

## **ФАКТОРЫ ТИПОВОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РЕГИОНЕ**

**Асанова Марал Кабдрахмановна**

ассоциированный профессор учреждения образования  
«Карагандинский университет имени академика Е. А. Букетова»;

кандидат экономических наук  
(Казахстан)

2massanova77@mail.ru

**Абауова Гульжан Мейрамовна**

ассоциированный профессор учреждения образования «Казахский  
университет экономики, финансов и международной торговли»;

кандидат экономических наук  
(Казахстан)

4abauova\_g@mail.ru

**Канкулов Маргулан Канатович**

докторант 1-го курса обучения специальности «Экономика»  
учреждения образования «Карагандинский университет

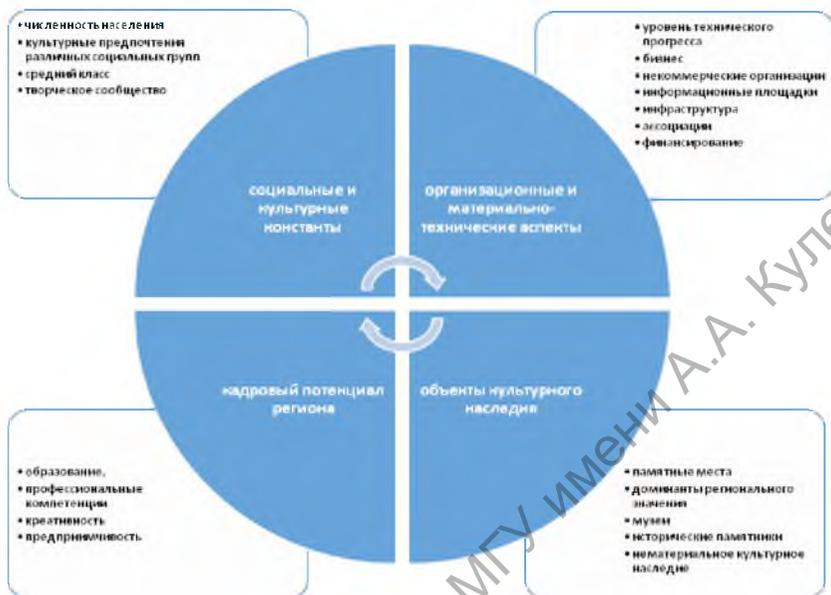
имени академика Е. А. Букетова»;  
(Казахстан)

kankulov.m@bk.ru

*Аннотация. При разработке программ развития креативных индустрий регионов необходима тщательная работа по учету всех имеющихся ресурсов и их эффективному задействованию. Сотрудничество предприятий реального сектора с креативными индустриями преобразуется в коллаборацию, если представители творческого сообщества приносят креативные и нестандартные подходы и дают импульс к обновлению производств, продвижению брендов производимых товаров, запуску новых производственных проектов. Существование народных промыслов и ремесел как проявление национального культурного наследия делает возможным решение проблем занятости и производство уникальных изделий для искусственного и уставшего от массово-однотипных товаров потребителя.*

*Ключевые слова: креативные индустрии, креативная экономика, кадровый потенциал региона, культурные индустрии.*

Направленность и интенсивность развития тех или иных типов креативных индустрий в регионе предопределяется качеством четырех групп факторов, присущих региону (рис. 1).



### Факторы, предопределяющие типовую направленность и интенсивность развития креативных индустрий в регионе

Первая группа факторов, проявляющаяся в векторах развития креативных индустрий, состоит из социальных и культурных констант, включающих характеристики, которые как имеют количественное выражения, так и не имеют, и подлежат только качественной и субъективной оценке. Креативные индустрии основываются на активном задействовании интеллектуального капитала. Такие индустрии развиваются там, где есть люди с достаточным образованием и способные к творческому предпринимательству. Это означает, что важным условием становится наличие и развитие среднего класса.

Во второй группе детерминант креативных индустрий региона объединены организационные и материально-технические аспекты. В первую очередь, это сведения о количестве учреждений культуры, имеющих в регионе, об их профиле, их опыте в организации творческих мероприятий, оборудовании и материальном обеспечении.

Особую роль в привлечении волонтеров и активистов в креативные индустрии выполняют некоммерческие организации.

В третьей группе находятся характеристики кадрового потенциала региона. Дефицит узкоспециализированных сотрудников может сде-

лать невозможным развитие отдельных направлений креативных индустрий. Сосредоточение талантливых, образованных, профессиональных кадров дает возможность воплотить проект любой направленности и масштаба [1]. Для развития креативных индустрий трудовые ресурсы должны обладать компетенциями в трех разных направлениях: профессиональные компетенции, креативность, предприимчивость, иными словами, сочетать как hard skills, так и soft skills, что требует крайней индивидуализации творческого труда и более сложной программы развития навыков [2].

В четвертой группе факторов, предопределяющих развитие в регионе тех или иных креативных индустрий, собраны объекты исторического значения. Это могут быть как официально признанные объекты, значащиеся в государственных реестрах, так и популярные среди населения места и сооружения, представляющие культурную ценность.

Согласно выводам Arcos-Pumarola J., Paquin A.G., Sitges M.H., проекты, основанные на объектах нематериального культурного наследия, по сравнению с другими видами креативных индустрий, в меньшей степени зависят от степени развития инфраструктуры, и фокусируются на сбережении, актуализации, возрождении и применении традиционных знаний и технологий, пространств в рамках современного социокультурного контекста. Более того, популяризация нематериального культурного наследия посредством креативных проектов возводит и усиливает синергетические взаимосвязи по следующим направлениям: туристическому потенциалу региона, сообществу в медиа, «соседями по цеху» в рамках креативных индустрий и другими не смежными креативными индустриями, кадровому обеспечению, формированию рабочих мест [3].

Современные авторы (Guiso, L., Sapienza P., & Zingales L.) выделяют культуру как особый стратегический фактор, специфический капитал, способный привести к экономическому росту. При успешном задействовании и финансировании культура может преобразить как отдельные регионы, так и социально-экономическую ситуацию в стране в целом. Культура, как ресурс в креативной экономике, способна приносить существенные доходы [4]. Сказанное особенно актуально в отношении национальных экономик, базирующихся в своих доходах на сырьевых ресурсах.

*Исследование выполнено в рамках проекта, финансируемого Комитетом по науке Министерства образования и науки Республики Казахстан. (Грант № AP14871023).*

## Список литературы

1. Lampel J., Germain O. Creative industries as hubs of new organizational and business practices // *Journal of Business Research*, 2016, Volume 69, Issue 7, Pages 2327-2333, ISSN 0148-2963. – Режим доступа: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.001> (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296315004245>).
2. Munro, E. Building soft skills in the creative economy: Creative intermediaries, business support and the ‘soft skills gap’ // *Poetics*, 2017, Volume 64, Pages 14-25, ISSN 0304-422X. – Режим доступа: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2017.07.002> (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X16301991>).
3. Arcos-Pumarola J., Paquin A.G., Sitges M.H. The use of intangible heritage and creative industries as a tourism asset in the UNESCO creative cities network // *Heliyon*, Vol. 9, Issue 1, 2023, e13106, ISSN 2405-8440. – Режим доступа: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13106>.
4. Guiso L., Sapienza P., & Zingales L. 2006. “Does Culture Affect Economic Outcomes?” *Journal of Economic Perspectives*, 20 (2): 23-48.DOI: 10.1257/jep.20.2.23. – Режим доступа: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.20.2.23>.