

## ЛИДЕРСТВО В ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЯХ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

Бойцова Н.Д.

*студентка 4-го курса факультета менеджмента,  
стажер-исследователь Лаборатории экономики культуры  
НИУ ВШЭ — Санкт Петербург*

**Abstract.** At present not only in Russia but throughout the world are active discussions about the role and significance of creative industries in the socio-economic development of modern society. As part of the knowledge economy, post-industrial economy and improving the investment climate factor not only in the capitals, but also in regions, the creative industries are becoming a greater influence on the development of Russian economy. What should be the leaders in the creative industries to improve the creative economy?

В настоящее время не только в России, но и по всему миру идут активные дискуссии о роли и значении креативных индустрий в социально-экономическом развитии современного общества.

Являясь частью экономики знаний, постиндустриальной экономики и методом улучшения инвестиционного климата не только в столицах, но и в регионах, креативные индустрии приобретают все большее влияние на развитие российской экономики. Так как большинство креативных индустрий имеют в основе различные виды культурной и творческой деятельности, ведение бизнеса в этой сфере предполагает сочетание предпринимательских качеств и опыта в сфере культуры [Zelentsova, Melvil, 2011, с. 19–21].

Развитие креативных индустрий в России сопряжено с рядом проблем, к числу самых важных из которых относятся: отсутствие понимания значения творческой экономики в обществе в целом, отсутствие эффективных механизмов поддержки данной сферы, отсутствие специальных образовательных программ, направленных на развитие отрасли. Привлечь финансирование в области креативной экономики гораздо сложнее, чем в прочих отраслях с более высокой нормой рентабельности и очевидными финансовыми результатами (недвижимость, производство, страхование), и получить деньги на материальные активы легче, чем на нематериальные [Puchta, Schneider, Haigner, 2010, с. 21–24]. Большин-

ство творческих проектов успешны благодаря лидерским качествам основателя, его способностям создать команду единомышленников и найти своего потребителя. Большинство фирм в сфере творческих индустрий — микроорганизации и энтузиасты, создающие проектные команды, тесно общающиеся в среде единомышленников. Специфика их деятельности — создание инновационных продуктов и услуг, неопределенность спроса, высокие риски реализации продукции, нестабильность финансирования и т.д. В большинстве случаев такая деятельность не может обеспечить генерирование устойчивого дохода, при этом доля импорта товаров творческих индустрий велика.

Чтобы креативные предприниматели могли развиваться, а данный сектор мог расти, необходимы соответствующая инфраструктура и технологии креативного менеджмента, в том числе информационные, партнерские, финансовые, правовые и другие. Одно из препятствий ведения бизнеса в сфере творческих индустрий в России — несоблюдение авторских прав и сложные юридические схемы их защиты. Таким образом, одна из важных задач лидера в сфере творческих индустрий — защита бизнеса от копирования и подделок.

Хочется отметить, что пока указанные обстоятельства еще не окончательно осознаны российским обществом. В России есть перспективы к развитию творческих индустрий, раз эта ниша не до конца заполнена. В развитых странах малый бизнес приносит до 70% ВВП, в России лишь 15–17%. Даже в таких развивающихся странах, как Китай, Индия, креативные индустрии развиваются молниеносно [Исследования Леонтьевского центра...].

Джон Хокинс определяет творческих предпринимателей как людей, использующих свой творческий потенциал таким образом, чтобы открыть богатство, находящееся внутри них [Хокинс, 2011, с. 32]. С другой стороны, любой предприниматель креативен, но не любой творческий человек является предпринимателем. Творческий предприниматель — это человек, сочетающий бизнес-качества и творческие способности.

Кем бы по природе ни являлся творческий предприниматель, ему всегда необходимо образование (причем не все существующие российские, да и зарубежные образовательные программы дают необходимые знания и умения), окружение, которое помо-

жет советом, то есть друзья, знакомые, коллеги. Также важен определенный опыт, умения, компетенции и качества лидера (табл. 1).

Таблица 1

Умения, компетенции и качества лидера в творческих индустриях

Умения, компетенции лидера в ТИ	Личностные качества
инициативность, воодушевление и мотивация других людей навыки коммуникации умение видеть и решать проблемы развитие и поддержание контактов стратегическое мышление (способность анализировать ситуации в долгосрочной перспективе) административные способности, организация процессов маркетинговые навыки творческое мышление	навыки коммуникации организованность способность к риску творческое мышление

Креативная экономика является панацеей от любого кризиса, так как она создает отрасли, которых недавно еще вообще не было. Без креативности нет инноваций, а без инноваций — прогресса. А предприимчивые, активные лидеры в творческих индустриях призваны своими идеями привести нас в экономику знаний.

*Литература*

1. Исследования Леонтьевского центра. URL: [http://www.creative.leontief.net/data/Creative\\_ru.pdf](http://www.creative.leontief.net/data/Creative_ru.pdf)
2. Хокинс Д. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. 2011. С. 256.
3. Puchta D., Schneider F., Haigner F. The Berlin Creative Industries: an Empirical Analysis of Future Key Industries. 2010. P. 149.
4. Zelentsova E., Melvil E. Creative industries. Russian profile. 2011. P. 56.