

УДК 332:330.3
DOI

КРИТЕРИИ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО БИЗНЕСА НА ЭКОНОМИЧЕСКОМ РЫНКЕ РОССИИ

Комаров П.И., Крамлих О.Ю., Киященко Л.Т., Скок А.Н., Чупаренкова А.А.

*ФГБОУ ВО «Финансовый университет при правительстве Российской Федерации»,
Смоленский филиал, Смоленск, e-mail: pikomarov@fa, oykramlikh@fa.ru,
ltkiaschenko@fa.ru, SkokArina67@yandex.ru, Chuparenkova@yandex.ru*

Целью научного исследования стало рассмотрение критериев и условий реализации творческого бизнеса на современном экономическом рынке, так как для реализации успешного творческого бизнеса очень важно понимать и проследживать имеющиеся данные для вывода определенных закономерностей деятельности. В исследовании использовались общенаучная методика познания, методы информационно-статистического анализа, методы динамики для эффективной организации предпринимательской деятельности в творческой области в настоящее время. Рассмотрены критерии и способы реализации творческого бизнеса, классификация, с применением бизнес-идей. Проанализирована информация по реализации творческого бизнеса. Сформулированы основные факторы и особенности в работе продвижения творческого бизнеса, в части выявления проблем по применению данного бизнеса, в мотивации и создании бизнеса на основе своего творческого потенциала. Сделаны выводы о возможности реализовать свои творческие идеи и проекты, независимо от чужих мнений и решений, создании оригинальных продуктов и услуг, которые станут популярными на рынке, с возможностью получать прибыль за счет уникальности и инноватики. Предложена необходимость в разработке программы поддержки экспорта продукции креативных творческих индустрий. Результаты исследования смогут способствовать механизму перспективного развития предпринимательства, которое зависит от уровня творческой индивидуальности, умения создавать новые идеи и привлекать аудиторию.

Ключевые слова: бизнес, креативные индустрии, рынок, экономическое развитие, творческий потенциал, конкуренция, мотивация

CRITERIA AND FEATURES OF IMPLEMENTING A CREATIVE BUSINESS IN THE RUSSIAN ECONOMIC MARKET

Komarov P.I., Kramlikh O.Yu., Kiyaschenko L.T., Skok A.N., Chuparenkova A.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation, Smolensk branch,
Smolensk, e-mail: pikomarov@fa, oykramlikh@fa.ru, ltkiaschenko@fa.ru,
SkokArina67@yandex.ru, Chuparenkova@yandex.ru*

The purpose of the scientific research was to consider the criteria and conditions for the implementation of creative business in the modern economic market, since for the implementation of a successful creative business it is very important to understand and trace the available data to deduce certain patterns of activity. The study used general scientific methods of cognition, methods of information and statistical analysis, methods of dynamics for the effective organization of entrepreneurial activity in the creative field at the present time. The criteria and ways of implementing creative business, classification, with the use of business ideas are considered. The information on the implementation of creative business is analyzed. The main factors and features in the work of promoting creative business have been formed, in terms of identifying problems in the application of this business, in motivating and creating a business based on one's creative potential. Conclusions are drawn about the possibility of realizing your creative ideas and projects, regardless of other people's opinions and decisions, creating original products and services that will become popular on the market, with the opportunity to make a profit due to uniqueness and innovation. The need to develop a program to support the export of products of creative industries is proposed. The results of the study will be able to contribute to the mechanism of long-term development of entrepreneurship, which depends on the level of creative individuality, the ability to create new ideas and attract an audience.

Keywords: business, creative industries, market, economic development, creative potential, competition, motivation

Введение

Актуальность развития творческого бизнеса обусловлена важностью поддержания малого бизнеса для развития экономики в России. Причинами необходимости такого бизнеса являются: создание новых рабочих мест, содействие инновациям, развитие регионов, снижение зависимости от крупных корпораций. Малый бизнес способен помочь устранить кризисные проявления

в экономической сфере страны. В связи с этим государство создает программы для возможности реализации как массового, так и индивидуального предпринимательства в направлении творческого бизнеса. Данное направление при внедрении в системы управления способно к постоянному увеличению развития процессов экономических систем в разных сферах жизни человека. С 5 по 8 июня 2024 г. проходил 27-й Петер-

бургский международный экономический форум, который поставил задачу перед Правительством по разработке государственной политики в области экономики развития и экономики спроса. Важным инструментом данной политики станет правовое регулирование по ведению реестра участников рынка, определению органа власти, который бы осуществлял госполитику в области креативных индустрий в экономике. Существенную часть полномочий делегируют регионам, которые смогут отбирать наиболее значимые для себя креативные индустрии.

Цель исследования заключается в рассмотрении критериев и условий реализации творческого бизнеса на современном экономическом рынке, так как для реализации успешного творческого бизнеса очень важно понимать и прослеживать имеющиеся данные для вывода определенных закономерностей деятельности.

Материалы и методы исследования

В ходе исследования применялись общенаучные методы познания, методы информационно-статистического анализа, динамические методы для правильной организации предпринимательской деятельности в творческой области в современных условиях.

Результаты исследования и их обсуждение

Творческое предпринимательство (творческий бизнес) – это деятельность, важной компонентой которой является творческая составляющая, что позволяет получить необходимый для покупателя продукт нестандартным подходом и с достаточным доходом для производителей.

Анализируя место и роль творческого бизнеса в развитии экономики, стоит выделить ряд его особенностей и отличительных черт. К одним из важных и основных черт креативного бизнеса является наличие общественной пользы, постоянное движение за новыми трендами в мире, урегулирование накопившихся проблем и задач, применение нестандартных подходов. Все, что связано с постоянным развитием экономики, ведет к увеличению количества нерешенных задач.

Творчество способно создавать продукт, который сможет выдержать конкуренцию на рынке, а также повысить уровень позиции самой фирмы. Постоянная конкуренция требует формирования новых бизнес-идей, способных опередить конкурентов.

Большая неконтролируемая требовательность от клиентов, которая, в свою очередь, нужна для удовлетворения их запросов. Примером из жизни может послужить

индустрия моды. Креативность и творческий подход, а также воплощение генерации идей в материальные образы. Идея «уличной одежды» смогла с использованием универсального кроя удешевить изготовление толстовок, футболок, которые стали трендом в современном обществе.

Важность творческого бизнеса в современном мире прослеживается в ситуациях проблемы ценовой стоимости создания товара. Необходимость в уменьшении стоимости составления бизнес-идей происходит благодаря активизации творчества сотрудников [1].

Переход человека от поиска средств к существованию к реализации своих личностных значимых ориентиров на самосовершенствование и самореализацию как личности расценивается учеными, как новый феномен современного общества. Несомненно, в этом помогут только творческие идеи, способные утолять потребности общества.

Доказано, что в России процесс развития творческого потенциала протекает медленно и неоднозначно. Многие руководители не используют подходы творческого развития для улучшения своего бизнеса, а наоборот, считают, что понятие творчества очень расплывчато и неуместно в экономике. Для них привычнее использование старых «проверенных» схем управления. По их мнению, творчество требует затрат для реализации идеи, а запрос сотрудников, несомненно, принесет только убытки. Предприниматели теряют возможность генерации новых идей, давая другим фирмам при конкуренции занимать наиболее выгодное положение. К сожалению, тем самым с учетом нежелания вносить в бизнес творческий потенциал предприниматели замедляют общий рост экономики в России. Можно заключить, что неиспользование творческого потенциала работников влечет к увеличению экономических кризисов, которые в нашей стране всеми силами пытаются устранить [2].

Многие предприниматели не задумываются о том, что хобби может стать основным источником дохода. Отметим, что творческий бизнес включает в себя многие виды деятельности, такие как дизайн, фотография, музыка, рукоделие, кино, мода, реклама (рис. 1).

Рассмотрим численность занятых в творческом бизнесе по России (рис. 2).

Численность творческого бизнеса в России в 2023 г. составила 3,4 млн чел., или 4,9% от общей численности занятых, за пять лет она увеличилась практически на треть (рис. 2). С 2020 г. наблюдался планомерный рост данной категории работников.

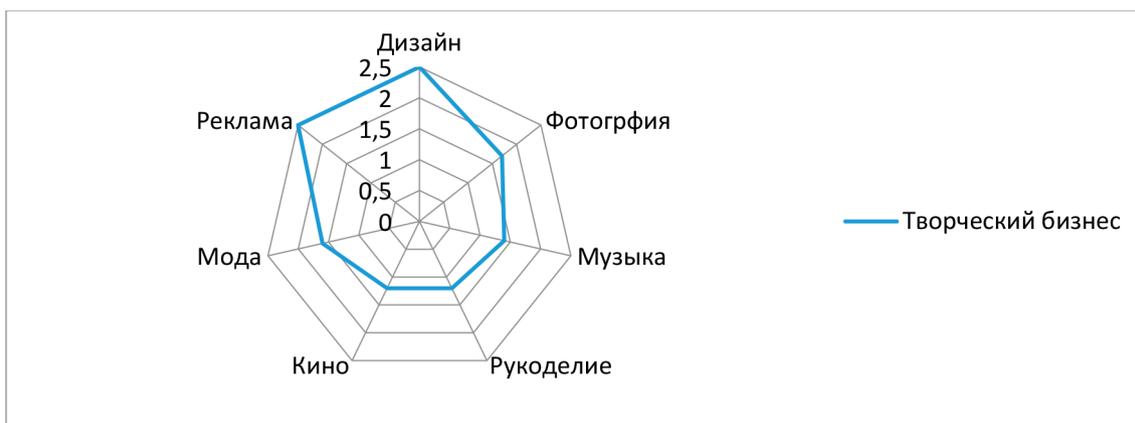


Рис. 1. Соотношение творческого бизнеса с направлениями
 Источник: составлено авторами по данным Минкультуры России <https://stat.mkrf.ru/indicators/>

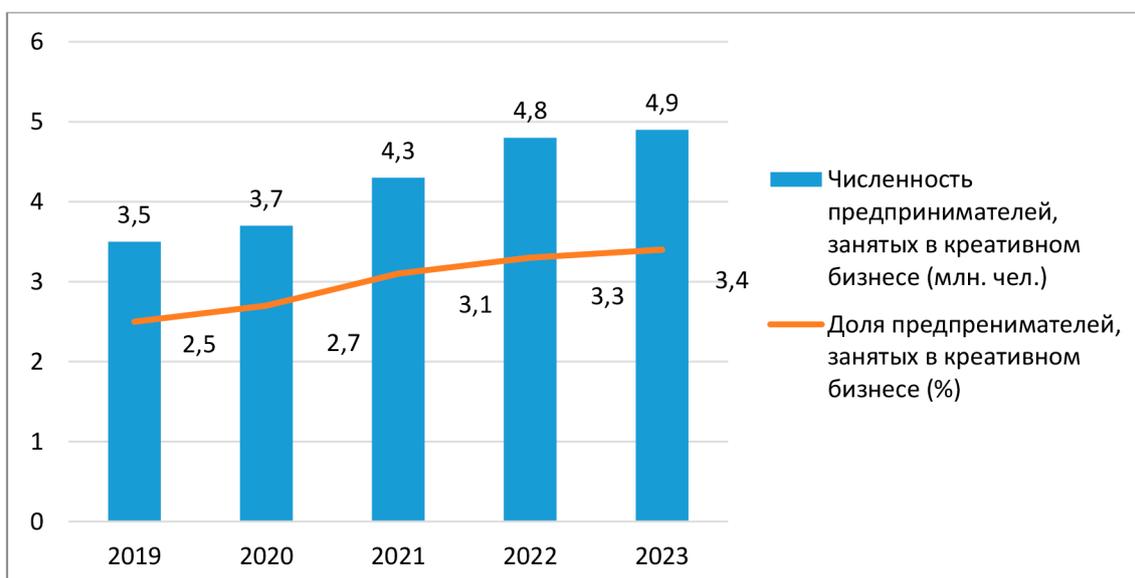


Рис. 2. Динамика численности занятых в творческом бизнесе в России
 Источник: составлено авторами по данным Росстата России <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Gershman-14032023.pdf>

Творчество становится человекоориентированным, не только обогащает и просвещает внутренний мир, но и решает конкретные проблемы [3].

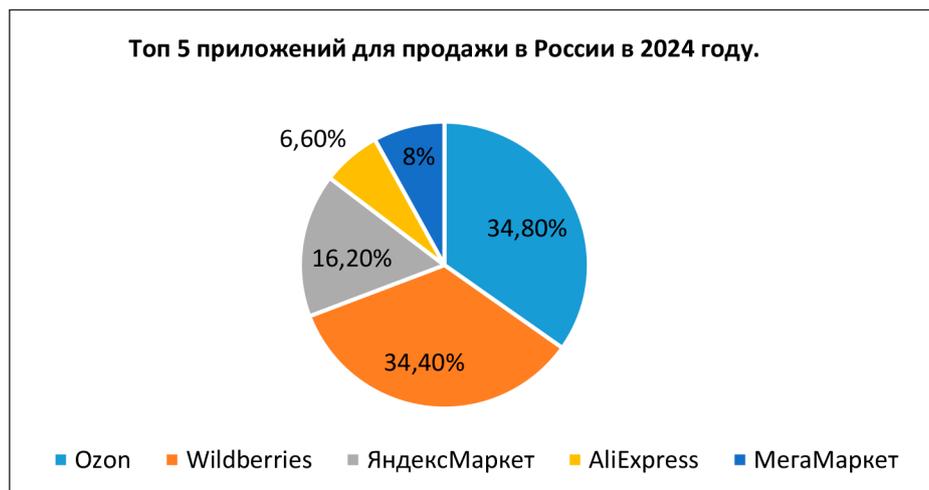
С точки зрения маркетинга емкость российского рынка пока недостаточно исследована. Культурные организации и администрации городов в России традиционно напрямую изучают потребительское поведение, но не касаются вопросов, которые помогают понять, как человек хотел бы активно проводить время и что-то придумывать.

Система поддержки предпринимательства работает в каждом регионе России, но нигде нет отдельной адресной линии

и специальных программ, тогда как этот сектор нуждается в особом внимании [4].

В развитии бизнеса в каждой из сфер могут применяться одни и те же средства продвижения. Поэтому предлагается выделить современные критерии и способы продвижения творческого бизнеса:

1. Доступность торговли через социальные мессенджеры или маркетплейсы, такие как Telegram, WhatsApp, Авито и др. Время пандемии заставило пересмотреть традиционные способы продажи. Решением послужили онлайн-сервисы, которые смогли занять лидирующее место по сбыту товаров в настоящий момент.



*Рис. 3. Популярные приложения продаж ведущих маркетплейсов в 2024 г.
Источник: составлено авторами по результатам опроса
Сервиса аналитики маркетплейсов <https://mpstats.io/>*

По данным сайтов в России на 2024 г. лидирующее место занимает Ozon. Распределение по процентам по использованию приложений представлено на рис. 3.

Доступность сервисов позволяет находить клиентов в других городах и даже странах. Конечно, каждое приложение имеет свои правила и установки, но это не мешает использовать их для создания собственного бизнеса.

2. Меры поддержки креативного бизнеса. Совсем недавно, в 2021 г., была подписана «Концепция развития творческих индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года», которую подписал премьер-министр Михаил Мишустин. В ней описаны тенденции и принципы развития творческих индустрий, которых будет придерживаться наша страна в ближайшие годы. Согласно этому документу, предполагается создание условий, способных облегчить доступ товаров и услуг отечественным производителям на рынок, что создаст преимущества в конкуренции отечественных производителей с зарубежными производителями. Также предполагается совершенствование системы образования в сфере творческих индустрий. Нехватка необходимых знаний в сфере креативного бизнеса вызывает настороженное отношение предпринимателей к этой сфере [5].

3. Наличие строгого и конкретного бизнес-плана. Для реализации задуманного необходимо расписать каждый шаг, в котором будут определены задачи, средства и способы. Также возможен вариант в определении времени на каждый этап плана. Это помо-

жет в успешной мотивации выполнения задач за конкретный срок [6].

4. Умение найти нестандартное представление созданного продукта в глазах общества.

5. Для реализации любой бизнес-идеи нужен достаточный объем знаний об устройстве и структуре экономики, основах бухгалтерского учета и налогообложения и осуществления непосредственного контроля за бизнес-процессами.

Рассмотрев критерии и способы реализации творческого бизнеса, можно предположить, что современные условия являются наиболее доступными для любого человека, решившего начать свое дело. Обобщив собранную информацию, можно сделать вывод о том, что творческими индустриями можно назвать связь искусства с экономикой, в ходе которой возникает новый формат организации рабочего места, где до сих пор не установлены масштабы воздействия творческих индустрий на экономику [7].

Существуют различные подходы, которые позволяют в какой-то мере установить зависимость развития данного направления бизнеса на рынок в целом. К одним из таких подходов относится анализ статистики занятости населения в сфере креативных индустрий на основе сопоставления всех групп профессий. Это позволяет исследовать весь спектр профессий, возникающих в творческом бизнесе. На основе этого возможно проследить процесс развития данного бизнеса для дальнейшего прогнозирования его роли в национальной и мировой экономике.

Инструментом продвижения творческого бизнеса служит картирование. Оно

используется в изучении и определении исторических (культурных), а также творческих потенциальных ресурсов. Это помогает в исследованиях возможностей и потребностей на определенных территориях развития креативных индустрий. Благодаря данному методу происходит сбор и анализ данных, выявление слабых зон, прогнозирование новых перспектив. По ряду особенностей в нашей стране картирование является основным инструментом для формирования стратегий по развитию творческого бизнеса в секторе креативной экономики [8].

На основании вышеизложенного можно констатировать, что в настоящее время сложились благоприятные условия для развития творческого бизнеса, также креативный творческий бизнес может быть доступным и интересным процессом, который позволит раскрыть свои творческие идеи и достичь успеха в выбранной сфере.

С развитием информационных технологий расширился доступ населения к изучению и реализации собственного предпринимательства. До этого предпринимательство казалось сложным делом и требовало большого количества вложенных финансов. Сейчас можно открыть собственное дело очень легко, и оно не обязывает вкладывать колоссальные суммы. Первоначальные затраты минимальны, и их можно просчитать заранее. Такими темпами малый бизнес будет привлекать все большее внимания людей, желающих открыть свое дело.

Постепенный процесс развития творческих креативных индустрий повлияет на переход от сырьевой к интеллектуальной зависимости на рынке. Преобладающим фактором станет защита прав на творческую деятельность, что с развитием искусственного интеллекта становится сложнее. В настоящее время самозанятые могут регистрировать товарный знак. Также это могут сделать обычные люди, включая иностранцев, также можно регистрировать права на логотип, название, доменное имя на основании Закона от 28.06.2022 № 193-ФЗ «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации».

В нашей стране существует множество барьеров и проблем, из-за которых креативная индустрия развивается медленно. В настоящее время предпринимаются государственные меры для развития креативных индустрий, которые являются межотраслевыми и межведомственными задачами [9].

В настоящее время креативная индустрия не включена в работу министерств и ведомств центрального правительства и региональных представительств, что пре-

пятствует реализации не только идей развития креативной индустрии [10]. Необходимо пересмотреть профильную работу, расширить функции министерств по обеспечению реализации идей и мер государственной поддержки творческих индустрий. Поддерживать креативную индустрию в России необходимо с помощью создания специальных органов государственного и общественного управления с соответствующими полномочиями. Наиболее подходящей для креативного бизнеса является кластерная модель, основанная на тесной кооперации видов деятельности. В крупных городах России более 15 лет назад стали формироваться и развиваться творческие кластеры. В результате дальнейшего развития они смогут стать основной особенностью развития креативных индустрий, которые откроют устойчивое развитие в этом деле. Поэтому основным направлением в развитии будет бизнес-модель, включающая в себя экономические процессы, проекты и предложения по созданию креативных кластеров для заинтересованных территорий и инвесторов. Она должна строиться на примерах передовой практики, реализуемых в настоящее время. Необходимо активизировать сотрудничество крупных предприятий с предпринимателями, занимающимися творческим бизнесом. Это организации культуры, образования, спорта, благоустройства города и красота.

Заключение

В исследовании выявлено, что творческий бизнес является перспективным направлением для развития современного предпринимательства. Успех такого бизнеса зависит от уровня творческой индивидуальности предпринимателя, способности обобщать новые идеи и привлекать аудиторию. Творческий бизнес необходимо продолжать развивать и расширять по масштабам. Таким образом, креативный бизнес является перспективным направлением развития предпринимательства, и его успех зависит от способности предпринимателя обобщать новые идеи, привлекать аудиторию и адаптироваться к меняющимся рыночным условиям.

Список литературы

1. Алеева А.О. Творческий бизнес: особенности создания и управления // Путеводитель предпринимателя. 2022. Т. 15. № 4. С. 70–75. DOI: 10.24182/2073-9885-2022-15-4-70-75.
2. Толстикова С.Н., Травинова Г.Н., Падылин Н.Ю., Лыкова Т.А. Творческий потенциал личности как психологический феномен // Искусство и образование. 2021. № 1 (129). С. 171–177. DOI: 10.51631/2072-0432_2021_129_1_171.
3. Егоров А.Н. Креативная экономика: понятие, перспективы и меры поддержки в Российской Федерации // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. 2023. № 24. С. 114–122.

4. Раянова Г.Ф. Фонды поддержки предпринимательства и развитие предпринимательства на региональном уровне // Экономика и предпринимательство. 2020. № 6 (119). С. 312–316. DOI: 10.34925/EIP.2020.119.6.064.

5. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р. Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. 20 сентября 2021 г. № 2613-р. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402745784/> (дата обращения: 09.06.2024).

6. Лапшова О.А., Крамлих О.Ю., Киященко Л.Т. Повышение устойчивости малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации в кризисный период // Фундаментальные исследования. 2022. № 9. С. 42–46. DOI: 10.17513/fr.43325.

7. Амеличкин А.В. Интернет-продвижение организаций сектора творческих (креативных) индустрий // Научное и практико-ориентированное обеспечение социокультурной деятельности в условиях развития креативных индустрий. Орёл: Орловский государственный институт культуры, 2023. С. 6–21.

8. Аюпова И.Х. Креативные индустрии и культурная идентичность: инструменты взаимного продвижения на примере Республики Татарстан // Журнал Новой экономической ассоциации. 2022. № 2 (54). С. 229–234. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-54-2-14.

9. Семенова О.О., Тормозова В.А. Развитие малого и среднего предпринимательства в сфере креативных индустрий // Legal Bulletin. 2023. Т. 8, № 4. С. 178–190.

10. Абанкина Т.В. Креативная экономика в России: новые тренды // Журнал Новой экономической ассоциации. 2022. № 2 (54). С. 221–228. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-54-2-13.