

УДК 332.14 + 334.021

Морданов Максим Андреевич

Mordanov Maksim Andreevich

Аспирант

Post graduate

Сургутский государственный университет

Surgut State University

ОСОБЕННОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Аннотация: в настоящее время представители бизнес-сферы работают в непредсказуемой среде из-за быстрого развития технологий, влияния различных факторов и неопределенностей. Эти условия требуют от предпринимателей использования в том числе креативного подхода для разработки и производства новых продуктов и услуг на рынке. «Креативное предпринимательство» стало собирательным термином, обозначающим деятельность предпринимателей, относящихся к креативным индустриям. Ключевая персона в данном случае – субъект, который создает и реализует творческий или интеллектуальный капитал. Цель данной статьи состоит в обзоре особенностей представителей бизнес-среды в области креативных индустрий.

Ключевые слова: креативность, предпринимательство, бизнес-среда, креативные индустрии.

Features and opportunities of creative industries enterprises

Abstract: nowadays representatives of business sphere work in unpredictable environment due to fast development of technologies, influence of various factors and uncertainties. These conditions require entrepreneurs to use, among other things, a creative approach to develop and produce new products and services in the marketplace. “Creative entrepreneurship” has become a collective term referring to the activities of entrepreneurs belonging to the creative industries. The key personage in this case is an entity that creates and realizes creative or intellectual capital. The purpose of this article is to review the characteristics of representatives of the business environment in the creative industries.

Key words: creativity, entrepreneurship, business environment, creative industries.

Предпринимательский процесс в креативных индустриях основан на распознавании возможностей, которые влияют на способность представителей бизнес-сегмента создавать новые предприятия или значительно улучшать положение существующего бизнеса, а также на креативности самих предпринимателей.

Для оценки результативности деятельности бизнеса в креативных индустриях применяются пять показателей предпринимательского успеха: карьерные достижения, социальная репутация, предпринимательское счастье, расширение возможностей и финансовое удовлетворение.

Внося значительный вклад в развитие мировой экономики в течение последних двух десятилетий, креативные индустрии все чаще становятся объектом внимания в исследованиях предпринимательской сферы [1, 2]. Креативные индустрии – это новая группа экономических секторов, которые способствуют социальной интеграции, культурной диверсификации, наращению доходов, торговле и инновациям, создавая экономические и трудовые преимущества в смежных секторах услуг и производства. Созданию новых предприятий в креативных индустриях способствует наличие творческой составляющей в деятельности предпринимателей. В литературе последние определяются как те, кто использует свои художественные и творческие способности для выявления возможностей и создания продуктов и услуг; а также как те, кто объединяет ресурсы для использования этих возможностей в качестве создания и развития предприятия [3]. Успех нового бизнес-проекта во многом зависит от таланта и поведения предпринимателей.

Креативные отрасли включают в себя экономические сектора, которые используют творчество, культурные знания и интеллектуальную собственность для производства, продвижения, распространения и коммерциализации товаров, услуг и мероприятий культурного, художественного, социального характера [4]. В частности, креативные индустрии включают такие сектора, как искусство,

ремесло, дизайн, мода, киносъемка, реклама, архитектура, издательское дело, СМИ, исполнительское искусство и культурное наследие. Предприятия исследуемых отраслей создают доход за счет производства культурных продуктов и услуг и создания добавленной стоимости, основанной на творчестве. Товары и услуги, производимые характеризуемыми представителями бизнес-сегмента, передают культурное и творческое содержание, которое создает ценность для потребителей.

Предпринимательство в рамках креативных индустрий воплощает дух предприимчивости и деятельность, которая ведет к созданию культурных и творческих ценностей путем удовлетворения спроса потребителей культуры на самовыражение, развлечения и укрепление идентичности. В существующей литературе творческий предприниматель рассматривается как человек, который внедряет инновации в культурные и творческие продукты или услуги и использует предпринимательские принципы для организации и управления творческой деятельностью в коммерческом контексте [5].

Креативные индустрии обычно характеризуются высокой неопределенностью рынка и избыточным предложением творческих продуктов и услуг. Решив начать предпринимательскую карьеру, предприниматели сталкиваются с дилеммой баланса между артистизмом и оригинальностью, практичностью и коммерческой целесообразностью. С точки зрения теории предпринимательского познания, ключом к решению этой дилеммы является креативность предпринимателей и их способность определять рыночные возможности. В данных отраслях предпринимательская креативность как определяет способ создания потребительских ценностей и прибыли бизнеса посредством производства товаров или услуг, так и является источником решения управленческих проблем. Предпринимательское творчество рассматривается как стимулятор организационных инноваций, эффективности и развития, а распознавание возможностей представляет собой способность предпринимателей определять потенциальные рыночные ниши и тем самым удовлетворять потребности целевой аудитории. Понимание динамики рынка и

обнаружение подходящих возможностей имеют решающее значение для успеха нового предприятия.

Кроме того, институциональная среда также сильно влияет на успех предпринимательства в креативных индустриях. Одно из основных препятствий для предпринимательства заключается в недостатке ресурсов для ведения предпринимательской деятельности [6]. В то же время креативность, анализ рынка и ресурсов могут не привести к желаемым результатам, если предприниматели не смогут получить ресурсы среды, необходимые для преобразования их творческих идей и выявленных возможностей в осуществимые бизнес-инициативы.

Хотя вклад креативных индустрий в мировую экономику широко признан [4], исследователи и представители бизнес-сообщества не обладают достаточным уровнем понимания, что конкретно приводит к успеху в контексте креативных индустрий [7].

Традиционно исследователи предпринимательства определяют успех бизнес-проекта с точки зрения экономической отдачи и развития хозяйствующей деятельности. Однако последние исследования показали, что цели и поведение многих предпринимателей не соответствуют этим критериям [8]. Например, хотя предприниматели стремятся коммерциализировать свои творческие идеи или произведения культуры с целью получения прибыли, финансовый результат сам по себе не является движущей силой их деятельности. Подобные предприниматели рассматривают основание бизнеса как средство реализации своих культурных и творческих устремлений. Таким образом, они создают положительную социальную репутацию благодаря своему творческому профессионализму. Предприниматели проектов из области креативных индустрий воспринимают карьерный успех в виде реализации человеческого потенциала, а не финансовых результатов предприятия. Поэтому измерение карьерного успеха предпринимателей данной сферы только с помощью финансовых показателей может быть нецелесообразным. В силу данного положения интеграция экономических и неэкономических показателей может

отразить карьерный успех, реально воспринимаемый творческими предпринимателями.

Ни в одной другой отрасли промышленности не является столь очевидными наличие творческих способностей и использование их в процессе предпринимательской деятельности. Исследователи креативных индустрий признают важность достижения баланса между артистизмом, оригинальностью, практичностью и коммерцией. При этом поиск творческих идей и обнаружение рыночных возможностей являются центральными в этом процессе.

Креативность не оказывает прямого влияния на финансовые результаты деятельности предприятий. Изобретательность и оригинальность представителей исследуемого сектора не могут быть гарантией финансовой отдачи из-за субъективного характера потребительских предпочтений на рынке креативных индустрий.

Креативные индустрии оживляют национальные экономики по всему миру и оказывают большое положительное влияние на социальное развитие. Если развитие обозначенного сектора является важным приоритетом государственной политики, необходимо создать благоприятную институциональную среду для креативных стартапов, поскольку достаточность ресурсов и всесторонняя поддержка играют ключевую роль в реализации бизнес-идей.

Библиографический список:

1. Chaston, E. Sadler-Smith. Entrepreneurial cognition, entrepreneurial orientation and firm capability in the creative industries. *British Journal of Management*, 23 (3) (2012), pp. 415-432

2. Chen, M.H., Chang, Y.Y., Lee. C.Y. Creative entrepreneurs' guanxi networks and success: Information and resource. *Journal of Business Research*, 68 (4) (2015), pp. 900-905

3. Rae, D. Creative industries in the UK: Cultural diffusion or discontinuity. *Entrepreneurship in the creative industries: An international perspective*, Edward Elgar (2007), pp. 54-71
4. UNESCO. Creative economy report: 2013 special edition. United Nations Development Programme, France (2013)
5. HKU. The entrepreneurial dimension of the cultural and creative industries. Hogeschool voor de Kunsten, Netherlands (2010)
6. Manolova T.S., Eunnii R.V., Gyoshev B.S. Institutional environments for entrepreneurship: Evidence from emerging economies in Eastern Europe. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 32 (1) (2008), pp. 203-218
7. Chen M.H., Chang Y.Y., Wang H.Y., Chen M.H. Understanding creative entrepreneurs' intention to quit: The role of entrepreneurial motivation, creativity, and opportunity. *Entrepreneurship Research Journal*, 7 (3) (2017).
8. Wach D., Stephan U., Gorgievski M. More than money: Developing an integrative multi-factorial measure of entrepreneurial success. *International Small Business Journal*, 34 (8) (2016), pp. 1098-1121.