

коштів припадає на передання в межах четвертого стратегічного напрямку – 55,6 % від загального обсягу надходжень від передання за галузевими пріоритетами.

Висновки

Отже, дослідження щодо створення, використання та передання нових технологій у 2014 р. за середньостроковими пріоритетними напрямками інноваційної діяльності галузевого рівня показало, що за багатьма галузевими пріоритетами створення й використання технологій не відбувалося. Нові технології створено лише за 48-ми (45,3 % із затверджених) галузевими пріоритетами, а використано нові

технології за 38-ма (35,8 % від затверджених). Необхідно переглянути перелік пріоритетів і оптимізувати їх кількість відповідно до найбільш значимих для подальшого розвитку держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Постанова Кабінету Міністрів України від 17.05.2012 № 397 «Деякі питання визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності галузевого рівня на 2012-2016 роки» [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/397-2012-%D0%BF>
2. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності» від 08.09.2011 № 3715- VI (із змінами), ВВР, 2012, № 19-20, ст. 166.

УДК 332.142

ОСОБЕННОСТИ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ



А.С. Чистякова

Постановка проблемы. В выступлениях ученых, аналитиков, экспертов, специалистов-практиков часто звучат слова «креативность» и «креативная экономика». О креативности говорят политики и пишут в прессе. На фоне ухода в прошлое индустриальной эпохи общество претерпевает глубокие социальные и экономические изменения. Уже не тратятся огромные усилия на производство стали, телевизоров, мебели и т.п., немногочисленный персонал занимается этим на автоматизированных заводах. Люди сегодня больше заняты написанием программ и научными исследованиями. Главным полем экономической деятельности становится интеллектуальная собственность и основной инструмент здесь – человеческий мозг. А креативность, как одно из свойств, помогает добиться наилучших результа-

тов. В настоящее время «идеи» составляют новую экономику, их создание является основным производством, а креативность – неотъемлемой частью жизни человека.

В данной работе решается задача раскрытия понятия креативности экономического сознания личности, определяются существенные признаки креативности. Объектом исследования является креативность как способность к умственным преобразованиям и творчеству, а предметом исследования – пути формирования креативности у персонала, выявление способов достижения креативного мышления.

Анализ последних исследований и публикаций. Впервые понятие «креативная экономика» было упомянуто в 2000 г. в журнале Business Week. Автор статьи рассуждал об изменении роли корпорации в XXI ст., возможностях их адаптации к условиям новой экономики, когда возрастает значимость идей, а ключевым фактором производства становятся интеллектуальные ресурсы. В основе креативной экономики лежит способность субъектов решать возникающие

и потенциальные проблемы с помощью нестандартных методов, позволяющих достичь высокой степени конкурентоспособности и получить дополнительные экономические и социальные эффекты.

Основополагающими работами в данной сфере считаются труды члена Консультационного совета по креативной экономике ООН Дж. Хокинса и Ч. Лэндри. Они рассматривают креативность как главный фактор создания современного уклада жизни и необходимый атрибут эффективного развития новой экономики.

В частности, Джон Хокинс, пытаясь проследить результаты креативной экономики, вычленяет 15 креативных индустрий, генерирующих интеллектуальную собственность в виде патентов, авторских прав и торговых марок [1]. Подобный подход характерен для британского Департамента развития программ креативных индустрий, который характеризует креативную деятельность как «деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности».

В отличие от Дж. Хокинса, Р. Флорида в качестве признака для определения места креативной экономики в системе воспроизводства прибегает к роду деятельности (профессии), а не отрасли [2]. Трудовой подход Флориды основывается на определении креативного класса, который состоит из двух подклассов: суперкреативного ядра (профессии в сферах программирования и математики, архитектуры и инженерного дела, естественных и социальных наук, образования, воспитания и библиотечного дела, искусства, дизайна, развлечений, спорта, СМИ) и креативных профессионалов (управленческие профессии, профессии в сферах бизнеса и финансов, в области права, здравоохранения, руководящие, связанные с продажами и управлением продажами). Поэтому одним из

основных признаков креативной экономики является высокий процент людей, занятых в определенных (требующих творческих способностей, управленческих компетенций и знаний в сфере инновационного развития) сферах общественного производства. Сходные идеи обнаруживаются и у Ч. Лэндри, который подчеркивает, что сейчас в основе городского развития лежат не классические факторы производства, а способности людей, их воображение, творческая активность и мотивация [3].

Изложение основного материала. Креативную экономику следует рассматривать системно, в широком смысле. В таком случае она выступает как:

– *постиндустриальная экономика*, поскольку увеличивается и начинает доминировать доля сферы услуг, а не сфера производства;

– *информационная экономика*, поскольку информация (знания, наука) играет в ней ведущую роль в качестве фактора производства и преобладает роль творческого труда;

– *инновационная экономика*, ведь знания порождают непрерывный поток нововведений, соответствующий требованиям динамично меняющихся потребностей, а зачастую и формирующий их. Но принципиальным отличием креативной экономики от инновационной является акцентирование на развитии индустрии инноваций с помощью креативного сектора экономики в качестве ключевого (креативность выступает как характеристика инноваций);

– *глобальная сетевая экономика*, поскольку в креативной экономике взаимодействие между носителями «идей» опосредуется широкими сетевыми связями в мировом масштабе (возникновение Интернета как новой инфраструктуры экономики);

– *экономика знаний*, поскольку в ней растет значение человеческого капитала и инвестиций в образование и подготовку кадров.

Основное отличие креативной экономики от традиционного экономического уклада заключается в том, что главный инструмент в ней – это знания, ресурс – информация, а

продукт – инновация. Таким образом, концепция креативной экономики объединяет такие разрозненные понятия, как «информационная экономика», «экономика знаний» и «инновационная экономика» [4].

Сырье креативной экономики – талант порождать новые, оригинальные идеи и превращать их в экономический капитал и продаваемые продукты. Ключевыми факторами эффективного становления, роста и развития креативной экономики являются человеческий капитал, внутренний спрос, инновации, инвестиции, технологическая, организационная и институциональная модернизация, а также созидательная деятельность всех субъектов рынка. Обеспечивающие факторы – эффективный креативный, инновационный, инвестиционный, производственный и социальный менеджмент.

Необходимо также различать такие понятия, как «креативный кластер», «креативные индустрии» и «креативная экономика». Креативный кластер – общность людей, обладающих творческим потенциалом и возможностью генерировать инновационные идеи и продукты. Предприятия, входящие в кластер, взаимодополняют друг друга, что приводит к увеличению эффекта за счет синергии. Понятие креативной индустрии появилось около двадцати лет назад, оно объединяет творческую и коммерческую составляющие современной экономической системы. Креативные индустрии относятся к четвертичному сектору экономики, основывающемуся на генерации и распространении знаний и информации, а также экономически успешных продуктов, имеющих некую культурную ценность.

Креативные индустрии еще характеризуют как творческие [5]. Основная задача творческой индустрии – создать и реализовать «творческий продукт». Творческие индустрии производят товары и услуги, включая и идеи, которые затем становятся ресурсами для инновационного процесса и других отраслей экономики как в научном, так и в технологическом смысле.

Креативные индустрии позволяют: генерировать прибыль; создавать новые рабочие места, новые индустрии; способствовать росту выпуска традиционных видов продукции; модернизировать промышленные процессы; содействовать реструктуризации производства; основывать новые рынки и «мягкие» инфраструктуры для культурного туризма; улучшать промышленную инфраструктуру и инвестиционное окружение; возрождать пришедшие в упадок городские районы; усиливать конкуренцию и дать толчок инновационному развитию; обеспечивать рост торговли; увеличивать производительность труда и количество высококвалифицированных человеческих ресурсов.

Креативная экономика – экономика, в которой люди, «зарабатывающие на идеях», присутствуют во всех секторах экономики. Она базируется на следующих ключевых принципах, не отрицая основных позиций рыночной экономики:

- доминирование интеллектуальной (нематериальной) экономической продукции, а не материальной;
- основным активом на предприятиях любых форм собственности являются интеллектуально-креативные ресурсы, рациональное управление которыми обеспечивает эффективное использование материальных и финансовых ресурсов;
- преобладание качественной оценки эффективности производственной, логистической, торговой и других видов предпринимательской деятельности;
- получение прибыли обеспечивается через потребительскую стоимость (полезность) экономических продуктов, в которых основную стоимость составляет их интеллектуальный, а не материальный компонент;
- главенство человека при разработке систем управления как источника интеллектуально-креативных ресурсов, действующего в условиях человеко-машинных, человеко-информационных, человеко-коммуникационных и тому подобных систем.

Основной ресурс общества – это творческая деятельность человека. При производстве любых экономических продуктов обеспечивается свободный, эффективный и целенаправленный обмен творческой энергией между всеми участниками рынка. Зарождающаяся креативная экономика становится основным компонентом экономического роста, занятости, торговли, инноваций и социальной сплоченности в наиболее развитых странах, а главным источником экономического роста, конкурентоспособности и занятости выступает взаимосвязь между секторами культуры и производства.

Интеграция современных творчески-экспериментальных подходов и предпринимательства создает инновационные идеи для бизнеса, а способность творческих индустрий разрабатывать стиль и дизайн в сочетании с маркетинговыми навыками способствуют преобразованию более крупных производств, позволяя им выдерживать конкуренцию.

Креативная экономика характеризуется с точки зрения креативного системного подхода, в основе которого лежат проектное мышление, креативное воображение, практическая направленность.

Особенности креативной экономики как системного феномена:

- высокая роль новых технологий и открытий в разных областях деятельности человека;

- инновационный характер развития экономики;

- прорыв в сфере ИКТ (информационно-коммуникационных технологий);

- сетевой и глобальный характер знаний;

- появление новых методов и способов управления человеческим капиталом;

- формирование НИС (новых индустриальных стран) как институциональной основы экономики;

- новый порядок взаимодействия участников рыночного обмена: потребитель идеи участвует в ее создании;

- высокая степень неопределенности;

- острая необходимость генерации новых знаний, идей.

Раньше предприниматель мог обладать пятью факторами производства – труд, земля, капитал, предпринимательские способности и информация, но в условиях новой креативной экономики добавляется еще один фактор – идея. Парадоксально, но не обладая первыми четырьмя факторами (труд, земля, капитал, предпринимательские способности), только на последних двух можно начать бизнес, имея информацию о потребности и идею, как ее удовлетворить. Качественные НИС и креативные индустрии служат частью фундамента креативной экономики. Креативным ядром, мотором новой экономики выступает венчурный бизнес. Драйвер креативной экономики – свободная конкуренция. Здесь происходит замещение физического капитала на человеческий в качестве основного фактора развития и доли в национальном богатстве (в передовых странах – 70–80 %). Процесс развития нового типа экономики заключается в повышении качества человеческого капитала, качества жизни и в производстве знаний, новых технологий, инноваций и услуг высокого качества. Противоречием, лежащим в основе перехода от индустриального к постиндустриальному обществу, является разногласие между творческими ограничениями промышленной, организационной эпохи и объективной потребностью общества в активизации творческих способностей человека.

Это противоречие проявляется между высоким креативным потенциалом и бюрократической зарегламентированной системой индустриального общества, между креативностью и жестким контролем. Конференция ООН по торговле и развитию и Программа развития ООН (ПРООН) в штаб-квартире ООН в Нью-Йорке совместно представили доклад «Креативная экономика – отчет за 2010 г.», в котором сообщается, что креативная индустрия в противостоянии глобальному кризису намного сильнее, чем традиционные индустрии.

стрии. Кроме того, в докладе подчеркивается: креативная индустрия как новая тенденция всемирного экономического развития играет специфическую роль при восстановлении глобальной экономики. Креативная индустрия – один из источников динамичного экономического развития, который определяется как «пересечение и интеграция искусства, культуры, бизнеса, инноваций и новых бизнес-моделей, составляющих цикл создания, производства и распределения товаров и услуг, использующих интеллектуальную собственность как первичную затрату». Основная «добавленная стоимость» в креативной экономике будет создаваться в процессе творчества, благодаря новым знаниям и праву интеллектуальной собственности на результаты такого труда. Победителями на рынке станут те производители, которые смогут максимально использовать «добавленную ценность», создаваемую за счет стиля, имиджа, электронного маркетинга и рекламы, – т.е. всего того, что производят творческие индустрии. К результатам проявления креативности в экономике относится развитие аутсорсинга (контрактного производства) и «виртуальных компаний», которые передают субподрядчикам практически все – производство, логистику, рекламу, бухгалтерию, сохраняя за собой лишь небольшой штат администраторов, специалистов по маркетингу и разработчиков. Такие фирмы сохраняют за собой только функции, связанные с производством интеллектуальной собственности, творческими разработками или торговой маркой.

За последнее десятилетие усилились процессы глобализации, регионализации, модернизации и трансформации хозяйственных систем. Это выдвигает в качестве прогрессивного креативный тип развития, направленность и темпы которого определяются человеком как генератором нововведений. По прогнозам различных авторитетных международных организаций, в перспективе 2020–2025 гг. наибольшая часть добавленной стоимости будет создаваться в основном за счет интеллектуальных (креативных) фак-

торов производства. Именно творческий подход и креативность станут ведущими для экономического развития в XXI веке, а креативный класс будет стержнем человеческих ресурсов.

Креативность, в конечном итоге, будет выступать главным потенциалом и инструментом наряду с традиционными способами мышления и управления в экономике. Лидерами социально-экономического и научно-технического прогресса станут только те компании, которые освоят науку креативного управления социально-экономическим развитием в условиях неопределенности и перманентно возникающих кризисных ситуаций [6].

Очевидно, что для работодателей на этапе становления инновационной экономики все больший интерес будут представлять управленческие, инженерно-технические кадры, обладающие профессиональными знаниями, умениями, навыками, компетенциями, высоким уровнем интеллекта и креативности мышления. Востребованными станут специалисты, имеющие перечисленные качества наряду со здоровой инициативностью, амбициозностью и социально ориентированной «агрессивностью». Современные управленцы в условиях креативной экономики должны обладать умениями формировать инновационные цели, успешно разрешать нестандартные проблемы, действовать креативно и оригинально как в бизнесе, так и в других сферах экономической деятельности [7].

В условиях креативной экономики возрастает потребность, а, следовательно, и подготовка креативных кадров для управления социально-экономическими процессами. Необходимо добиваться, чтобы специалисты обладали такими навыками: беглость – количество идей, возникающих за единицу времени; оригинальность – способность производить необычные идеи, отличающиеся от общепринятых. Такой параметр, как гибкость позволяет отличить личность, которая проявляет гибкость при решении проблемы, от проявляющих ригидность. Так можно опре-

делить специалистов, оригинально решающих проблемы, отделив их от демонстрирующих ложную оригинальность. Восприимчивость кандидата демонстрирует чувствительность к необычным деталям, противоречиям и неопределенности, готовность быстро переключаться с одной идеи на другую. Метафоричность проявляет готовность работать в необычном контексте, склонность к символическому, ассоциативному мышлению, умение увидеть в простом сложное, а в сложном – простое. Удовлетворенность выступает итогом проявления креативности. При негативном результате теряется смысл и дальнейшее развитие чувства. Оригинальность – способность продуцировать необычные, нестандартные идеи. Разработанность – способность детально разрабатывать возникшие идеи. Спротивление замыканию – это способность не следовать стереотипам и длительное время при решении проблем «оставаться открытым» для разнообразной поступающей информации. Абстрактность названия – понимание действительно существенного, самой сути проблемы. Процесс названия отражает способность к трансформации образной информации в словесную форму.

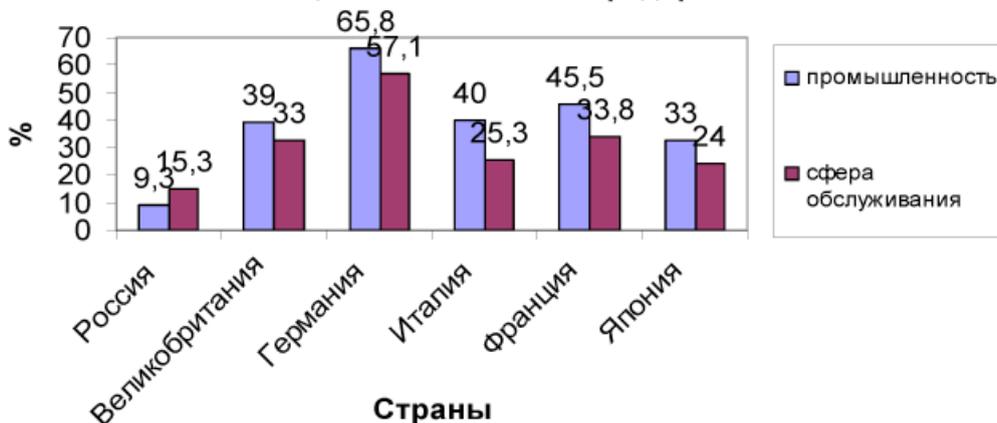
В настоящее время многие предприятия и учреждения уделяют все большее внимание подготовке и повышению квалификации креативно-интеллектуальных работников по вопросам управления человеческими ресурсами, способных эффективно решать проблемы кадрового менеджмента в условиях креативной экономики. Такие кадры управленцев, как правило, обладают умениями проявлять гибкость, креативность, толерантность, находить не копируемые, нестандартные управленческие решения в сфере кадрового менеджмента и управления персоналом [8].

Особо следует подчеркнуть роль транснациональных корпораций (ТНК) в осуществлении научного прогресса человечества. Ежедневно только одна фармацевтическая корпорация Pfizer тратит на исследования

100 млн долл., а ежегодные расходы на эти цели Ford и IBM составляют 2–3 млрд долл., что превышает научно-исследовательские бюджеты многих стран. В США практически весь объем подобных расходов (на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки) частного бизнеса приходится на 700 наиболее крупных компаний и около 40 % этих средств – на 15 крупнейших ТНК. Именно ТНК являются субъектами, которые занимаются «перекачкой» мозгов, а также инвестициями в образование. Они финансируют в больших объемах научно-исследовательские центры при университетах. На наших глазах рождаются структуры, которые смогут заменить государство. Альтернативой такой традиционной организации вполне может стать жесткая иерархия ТНК, т.е. скорее всего будущее человечества именно за этими компаниями. На рис. отображена инновационная активность предприятий в сфере промышленности.

В условиях креативной экономики при изменениях в требованиях к современным кадрам менеджмента должна значительно измениться и структура материальных и нематериальных активов компаний, успешно действующих и занимающих ведущие позиции на отечественном и зарубежном рынках. В перспективе значительно возрастает доля их креативно-интеллектуальных затрат. По данным экспертов организации «Международное аналитическое бюро», профессиональный портрет менеджера в условиях креативной экономики должен иметь такие характеристики: высокий уровень креативно-интеллектуальной подготовки; владение аналитическим и прогностическим нестандартным мышлением; умение выявлять суть проблем, не лежащих на поверхности и адекватно оценивать возможности их разрешения; высокий уровень профессиональной подготовки и достойное высшее образование; владение современными инструментами и методами (включая информационно-

Инновационная активность предприятий



коммуникационные); обладание высоким уровнем коммуникабельности; владение инструментарием социально-психологического управления людьми в условиях креативной экономики и т.д.

Выводы

Во время становления инновационной экономики появляется потребность в разработке теоретических, методологических, методических и практических методов и подходов для использования креативно-интеллектуального человеческого потенциала как главной производительной силы в постиндустриальном обществе [9].

Следовательно, отличительная особенность креативной экономики от традиционной заключается в том, что основной инструмент в ней – знания, ресурс – информация, продукт – инновация. Концепция креативной экономики объединяет воедино различные понятия «информационной экономики», «экономики знаний» и «инновационной экономики».

Если же разложить стоимость продукции на нематериальную и материальную составляющие и из нематериальной выделить творческую, то на креативный продукт придется более половины стоимости. Креативную экономику характеризуют такие признаки: непрерывное инновационное развитие, большая роль человеческого капитала в инновационном развитии страны; инвестиции в новые

товары, услуги, технологии, в развитие человеческого капитала; большая доля наукоемкой продукции в ВВП и т.д.

А это требует существенной трансформации всей системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, соответствующих особенностям креативной экономики. Такие кадры в первую очередь должны обладать способностью быстро переключаться с одной проблемы на другую, находить нестандартные управленческие решения для повышения эффективности социально-экономического развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хокинс Дж. Креативная экономика / Дж. Хокинс. – М. : «Классика-XXI», 2011. – 256 с.
2. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М. : «Классика-XXI», 2007. – 430 с.
3. Лэндри Ч. Креативный город / Ч. Лэндри. – М. : «Классика-XXI», 2011. – С. 19.
4. Дацык А.А. Исследование тенденций креативной экономики в России и за рубежом. Проблемы развития инновационно-креативной экономики : Сборник докладов. – М., 2010. – С. 20.
5. Гнедовский М. Творческие индустрии: политический вызов для России, 2013.
6. НЛП: Управление креативностью / Р. Дилтс-СПб. : Питер, 2003. – С. 51–54.
7. Словарь психолога-практика / Сост. С.Ю. Головин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : АСТ, 2001. – 308 с.
8. Степанов А.А. Человеческие ресурсы в креативной экономике (международная коллективная монография) / Степанов А.А., Савина М.В. [и др.]. – М., 2014. – 239 с.
9. Степанов А.А. Социальный капитал инноватизации и модель его реализации в экономике / А.А. Степанов // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. – 2013. – № 2 (22). – С. 105–113.