Малышев А. В.[1], Ланина Л. А.[1]

[1] Всероссийский государственный институт кинематографии им. С. А. Герасимова, Москва, Россия

Анализ ресурсного обеспечения региональных кластерных инициатив в регионах России на примере аудиовизуальных кластеров

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Малышев А. В., Ланина Л. А. Анализ ресурсного обеспечения региональных кластерных инициатив в регионах России на примере аудиовизуальных кластеров // Креативная экономика. — 2021. — Том 15. — № 2. — С. 341–358. doi: 10.18334/ce.15.2.111579

АННОТАЦИЯ:

Настоящее исследование посвящено анализу ресурсного обеспечения кинопроизводства и кинематографической инфраструктуры в регионах России как основы для создания аудиовизуальных кластеров. В последние годы киноиндустрия получила широкое признание в качестве ключевого фактора экономического роста, и региональные органы власти стремятся стимулировать развитие аудиовизуальной сферы на своей территории. Формирование диверсифицированной экономики является одним из важных направлений развития регионов как условие повышения их конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности, в связи с чем в ряде регионов России в настоящее время запущен процесс создания аудиовизуальных кластеров. Однако не все регионы в настоящее время обладают необходимой инфраструктурой, ресурсной базой и, соответственно, не все могут быть одинаково успешными, развивая на своей территории аудиовизуальный кластер, что подтверждается проведенной выборкой и сравнением статистических данных. Авторы акцентируют внимание на социальной и институциональной зависимости аудиовизуального кластера на начальном этапе жизненного цикла. Предложения, сформулированные в работе, могут служить исходной базой для процесса разработки стратегии по развитию региональной аудиовизуальной инфраструктуры как этапа создания аудиовизуального кластера.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: киноиндустрия, аудиовизуальный кластер, производственная киностудия, кинокомиссия, рибейт.

ОБ АВТОРАХ

Малышев Антон Владимирович, кандидат экономических наук, заведующий кафедрой дистрибуции и маркетинга (a.malyshev_vgik@mail.ru)

Ланина Лилия Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент, заместитель заведующего кафедрой дистрибуции и маркетинга (lan_vgik@mail.ru)

издательство КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

Malyshev A. V.[1], Lanina L. A.[1]

[1] Gerasimov Institute of Cinematography (VGIK), Russia

ISSN 1994-6929

Analysis of the resource support of regional cluster initiatives in the Russian regions on the example of audiovisual clusters

CITE AS:

Malyshev A. V., Lanina L. A. (2021) Analiz resursnogo obespecheniya regionalnyh klasternyh initsiativ v regionakh Rossii na primere audiovizualnyh klasterov [Analysis of the resource support of regional cluster initiatives in the Russian regions on the example of audiovisual clusters]. *Kreativnaya ekonomika. 15*. (2). — 341-358. doi: 10.18334/ce.15.2.111579

ABSTRACT:

This research is devoted to the analysis of the resource support of film production and cinema infrastructure in the Russian regions as the basis for the creation of audiovisual clusters. In recent years, the film industry has been widely recognized as a key driver of economic growth; and regional authorities are seeking to encourage the development of the audiovisual sector in their territories. The formation of a diversified economy is one of the important areas of regional development as a condition for increasing their competitiveness and investment attractiveness; and therefore the process of creating audiovisual clusters is currently underway in a number of Russian regions. However, not all regions currently have the necessary infrastructure and resource base. And accordingly, not all regions can be equally successful in developing an audiovisual cluster on their territory, which is confirmed by the conducted selection and comparison of statistical data. The authors focus on the social and institutional dependence of the audiovisual cluster at the initial stage of the life cycle. The proposals formulated in the article can serve as a starting point for the strategy development process for regional audiovisual infrastructure as a stage of creating an audiovisual cluster.

KEYWORDS: film industry, audiovisual cluster, production film studio, film commission, rebate.

JEL Classification: L82, P25, R58

Received: 25.01.2021 / **Published:** 28.02.2021
© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Malyshev A. V. (a.malyshev_vgik@mail.ru)

Введение

Создание аудиовизуального кластера может вызвать значительную экономическую активность в региональной бизнес-среде, способствовать появлению новых рабочих мест, увеличению доходов регионального бюджета и развитию новых сфер бизнеса. Помимо этих непосредственных воздействий, кинопроизводство, осуществляющееся в условиях региональных локаций, играет важную роль в формировании культурного имиджа как региона, так и страны в целом.

Сосредотачивая на своей территории деятелей креативных индустрий, кластеры стимулируют синергетический эффект и аккумулируют процессы создания новых культурных продуктов [1] (*Novoselskaya, 2017*).

В свою очередь, успешные примеры аудиовизуальных кластеров, таких как Голливуд (США), Болливуд (Индия), Ванкувер и Торонто (Канада), Глазго (Шотландия), Стамбул (Турция), Кельн (Германия), Лондон (Великобритания) и др., мотивируют региональные правительства на попытки повторить успех в своих собственных регионах путем создания аудиовизуальных кластеров [2].

В период с 2018–2019 гг. вопросы создания аудиовизуального кластера на территории обсуждались правительствами Калининградской, Ульяновской и Мурманской областей, Пермского и Приморского краев. А уже осенью 2020 года в рамках 42-го Московского международного кинофестиваля (ММКФ) на панельной дискуссии «Снимаем кино в России. Презентация региональных кинокластеров» были представлены материалы о начальном этапе создания десяти региональных аудиовизуальных кластеров в России.

В настоящее время перед рядом российских регионов остро стоит вопрос о том, нужно ли вообще идти по такому инновационному пути развития. А если все-таки регионом сделан упор на создание аудиовизуального кластера, далеко не факт, что данная инициатива может быть успешной. Не все могут сформировать конкурентные преимущества, так как каждый регион обладает сугубо своими возможностями по привлечению кинематографистов на территорию и по наличию собственных ресурсов.

Актуальность исследования вызвана необходимостью определить потенциальные возможности региональной инфраструктуры для создания аудиовизуальных кластеров, экономической и социальной важностью развития региональных кластеров.

Целью исследования является идентификация и анализ структурных факторов, характеризующих состояние аудиовизуальной сферы в регионе на начальном этапе аудиовизуального кластера.

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

Объектом исследования является состояние кинематографической инфраструктуры в регионах России.

Гипотеза исследования заключается в утверждении, что перспективы аудиовизуальных кластеров в рассматриваемых регионах пока неочевидны, запуск отдельных проектов показывает только начальный этап и инициативу регионов. В то же время имеющиеся отдельные элементы региональной инфраструктуры кинематографии потенциально могут стать в дальнейшем опорной базой для формирования аудиовизуального кластера.

Методы исследования. В исследовании применены общенаучные и специальные методы на основе системы процедур сбора, первичного анализа данных и их характеристик, систематизации и обобщения полученных результатов.

Аудиовизуальный кластер как специализированная форма кластеров

Концепция аудиовизуального кластера возникла не в самой аудиовизуальной сфере, а изначально была научно разработана в контексте обрабатывающей промышленности в начале XX века. Еще в 1920-е годы А. Маршалл ввел идею «промышленных районов» и переключил внимание с традиционных единиц анализа, таких как фирмы, на более инклюзивные единицы: продуктивные системы в определенном месте. В последующем М. Портер установил наиболее известный подход к кластерам и определил их как «географически близкую группу взаимосвязанных компаний и связанных с ними институтов в определенной области, связанных общими чертами и взаимодополняемостью» [3] (*Porter, 2018*).

Многочисленные исследования в этой области инициировали множество понятий, используемых для описания характеристик и сущностей кластеров. На наш взгляд, к одному из наиболее точных понятий «кластер» следует отнести формулировку, предложенную А. В. Колесниковым и Н. А. Хазалия, представленную на основании рассмотренной эволюции понятия «кластер» за период с 1992 г. по 2008 г. как «совокупность взаимодействующих в определенной сфере деятельности организаций и институтов, конкуренция и кооперация (согласованные действия) между которыми приводят к повышению конкурентоспособности каждого из них за счет таких факторов, как совокупная эффективность (обмен знаниями и информацией, сетевые эффекты, экономия от разнообразия), обучение, экономия от масштаба [4] (*Kolesnikov, Khazaliya, 2016*).

В свою очередь, в контексте данного исследования, на наш взгляд, наиболее актуальной представляется терминологическая характеристика кластера, представленная профессором Г. Б. Клейнером: «В начальный период сущест-

вования кластер можно рассматривать и как проект, поскольку создание кластера носит характер реализации проекта, а состав кластера может меняться в ходе его функционирования» [5] (*Kleyner, Kachalov, Nagrudnaya, 2008*).

Из большого числа зарубежных исследований, непосредственно посвященных аудиовизуальным кластерам, следовало бы отметить определение Р.Дж. Пикарда о «специализированной форме агломерации, предназначенной для производства опосредованного контента, такого как кинофильмы, телевизионные программы/видео, передачи, аудиозаписи, игры, фотографии и дизайн, веб-сайты и мобильные устройства и т. д.» [6] (*Picard, 2008*).

Пионерные исследования в области комплексной оценки потенциала образования кластеров (US Cluster mapping project) были выполнены еще в начале 2000-х гг. специалистами Института стратегии и конкурентоспособности Гарвардской школы бизнеса под руководством М. Портера [7] (*Ferras-Hernandez, Nylund, 2019*). В последующем в 2014 году в работе «Методологии и результаты корреляционного анализа показателей деятельности кластеров и показателей региональной конкурентоспособности» была дана характеристика кластерным категориям в отраслях, демонстрирующих наибольший динамизм кросс-секторальных связей, в составе которых были отмечены творческие индустрии, как занимающие одно из ключевых мест в сфере услуг, генерируя больше рабочих мест [8].

Поскольку киноиндустрия имеет проектную производственную систему, близость к локациям и составляющим производственного процесса является мощным стимулом для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (ИП) находится в непосредственной близости друг от друга. Аудиовизуальные кластеры являются специализированной формой кластеров, предназначенных для создания в первую очередь аудиовизуального контента (фильмы, телевизионные программы и т. д.) и характеризуются как плотными скоплениями локализованных производителей, так и обширными транслокальными сетями сотрудничества, основанными на проектах, связанных с аудиовизуальной сферой. Благодаря сотрудничеству друг с другом предприятия аудиовизуальной сферы создают множественные каналы для обмена капиталом, информацией и знаниями.

Аудиовизуальные кластеры состоят из кинокомпаний, которые задействованы на разных этапах развития киноиндустрии, а именно: производства, постпродакшна, дистрибуции и организации кинофестивалей, творческой рабочей силы, а также сетевых и межфирменных отношений между этими компаниями. Если аудиовизуальный кластер обладает устойчивостью, то эти элементы кластеризации не только продолжают находиться в непосредствен-

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

ной пространственной близости, но и порождают экономический успех и процветание, которые привлекают в кластер новых резидентов. В конце концов, даже если некоторые компании и отдельные лица покидают кластер, приходят другие, и кластеризация продолжает существовать [9] (*Drinkwater, Platt, 2016*).

Важно отметить, что кооперация компаний аудиовизуального сектора, предлагаемая кластерной моделью, является носителем инноваций для большого круга компаний как внутри киноиндустрии, так и за ее пределами, благодаря возможностям реализации аудиовизуального продукта в широком спектре видов деятельности. Аудиовизуальный сектор взаимосвязан с другими отраслями «культурных индустрий» (музыка, театр, музеи, объекты культурного наследия, фестивали), спортивными и развлекательными мероприятиями. Помимо «культурных индустрий» к ключевым комплиментарным отраслям следует отнести и предприятия, производящие цифровой мультимедийный контент для интернета, создателей программного обеспечения с использованием аудиовизуального контента, разработчиков видеоигр, компании по производству анимационных и цифровых эффектов. Рост в этих взаимодополняющих отраслях также синергетичен с киноиндустрией — по мере своего развития они привлекают квалифицированных работников, развивают инфраструктуру и создают отраслевые знания и контакты, которые распространяются и на киноиндустрию и приносят ей пользу.

Региональная аудиовизуальная инфраструктура

Существующие в настоящее время в международной практике аудиовизуальные кластеры различаются по функциональным профилям и основным компетенциям. Однако можно выделить несколько основных типов аудиовизуальных кластеров:

1. Размещение производственных киностудий и аудиовизуальных компаний в столичных регионах, крупных мегаполисах, имеющих разветвленную сеть городских сервисов (экономика урбанизации).
2. Компактное размещение крупных кинокомпаний, передающих формирование части производственных задач на аутсорсинг и выступающих активаторами по привлечению малых предприятий аудиовизуальной сферы (экономика локализации).
3. Небольшой город или район, специализирующийся на аудиовизуальной деятельности (экономика агломерации).
4. Искусственно сформированный комплекс, благодаря инвестициям в недвижимость нацеленный на размещение в нем киностудий и иных предприятий аудиовизуальной сферы.

5. Территории, обладающие локальными средствами и ресурсами, привлекающие нерезидентов территории — аудиовизуальные производственные киностудии и развивающие емкость местных аудиовизуальных ресурсов.
6. Инициативное объединение, искусственно сформированное благодаря частной или государственной инициативе [10] (*Komorowski, 2017*).

В России появление и развитие аудиовизуальных кластеров, в первую очередь, связано с размещением производственных киностудий и аудиовизуальных компаний в Москве и в Санкт-Петербурге в связи с исторически сложившимся наличием производственных мощностей (ФГУП «Киноконцерн Мосфильм», АО «ТПО «Киностудия имени М. Горького», АО «Ленфильм»). На текущем этапе количество одних только производственных киностудий (юридических лиц и индивидуальных предпринимателей с кодом ОКВЭД 59.11 «Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ») составляет 7716 в Москве и 1570 в Санкт-Петербурге (по данным ИННdex) [11]. В этом случае следует отметить как экономику урбанизации, так и локализации.

С 2016 году Ассоциация продюсеров кино и телевидения (АПКиТ) совместно с Агентством стратегических инициатив (АСИ) реализует проект «Кино России», одной из задач которого является децентрализация кинопроизводства России путем создания кинематографической инфраструктуры в регионах. Со стороны регионов в качестве поддержки кинопроизводства инициируется создание кинокомиссий, в чьи задачи входит оказание безвозмездной помощи производственным киностудиям путем обеспечения благоприятных условий для кинопроизводства в регионе. Сюда входит и помощь в подборе локаций, оборудования, и получение разрешений на съемки в определенных местах и иные формы содействия. Кинокомиссия, по сути, выполняет функцию посредника между киностудиями и представителями региональной инфраструктуры, бизнес-сообществом. Помимо создания кинокомиссий в ряде регионов началось внедрение программ предоставления субсидий производственным киностудиям (рибейт) на погашение части затрат по кинопроизводству, осуществленных в регионе.

В настоящее время на территории РФ работают 16 кинокомиссий в 16 регионах, из них в 10 регионах, помимо деятельности кинокомиссии, предоставляются и субсидии кинематографистам (табл. 1). Соответственно, при выборе региона как места проведения съемок наличие действующей кинокомиссии в сочетании с возможностью получения субсидии является мотивирующим фактором для продюсеров.

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

Таблица 1

Кинокомиссии и субсидии кинематографистам в регионах России

Регион РФ	Кинокомиссия, год создания	Региональная субсидия (рибейт), год введения	Возмещение от суммы затрат в регионе	Лимит средств в бюджете региона, млн руб.
Северо-Западный ФО				
Калининградская обл.	2016 г.	2017 г.	40 %	50
Новгородская обл.	2017 г.	2018 г.	20 %	20
Псковская обл.	2019 г.	2019 г.	20 %	3
Вологодская обл.	2019 г.	2019 г.	20 %	5
Мурманская обл.	2020 г.	2020 г.	30 %	5
Южный ФО				
Краснодарский край	2020 г.	2020 г.	20 %	20
Республика Адыгея	2020 г.	2020 г.	20%	5
Приволжский ФО				
Ульяновская обл.	2017 г.	2017 г.	30 %	15
Пермский край	2019 г.	2019 г.	50 %	17
Дальневосточный ФО				
Приморский край	2016г.	2016г.	15 %	15

Источник: составлено авторами по данным Фонда кино [12], АПКиТ [13].

Важно отметить, что запущенные региональные формы поддержки пока еще находятся на начальном этапе своего развития. Пока наиболее эффективно сочетание деятельности кинокомиссии и региональной субсидии показало себя в Приморском крае, Калининградской и Ульяновской областях. Так, в Калининградской области за период с 2017 по 2019 год были осуществлены съемки 15 фильмов с общим объемом затрат киностудий на кинопроизводство на территории региона в сумме 538 млн руб. В свою очередь, объем выделенных субсидий со стороны региона составил 93,1 млн руб. [14].

Реализуя проекты в части кинокомиссий и субсидий, регионы заявили о запуске процесса создания аудиовизуальных кластеров в данных регионах. Однако способность региона к кластеризации аудиовизуальной сферы на территории должна быть обусловлена наличием широкой линейки факторов.

Непосредственно сам процесс кластеризации проходит несколько этапов в своем развитии: «пре-кластер», «зарождающийся», «развивающийся», «зрелый» и «трансформирующийся» [15] (*Vladimirov, Tretiak, 2008*).

В целях анализа процессов в регионах по созданию аудиовизуальных кластеров необходимо определить локализацию в регионе компаний малого бизнеса аудиовизуальной сферы и компаний, оказывающих услуги при производстве аудиовизуального продукта, то есть наличие определенной степени развитости региональной аудиовизуальной инфраструктуры. К таковым следует отнести юридические лица и ИП с кодами ОКВЭД:

- 59.11 («Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ»);
- 59.12 («Деятельность монтажно-компоновочная в области производства кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ» (постпродакшен));
- 59.20.2 («Деятельность студий звукозаписи»).

Кроме того, поставщиками трудовых ресурсов для формирования состава съемочной группы, актерского состава (актеров второго плана, массовки) могут быть организации и ИП с такими кодами ОКВЭД, как:

- 90.01 («Деятельность в области исполнительских искусств»);
- 90.04 («Деятельность учреждений культуры и искусства»).

На основе статистических данных можно определить регионы с наибольшей региональной ресурсной базой для кинопроизводства, то есть уже имеющихся потенциальных резидентов аудиовизуального кластера (табл. 2).

Соответственно, к регионам с наибольшей локализацией компаний, связанных с кинопроизводством, на наш взгляд, следует отнести Краснодарский и Пермский края, Калининградскую область и Приморский край. В то же время по оценке их доли в общем количестве юридических лиц и ИП в регионах можно судить об их незначительности в целом.

Важным фактором кластера и его развития является человеческий капитал. Процессы формирования профессиональных знаний в киноиндустрии основаны на получении практических, технических и творческих компетенций [17] (*Alekseeva, Tyutryumov, Sakharova, 2019*).

Наличие в регионах специализированных высших учебных заведений (университетов культуры), осуществляющих программы подготовки специалистов для аудиовизуальной сферы, создает значительное преимущество перед другими центрами кинопроизводства. Соответственно, в таких регионах не нуждаются в разработке новых учебных программ для начинающих кинематографистов, а вместо этого должны создавать скоординированную

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

Таблица 2

Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей аудиовизуальной сферы в регионах (в соответствии с кодом ОКВЭД), ед.

Регион РФ	ОКВЭД 59.11	ОКВЭД 59.12	ОКВЭД 59.20.2	ОКВЭД 90.01	ОКВЭД 90.04	Итого	Доля от числа действующих юридических лиц и ИП, %
Северо-Западный ФО							
Калининградская обл.	87	10	2	103	12	214	0,33
Новгородская обл.	23	0	3	30	13	69	0,27
Псковская обл.	28	3	1	30	14	76	0,30
Вологодская обл.	45	0	1	77	35	158	0,32
Мурманская обл.	28	5	2	40	15	90	0,30
Южный ФО							
Краснодарский край	227	13	2	419	107	768	0,26
Республика Адыгея	13	0	0	26	8	47	0,24
Приволжский ФО							
Ульяновская обл.	33	3	5	46	11	98	0,19
Пермский край	100	7	1	183	37	328	0,26
Дальневосточный ФО							
Приморский край	61	4	0	107	30	202	0,21

Источник: составлено авторами по данным ИННdex [11], Федеральной службы информации [16].

стратегию удержания выпускников на месте. Тем более что в настоящее время часть выпускников вынуждена переезжать в Москву или Санкт-Петербург, чтобы найти работу из-за ограниченных возможностей профессионального трудоустройства в самом регионе.

Помимо продюсеров, режиссеров, актеров, которых готовят профильные вузы культуры, на киносъемочной площадке существует потребность в таких специальностях, как вторые режиссеры, работники съемочной площадки, гримеры, костюмеры и т. д. [18] (*Sidorenko, Ogurchikov, Shadrina et al., 2019*).

Подобные кадры, как правило, готовятся в условиях краткосрочных профессиональных курсов (киношкол). При этом интерес со стороны кинемато-

графистов к кадрам вызывает и предпринимательские инициативы, направленные на удовлетворение спроса в подготовке профессиональных кадров.

Важно отметить, что наиболее эффективным в случае краткосрочной подготовки специалистов является американская модель дуального образования, по которой порядка 10% обучения приходится на аудиторную подготовку и 90% — на подготовку в условиях киносъемочной площадки. А для реализации такой подготовки в регионе помимо сезонных киносъемок необходимо наличие студийных комплексов (производственных павильонов).

Наличие производственных павильонов важно и для последовательного привлечения кинопроектов в течение всего года. А системная загрузка производственных мощностей в течение всего года за рамками сезонности позволяет, в свою очередь, удержать квалифицированные кадры, обеспечивая полную занятость. Соответственно, развитая инфраструктура со специально построенными объектами имеет жизненно важное значение для обеспечения устойчивого потока кинопроизводств.

В настоящее время ни один из рассматриваемых регионов не обладает производственными площадями для киносъемок. Но на начальном этапе опорными базами для кинопроизводства могут быть уже имеющиеся в регионе «опорные» производственные киностудии с наличием собственных студийных павильонов.

Значимую роль в развитии аудиовизуальных кластеров играет региональное телевидение. Задачи создания телевизионного контента требуют наличия и кадров, и оборудования, и павильонов, и зачастую в существующей международной практике потребности регионального телевидения являются поддерживающим фактором формирования востребованности ресурсов кластера (например, опыт развития аудиовизуальных кластеров в Мюнхене, Лейпциге (Германия)) [19] *Gilbert, 2017*)[1]. В соответствии с принятой в России классификацией видов деятельности к телевещателям относятся предприятия и ИП с кодом ОКВЭД — 60.20. («Деятельность в области телевизионного вещания»).

Наличие в регионе такого события, как проводимый на постоянной основе международный кинофестиваль, является существенным фактором привлечения внимания кинематографистов к региону. К современным тенденциям в международном кинофестивальном движении следует отнести изменение статуса кинофестиваля на текущем этапе развития киноинду-

[1] Gilbert B. A. Agglomeration, Industrial Districts and Industry Clusters: Trends of the 21st Century Literature / Brett Anitra Gilbert // Foundations and Trends R in Entrepreneurship. vol. 13. 2017. no. 1. pp. 1–80. [Электронный ресурс]. URL: www.nowpublishers.com.

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

стрии. Кинофестиваль все больше перестает быть выставочным мероприятием, а становится участником многих других аспектов творческого цикла, таких как финансирование производства, создание сетей и распространение, и таким образом превращается в ключевого игрока в киноиндустрии.

Многие кинофестивали предоставляют площадку для межличностных встреч и переговоров между кинокомпаниями и профессионалами киноиндустрии, проводят специальные мероприятия (питчинг-сессии, заседания для дополнительных раундов финансирования и т. д.), которые способствуют продвижению деятельности, связанной с производством, в рамках кинофестивалей [20] (*Iordanova, 2015*).

Важную помощь в становлении и развитии кинопроизводства в регионе могут оказывать профессиональные ассоциации киноиндустрии. В среде таких профессиональных сообществ важное место занимает Союз кинематографистов России (СК РФ). И в зависимости от наличия его представительства в регионе и статуса этого представительства (представительство или отделение) эта поддержка может быть значимой.

На основе актуальных, на наш взгляд, вышеперечисленных факторов для аудиовизуального кластера можно представить общее состояние кинематографии в рассматриваемых регионах (табл. 3).

Факторы внутреннего развития региональной киноиндустрии являются экономическим потенциалом региона по созданию аудиовизуальных кластеров. По результатам анализа по степени обеспеченности ресурсами (факторами) можно выделить следующие группы регионов:

1. *Группа с наибольшим потенциалом* по созданию аудиовизуальных кластеров. К данной группе можно отнести Краснодарский край, Пермский край, Приморский край. На текущем этапе общее состояние ресурсной базы можно характеризовать как «пре-кластер».

2. *Группа со средней обеспеченностью* ресурсами по созданию аудиовизуальных кластеров, к которой можно отнести Калининградскую, Ульяновскую, Вологодскую и Мурманские области. Для данной группы регионов еще требуется время и усилия региональных властей по привлечению и развитию ресурсной базы кинематографии.

3. *Группа с низкой обеспеченностью* ресурсами по созданию аудиовизуальных кластеров. Сюда можно включить Республику Адыгею, Новгородскую и Псковскую области. В данном случае поднимать вопросы кластеризации аудиовизуальной сферы на текущем этапе преждевременно и следует сосредоточиться на поддержке региональной кинокомиссии и продвижении региональной субсидии как инструментов привлечения кинематографистов.

Таблица 3

Показатели региональной кинематографической инфраструктуры

Регион РФ	Профессиональная подготовка (уровень высшего образования / дополнительное образование)	Киностудии с производственной базой	Компании телевещания (ОКВЭД 60.20),ед.	Международные кинофестивали	Представительства СК РФ
Северо-Западный ФО					
Калининградская обл.	Дополнительное образование	имеется	9	«Край света. Запад»; Калининград	отделение
Новгородская обл.	—	—	5	KPOK	—
Псковская обл.	—	—	5	«Западные ворота»	—
Вологодская обл.	Дополнительное образование	—	8	«Свидание с Россией»	представительство
Мурманская обл.	Дополнительное образование	—	11	«Северный Характер»	представительство
Южный ФО					
Краснодарский край	ГОУ ВПО Университет культуры / Дополнительное образование	имеется	47	Ирида SIFFA; «Киношок»; ВГИК-Краснодар; MIEFF; «Вечевой колокол»	отделение
Республика Адыгея	—	—	4		представительство
Приволжский ФО					
Ульяновская обл.	Дополнительное образование	—	6	«От всей души», Ульяновск	представительство
Пермский край	ГОУ ВПО Университет культуры / Дополнительное образование	имеется	19	«Лампа»	отделение
Дальневосточный ФО					
Приморский край	ГОУ ВПО Университет культуры / Дополнительное образование	имеется	22	«Меридианы Тихого»	отделение

Источник: составлено авторами по данным ИННdex [11], Союза кинематографистов России [21].

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

В целом запуск деятельности кинокомиссий, введение рибейтов, осуществление отдельных программ по развитию местных профессиональных кадров показывает пока только стартовый опыт и желание регионов развиваться в этом направлении, формируя соответствующий имидж и проводя брендирование территорий.

В качестве ресурса для развития перспектив аудиовизуального кластера на ближайшее и отдаленное будущее, на наш взгляд, необходима разработка региональной стратегии содействия по формированию региональной аудиовизуальной инфраструктуры, по подготовке и поддержке творческих работников и высокопрофессиональных кадров в регионе, развитию предпринимательства и самозанятости в аудиовизуальной сфере с учетом возможности привлечения источников финансирования как внутренних, так и внешних.

Для разработки такой стратегии необходимо:

- провести аудит существующей творческой, культурной и образовательной инфраструктуры и определить будущие потребности и средства их реализации;
- определить потребности в навыках местной творческой рабочей силы и разработать стратегии их развития;
- создавать партнерства с финансовыми институтами, которые могут открывать возможности для внутренних инвестиций;
- способствовать проведению небольших пилотных проектов, которые могут помочь расширить существующие возможности региональной кинематографии;
- выдвигать инициативы, способствующие появлению и удержанию разнообразных творческих талантов во всех аспектах экранной индустрии;
- проводить маркетинговые исследования, позволяющие определить потенциал роста киноиндустрии в регионе, включая оценку влияния на занятость и вторичные экономические эффекты;
- исследовать коммерческие возможности, сильные стороны и уникальные преимущества аудиовизуальной инфраструктуры региона, включая масштаб, навыки, инновации.

Учет пространственной специфики является основой формирования эффективных стратегий, связанных с использованием эндогенного потенциала территорий для обеспечения стабильного и сбалансированного социально-экономического развития [22] (Frolov, Soloveva, 2016).

Непосредственно разрабатываемая стратегия должна включать такие задачи, как:

1. Повышение уровня действующей кинокомиссии, выстраивание ее работы для устойчивого интереса к кинопроизводству в регионе, доведение

ее функционирования до международных стандартов AFCI (Международная ассоциация кинокомиссий).

2. Создание долгосрочной программы стимулирования кинопроизводства, обеспечивающей предсказуемость и повышение потенциала региональной инфраструктуры для кинопроизводства.

3. Выстраивание отношений с региональным бизнес-сообществом по созданию реальных предприятий, имеющих техническое кинооборудование и специализированный транспорт, кинопавильоны для ведения съемок на территории региона.

4. Выделение в городской черте креативного пространства с соответствующим статусом (технопарка) как реальное оказание региональной поддержки резидентам для развития их бизнеса.

Заключение

Для региона создание аудиовизуального кластера является альтернативной парадигмой экономических достижений и культурного самовыражения. Аудиовизуальный кластер может стать устойчивой творческой экосистемой, действующей на местном, национальном и международном уровнях. Но для достижения целей устойчивого развития кластер должен быть основан на хорошо развитых устойчивых экономических, культурных и социальных факторах, стабильной комплексной поддержке со стороны региональных властей, а также иметь явный потенциал для устойчивых экономических возможностей.

В настоящее время перспективы аудиовизуальных кластеров в рассматриваемых регионах пока довольно размыты и слабо артикулированы.

Инициируя создание аудиовизуального кластера, региональные власти должны оценивать существующие потенциальные возможности по их созданию. И роль региональных органов власти заключается как в создании инфраструктуры для деятельности кластера, так и в непосредственном воздействии на факторы конкурентоспособности [23] (Pogodina, 2015).

Также необходимо отметить, что в условиях современного развития регионов, их бюджетных возможностей потенциал аудиовизуального кластера сильно зависим от секторального окружения в регионе. И в основе задач, которые должна решить региональная власть, лежит системный, последовательный и очень адресный подход в формировании бизнес-сообщества аудиовизуального кластера.

В существующей в настоящее время практике появления аудиовизуальных кластеров нет единых правил развития, только общие тенденции, среди которых следовало бы отметить долгосрочный процесс созревания. При этом

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

как наиболее крупные аудиовизуальные кинокластеры (Голливуд (США), Болливуд (Индия), Ванкувер (Канада) и т. д.), так и более мелкие (например, в Стамбуле (Турция), Глазго (Шотландия)) создавались не один десяток лет. Соответственно, развитие аудиовизуальных кластеров — долгий процесс, который требует много времени и ресурсов. Кроме того, экономические факторы, которые порождают кластер, могут сильно отличаться от тех, которые поддерживают работу кластера. Соответственно, реализация планов по созданию аудиовизуального кластера требует долгосрочного видения, амбициозного плана, значительного финансирования, людских и материальных ресурсов.

Но, на наш взгляд, привлечение киноиндустрии может быть успешной и целесообразной политикой, которая может способствовать диверсифицированному и долгосрочному региональному развитию. ■

ИСТОЧНИКИ:

1. Новосельская В. В. Креативные индустрии в инновационном развитии территорий: особенности функционирования // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2017. — № 4(78).
2. Funding for films, television and other audio-visual works in Western Europe. CMS Law. [Электронный ресурс]. URL: https://cms.law (дата обращения: 19. 12. 2020).
3. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2018.
4. Колесников А. М., Хазалия Н. А. Анализ эволюции понятия «кластер». Подходы к классификации // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент, 2016. — № 4. — doi: 10.17586/2310-1172-2016-9-4-19-25.
5. Клейнер Г. Б., Качалов Р. М., Нагрудная Н. Б. Синтез стратегии кластера на основе системно-интеграционной теории // Отраслевые рынки, 2008. — № 5–6(18).
6. Picard R. G. Media Clusters: Local Agglomeration in an Industry Developing Networked Virtual Clusters. Picard. Media Management and Transformation Centre Jönköping International Business School. JIBS Working Paper Series, 2008. — № 3.
7. Ferras-Hernandez X., Nylund P. A. Clusters as innovation engines: the accelerating strengths of proximity // European Management Review, 2019. — № 1. — doi: 10.1111/emre.12330.
8. European Cluster Panorama. [Электронный ресурс]. URL: https://ec.europa.eu (дата обращения: 19. 12. 2020).
9. Drinkwater B. D., Platt S. Urban development process and creative clustering: The film industry in Soho and Beyoğlu // Urban Design International, 2016. — № 2. — doi: 10.1057/udi.2015.20.
10. Komorowski M. A novel typology of media clusters // European Planning Studies, 2017. — № 8. — doi: 10.1080/09654313.2017.1303823.
11. Электронный сайт ИННdex. [Электронный ресурс]. URL: https://inndex.ru (дата обращения: 10. 01. 2021).

12. Официальный сайт Федерального Фонда социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фонд кино). [Электронный ресурс]. URL: http://www.fond-kino.ru (дата обращения: 22. 12. 2020).
13. Официальный сайт Ассоциации продюсеров кино и телевидения (АПКиТ). [Электронный ресурс]. URL: https://www.rusproducers.com (дата обращения: 21. 12. 2020).
14. Отчет по государственной программе Калининградской области «Развитие культуры» за 2019 год. Министерство по культуре и туризму Калининградской области. [Электронный ресурс]. URL: https://culture-tourism.gov39.ru (дата обращения: 24. 12. 2020).
15. Владимиров Ю. Л., Третьяк В. П. О классификации кластеров предприятий // Наука. Инновации. Образование, 2008. — № 4.
16. Официальный сайт Федеральной службы информации. [Электронный ресурс]. URL: https://фси.рф (дата обращения: 10. 01. 2021).
17. Алексеева П. А., Тютрюмов А. А., Сахарова И. Н. Анализ европейской системы подготовки кадров для сферы кино и телевидения // Петербургский экономический журнал, 2019. — № 4. — doi: 10.25631/PEJ.2019.4.15.24.
18. Сидоренко В. И., Огурчиков П. К., Шадрина М. В. и др. Ресурсы кинобизнеса: Учебное пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019.
19. Gilbert B. A. Agglomeration, Industrial Districts and Industry Clusters: Trends of the 21st Century Literature // Foundations and Trends in Entrepreneurship, 2017. — № 1. — doi: 10.1561/0300000069.
20. Iordanova D. The Film Festival as an Industry Node // Media Industries, 2015. — № 3. — doi: 10.3998/mij.15031809.0001.302.
21. Официальный сайт Союза кинематографистов России. [Электронный ресурс]. URL: https://unikino.ru (дата обращения: 14. 01. 2021).
22. Фролов Д. П., Соловьева И. А. Будущее стратегий территориального развития: анализ современных методологий // Региональная экономика: теория и практика, 2016. — № 10(433).
23. Погодина Т. В. Оценка потенциала регионов по формированию инновационных территориальных кластеров // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право, 2015. — № 5.

REFERENCES:

Alekseeva P. A., Tyutryumov A. A., Sakharova I. N. (2019). *Analiz evropeyskoy sistemy podgotovki kadrov dlya sfery kino i televideniya* [Analysis of the european training system for the cinema and television]. *Saint-Petersburg Economic Journal.* (4). (in Russian). doi: 10.25631/PEJ.2019.4.15.24.

Drinkwater B. D., Platt S. (2016). *Urban development process and creative clustering: The film industry in Soho and Beyoğlu Urban Design International. 21* (2). doi: 10.1057/udi.2015.20.

ISSN 1994-6929

European Cluster Panorama. Retrieved December 19, 2020, from https://ec.europa.eu

Ferras-Hernandez Kh., Nylund P. A. (2019). *Clusters as innovation engines: the accelerating strengths of proximity European Management Review. 16* (1). doi: 10.1111/emre.12330.

Frolov D. P., Soloveva I. A. (2016). *Budushchee strategiy territorialnogo razvitiya: analiz sovremennyh metodologiy* [The future of territorial development strategies: an analysis of modern methodologies]. *Regional Economics: Theory and Pactice.* (10(433)). (in Russian).

Funding for films, television and other audio-visual works in Western EuropeCMS Law. Retrieved December 19, 2020, from https://cms.law

Gilbert B. A. (2017). *Agglomeration, Industrial Districts and Industry Clusters: Trends of the 21st Century Literature Foundations and Trends ® in Entrepreneurship. 13* (1). doi: 10.1561/0300000069.

Iordanova D. (2015). *The Film Festival as an Industry Node Media Industries. 1* (3). doi: 10.3998/mij.15031809.0001.302.

Kleyner G. B., Kachalov R. M., Nagrudnaya N. B. (2008). *Sintez strategii klastera na osnove sistemno-integratsionnoy teorii* [Synthesis of the cluster strategy based on the system integration theory]. *Otraslevye rynki.* (5-6(18)). (in Russian).

Kolesnikov A. M., Khazaliya N. A. (2016). *Analiz evolyutsii ponyatiya «klaster». Podkhody k klassifikatsii* [Analysis of evolution of the concept «cluster». Approaches to classification]. *Scientific journal of NIITMO. Series: Economics and Environmental Management.* (4). (in Russian). doi: 10.17586/2310-1172-2016-9-4-19-25.

Komorowski M. (2017). *A novel typology of media clusters European Planning Studies. 25* (8). doi: 10.1080/09654313.2017.1303823.

Novoselskaya V. V. (2017). *Kreativnye industrii v innovatsionnom razvitii territoriy: osobennosti funktsionirovaniya* [Creative industries in innovative development of territories: features of functioning]. *Scientific journal «The Bulletin of the Moscow state University of culture and arts».* (4(78)). (in Russian).

Pogodina T. V. (2015). *Otsenka potentsiala regionov po formirovaniyu innovatsionnyh territorialnyh klasterov* [Estimation of regions' potential to form innovation territorial clusters]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Ekonomika i pravo. 25* (5). (in Russian).

Porter M. (2018). *Mezhdunarodnaya konkurentsiya. Konkurentnye preimushchestva stran* [International competition. Competitive advantages of countries] M.: Alpina Pablisher. (in Russian).

Sidorenko V. I., Ogurchikov P. K., Shadrina M. V. i dr. (2019). *Resursy kinobiznesa* [Film business resources] M.: YuNITI-DANA. (in Russian).

Vladimirov Yu.L., Tretiak V. P. (2008). *O klassifikatsii klasterov predpriyatiy* [About the classification of enterprise clusters]. *Science. Innovation. Education. 3* (4). (in Russian).