

Если подытожить, то можно сделать вывод, что при создании дизайна рекламы, формируется визуальный культурный код, которые не только определяет мировоззренческие позиции общества, но и формирует культуру бедующего. Поэтому, учитывая, то что одна из базовых культурных потребностей человека – это его взаимосвязь с уникальными традициями, культурой и языком, которые необходимо выражать в дизайне рекламы, тем самым формируя национальную идентичность.

1. Габова М. В. Дизайн рекламы в контексте конструирования визуального кода культуры современного общества. Свое издательство, 2017. – С. 1–3.

2. Кононенко Б. И. Большой толковый словарь по культурологии. – Москва: Вече, 2003. – 512 с.

3. Кончаловский А. С. «Надо разобраться с культурным геномом»: интервью 14.06.2012. – Текст: электронный. – URL: <http://www.politekonomika.ru/may-june2012/nado-razobratsya-s-kulturnym-genomom/>. (дата обращения: 16.09.22).

4. Осмоловская О. Признаки культурного кода. – Текст: электронный. – URL: <https://fb.ru.turbopages.org/fb.ru/s/article/458279/yazyik-i-simvoliyi-kulturnyi-kulturnye-kodyi-opisanie-i-interesnyie-faktyi> (дата обращения: 20.10.22).

5. Искусство и цивилизационная идентичность / отв. ред. Хренов Н.А. Науч. совет РАН «История мировой культуры». – Москва: Наука, 2007. – 603 с.

УДК 398.8

ПУТИ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ ПРИМОРЬЯ НА ПРИМЕРЕ УЧАСТИЯ ДИЗАЙНЕРОВ В ХАКАТОНЕ, АКСЕЛЕРАТОРЕ И ДРУГИХ МЕРОПРИЯТИЯХ

А.Д. Зиновьева, Ким Гым Сун

бакалавры

Т.В. Метляева

канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В данной статье анализируются пути развития креативной индустрии Приморья на примере проведения дизайнерского хакатона, проекта акселератор и других мероприятий. В процессе исследования были рассмотрены тенденции развития креативной индустрии. Анализируются подходы к определению понятий: хакатон, акселератор, креативная индустрия.

Ключевые слова: хакатон, креативная индустрия, акселератор, Восточный экономический форум, предпринимательство, малый и средний бизнес, дизайн.

WAYS OF DEVELOPMENT OF THE CREATIVE INDUSTRY OF PRIMORYE ON THE EXAMPLE OF THE DESIGN HACKATHON, ACCELERATOR AND OTHER EVENTS

This article analyzes the ways of development the creative industry of Primorye on the example of a design hackathon, an accelerator project and other events. In the course of the research, trends in the development of the creative industry were considered. Approaches to the definition of concepts are analyzed: hackathon, accelerator, creative industry.

Keywords: hackathon, creative industry, accelerator, Eastern Economic Forum, entrepreneurship, small and medium business, design.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что творческие, или креативные, индустрии в нынешних реалиях становятся драйвером, который обеспечивает возникновение точек роста в областях и регионах, которые по тем или иным причинам оказались вне генеральных направлений экономического развития.

В предыдущем исследовании рассмотрены модели, в данной статье исследованы подходы к формированию креативной индустрии.

Креативные индустрии – это ежегодно растущий сектор экономики во всем мире. Более двадцати пяти стран мира сегодня ставят для себя приоритетом развитие креативных индустрий, имеют соответствующие программы и мониторинг вклада индустрий в местные экономики [1].

Объект исследования – креативная индустрия.

Предмет исследования – пути развития креативной индустрии Приморья.

Цель научной работы – исследовать пути развития креативной индустрии Приморья на примере участия дизайнеров в хакатоне, акселераторе и других мероприятиях.

Задачи данной исследовательской работы:

1. Проанализировать теоретические подходы к определению основных понятий исследования.

2. Выявить пути развития креативной индустрии территории.

3. Проанализировать направление развития креативной индустрии на примере дизайнерского хакатона, акселератора и ВЭФ.

Методология исследования.

В основе исследования лежит адаптационный подход. Методы анализа и синтеза: анализ сайтов и социальных сетей, анкетирование, включенное наблюдение (по следующим критериям: командная работа, вовлеченность в процесс, нацеленность на результат, конечный результат).

Научная новизна данного исследования заключается в обосновании все возрастающей роли креативных индустрий на региональном и федеральном уровне. Этот сектор демонстрирует более высокий рост по сравнению с другими отраслями: он генерирует порядка 3% мирового ВВП и обеспечивает работой 1% экономически активного населения планеты.

Однако в настоящее время становление креативных индустрий носит разрозненный и бессистемный характер, отсутствует алгоритм взаимодействия бизнеса и органов власти, не сформирована нормативно-методологическая основа, условия для осуществления деятельности представителей креативного бизнеса. За последние годы важность креативной индустрии значительно возросла [2].

Концепция креативных индустрий является сегодня одной из самых популярных инновационных идей, имеющих отношение как к культуре, так и к экономике.

Рассматривая теоретические подходы к определению понятий по теме исследования, мы выделили следующие характеристики, касающиеся основного направления исследования.

Таблица 1

Основные определения термина «Креативные индустрии»

Автор	Определение понятия
Дэвид Пэрриш	Под креативными индустриями следует понимать широкий спектр экономической деятельности, который связан с производством [3].
Представители Департамента культуры, спорта и медиа Соединенного Королевства	Креативные индустрии представляют собой деятельность, которая основана на творческом начале, таланте или навыках и несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и использования интеллектуальной собственности [4].
Ирина Никитина, журналист РБК	Креативные индустрии (Креативная экономика или экономика знаний) — особый сектор экономики, основанный на продаже товаров и услуг, являющихся результатом интеллектуальной деятельности. Существенную роль в производстве этих товаров и услуг играет развитие технологий и инноваций [5]

За основу исследования взято понятие из Creative Industries Mapping Document («Документ о картировании креативных индустрий») – первого объемного доклада, направленного на изучение влияния креативных отраслей на экономику. «Креативные индустрии – это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [6].

Развитию креативной индустрии способствует проведение различных мероприятий, таких как форумы, конференции, симпозиумы, где специалисты различных профессиональных сфер деятельности могут представить свои творческие разработки, идеи, проекты и готовые продукты, уже сформированные или находящиеся на стадии разработки.

Такое мероприятие, как Хакатон является одним из эффективных инструментов разработки идеи и планирования направлений продвижения продукта.

Рассматривая теоретические подходы к определению понятий по теме исследования, мы выделили следующие характеристики, касающиеся основного направления исследования.

Основные определения термина «Хакатон»

Автор	Определение понятия
Колин Вуд, бывший журналист Government Technology and Emergency Management	Хакатон (англ. hackathon от hacker «хакер» + marathon «марафон») – форум для разработчиков, во время которого специалисты из разных областей разработки программного обеспечения (программисты, дизайнеры, менеджеры) сообща решают какую-либо проблему на время [7].
Александр Пряхин, основатель компании Outlines Tech	Хакатон – это соревнование, в котором командам нужно за короткое время разработать прототип продукта (например, веб-сервис или мобильное приложение) для решения определенной проблемы, с которой столкнулся бизнес-заказчик» [8]
Любовь Крупенникова, оператор хакатонов	Хакатон – отличный инструмент нетворкинга, набора людей в команду или поиска инвестора для своего стартапа. Как правило, задачу на хакатон ставят компании: предприниматель хочет реализовать ту или иную идею, а стартапы-участники ищут решение [9]
Пшеничная Виктория Викторовна, канд. психол. наук, Короткевич Эльвира Ринатовна, канд. филол. наук, доцент	Хакатоны возникли в ИТ-сообществе как компьютерные марафоны, где программисты, менеджеры проектов и дизайнеры графики и интерфейсов интенсивно сотрудничали над проектами программного обеспечения в течение одного или нескольких дней [10]

Проанализировав теоретический подход к определению понятия «хакатон», были рассмотрены понятия следующих авторов: Колин Вуд, Александр Пряхин, Любовь Крупенникова, Пшеничная Виктория Викторовна, Короткевич Эльвира Ринатовна.

За основу исследования взяли определение понятия Александра Пряхина, основателя компании Outlines Tech, чья команда заняла в 2021 году призовое на всероссийском хакатоне «Цифровой прорыв». «Хакатон – это соревнование, в котором командам нужно за короткое время разработать прототип продукта (например, веб-сервис или мобильное приложение) для решения определенной проблемы, с которой столкнулся бизнес-заказчик».

Наряду с рассмотренным выше мероприятием, большой популярностью в развитии современного бизнеса пользуются проекты, такие как Акселератор

Основные определения термина «Акселератор»

Автор	Определение понятия
Ванин Алексей, старший научный сотрудник отдела инновационной политики Института экономики НАН Беларуси	Акселератор – элемент инфраструктуры именно венчурного рынка, представляющий собой организацию, которая занимается выращиванием бизнесов на базе проектов, предлагаемых стартаперами, которые желают перейти вместе со своей идеей из сферы исследований и разработок в практическое предпринимательство и к прикладному применению [11].
Билл Шлей, маркетолог, автор книг по брендингу и коммуникациям	Бизнес-акселератор – социальный институт поддержки стартапов. Понятие описывает как учреждения, так и организованные ими программы интенсивного развития компаний через менторство, обучение, финансовую и экспертную поддержку в обмен на долю в капитале компании [12].
Елизавета Филимонова, Лингвист, кандидат филологических наук	Акселератор – организация, поддерживающая и развивающая стартап [13].
Николай Большаков, автор блога Calltouch	Бизнес-акселераторы – организации, которые поддерживают и развивают стартапы. Они оценивают потенциал проекта и предоставляют ему ресурсы, необходимые для успешного выхода на рынок: рабочее пространство, встречи с экспертами, финансирование, полезные контакты [14]

Рассмотрев основные подходы к определению понятия «акселератор», за основу исследования взят термин Билла Шлейя, маркетолога, автора книг по брендингу и коммуникациям, который считает, что акселератор – это институт поддержки стартапов, им может быть, как учреждения, так и программы интенсивного развития компаний.

Такие мероприятия способствуют развитию креативных навыков в предпринимательстве, грантовой поддержке, стимулированию инноваций и инвестиций в творчество.

Анализ развития творческих индустрий в России связан с определенными трудностями. Россия позже, чем западные страны, вошла в зону постиндустриального развития. Соответственно и предприятия творческих индустрий начали развиваться позднее.

Культурное богатство Приморья является основой формирования полноценной отрасли креативной экономики, что, в свою очередь, требует государственной поддержки для ее становления.

В ходе исследования, было выяснено, что на сегодняшний день в креативных индустриях Приморского края задействовано почти 8,5 тысяч организаций, что составляет всего 0,88% от организаций страны, задействованных в сфере творческих индустрий [15].

Выделены препятствия для развития креативных индустрий:

– «молодость рынков». Стroeние рынков происходит на копировании или адаптации зарубежных моделей, образцов и креативных продуктов. Следствием молодости рынков является примитивное представление заказчика о творческом производстве, что сказывается на его ожиданиях и уровне оплаты творческого труда;

– слабое развитие малого и среднего бизнеса. Творческие индустрии в основном представлены малыми предприятиями, доля которых в России оценивается на уровне 15–20%, в то время как в США их – 50–60%, в Китае – 55%, в странах ЕС – до 70%, а в Канаде 90% [16];

– неразвитое профессиональное образование и дефицит кадров. При наличии большого количества образовательных предложений, комплексное практико-ориентированное образование в сфере творческих индустрий получить можно только в центральной России [16].

Е.Р. Метелевой выделены следующие преимущества творческих индустрий как инструмента социально-экономического развития [17]:

1. Результат творческой деятельности может быть рассмотрен и как продукт (услуга) для резидентов и жителей территории и в качестве экспортного товара.

2. Креативные индустрии обладают мультипликатором занятости и способствуют росту рабочих мест не только в творческих отраслях, но и сфере услуг.

3. Производительность труда в творческой деятельности достаточно стабильна, что дает преимущество в периоды кризисов и спадов экономической активности.

Рассмотрев данные подходы сформулированы следующие выводы:

1. Результаты творческой деятельности могут быть рассмотрены имиджевыми продуктами и услугами.

2. Для формирования центров креативных индустрий необходима развитая инфраструктура, но для этого необходимо выстраивать связи между бизнесом и властью.

3. В условиях развития креативных индустрий в регионе должно учитываться своеобразие и идентичность региона.

4. Обязательно требуется поддержка со стороны.

4–5 апреля 2022 года в стенах ВГУЭС прошел дизайнерский хакатон «Марки-символы Приморья», который проводился в рамках проекта «Киберателье и креативные индустрии Приморья» в поддержку развития креативной экономики края и модной индустрии региона. Организаторами выступили: ВГУЭС, Правительство Приморского края и центр «Мой Бизнес». Проект актуализирует переход событий года креативной экономики к году поддержки культурного наследия региона (он рассчитан не только на fashion – дизайнеров, производителей одежды, создателей креативного контента, но и ремесленников). В Хакатоне приняли участие 164 человека: практикующие дизайнеры, маркетологи, брендмейкеры, специалисты сферы креативной индустрии, а также студенты Института креативных индустрий ВГУЭС. По его итогам разработаны 21 концепт новых дизайнерских решений и продуктов.

С 27 мая по 30 августа 2022 года прошел Акселератор «Фабрика брендов», где команды под присмотром наставников разрабатывали свои проекты. Акселератор был запущен в рамках реализации проекта «Киберателье и креативные индустрии Приморья», инициированного Правительством Приморского края при поддержке ЦРП «Мой бизнес», в партнерстве с Институтом креативных индустрий ВГУЭС.

Чтобы попасть на акселератор, нужна была готовая команда и как минимум идея, так участники Хакатона продолжили воплощать свои задумки в реальные проекты на следующем мероприятии.

Практико-ориентированная образовательная программа включала в себя:

– практикум по стратегическому маркетингу;

– индивидуальные консультации по конструктивным решениям производителей;

– поиск слабых мест в своих проектах, выявление болевых точек в будущем бизнесе;

– изучение основных трендов в моде и конструирования в 2022–2023 годах.

В Акселераторе опытные наставники давали советы команде, как выйти на новый рынок, какие проблемы и риски стоит учесть. Трекер помогал подробно прописать план задач — и команда начинала двигаться к цели.

Стоит выделить, что Акселератор помогает снизить риски и сэкономить время за счёт специальной среды и работы с экспертами. Он проверяет жизнеспособность проекта и даёт ему импульс для развития.

16 финалистов «Фабрики брендов» представили презентации своих коллекций на интерактивный фестиваль fashion-кейсов «Бренды, которые говорят» приморских дизайнеров, который прошёл во Владивостоке в рамках Восточного экономического форума 5–7 сентября.

Восточный экономический форум – международный форум, ежегодно проводящийся во Владивостоке с целью стимулирования иностранных инвестиций на Дальний Восток России и развития экономического сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе [4].

Дизайнеры края продемонстрировали модные образы, провели сторителлинг идеи каждой коллекции.

Большинство участников, представивших свои коллекции на фестивале «Бренды, которые говорят», прошли интенсивную подготовку при поддержке высококвалифицированных менторов – предпринимателей с многолетним опытом ведения бизнеса.

Проект нацелен на то, чтобы сделать Владивосток модной столицей Дальнего Востока.

Также на ВЭФ были проведены выставки «Улица Дальнего Востока», организованной Фондом Росконгресс и аппаратом полномочного представителя президента Российской Федерации в Дальневосточном федеральном округе, и ставшей традицией Восточного экономического форума во Владивостоке.

Целью выставочных объектов всего комплекса является демонстрация экономического и инвестиционного потенциала регионов Дальнего Востока, привлечение инвесторов и представителей сферы бизнеса.

Основные задачи выставки «Улица Дальнего Востока»:

– укрепление связей международного инвестиционного сообщества, российского бизнеса, федеральных, региональных и местных органов власти;

– всесторонняя экспертная оценка экономического потенциала российского Дальнего Востока, а также повышение конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности региона, как на российском, так и на международном уровне;

– презентация новых условий инвестирования и ведения бизнеса: территорий опережающего развития, Свободного порта Владивосток, господдержки перспективных инвестпроектов. В рамках ВЭФ представлен целый пул перспективных российских и зарубежных инвестпроектов, пригодных для практической реализации.

По результатам участия в ВЭФ и выставке «Улицы дальнего востока» участники получили возможность продвижения, большую узнаваемость, расширение зоны реализации своего бренда и возможность получения инвестиций, знакомства с представителями бизнес-среды ДВФО.

С целью анализа направления развития креативной индустрии Приморья на примере участия дизайнеров в Хакатоне, Акселераторе и других мероприятиях, было проведено анкетирование.

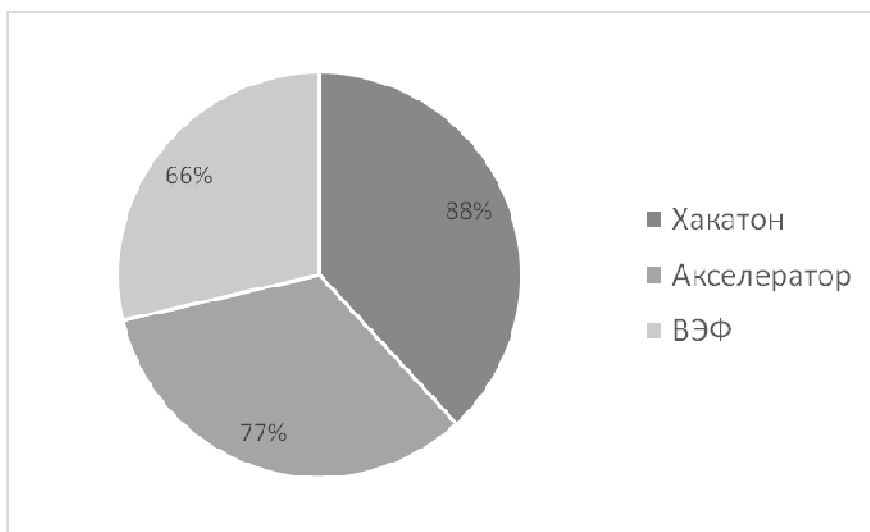


Рис. 1. В каких мероприятиях вы участвовали

По результатам анкетирования, на вопрос: «В каких мероприятиях вы участвовали?»: 88% респондентов участвовали в Хакатоне, 77% – в Акселераторе, 66% – на ВЭФ.

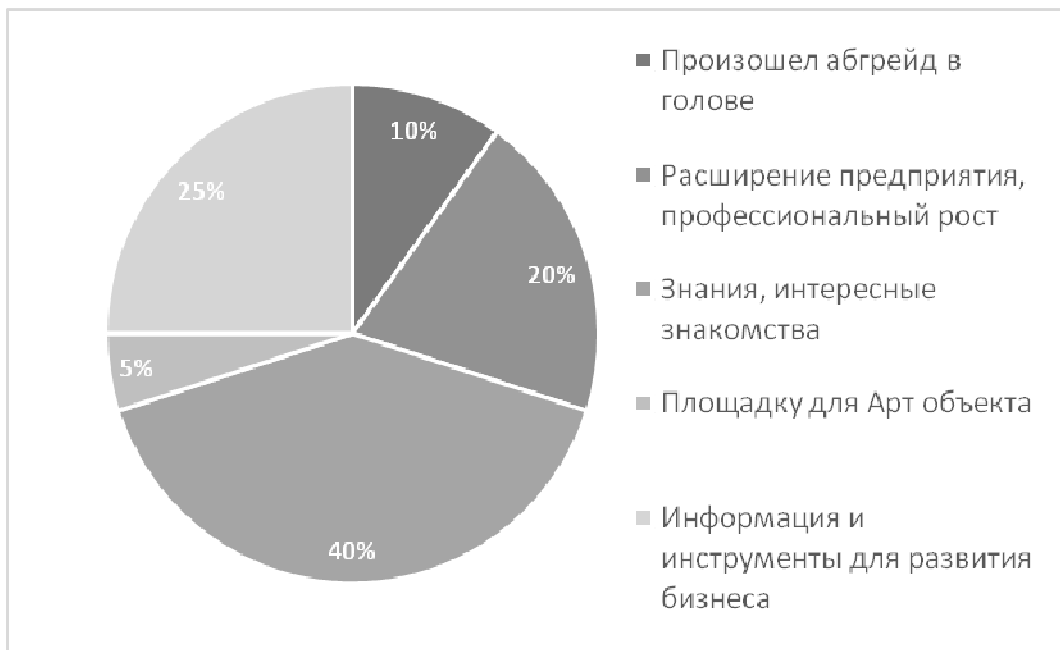


Рис. 2. Что дало вам участие в данных мероприятиях

По результатам анкетирования, на вопрос: «Что дало вам участие в данных мероприятиях?», чаще всего встречались следующие ответы: 40% респондентов получили знания, интересные знакомства, 25% – информацию и инструменты для развития бизнеса, 20% – расширили предприятие, получили профессиональный рост, у 10% респондентов произошел апгрейд в голове, 5% – создали площадку для арт-объекта.

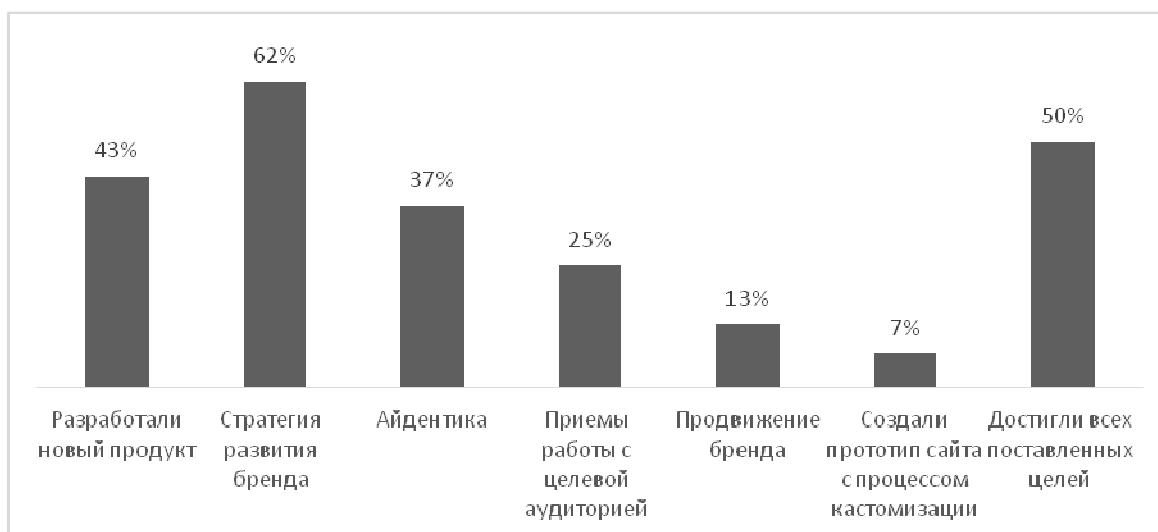


Рис. 3. Какие результаты в процессе работы были сформированы

На вопрос: «Какие результаты в процессе работы были сформированы?» 62% опрошенных ответили – получили стратегию развития бренда, 50% – достигли всех поставленных целей, 43% – разработали новый продукт, 37% – айдентика, 25% – приемы работы с целевой аудиторией, 13% – продвижение бренда, 7% – создали прототип сайта с процессом кастомизации.

По вопросу анкетирования: «Что дали вам онлайн-лекции от профессионалов?», были выделены следующие ответы: равное количество респондентов считают, что лекции всегда дают дополнительные знания, более широкий взгляд на бизнес, уверенность и четкое понимание стратегии развития, создание стратегии продвижения, понимание собственных ошибок, расширение знаний.

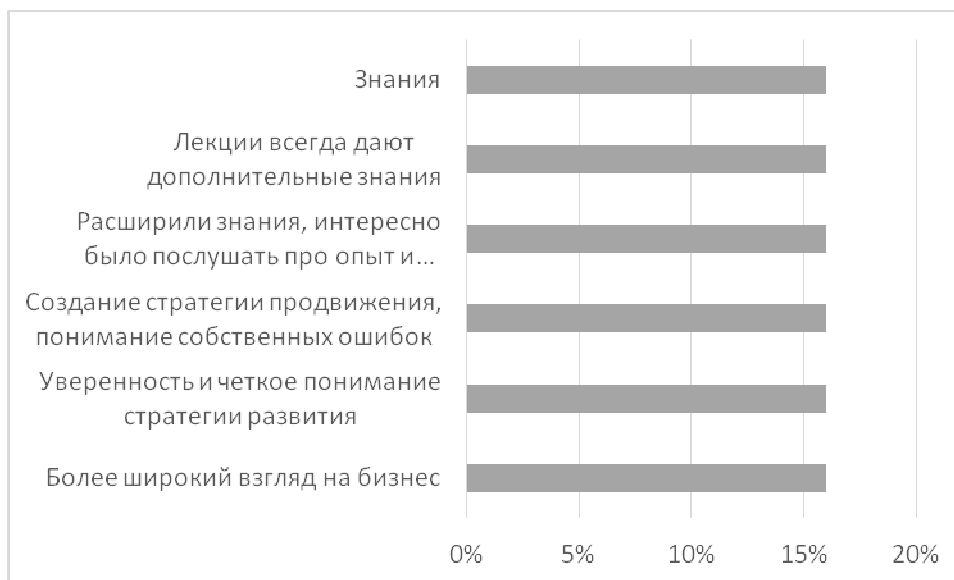


Рис. 4. Что дали вам онлайн-лекции от профессионалов

По результатам анкетирования, на вопрос: «Как, на Ваш взгляд, сегодня развивается креативная индустрия в Приморье?», были получены следующие ответы:

- На мой взгляд данные мероприятия, нетворкинг и создание общего креативного пространства в последнее время очень продвинулись индустрию и открыли для нас множество возможностей.
- Постепенно наблюдается рост креативной индустрии. Дизайнерам требуется поддержка опытных наставников, а опытным – генерация новых идей. А также обучение и другие мероприятия по обмену опытом.

И были внесены следующие предложения: чтобы подготовка специалистов профильных вузов проводилась по целевому набору, в соответствии с которым проведение практик и практических занятий проводились в условиях конкретных производств.

По итогам проведения Хакатона, участники получили:

- повышение узнаваемость брендов;
- взаимовыгодное сотрудничество с другими игроками рынка в регионе (и за его пределами), экспертами;
- улучшение качество своих брендов;
- сбыт и заказы.

В процессе участия в проекте Акселератор были сформированы такие навыки, как:

- организация бизнеса;
- продвижение бренда;
- формирование бизнес-модели;
- публичные выступления и презентация проекта.

Проект акселератор помогает снизить риски и сэкономить время за счет специальной среды и работы с экспертами.

По результатам ВЭФ участниками получены:

- возможность продвижения;
- расширение зоны реализации своего бренда;
- возможность получения инвестиций;
- знакомства с представителями бизнес-среды ДВФО.

Таким образом, одним из путей регионального развития креативных индустрий должно быть создание соответствующих условий для совершенствования среды, в которой будут развиваться креативный потенциал предпринимателей.

Выводы: Проведенное исследование подтвердило актуальность темы исследования, заключающуюся в том, что: творческие, или креативные, индустрии в нынешних реалиях становятся драйвером, который обеспечивает возникновение точек роста в областях и регионах, которые по тем или иным причинам оказались вне генеральных направлений экономического развития.

1. Креативная экономика городов России. – Текст: электронный // АСИ. 2021. – URL: <https://asi.ru/news/152959/>

2. Боровинская Д.Н., Залевская М.А., Морданов М.А. Стратегические инструменты развития креативных индустрий в регионе // Журнал Социально-гуманитарные знания.– 2022. – № 3. – С. 377–389.
3. Креативные индустрии: содержание понятия и классификация. – Текст: электронный. – URL: <https://studmir.com/kreativnye-industrii-soderzhanie-ponyatiya-i-klassifikacziya/>
4. Креативные индустрии: содержание понятия и классификация. – Текст: электронный. – URL: <https://studmir.com/kreativnye-industrii-soderzhanie-ponyatiya-i-klassifikacziya/>
5. Никитина И. Экономика знаний. – Текст: электронный. – URL: <http://glagolurfo.com/newsitems/2022/1/11/ekonomika-znaniij/>
6. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. – Москва: Классика-XXI, 2010.
7. Хакатон. – Текст: электронный. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%BE%D0%BD>
8. Что такое хакатоны и зачем они нужны разработчикам и компаниям. – Текст: электронный. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5f33de079a7947cead4c049e>.
9. Хакатоны: как стартапу за выходные построить команду, завоевать клиентов и инвестиции . – Текст: электронный. – URL: <https://incrussia.ru/understand/hakatony-kak-startapu-za-vyходnye-postroit-komandu-zavoevat-klientov-i-investitsii/>
10. Хакатон как способ реализации проектного обучения в высшей школе. – Текст: электронный. // Cyberleninka [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hakaton-kak-sposob-realizatsii-proektnogo-obucheniya-v-vysshey-shkole?>
11. Ванин А.А. Акселераторы в современной венчурной индустрии. – Текст: электронный // Наука и инновации. – 2015. – №145. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/akseleratory-v-sovremennoy-venchurnoy-industrii>.
12. Шлей <. Неудержимые: Интенсив для будущих предпринимателей. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 288 с.
13. Восточный Экономический Форум во Владивостоке. – Текст: электронный. – URL: <https://ria.ru/20180911/1528244866.html>.
14. Бизнес-акселератор. – Текст: электронный. – URL: <https://www.calltouch.ru/blog/dlya-chego-nuzhny-biznes-akseleratory-predprinimatelyam-i-kak-oni-rabotayut/>.
15. 100 городских лидеров. – Текст: электронный. – URL: <https://100gorodov.ru/>.
16. Зеленцова Е. В., Мельвиль Е. Х. Развитие творческих индустрий в России: проблемы и перспективы. – Текст: электронный // Культурологический журнал. – 2011. – № 4(6). – URL: http://www.cj-journal.ru/rus/journals/92.html&j_id=8.
17. Метелева Е.Р. Оценка социально-экономического эффекта от развития городских кластеров креативных и культурных индустрий // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. Региональная и отраслевая экономика. – 2011. – № 3. – С. 26–43.
18. ВЭФ и перспективы роста креативной индустрии Приморья. – Текст: электронный. – URL: <https://kamchatkamedia.ru/news/1361095/>
19. Метляева Т.В., Брусенцова А.А. Разработка мероприятий по использованию выставочных объектов «Улица Дальнего Востока» на территории набережной б.Аякс, г. Владивосток. – Текст: электронный // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, 2022. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-meropriyatij-po-ispolzovaniyu-vystavochnyh-obektov-ulitsa-dalnego-vostoka-v-ramkah-vef>.