что делает их привлекательными для предпринимателей и инвесторов. Из-за глобальной цифровизации, темпы роста которой подтолкнула пандемия,

многие компании, чтобы не терять клиентов, стали развивать digital-направление. Также выросла потребность в оригинальном контенте. Поэтому рынок креативных индустрий еще долго будет перспективным для вложений.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Карта кластеров России [сайт]. – URL: <https://map.cluster.hse.ru/list>.

2. Развитие креативных индустрий в России / Бредихин С. В., Власова В. В. [и др.]. Научный дайджест № 1. – Текст: электронный // https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538563/Human%20Capital_NCMU_Digest%201_Creative%20Industries_2021.pdf.

3. Указ Президента Российской Федерации от 24.12.2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики». СПС КонсультантПлюс [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172706.

4. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 N 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их

государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года». СПС КонсультантПлюс [сайт]. – URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/.

5. Tadviser – портал выбора поставщиков и технологий [сайт]. – URL: <https://www.tadviser.ru/>.

6. Львович К. И. Управление эффективностью деятельности персонала в условиях цифровой трансформации организационных систем / К. И. Львович // Моделирование, оптимизация и информационные технологии. 2020. – Т. 8. № 3 (30) – [Электронный ресурс]: <https://moitvvt.ru/ru/journal/article?id=804> (дата обращения 10.09.2022).

7. Моделирование процесса управления промышленными организациями на основе рейтингового подхода. / И. Я. Львович [и др.] // Моделирование, оптимизация и информационные технологии. – 2020. – Т. 8. № 3 – (30). – [Электронный ресурс]: <https://moitvvt.ru/ru/journal/article?id=834> (дата обращения 10.09.2022).

DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES AS AN ECONOMIC GROWTH FACTOR

© 2022 O. K. Prokhorova, Y. V. Garbuzov

Voronezh Institute of High Technologies (Voronezh, Russia)
Plekhanov Russian Economic University (Voronezh, Russia)

The search for tools of territorial development continues in the modern economy. The mechanism of territorial development new to the Russian economy is the creation of creative spaces uniting entrepreneurs engaged in creative spheres and connected with human intellectual activity. Creative or creative industries are defined as a new type of culture development, where the unifying idea is the creative component and the role of new technologies and discoveries is high. The role of creative industry as the factor of economic growth is considered in the article.

Keywords: creative economy, clusters, tools of territorial development, interaction between government and business.