

Зарубина Юлия Владимировна,

к.э.н., доцент, Ангарский государственный технический университет,

e-mail: yulzar@mail.ru

Глазков Евгений Викторович,

обучающийся, Ангарский государственный технический университет,

e-mail: evglazkov27@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ» В РЕГИОНЕ В РАМКАХ ТРЕНДА НА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Zarubina Y.V., Glazkov E.V.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE “EXPERIENCE ECONOMY” IN THE REGION WITHIN THE FRAMEWORK OF THE IMPORT SUBSTITUTION TREND

Аннотация. В тезисе рассматривается создание конкурентного преимущества в регионе на основе сочетания двух больших современных трендов: тренда на импортозамещение и тренда на так называемое «культурное производство», «экономику впечатлений».

Ключевые слова: импортозамещение, «культурное производство», «экономика впечатлений», конкурентное преимущество.

Abstract. The thesis discusses the creation of a competitive advantage in the region based on the combination of two large modern trends: the trend for import substitution and the trend for the so-called “cultural production”, “experience economy”.

Keywords: import substitution, «cultural production», «experience economy», competitive advantage.

Экономическое движение периодически и характеризуется постоянной сменой ресурсов и точек роста: меняющиеся внешние условия побуждают бизнес идти по пути поиска новых отраслей, рынков, драйверов развития. Применительно к развитию России, в современных условиях отечественная экономика испытывает дефицит иностранных инвестиций, находится в условиях санкционного давления и сложной геополитической обстановки. Однако, наша экономика – гибкая, живая система, в ней улавливаются тренды и трансформируются цепочки создания ценностей, причем наибольшие способности к перестройке и улавливанию трендов традиционно имеет малый бизнес.

Целью данной научной работы является рассмотрение конкурентного преимущества, полученного в результате сочетания двух больших трендов: тренда на импортозамещение и тренда на так называемое «культурное производство».

Современную экономику часто называют «экономикой впечатлений или образов». Конкурентное преимущество в такой экономике создается из умения удовлетворить потребности человека в качественных эмоциях. Постепенно в мире производство товаров и услуг уступает лидерство, промышленные предприятия, особенно оставшиеся без государственной поддержки, теряют динамику развития, а наибольшую динамику демонстрируют такие отрасли, как ту-

ризм, развлечения, мода, центры здоровья и красоты, спорт, культурные продукты, интернет. «Экономика впечатлений» или «экономика желаний», теоретически и частично в практическом аспекте описанная в ряде работ [1, 2], создает товар (или чаще услугу) с эмоциональным наполнением, привлекает людей на персональном уровне. Устройство такой экономики представляет интерес особенно сейчас, когда происходит перестройка сложившихся деловых связей, импортозамещение, поиск новых ключевых ресурсов роста. Малый бизнес гибко использует возможности замещать ушедшие с рынка иностранные компании не только в сфере производства, но и общественного питания, киноиндустрии, развлечений, туризма и прочего. Открывающиеся возможности импортозамещения и освободившиеся ниши рынка должны быть использованы с учетом второго, рассматриваемого в этой работе тренда, а именно, тренда на развитие «экономики впечатлений». Структура и содержание производимых «экономикой впечатлений» услуг меняется: наибольший спрос имеют услуги, содержащие в себе переживания, опыт и впечатления, они всегда личностны и строятся на приобщении к чему-то величественному, например, к культурному наследию, культурным ценностям той или иной территории, региона. Наблюдения за гибкими и прошедшими опыт выживания субъектами малого бизнеса России доказывают его способность уловить современные тренды и обеспечить экономику драйверами роста, рабочими местами, насытить рынок предложением в условиях его дефицита. Отметим, что Иркутская область как территория располагает весомыми конкурентными преимуществами «экономики впечатлений». Наиболее очевидной, но не единственной сферой для «культурного производства» в регионе является туризм. Наличие уникальных природных ресурсов: озера Байкал, а также других необходимых детерминантов конкурентного преимущества (развитый конкурентоспособный малый бизнес, достаточно взыскательный потребительский спрос) создали прогрессирующий туристический кластер. Осмысление качественных и количественных подходов к оценке потенциала развития этого кластера в современных условиях тренда на импортозамещение являются предметом рассмотрения новых экономических исследований.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Зарубина Ю.В.** Культурное пространство Иркутской области как ресурс «экономики впечатлений» / Ю.В. Зарубина. – Текст: непосредственный // Современные технологии и научно-технический прогресс: сб. тезисов Международной научно-технической конференции имени профессора В.Я. Баденикова. Ангарск: Изд-во АНГТУ, 2020. – Т. 1. № 7. – С. 316-317.
2. **Салтанович И.П.** От экономики необходимости к «экономике впечатлений» / И.П. Салтанович. – Текст: непосредственный // Управление в социальных и экономических системах: Изд-во Минский инновационный университет. – 2018. – №27. – С.133-134.