



УДК 338.2:334.012.42

Ю.К. Запривода

Запривода Юлия Константиновна студентка 2 курса группы УКИ/бак-24-1 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: julia180103@mail.ru.

Научный руководитель: **Павлова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: lexfati72@mail.ru.

СЕГМЕНТАЦИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РОССИИ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

В статье рассматриваются актуальные вопросы классификации и сегментации креативных индустрий в Российской Федерации с позиции теоретико-методологических подходов и управленческих последствий.

Ключевые слова: креативные индустрии, классификация, теоретико-методологические подходы, креативная экономика, цифровизация.

Yu.K. Zaprivoda

Zaprivoda Yuliya Konstantinovna, 2nd-year student of the UKI/bak-24-1 group of the Faculty of Humanitarian Education of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy str., 33), e-mail: julia1801@mail.ru.

Scientific supervisor: **Pavlova Olga Aleksandrovna**, Doctor of Philology, Associate Professor of the Department of Socio-Cultural Activities of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy str., 33), e-mail: lexfati72@mail.ru.

SEGMENTATION AND CLASSIFICATION OF CREATIVE INDUSTRIES IN RUSSIA: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES AND MANAGERIAL IMPLICATIONS

This article examines current issues of classification and segmentation of creative industries in the Russian Federation from the perspective of theoretical and methodological approaches and managerial implications.

Keywords: creative industries, classification, theoretical and methodological approaches, creative economy, digitalization.

В условиях изменчивости глобальной экономики креативные индустрии стали существенным фактором социально-экономического развития. В России роль креативных индустрий повышается в условиях необходимости многообразия экономики и снижения зависимости от сырьевого сектора.

Концепция креативных индустрий сформировалась на стыке культурной политики, экономики и менеджмента [5]. Развитие концепции прошло несколько этапов, начиная от узкого понимания, такие как искусство и культурное наследие, к широкому, включая все виды деятельности, которые основаны на творчестве и интеллектуальной собственности.

В научных источниках выделены различные подходы к определению креативных индустрий.

Культурологический (подход ЮНЕСКО) – акцент на культурной ценности и сохранении наследия. В рамках этого подхода отмечают музеи, театры и т.п.

Экономический (модель DCMS) – выделяют по рыночным характеристикам, ключевые показатели – объем экспорта, количество рабочих мест.

Технологический – сегментация происходит по уровню цифровизации, этот подход обусловлен анализом IT-сектора, цифровых медиа [1].

Смешанный – данный подход учитывает творческий успех, интеллектуальную собственность и ориентацию рынка. Охватывает довольно широкий спектр сфер деятельности.

Сегментируя креативные индустрии, используют разные критерии, такие как вид творческой деятельности, целевую аудиторию, связь с культурным наследием, в том числе и степень инновационности. На формирование государственной поддержки сектора влияет выбор подхода к сегментации. Например, развитию экспортноориентированных отраслей способствует экономический подход, на сохранение культурного наследия влияет культурологический подход, технологический подход, игнорируя традиционные виды творчества, может стимулировать инновации.

Применяя сравнительный анализ квалификационных моделей, мировые практики предлагают следующие схемы:

Подход Великобритании (DCMS) – схема выделяет 13 секторов: маркетинг, архитектура, ремесла, дизайн, киноиндустрия, видеоигры, мода, музыка, исполнительское искусство, издательское дело, телевидение, радио, музеи.

ЮНЕСКО – включает в себя сегменты, такие как исполнительские искусства и литература.

Азиатские модели, представленные Китаем и Южной Кореей, фокусируются на цифровых технологиях, ключевые моменты – IT, анимация, видеоигры нового уровня.

Российская классификация базируется на Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности, она закреплена в нормативных актах, включая в Концепцию развития до 2030 г. [7]. ИСИЭЗ

НИУ ВШЭ группирует 16 секторов [6]: искусство и культура, медиа и коммуникация, дизайн и архитектура, видеоигры, мода и ремесла, креативные индустрии и др.

К большому сожалению, действующая система сталкивается с рядом проблем [4]:

Множество направлений креативных индустрий неразрывно связаны между собой, именно эта причина делает разделение секторов малоэффективным, затрудняет разработку целевых мер поддержки.

Единая классификация не учитывает различия специализации регионов, это приводит к тому, что универсальные меры поддержки становятся неактуальными для отдельных территорий, в которых креативные индустрии опираются исключительно на локальные преимущества.

Быстрорастущие сегменты, например VR/AR, не выделены отдельно, что снижает потенциал роста. Опираясь на Атлас креативных индустрий Агентством стратегических инициатив (АСИ) [3], отсутствие четких классификаций новых направлений мешает системному развитию.

Привлечение иностранных инвестиций затруднено, так как система расходится с международными стандартами. Это создает барьер выхода российских компаний на международные рынки.

Региональное разделение играет ключевую роль в формировании разнообразной экосистемы креативных индустрий [4]. Анализ данных Атласа креативных индустрий (АСИ) показывает, что в России уже сложились устойчивые территориальные кластеры со своей специализацией [3]:

В крупных мегаполисах сосредоточены крупнейшие студии, платформы для коммерциализации идей. Москва, Санкт-Петербург и др. задают тренды в цифровых технологиях, дизайне.

В городах с традиционными ремеслами делают ставку на развитие народных промыслов, адаптируя в современность. Креативные индустрии опираются на культурное наследие, сочетают традиционные техники и инновационные подходы.

Индустриальные регионы демонстрируют интеграции креативных решений в промышленность. Цифровые технологии, дизайн модернизирует производство, повышают конкурентоспособность традиционных отраслей.

Туристические регионы развивают креативные индустрии через событийный туризм и культурное наследие, создавая арт-проекты, фестивали с уклоном в фольклор.

Проблемы системы классификации требуют комплексного решения, как подчеркивается в исследованиях АСИ, ключом к развитию является сочетание унификации подходов и учета региональной специфики [3; 4].

Анализ потенциала сегментов, проведенный Агентством стратегических инициатив (АСИ) совместно с Институтом статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ [6], указывает на то, что высокий экспортный потенциал у IT, дизайна, значительный внутренний спрос на маркетинг.

Говоря об управленческих последствиях классификации, выбор модели имеет значительные управленческие последствия для политики развития сектора.

К позитивным последствиям правильной классификации относятся: целевая поддержка; позволяющая четко выделять сегменты и разрабатывать адресные меры поддержки (гранты, субсидии и т.п), строго ориентированы на конкретные потребности отраслей; развитие инфраструктуры – благодаря пониманию структуры сектора становится возможным грамотное планирование создания креативных кластеров, образовательных центров; а также адаптация кадровой политики – образовательные программы корректируются под реальные потребности рынка [10].

В рисках неверной классификации можно отметить: размытые критерии сегментации приводят к ошибкам в статистике, появляется дисбаланс поддержки, если классификация не отражает реального потенциала, то ресурсы распределяются неравномерно, административные барьеры – нечеткие определения – затрудняют получение государственной

поддержки, дублирование мер – ведомства поддерживают один и тот же сегмент по разным критериям.

Для того чтобы повысить эффективность управления секторами, необходимо:

1. Стандартизировать международную и российскую классификации. Согласование российской системы с международными подходами позволит упростить сравнение данных, облегчить выход российских компаний на глобальные рынки.

2. Детализировать цифровые сегменты в ОКВЭД (выровнять сектор, опираясь на азиатские стандарты), что позволит оперативно реагировать на новые технологические тренды, создаст целевые поддержки инноваций.

3. Учет специализаций территорий – разработка различных стратегий для разных территорий позволит использовать локальные конкурентные преимущества, стимулировать межрегиональное сотрудничество.

Таким образом, сегментация и классификация креативных индустрий – основа для принятия управленческих решений. Российская система классификации, безусловно, развивается благодаря нормативной базе, но, как и любой проект, требует доработки: учета цифровизации, регионального разделения, контактов с международными подходами, совершенствования статистики. Именно эти доработки позволят повысить точность статистики, что оптимизирует господдержку, поможет стимулировать рост экспорта и укрепит позиции Российской Федерации в глобальной экономике.

Список источников

1. Антонова, В.Г., Елисеева, Ю.А. Реализация политики развития креативных индустрий в условиях цифровизации экономики // Петербургский экономический журнал. – 2021. – № 2. – С. 66-73.

2. Абанкина, Т.В. Ёмкость внутреннего рынка и экспортный потенциал креативных индустрий в России// Творческие (креативные) индустрии: справочник. – М., 2022.
3. Атлас креативных индустрий Российской Федерации / Агентство стратегических инициатив. – 2021-2023.
4. Боровицкая, Д.Н., Залевская, М.А. и др. Стратегические инструменты развития креативных индустрий в регионе// Социально-гуманитарные знания. – 2022. – № 3.– С. 377-389.
5. Зеленцова, Е.В., Гладких Н.В. Творческие индустрии: теории и практики. – 2-е изд. – М., 2021.
6. ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. Классификация креативных индустрий в России // Творческие (креативные) индустрии: справочник. – М., 2022.
7. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (утв. Распоряжением Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р).
8. Мартынов, А.В., Ширеева Е.В. К вопросу о видах административно-правовых барьеров развития креативных индустрий в Российской Федерации // Правовая политика и правовая жизнь. – 2022. – № 4. – С. 131-141.
9. Тургель, И.Д., Баскакова И.В. и др. Методологические подходы к измерению креативных индустрий// Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2022. – №6(168). – С.19-28.
10. Шкарина В.С. Особенности развития креативных индустрий в современной экономической политике // Государственное управление. Электронный вестник. – 2022. – № 94. – С. 133-144.