

Творческие кредиты: сущность, особенности. Опыт Манчестера (Великобритания)

Данная статья посвящена проблеме стимулирования инноваций с помощью творческих организаций и креативных индустрий. В статье рассмотрена программа творческих кредитов, суть которой состоит в поддержке малых и средних фирм. Данные фирмы обязуются сотрудничать с креативными организациями с целью создания инноваций. Проанализирован опыт региона Манчестера, в котором данная программа была реализована в течение года. По результатам анализа сделаны выводы об эффективности данной программы для развития малого и среднего бизнеса, а также стимулирования инноваций.

Ключевые слова: творческие кредиты, инновации, креативные индустрии, малые и средние фирмы, креативные организации, программа.

В настоящее время инновации являются ключевым фактором развития. Поиск новых инструментов стимулирования нововведений занимаются исследователи по всему миру. Сотрудники организации NESTA, которая специализируется на изучении инноваций в Великобритании, предложили программу, позволяющую развивать инновации и увеличивать конкурентоспособность малых и средних фирм через их сотрудничество с творческими организациями. Данная программа получила название «творческие кредиты».

Творческие кредиты — поручительская схема, которая позволяет малым и средним фирмам использовать создающиеся преимущества и развивать инновационный потенциал в креативных индустриях. Сфера креативных индустрий является крайне привлекательной для создания инноваций и нововведений. Исследователи особо выделяют экономическую важность креативных индустрий и их потенциал в области управления инновациями и экономического развития [1]. Джон Хокинс в своей книге сделал попытку проследить влияние креативных индустрий в мировом масштабе [2]. Хокинс выделяет 15 креативных индустрий, включающие программирование, исследования и конструкторские разработки, а также индустрии креативного содержания, такие как кино и музыка. Эти индустрии производят интеллектуальную собственность в виде патентов, авторских прав, торговых марок и оригинальных разработок. Креативные индустрии создают, производят и распределяют товары и услуги. Основное отличие от традиционных отраслей в том, что в качестве ресурсов используются



М. А. Каменских,
ассистент, кафедра экономики
и управления промышленным
производством, Пермский национальный
исследовательский политехнический
университет
permmak13@gmail.com

творческий потенциал и интеллектуальный капитал. Креативные индустрии производят материальные товары и нематериальные интеллектуальные или культурные услуги [6].

Целью программы творческих кредитов стала проверка гипотезы о том, что креативные организации могут способствовать развитию малого и среднего бизнеса через совместное создание инноваций. Программа творческих кредитов разработана специально для регионального уровня, особенно для тех областей, где концентрация креативных организаций высока. В проекте сумма кредита составляла 4000 фунтов стерлингов и использовать эти средства фирмы-участники могли на инновационные проекты, которые должны были способствовать развитию бизнеса. На рис. 1 представлены этапы программы творческих кредитов.

Трансфер знаний между фирмами и целевое финансирование проектов — инструменты для развития инноваций не новые, но творческие кредиты являются первым проектом, цель которого выявить инновационный потенциал креативных индустрий и использовать его для развития малого и среднего бизнеса. Все ныне функционирующие проекты и программы по финансированию инноваций в Великобритании опираются на исследование, проведенное в Нидерландах в 2004 г. [4]. Их цель состоит в увеличении взаимосвязей между институтами, создающими новое общее знание (например, университеты и институты технологического трансфера), и малыми и средними фирмами. Подобные проекты стали первым шагом к увеличению и более эффективному трансферу знаний

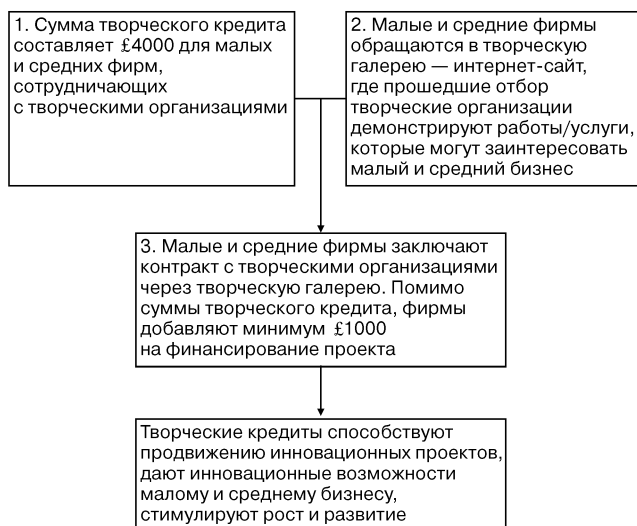


Рис. 1. Этапы и результат программы творческих кредитов (составлено автором по материалам [8])

для малого и среднего бизнеса в целях стимулирования инновационной активности.

Восемь регионов Великобритании в настоящее время используют проекты по стимулированию инноваций: Шотландия, Северная Ирландия, Большой Лондон, Северо-Западная Англия, Йоркшир, Северо-Восточная Англия, Уэст-Мидлендс, Вест-Мидлендс. В данных областях сумма финансирования составляет от 3000 до 7000 фунтов стерлингов [7]. Творческие кредиты отличаются тем, что направлены на генерацию знаний из нового источника — креативных организаций. При этом не ставятся барьеры между малыми и средними фирмами и креативными организациями — в творческой галерее данные фирмы могут контактировать напрямую и их выбор инновационного проекта ничем не ограничен. Единственное условие — проект должен способствовать развитию фирмы. Как уже было описано ранее, творческие кредиты были выданы случайным образом. Знание о том, что все претенденты находятся в равных условиях, позволяет выбрать более широкий диапазон разнообразных фирм. К основным особенностям модели творческих кредитов можно отнести следующие:

- использование экспертной оценки для характеристики инновационного потенциала креативных организаций;
- поддержка трансфера знаний между фирмами;
- минимизация управленческих расходов за счет прямого взаимодействия между фирмами;
- свобода выбора инновационного решения для фирм-участников;
- требования по отчету минимальны и оценка результатов зависит от специфики деятельности фирм-участников;
- заключение контрактов с помощью интернет-площадки;
- случайный выбор фирм-участников, что приводит к выравниванию возможностей.

Очевидно, что программа творческих кредитов непосредственно не влияет на взаимоотношения между малыми и средними фирмами и креативными организациями. Так как данные фирмы и организации

контактируют напрямую, управленческие расходы и расходы на трансфер знаний снижаются. Творческая галерея концентрирует всю информацию о креативных организациях: данные организации отправляют заявки на участие через интернет-сайт, что снижает число телефонных звонков и объем документооборота, облегчая таким образом процесс регистрации и отбора. Как только заявки креативных организаций проверены, выбранные организации получают возможность создать профиль в творческой галерее. В то же время малые и средние фирмы, получившие кредит, используют творческую галерею для поиска организаций, предоставляющих необходимые фирмам услуги, и в дальнейшем заключают контракт с предпочтительной организацией. Итак, интернет-сайт развивает отношения B2B, помогая сэкономить время, снизить себестоимость и упрощает деятельность всех, кто участвует в проекте.

Пилотный проект по запуску творческих кредитов был запущен в районе Манчестера (Северо-Западная Англия) с сентября 2009 по сентябрь 2010 гг. Проект был поддержан властями Манчестера, Северо-Западным агентством по вопросам развития (NWDA), Советом по экономическим и социологическим исследованиям (ESRC), Исследовательский совет в сфере искусства и гуманитарных наук (AHRC). Экономическое обоснование проекта разрабатывали Астонская школа бизнеса и Варвикская школа бизнеса.

В соответствии с условиями микрофинансирования фирмы-участники согласились добавить минимум 1000 фунтов стерлингов из собственных средств для создания креативного проекта и потратить полученные средства на услуги креативных организаций в регионе, который был указан в условиях проекта. Малые и средние фирмы искали креативные организации через творческую галерею, в которой были представлены прошедшие отбор организации. На сайте фирмы-участники и креативные организации могли свободно контактировать друг с другом.

Творческая галерея стала основным инструментом для управления проектом. Как уже указывалось выше, заявки подавались через интернет-сайт, что снижало время на обработку заявок. Но основная функция галереи заключалась в создании своеобразного рынка услуг, предлагаемых креативными организациями. Когда фирма-участник находила себе партнера среди креативных организаций, она подавала инновационную идею на рассмотрение и после одобрения идеи фирма-участник и креативная организация приступали к реализации проекта.

За год 672 малые и средние фирмы выразили желание участвовать в проекте. Было выдано 150 творческих кредитов (22% от поданных заявок) для малых и средних фирм, которые сотрудничали с креативными организациями [8]. Фирмы — участники проекта были выбраны случайным образом. Анализу подверглись как фирмы, получившие кредит, так и фирмы, который не попали в число 150. В то же время более 300 креативных организаций, работающих в сфере первичных и вторичных услуг, обратились с заявками для участия в проекте. Из них были выбраны 79 организаций, которые впоследствии взаимодей-

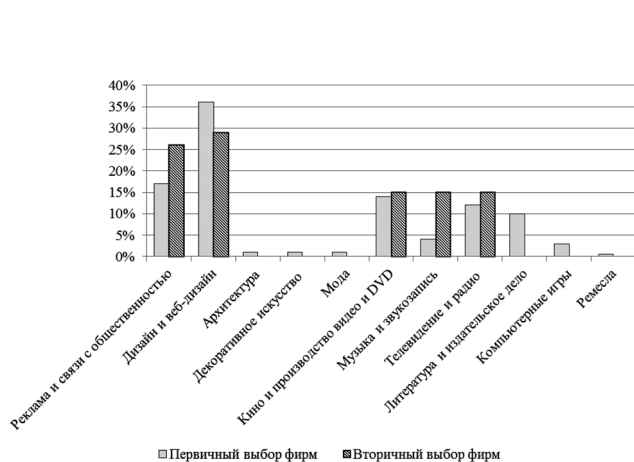


Рис. 2. Выбор креативных организаций в соответствии с креативными индустриями (составлено автором по материалам [8])

■ 5000 ▨ 5001-6000 ■ 6001-10000 ▩ более 10000

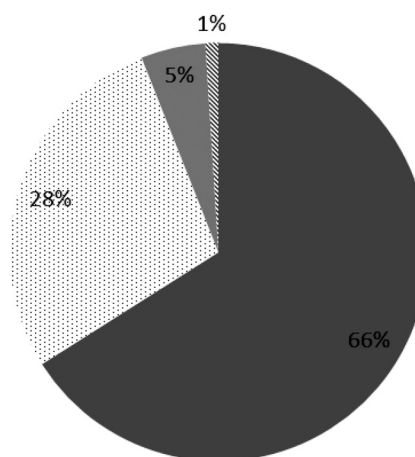


Рис. 3. Затраты на инновационные проекты в рамках программы творческих кредитов (составлено автором по материалам [8])

ствовали с малыми и средними фирмами. В результате некоторые креативные организации работали сразу с несколькими фирмами-участниками и показали более высокие результаты.

Все креативные организации были разделены в соответствии с видом креативных индустрий, в которых они работали. Таким образом их разделили на 12 креативных индустрий в соответствии с документом Министерства культуры, СМИ и спорта (Великобритания) [5]. На рис. 2 представлена классификация выбранных креативных организаций в соответствии с креативными индустриями. Вследствие того что фирмам-участникам было предложено выбрать по 2 проекта, то результаты первичного и вторичного выбора отличаются друг от друга.

Большая часть фирм-участников первично выбрали креативные организации, относящиеся к индустрии «дизайн и веб-дизайн» — 36% фирм-участников выбрали их в качестве партнеров, 26% фирм-участников выбрали организации, входящие в индустрию «реклама и связи с общественностью». Также в первичном выборе большое внимание было уделено организациям таких креативных индустрий, как «кино и производство видео и DVD», «телевидение и радио», «литература и издательское дело». Когда фирмам-участникам предложили произвести вторичный выбор, то ситуация в целом изменилась мало. Лидерами в данной ситуации стали креативные организации, относящиеся к тем же креативным индустриям, что и в первичном выборе. Процент выбора данных организаций возрос во всех креативных индустриях, кроме индустрии «дизайн и веб-дизайн» — меньшее число фирм-участников выбрало организации, занимающиеся дизайном, во второй раз.

Одной из задач программы было стимулирование малых и средних фирм реализовать инновационный проект в новой для них сфере. После того, как фирма-участник получала кредит и выбирала организацию-партнера, организации NESTA высылались краткое описание инновационного проекта. Основными

критериями являлась креативность и инновационность. Поэтому многие фирмы-участники выбрали в качестве партнеров креативные организации, работающие в сфере дизайна и веб-дизайна. Инновационные проекты, реализованные в креативной индустрии «дизайн и веб-дизайн», дали следующие результаты:

- открытие новых рынков для малых и средних фирм, поиск новых клиентов, в том числе заключение контрактов с оптовыми покупателями и государством;
- расширение путей распространения продукции малых и средних фирм (например, создание интернет-магазина);
- обеспечение новых способов взаимодействия с клиентами (например, создание рассылки или блога, коммуникации через социальные сети);
- улучшение дизайна сайта, упрощение поиска, оптимизация пользовательского интерфейса.

Большая часть фирм (60%), первично и вторично выбравших организации индустрии «дизайн и веб-дизайн», улучшили свои интернет-сайты или интернет-магазины. При этом данные фирмы использовали данные сайты для последующей продажи инновационной продукции, созданной организациями индустрий «литература и издательское дело» (15%), «реклама и связи с общественностью» (11%), «кино и производство видео и DVD» (10%). Объемы финансирования инновационных проектов по всему проекту представлены на рис. 3.

Две трети фирм (66%) решили остановиться на минимальной ставке в 5000 фунтов стерлингов, т. е. 4000 фунтов — сумма кредита и 1000 фунтов — средства фирмы. Почти треть фирм потратили более 5000 но менее 6000 фунтов стерлингов на реализацию совместного с креативной организацией инновационного проекта. Только 3 фирмы профинансировали проект стоимостью более 10000 фунтов, при этом самая большая стоимость реализации инновационного проекта 28178 фунтов стерлингов.

В результате реализации программы творческих кредитов число контрактов с креативными организациями увеличилось вдвое, фирмы-участники по итогам периода представили на 25% больше продуктивных инноваций (по сравнению с прошлыми периодами) [8]. Однако необходимо учесть, что многие малые и средние фирмы в регионе не были информированы о проекте или не имели достаточно средств для участия в проекте.

Полагаю, что реализацию программы творческих кредитов в пределах одного региона можно считать успешной. Программа показала себя эффективной, запланированные цели были достигнуты. Исходя из полученных данных, можно сделать вывод о том, что программа способствует развитию малых и средних фирм и стимулированию инноваций с помощью привлечения креативных организаций. Сотрудничество малых и средних фирм и креативных организаций показало себя успешным, таким образом, подобные программы могут быть рекомендованы к реализации и в других регионах и даже странах.

Список использованных источников

1. Н. Bakhshi, E. McVittie, J. Simmie. *Creating Innovation: Do the creative industries support innovation in the wider economy?* London: NESTA, 2008.
2. J. Hawkins. *Creative economy: How People Make Money from Ideas*. M.: Klassika XXI, 2011.
3. K. Müller, C. Rammer, J. Trüby. *The role of creative industries in industrial innovation*//*Innovation: Management, Policy & Practice*, № 11, 2009.
4. *Science, Technology and Innovation in the Netherlands Policies, facts and figures*. 2004.
5. UK Government's Department for Culture, Media and Sport. *Creative Industries Mapping Document*. London, 1998, 2001. http://www.britishcouncil.org/mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf.
6. М. А. Каменских. Теоретико-методические подходы к понятию «креативная экономика» и оценка уровня развития креативной экономики США и России//*Экономический анализ: теория и практика*, № 20, 2013.
7. Официальный сайт Агентства по инновациям Великобритании. <https://www.innovateuk.org>.
8. Официальный сайт организации NESTA. <http://www.nesta.org.uk>.

Creative credits: essence, features. Manchester's experience (UK)

M. A. Kamenskikh, assistant, Department of Economics and management of industrial production, Perm National Research Polytechnic University.

This article is devoted to a problem of stimulation innovations with help of creative organizations and creative industries. In the article the program of Creative credits, which essence consists in support of small and medium-sized enterprises, is considered. These firms undertake to cooperate with creative organizations for the purpose of creation innovations. Experience of Manchester region, in which this program was realized within a year, is analyzed. By results of the analysis conclusions about efficiency of this program for development of small and medium business and also stimulation of innovations are drawn.

Keywords: creative credits, innovations, creative industries, small and medium-sized enterprises (SME's), creative organizations, program.

Пресс-релиз
Москва, 04.12.2014

Фонд «Сколково» консолидирует силы на металлургическом направлении

Фонд «Сколково» создает площадку для взаимодействия малых инновационных компаний и крупного металлургического бизнеса, объединяющую стартапы, которые разрабатывают инновационные технологии, связанные с добычей, обогащением, металлургией и обработкой металлов. Предполагается, что такая площадка будет способствовать выявлению потребностей отечественной металлургии в современных технологиях, ориентированию малого бизнеса на решение актуальных задач отрасли и внедрению в нее отечественных инновационных разработок. Кроме того, наличие такой площадки позволит включить в процесс коммерциализации проектов институты развития и финансовые институты, что позволит получить действенный инструмент финансирования доработки проектов и их промышленного внедрения.

Создание в «Сколково» металлургической платформы было анонсировано в ходе состоявшегося на прошлой неделе в Инновационном центре «Сколково» круглого стола, посвященного перспективам развития отечественного металлургического комплекса. В мероприятии приняли участие представители руководства компаний РУСАЛ, ЧТПЗ, Северсталь, НЛМК, Мечел, POSCO, DAEWOO, SMS Meer GmbH, Danieli, Air Liquide.

Среди резидентов этого кластера уже сейчас имеется около двух десятков компаний, работающих в сфере добычи, обогащения, металлургии и высоких переделов металла. На круглом столе, в частности, выступили представители «Инновационного бюро металлургических технологий» (ИБМТ) и научно-технического центра «Трубметпром».

Справочная информация

Фонд «Сколково» — Фонд развития центра разработки и коммерциализации новых технологий «Сколково» — некоммерческая организация, созданная по инициативе главы государства в сентябре 2010 года. Цель фонда — мобилизация ресурсов России в области современных прикладных исследований, создание благоприятной среды для осуществления научных разработок по пяти приоритетным направлениям технологического развития: энергетика и энергоэффективность, космос, биомедицина, ядерные и компьютерные технологии. Проект подразумевает создание Сколковского института науки и технологий (Сколтех), исследовательских институтов, бизнес-инкубатора, центра передачи технологий и коммерциализации, представительств зарубежных компаний и R&D-центров, жилых помещений и социальной инфраструктуры, а также последующее распространение эффективного режима на другие инновационные регионы России. Деятельность инновационного центра «Сколково» регулируется специальным законом, который предоставляет его резидентам особые экономические условия.

Контакты для СМИ: Александра Барщевская, фонд «Сколково», пресс-секретарь.

Тел./tel.: +7 (495) 956 00 33, доб./ext. 2657, факс/fax: +7 (495) 739 53 06, e-mail: abarshevskaya@sk.ru.