

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА
Том 13 ● Номер 12 ● декабрь 2019
ISSN 1994-6929
Journal of Creative Economy
издательство КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

Подходы к оценке эффективности экономико-управленческой стратегии развития и государственной поддержки креативных индустрий

Глушкова Ю.О.[1]
[1]Саратовский государственный технический университет им. Ю. А. Гагарина, Саратов, Россия

АННОТАЦИЯ:

Оценка значимости креативных индустрий и их роли в современной экономике является приоритетной задачей, позволяющей определить ориентиры государственной экономической политики и поддержки в данной отрасли экономики России. Выявлена специфика и представлены факторы, препятствующие развитию креативных индустрий в России. С помощью моделей креативных индустрий раскрыта динамическая связь между темпами роста данной отрасли и остальных секторов экономики на базе ряда регионов России. Приведена классификация креативных отраслей по степени необходимости поддержки их государством. Проанализирована инновационная активность ряда регионов России.

ФИНАНСИРОВАНИЕ. Статья подготовлена при финансовой поддержке гранта Президента РФ (проект № МК-3574.2019.6)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Креативная индустрия, экономика, модели оценки, экономическая политика, экономический рост, инновационная активность, динамические связи.

The approaches to assessing the effectiveness of the economic and management strategy for the development and state support of creative industries

Glushkova Yu.O.[1]
[1]Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, Russia

Введение

С развитием постиндустриальной экономики актуальность исследования потенциала креативных индустрий будет нарастать, поскольку именно в данные отрасли осуществляется перелив капиталов из других отраслей и секторов экономики, вследствие чего креативные идеи и технологии послужат основной движущей силой инновационного развития и экономического роста стран и государств посредством генерации и распространения продуктов креативных индустрий (инновационные технологии, методологии, идеи) на другие секторы экономики.

Существуют подходы к обеспечению социально-экономической безопасности креативных индустрий, где проанализированы характеристики данного понятия [1] *(Glushkova, 2019)*.

Исследователи и ученые [1, 2, 3, 4, 5] *(Florida, Tinagli, 2004; Khokins, 2011; Tompson, 1998)* многих стран пытаются оценить размер и рост сектора креативных индустрий и дать предложения по разработке государственной политики, стратегии развития данного сектора экономики. Поскольку экономическая значимость креативных отраслей выходит за рамки явного производства культурных ценностей, инновационных продуктов и занятости людей творческих профессий, то послужит двигателем изменений во всей экономике. Динамическое развитие креативных индустрий имеет большее значение, чем их статическая значимость.

В области креативных индустрий Россия имеет свою специфику по сравнению с международными практиками, где по степени развития и доходности во главе списка стоит медиарынок, среди отечественных креативных индустрий первое место принадлежит сфере информационных технологий, программного обеспечения и компьютерных услуг, второе – рекламе и маркетингу, и тройку лидеров замыкает издательская деятельность.

Также следует отметить, что в России, в отличие от зарубежных стран, такие отрасли креативной индустрии, как театр, живая и классическая музыка, живопись, графика, скульптура, исторические памятники, музеи, библиотеки, фестивали и прочие объекты культурного наследия и самовыражения превосходят среднемировые показатели в 5 раз.

Развитие креативных индустрий в России тормозят ряд факторов.

ABSTRACT:

Assessing the importance of creative industries and their role in the modern economy is a priority task, which allows to determine the guidelines of state economic policy and support in this sector of the Russian economy. The specificity and factors hindering the development of creative industries in Russia are revealed. Using the models of creative industries, a dynamic relationship between the growth rates of this industry and other sectors of the economy based on a number of Russian regions has been revealed. The classification of creative industries by the degree of necessity of state intervention in their economy is given. The innovative activity of several regions of Russia is analyzed.

KEYWORDS: creative industry, economics, assessment models, economic policy, economic growth, innovative activity, dynamic connections

JEL Classification: O31, O32, O33 **Received: 12.11.2019 / Published: 28.12.2019**

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Glushkova Yu.O. (ivanov_2014@mail.ru)

CITATION:

Glushkova Yu.O. (2019) Podkhody k otsenke effektivnosti ekonomiko-upravlencheskoy strategii razvitiya i gosudarstvennoy podderzhki kreativnyh industriy [The approaches to assessing the effectiveness of the economic and management strategy for the development and state support of creative industries]. Kreativnaya ekonomika. 13. (12). – 2387-2396. doi: 10.18334/ce.13.12.41477

Недостаточное финансирование креативных отраслей экономики

По причине недостаточного финансирования и отсутствия поддержки со стороны бизнеса и власти таких секторов креативной индустрии, как культурные объекты, объекты визуального и исполнительского искусства, в ряде регионов России вынуждены закрываться учреждения культуры, проводится оптимизация кадрового состава. В ряде случае по этой же причине падает спрос на культурные мероприятия со стороны населения ввиду увеличения цен на билеты в театры, филармонии и другие объекты исполнительского искусства [7].

Неразвитость лицензионного рынка

Существующие экономические потери весьма ощутимы из-за не отвечающего потребностям развития креативной индустрии российского лицензионного рынка, 2/3 которого принадлежит иностранным компаниям, производителям лицензионных товаров, помимо этого мы несем потери от неразработки собственных брендов. К примеру, каждые третий товар и услуга креативной индустрии для сферы образования импортные. Экспорт креативных услуг и продуктов намного отстает от прироста импорта.

Несмотря на принятие в России программы по развитию цифровой экономики, не определены механизмы продвижения продуктов ИТ на международные рынки.

Недостаточность профильных образовательных программ

Производство креативного контента с высокой добавленной стоимостью затруднено в том числе и по причине отсутствия единства системы образования, отсутствия согласованной государственной политики и образовательных инициатив в подготовке кадров и профильных специалистов для креативной индустрии, поскольку данная отрасль не является в нашей стране четко определенным видом деятельности.

Наблюдается систематическое снижение количества обучающихся по направлениям подготовки «Реклама и маркетинг», «Издательская деятельность». Подготовка специалистов для области креативной индустрии «Наследие» почти сошла на нет (менее 0,01% от общей численности обучающихся по направлениям отраслей креативной индустрии) [7].

ОБ АВТОРЕ:

Глушкова Юлия Олеговна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической безопасности и управления инновациями (ivanov_2014@mail.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Глушкова Ю.О. Подходы к оценке эффективности экономико-управленческой стратегии развития и государственной поддержки креативных индустрий // Креативная экономика. – 2019. – Том 13. – № 12. – С. 2387-2396. doi: 10.18334/ce.13.12.41477

Структура занятости и уровень самозанятости

В секторе креативной индустрии наблюдается рост диспропорций в структуре занятости населения.

Доля занятости населения России в креативной индустрии, по некоторым оценкам, составляет около 4% от общей численности трудоспособного населения страны. При этом порядка 30% приходится на малый и средний бизнес и еще около 2% – доля самозанятых в данной сфере. По численности занятых первое место за отраслями IT, программного обеспечения и компьютерных услуг (0,9 млн рабочих мест), на втором месте реклама и маркетинг с 0,8 млн. Осведомленность населения нашей страны о тенденциях и возможностях в сфере доступных творческих техник, что очень важно для развития такой креативной сферы, как художественное творчество и самозанятость, составляет менее 2%, в регионах же этот показатель ниже в разы [7].

Отсутствие системы экономических ориентиров для разработки и оценки эффективности государственных экономико-управленческих стратегий развития и финансовой поддержки

Данный фактор препятствует развитию креативных индустрий в наибольшей степени и является приоритетной задачей, решение которой позволит преодолеть остальные выделенные проблемы, даст вектор развития креативных индустрий в России, обеспечит экономический рост других отраслей экономики в целом. Решение задачи усложняется отсутствием мониторинга, сложностью и неоднозначностью оценки эффективности функционирования креативных индустрий, а также их вклада в развитие экономики. Часть секторов креативных индустрий находятся на самоокупаемости (медиа и функциональное творчество), часть относятся к дотационным и финансируются государственным сектором (объекты культурного наследия и искусства). Важно определить ориентиры и границы развития и финансовой поддержки креативной индустрии, с точки зрения оценки экономической целесообразности, что и будет являться основой для оценки эффективности экономико-управленческих стратегий развития и финансовой поддержки креативных индустрий.

Для подхода к решению данной приоритетной задачи необходимо определить динамику связи креативных индустрий с остальной экономикой путем моделирования.

Рассмотрим подходы к моделированию более подробно, обозначим ценность всей экономики как *Э*, данный показатель может выражаться в ВВП, РВП, общей выручке и обороте предприятий экономического сектора, а экономическую ценность креативных индустрии как *КИ* (оборот, выручка предприятий и организаций креативной индустрии), значимость *КИ* для экономики в целом выразим как $З_{ки}$, что дает нам главное уравнение [2]:

$$З_{ки}=КИ/Э \quad (1)$$

На языке математики это говорит о том, что значимость креативной индустрии определяется ее долей во всей хозяйственной деятельности государства, региона. Креативная отрасль значима в статическом смысле и сопоставима с другими секторами экономики, внося свой вклад в доход, занятость, торговлю.

Подразумевается, что разработка государственных стратегий развития и финансовой поддержки креативных индустрий должна осуществляться пропорционально этому значению, что целесообразно с точки зрения политических аспектов – уделять внимание секторам экономики пропорционально доле дохода, рабочих мест, которые данный сектор генерирует, что верно для статического равновесия.

Но для экономического анализа важна не только статическая значимость, но и динамическая связь между креативной индустрией и остальными отраслями. Рассмотрим, как изменение активности *КИ* повлияет на совокупную активность *Э*. Аксиома заключается в том, что изменение *КИ* в некоторой степени влияет на изменение *Э*. Предлагаемые модели, представляют собой набор возможных динамический взаимосвязей, в которых изменение активности *КИ* имеет: отрицательное (модель благосостояния), нейтральное (модель конкуренции) или положительное (модель роста, инноваций) влияние на экономику. Для оценки изменения активности *КИ* и *Э* используются коэффициенты динамики изменения данных показателей за период времени – $Кд_{КИ}$ и $Кд_{Э}$. Для удобства анализа используется предположение о том, что $Кд_{КИ}/Кд_{Э}=0$, поскольку рост влияет на креативные индустрии не иначе, как и на другие отрасли экономики. Для анализа взаимосвязи используется такой показатель, как полезность креативных индустрий, обозначается как $П_{КИ}$, им является занятость населения в данной отрасли. Также стоит обращать внимание на такие показатели, как посещаемость объектов культурного наследия, визуального и исполнительского искусства, инновационная активность, охват медиа контентом и другие.

Анализ изменения полезности креативных индустрий может являться индикатором для применения государством тех или иных инструментов и механизмов стимулирования и поддержки креативных отраслей в виде стратегий развития и финансовой поддержки.

Рассмотрим четыре модели креативных индустрий, разработанные австралийскими учеными Стюартом Д. Куннингемом и Джейсоном Поттсом на основе исследований американского экономиста, специалиста в области экономики культуры Коуэна Тейлора [8] *(Potts, Cunningham, 2008)*:

1. Модель благосостояния

Модель предполагает, что отдельные сферы деятельности креативной индустрии могут отрицательно воздействовать на экономику, потребляя больше ресурсов, чем производя. Показатель роста общей производительности факторов производства в креативных индустриях меньше, чем в других отраслях, также ряд креативных отраслей характеризуются отрицательным уровнем прибыли. В частности, это означает,

что рост в креативных отраслях происходит за счет совокупного экономического роста, за счет перераспределения ресурсов и доходов. Но несмотря на это, креативный сектор экономики производит культурные продукты, которые увеличивают благосостояние, что делает его функционирование экономически обоснованным и целесообразным. Модель благосостояния характеризуется следующими условиями:

$$(Кд_{КИ}/Кд_{Э})<0; (Кд_{ПКИ}/Кд_{П})>0 \quad (2)$$

В модели благосостояния общий эффект положительный, это связано с производством товаров высокой культурной ценности $(Кд_{ПКИ}/Кд_{П})>0$, но низкой рыночной стоимости $(Кд_{КИ}/Кд_{Э})<0$. Производство по своей сути невыгодно, потому что кривые спроса лежат ниже себестоимости.

Если эти два условия соблюдаются, то задачи государственной стратегии развития и поддержки креативных индустрий в таком случае должны быть основаны на оценке нерыночной стоимости, перераспределении доходов и ресурсов, поддержании низкого уровня цен для защиты ценного актива (культурного производства), который находится под угрозой в рыночной экономике.

2. Модель конкуренции

Модель конкуренции рассматривает такие отрасли креативной индустрии, как досуг и развлечения. Данные отрасли не являются экономически отстающими и не генерируют продукты высокого морального значения. Размер и ценность данных креативных индустрий, а также их рост имеет пропорциональный, но структурно нейтральный эффект для всей экономики. В данном случае отрасли развлечения и досуга креативных индустрий в совокупности не будут привносить в экономику большие или меньшие доходы, технологические изменения, инновации или рост производительности, чем в среднем по другим секторам экономики. Поэтому отношение показателей динамики ценности креативных индустрий (оборот, выручка предприятий и организаций креативных индустрий) к ценности всей экономике (общей выручке предприятий и организаций экономического сектора) будет нейтральным, то есть показатель динамики ценности экономики в целом будет равен динамике ценности креативных индустрий досуга и развлечений в экономике. Равно как и полезность креативных индустрий сферы досуга и развлечений (динамика занятости населения в данных сферах креативных индустрий будет равна динамике занятости населения в экономике в целом).

Модель конкуренции предполагает, что отрасли креативной индустрии вполне конкурентоспособны, их функционирование основано на конкурентном перераспределении ресурсов на рыночной основе. Условия данной модели:

$$(Кд_{КИ}/ Кд_{Э})=0; (Кд_{ПКИ}/Кд_{П})=0 \quad (3)$$

Модель конкуренции не исключает возможности того, что экономика и условия функционирования креативных индустрий являются «особыми» в условиях крайней

неопределенности спроса, модели доходов, тенденции к монополии, сложных рынков труда и прав собственности, информационной асимметрии, но данные проблемы координации в конечном итоге решаются в условиях конкуренции, так же, как и проблемы функционирования других отраслей экономики.

При соблюдении условий данной модели креативные индустрии не требуют разработки особых оградительных экономико-управленческих стратегий развития со стороны государства, кроме применения последовательных мер стимулирования, регулирования и поддержки, как и к другим отраслям экономики.

Применению данной модели более всего соответствуют такие отрасли креативной индустрии, как кино, телевидение, издательское дело, видеоигры.

3. Модель роста, инноваций

Модель роста явно предлагает положительную экономическую связь между ростом креативной индустрии и ростом в совокупной экономике, при этом креативные отрасли являются «движущей силой» роста. Креативные индустрии генерируют новые идеи, технологии, инновации, которые распространяются на другие сектора экономики, способствуют их принятию и сохранению (стимулирование роста со стороны предложения), и, в свою очередь, рост в совокупной экономике пропорционально увеличивает рост в сфере креативной индустрии (стимулирование роста со стороны спроса).

$$(Кд_{КИ}/ Кд_{Э})>0; (Кд_{ПКИ}/Кд_{П}) \geq 0 \quad (4)$$

Со стороны государства, при условии соблюдения условий модели, должны разрабатываться стратегии поддержки инноваций, стратегии инвестирования в экономический рост, в развитие потенциала креативной индустрии для удовлетворения спроса на продукты и услуги данной отрасли.

Модель роста рассматривает креативные индустрии как драйверы роста из-за их роли в принятии, сохранении и освоении новых идей и технологии. Креативные индустрии создают новые отрасли и рыночные ниши для стабилизации и развития существующих отраслей экономики.

Таким образом, данные модели определяют экономические ориентиры развития креативных индустрий для государства, связывая их с остальной экономикой, демонстрируя три возможных режима динамического взаимодействия с совокупной экономикой.

1. Модель благосостояния (передача ресурсов из остальных секторов экономики в сектора креативных индустрий).

Экономический ориентир для государства – необходимы эффективная дотационная политика, перераспределение доходов и ресурсов других отраслей с целью финансовой поддержки креативных индустрий, поддержание цен с целью сохранения ценного актива (культурного продукта).

Таблица

Результаты расчетов динамической взаимосвязи роста креативных индустрий с совокупной экономикой ряда регионов России (для расчетов использовались данные ежегодных статистических сборников социально-экономических показателей регионов России за 2014–2018 гг.)

Регионы России	$З_{КИ}$, в% от Э на 2017 год	$Кд_{Э}$	$Кд_{КИ}$	$Кд_{КИ}/Кд_{Э}$	$Кд_{П}$	$Кд_{ПКИ}$	$Кд_{П}/Кд_{ПКИ}$	Рекомендации по применению моделей креативных индустрий
Москва и Московская область 2013–2017 гг.	8,0	1,4	1,7	1,18	1,3	1,0	0,8	Модель роста инноваций
Санкт-Петербург 2013–2017 гг.	4,3	1,6	1,1	0,69	1,2	1,0	0,8	Модель роста, инноваций
Новосибирская область 2013–2017 гг.	2,0	1,3	-0,3	-0,26	1,0	1,0	1,0	Модель благосостояния
Республика Татарстан 2013–2017 гг.	3,0	1,4	1,3	0,94	1,1	0,9	0,9	Модель роста, инноваций
Свердловская область 2013–2017 гг.	2,3	1,3	-0,3	-0,23	1,0	1,0	1,0	Модель благосостояния
Нижегородская область 2013–2017 гг.	5,0	1,5	1,7	1,14	1,0	1,0	1,0	Модель роста, инноваций
Воронежская область 2013–2017 гг.	3,9	1,4	1,5	1,03	1,0	1,0	0,9	Модель роста, инноваций
Краснодарский край 2013–2017 гг.	1,3	1,7	-0,6	-0,35	1,1	1,0	0,9	Модель благосостояния
Саратовская область 2013–2017 гг.	1,4	1,2	-0,5	-0,42	0,9	1,1	1,3	Модель благосостояния
Ульяновская область 2013–2017 гг.	5,1	1,2	2,4	1,99	0,9	1,0	1,2	Модель роста, инноваций

Источник: составлено автором

2. Модель конкуренции (креативная индустрия функционирует, как и другой обычный сектор экономики, на основе конкуренции).

Экономический ориентир для государства – креативные индустрии не требуют разработки особых оградительных экономико-управленческих стратегий развития со стороны государства, кроме применения последовательных мер стимулирования, регулирования и поддержки, как и к другим отраслям экономики.

3. Модель роста, инноваций (государственная инвестиционная и инновационная политика).

Экономический ориентир для государства – разработка государственной инвестиционной и инновационной политики, стратегии развития, роста и поддержки креативных индустрий и их потенциала.

С помощью представленных моделей рассчитаем и проанализируем динамическую взаимосвязь между креативными индустриями и совокупной экономикой отдельных регионов России на основе статистической информации за несколько лет.

Для оценки совокупной экономики региона в динамике будем использовать коэффициент динамики совокупного оборота организаций за период времени ($Кд_{Э}$).

Значимость креативных индустрий для совокупной экономики региона ($З_{КИ}$) выразим через отношение оборота организаций сферы креативных индустрий к совокупному обороту организаций за отчетный период времени (*Э*).

Значимость креативных индустрий в динамике будет выражать коэффициент динамики креативных индустрий за период времени ($Кд_{КИ}$).

Полезность креативных индустрий ($П_{КИ}$) выразим через показатель занятости населения в сфере креативных индустрий, изменение в динамике за период времени будет отражать коэффициент динамики полезности ($Кд_{ПКИ}$). Региональную занятость населения в динамике выразим как $Кд_{П.}$

Результаты расчетов динамической взаимосвязи роста креативных индустрий с совокупной экономикой ряда регионов России представим в таблице *(табл.)* [9]

Заключение

Выделим регионы с темпами развития креативных индустрий, опережающими развитие экономики регионов: Москва и МО, Нижегородская, Воронежская и Ульяновская области. Для отмеченных регионов наиболее приоритетна в применении модель роста, инноваций, где главным экономическим ориентиром в плане развития креативных индустрий для государства выступает разработка государственной инвестиционной и инновационной политики, стратегии развития, роста и поддержки креативных индустрий и их потенциала [10] *(Glushkova, 2019)*.

Отметим регионы с отрицательной динамикой развития креативных индустрий: Новосибирская и Свердловская области, Краснодарский край, Саратовская область. Здесь приоритетным направлением на первоначальном этапе развития креативных отраслей станет применение модели благосостояния с ориентиром на государственную дотационную политику и финансовую поддержку креативных индустрий.

Ввиду происходящих существенных изменений в показателях эффективности креативных индустрий, разнообразии их бизнес-моделей будет целесообразным применять вышеописанные модели не к креативной индустрии в целом, а к ее секторам и отраслям, определяя ориентиры оценки их эффективности для разработки экономико-управленческих стратегий развития и финансовой поддержки креативных индустрий.

ИСТОЧНИКИ:

1. Глушкова Ю.О. Обеспечение социально-экономической безопасности креативных индустрий. / Экономическая безопасность и управление инновациями: Сборник трудов Международной науч.-практ. конференции. – Саратов, 2019.
2. Florida R., Tinagli I. Europe in the Creative Age. [Электронный ресурс]. URL: http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/Europe_in_the_Creative_Age_2004.pdf (дата обращения: 7. 08. 2019).
3. Джон Хокинс Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. / Креативная экономика: Материалы XIV Межрегиональной науч.-практ. конференции, 14–15 янв. 2010 г., [г. Екатеринбург]. – Екатеринбург: Изд-во Уральского гос. университета. – М.: КЛАССИКА XXI, 2011.
4. Francesca Ciulli, Ans Kolk Incumbents and business model innovation for the sharing economy: Implications for sustainability. Journal of Cleaner Production, Volume 214, 20 March 2019, Pages 995-1010
5. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. / А.А. Томпсон А. Дж. Стрикленд; Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ., 1998.
6. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. – М.: Высшая школа экономики, 2014.
7. Статистический бюллетень Банка России № 9 (316) 2019 г
8. Potts J., Cunningham S. Four models of the creative industries // International Journal of Cultural Policy, 2008.
9. Https://www.gks.ru/
10. Глушкова Ю.О. Экономико-управленческая стратегия: сущность и содержание. / А. В. Васина, Ю. О. Глушкова // Экономическая безопасность и управление инновациями: Сборник трудов Международной науч.-практ. конференции. – Саратов, 2019.

REFERENCES:

Dzhon Khokins (2011). *Kreativnaya ekonomika. Kak prevratit idei v dengi* [Journal of creative economy. How to turn ideas into money] (in Russian).

Florida R., Tinagli I. Europe in the Creative Age. Retrieved August 7, 2019, from http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/Europe_in_the_Creative_Age_2004.pdf

Glushkova Yu.O. (2019). *Ekonomiko-upravlencheskaya strategiya: sushchnost i soderzhanie* [Economic and managerial strategy: essence and content] (in Russian).

Glushkova Yu.O. (2019). *Obespechenie sotsialno-ekonomicheskoy bezopasnosti kreativnyh industriy* [Ensuring socio-economic security of creative industries] (in Russian).

Khezmondalsh D. (2014). *Kulturnye industrii* [Cultural industry] (in Russian).

Potts J., Cunningham S. (2008). *Four models of the creative industries International Journal of Cultural Policy*.

Tompson A.A. (1998). *Strategicheskiy menedzhment. Iskusstvo razrabotki i realizatsii strategii* [Strategic management. The art of the strategy development and implementation] (in Russian).