

Н.И. Ларионова, д-р экон. наук, проф. (Россия)

А.А.Загайнова, асп. (Россия)

КРЕАТИВНОСТЬ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ РЕСУРС ЭКОНОМИКИ РОССИИ

В статье исследована креативность как инновационный ресурс экономики России. Обоснована актуальность направленности экономики России в новых социально-экономических условиях на креативный вектор развития. Выделены основные аспекты национальной креативной экономики. Определено, что инновационный бизнес может дать мощный импульс развитию креативной экономики.

In article creativity as an innovative resource in the Russian economy is investigated. The urgency of orientation of the Russian economy in the new socio-economic conditions in the creative development vector is substantiated. The basic aspects of the national creative economy are identified. It is determined that an innovative business can give powerful impulse to the development of the creative economy.

Ключевые слова: креативность, креативная деятельность, креативная экономика, аспекты креативной экономики, интеллектуально-креативные ресурсы.

Keywords: *creativity, creative activity, creative economy, creative economy aspects, intellectual and creative resources.*

Креативность, ориентированная на созидательную, экономически и социально прагматичную деятельность, генерирование новых идей, быстрое разрешение проблемных ситуаций является одной из актуальных проблем современной экономической науки. Исследования в данной области, выводы и предложения жизненно необходимы экономике, заинтересованной в поиске инновационного потенциала своего развития.

Роль и значение креативной деятельности органически связаны с глобальными процессами, происходящими в современном мире. Самую общую характеристику нынешнего столетия можно обозначить как эпоха инноваций, определяющая глубокую трансформацию всех сторон жизни общества.

Переход к постиндустриальному обществу, знаменующему собой начало вступления человечества в информационную эру, которая базируется не на механической технике, а на интеллектуальной технологии, сделает приоритетными знания в качестве главного источника всего научно-технического прогресса. В основе прогресса человечества — образованность и инициативность членов общества. От этого зависит социально-экономическое процветание государства. Изменения в Российской экономике в начале двадцать первого века, завершившиеся началом инвестиционного роста, свидетельствуют о принципиально новом качестве национальной экономики.

В этих принципиально новых социально-экономических условиях становится весьма актуальной проблема креативности - способности индивидуума на создание новых понятий, формирование новых идей и путей их реализации в экономике. Поэтому актуальным становится вопрос креативности как инновационного ресурса развития экономики.

Современное общество, вынужденное действовать в условиях стремительного ускорения всех социоэкономических процессов, отводит особую роль креативности каждого субъекта: это качество позволяет успешно решать социальные, экологические, экономические и культурные проблемы.

Термин «креативность» (от лат. creatio – сотворение, создание) широкое распространение получил в 1950-х годах в психологии: американский психолог П. Торренс определял креативность как чувствительность к проблемам, дефициту и пробелам знаний; объединение разноплановой информации, дисгармонию элементов; определение связанных с этим проблем, поиск их решения; выдвижение предложения и гипотезы о возможностях решения; проверку и опровержение этих гипотез, их усовершенствование; окончательное обоснование результата. Таким образом, под креативностью понимается естественный процесс, который порождается сильной потребностью человека в снятии напряжения, возникающего в ситуации неопределенности или незавершенности [1].

Креативная экономика – это, по существу, способ организации и воспроизводства, сбалансированных и результативных взаимоотношений в обществе социальных инноваций [2].

Управлять креативно означает своевременно уметь находить и принимать нестандартные решения в ситуации нарастающих переходов и смены векторов турбулентного развития, решения, которые способны удержать экономику на крутых виражах глобальных трансформаций. Именно поэтому креативность следует понимать как важнейший ресурс жизнеобеспечения современной мультикультурной экономики.

Впервые понятие «креативная экономика» было встречается в журнале BusinessWeek в 2000 г. Автор статьи рассуждает о том, что ждет корпорации в двадцать первом веке, как будут они адаптироваться к условиям новой экономики, где все больше возрастает важность идей, а основным средством производства становятся интеллектуальные ресурсы. В основе экономики такого типа лежит способность субъектов решать возникающие (или потенциальные) проблемы с помощью нестандартных, оригинальных методов, что позволяет добиться высокой степени конкурентоспособности, получить дополнительные эффекты (экономические и социальные) [3].

С этого времени начинается активное изучение креативных характеристик субъектов экономической деятельности. основополагающими работами по данному вопросу считаются труды искусствоведа, члена Консультационного совета по креативной экономике ООН Дж. Хокинса, профессора, экономиста и социолога Р.

Флориды и эксперта Всемирного банка Ч. Лэндри, в которых креативность рассматривается как важнейший фактор формирования современного жизненного уклада и необходимый атрибут успешного развития новой экономики.

Для понимания актуальности формирования и грамотного использования интеллектуально-креативных ресурсов в любой области деятельности необходимо правильно понимать некоторые аспекты креативной экономики.

1. Отраслевая структура. В креативной экономике есть ряд отраслей, которые определяются как ее движущие силы. Это наиболее творческие и высокотехнологичные отрасли – разработка программного обеспечения, научно-исследовательская и проектная деятельность, дизайнерские услуги и др.

2. Структура занятых. Очевидно, что развитие данных отраслей ведет к росту потребности в новых трудовых ресурсах, прежде всего способных увеличить конкурентоспособность экономических субъектов в новых условиях. Подтверждением этого является существенное изменение структуры занятых в экономиках развитых и некоторых развивающихся стран. Так, в США доля «креативного класса» составляет сейчас около 30%, причем она увеличилась в три раза за последние 100 лет. В то же время доля рабочего класса уменьшилась до 25%.

3. Информационная наполненность экономического пространства. Одной из основных черт нового типа экономики является ее информационная загруженность. Сегодня для принятия управленческих решений любого уровня необходимо рассмотреть влияние огромного количества факторов. При этом количество информации, которой располагают участники экономической деятельности, выросло многократно. Соответственно, задача любого субъекта усложняется из-за увеличения количества входящей информации и возможных альтернатив поведения.

Р. Флорида в отношении оценки креативного класса России написал следующее: «Даже согласно строгим из моих критериев, в России сейчас около 13 млн. представителей креативного класса, т.е. ей принадлежит второе после США место в мире по абсолютному числу работников, занятых в креативных профессиях. По проценту от общей рабочей силы это ставит ее на 16-е место. В моем Мировом индексе креативности – комбинация разного рода показателей технологий, таланта и креативности – она попадает на несколько менее впечатляющее 25-е место. Другими словами, есть поводы для оптимизма, но впереди еще много работы» [4].

Используя методологию Р. Флориды, мы предприняли попытку исследовать классовую составляющую российского общества. К сожалению, Общероссийский классификатор занятий не столь детализированный, поэтому исследование не может обладать полной объективностью из-за архаичности российской статистики. Но стоит заметить, что наши данные, представленные на рисунке 1, совпали с данными Р. Флориды в отношении 13 млн. представителей креативного класса России, выросшего за период 2000-2008 гг. более чем на 40%, по сравнению с 9%-ным приростом обслуживающего класса и сокращением рабочего класса на 3%, а

аграрного – на 35%. Следуя количественной динамике, представители российского креативного класса в скором времени должны обогнать рабочих, а позднее и обслуживающий класс, что свидетельствует о появлении новой общественной формации, смещающей предшествующую.

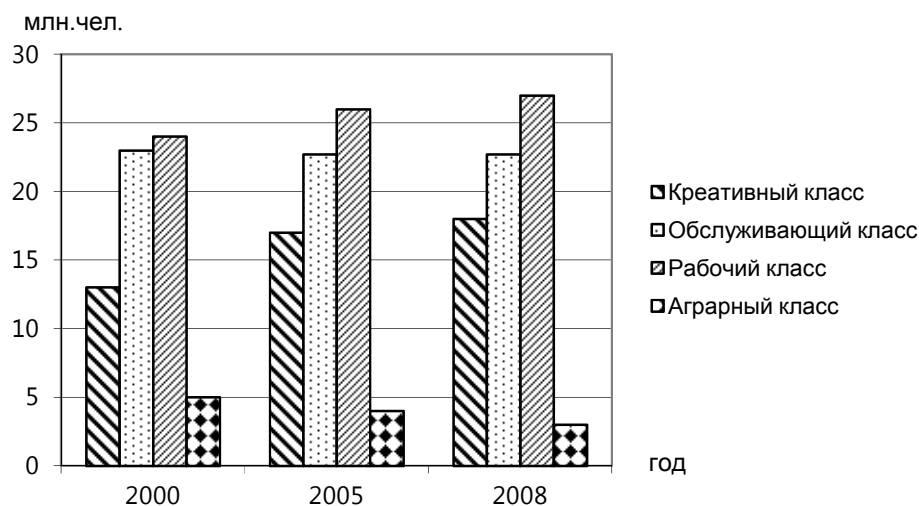


Рис. 1. Соотношение занятости в России по классам за 2000-2008 гг.[5]

Тенденция, выявленная Р. Флоридой в американском обществе, присутствует и в российском обществе, а именно – высокий темп прироста представителей креативного класса и значительно более высокий уровень доходов данных представителей по отношению к другим классам, чем, кстати говоря, и объясняется динамика креативного класса, представленная на рис. 2.

«UNCTAD» (Конференция ООН по торговле и развитию) использует для оценки креативной составляющей стран, групп и регионов – объем импорта и экспорта креативных продуктов, таким образом, применяя продуктивистский подход для определения креативной экономики. Деятельность креативных отраслей, как и сектора услуг, связана с нематериальной основой, но в отличие от услуг, результат их деятельности может быть реализован как неотъемлемая часть в конечном материальном продукте. Таким образом, был сформирован перечень продукции креативных отраслей, где основную добавленную стоимость составляет творческий вклад.

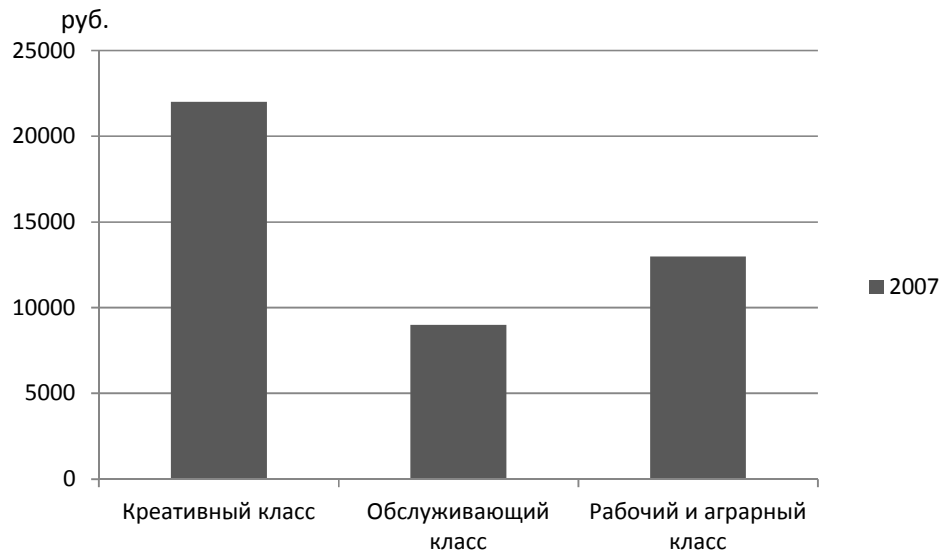


Рис. 2. Среднемесячная заработная плата в России по классам за 2007 г. [5]

На основании данных по импорту и экспорту креативной продукции, представленных в таблице 1, можно оценить вклад той или иной страны в мировой объем креативной экономики.

Таблица 1. Данные по импорту и экспорту креативной продукции [5]

Страны	Экспорт		Импорт	
	2000 г.	2010 г.	2000 г.	2010 г.
Развитые страны	77,9%	74,2%	58,6%	47,2%
Развивающиеся страны	19%	21,3%	40,4%	51,6%
Страны переходного типа	2,5%	4,4%	0,8%	1,2%
США	20,9%	22,5%	7,7%	6%
Великобритания	5,7%	6,4%	4,4%	3,8%
Германия	10,8%	6,2%	6,4%	5,5%
Япония	6%	4,5%	2,8%	1,9%
Франция	5,9%	5,5%	5,6%	5,2%
Италия	2,3%	2,9%	9,6%	6,8%
Канада	3,2%	3,9%	4,6%	2,9%
Россия	1,6%	2,2%	0,3%	0,4%

Примечательно, что и в данном случае лидером является США, обеспечивая почти четверть мировой торговли креативной продукцией. Основной объем торговли приходится между развитыми и развивающимися странами, хотя в последнее время страны с переходящим типом экономик, к которым, кстати говоря, «UNCTAD» относит и Россию, показывают высокие темпы роста объемов торговли креативной

продукцией, около 30%, против 8% роста развитых стран и 6% развивающихся [5].

Стоит отметить, что такие страны как Италия и Канада, наиболее слабые из группы стран «G7», в отличие от России имеют значительно более высокие показатели по импорту креативной продукции, компенсируя тем самым внутренний спрос креативной экономики.

Предыдущая таблица свидетельствует о преимуществе креативности, в частности в том, что благосостояние креативного общества гораздо выше, нежели общества некреативного.

Таким образом, отличительная особенность креативной экономики заключается в том, что главный инструмент в ней – это знания, ресурс – информация, а продукт – инновация. Тем самым, концепция креативной экономики объединяет воедино разрозненные понятия «информационной экономики», «экономики знаний» и «инновационной экономики». Ключевой ресурс, который имеет Россия – люди, технологии и возможность открытого инновационного развития. Объединение усилий в области развития инновационного бизнеса может дать мощный толчок развитию креативной индустрии, а привлечение международного опыта даст возможность формировать свою собственную «повестку дня» на мировом рынке.

Литература

1. Глазьев, С. Ю. Перспективы социально-экономического развития России / С.Ю. Глазьев // Экономист. 2009. - №1 - С. 3-19.
2. Новиков, В.И.: Состояние и перспективы становления инновационной экономики России. – Режим доступа: <http://www.sibai.ru/content/view/1014/1152/>. - 02.03.12.
3. Бекетов, Н.В. Проблемы и перспективы инновационного развития экономики России / Бекетов Н.В. // Проблемы современной экономики. – 2008. - № 2. – С. 26. – С.62-63.
4. Постановление ГД ФС РФ от 08.07.2011 N 5723-5 ГД "О Федеральном законе "О внесении изменений в Федеральный закон "О науке и государственной научно-технической политике" и статью 251 части второй Налогового кодекса Российской Федерации в части уточнения правового статуса фондов поддержки научной, научно-технической и инновационной деятельности" //СПС Консультант-Плюс.
5. Проблемы развития инновационно-креативной экономики / Сборник докладов по итогам международной научно-практической конференции, Москва, 29 марта-09 апреля 2010 г. / Под общей редакцией проф. Мельникова О.Н. – М.: Креативная экономика, 2010 – С. 15-19.