

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ ЯК ЧИННИКА ТРАНСФОРМАЦІЙ В ІННОВАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

У сучасних умовах стрімких змін значного поширення набуває економіка креативного типу, що зумовлює перехід до економіки знань. Нині креативна економіка являє собою особливий сектор економічних систем розвинених країн, розвиток яких ґрунтується на інноваційній діяльності та ефективному використанні інтелектуальних активів людського капіталу. Визначальною особливістю креативної економіки на відміну від традиційної є те, що головним інструментом трансформацій та зрушень у ній стають знання, головним ресурсом—інформація, а провідним продуктом у суспільному виробництві—інновації.

Останніми роками у царині теоретико-методологічних досліджень в економічній науці почали застосовуватися терміни «креативні продукти», «креативний клас», «креативна індустрія» тощо, які характеризують категорію «креативна економіка». Усі вони пов'язані з поняттям креативності, яке увійшло до наукового обігу у галузі психології ще у 50-х роках минулого століття завдяки роботам американського психолога П. Торренса. Термін «креативність» (від лат. creatio—створення) він визначав як особливу чутливість до проблем нестачі знань, виявлення їхніх дисгармонійних елементів шляхом поєднання різнопланової інформації, пошуку шляхів та формування гіпотез стосовно вирішення проблемних моментів та їх удосконалення з наступним обґрунтуванням остаточного кінцевого результату.

У психології під креативністю розуміють природний процес, що породжується значною потребою людини щодо зняття напруження, яке виникає у ситуації невизначеності або незавершеності. Приділяючи увагу дослідженню креативності як показника розвиненості окремого індивіда, фізіологічним основам її походження та генезису, психологія поза увагою залишила креативність колективів, націй та суспільства у цілому. Саме ці аспекти стали центральним елементом досліджень в економічній науці.

Зокрема, креативність досліджується у дискурсі системних властивостей економіки. Вперше поняття креативної економіки було вжите у часописі Business Week у 2000 році. Опублікована там стаття висвітлювала питання адаптації корпорацій до умов нової економіки, що формується у світі. Наголошувалося на важливості ідей та інтелектуальних ресурсів у соціально-економічному розвитку. Вказувалося, що підґрунтям нової

економіки є здатність суб'єктів вирішувати проблеми через застосування нестандартних оригінальних рішень, що допомагають отримати додаткові ефекти, що забезпечують вищий ступінь конкурентоздатності у ринковому середовищі. Відтоді почалося активне вивчення креативних характеристик суб'єктів економічної діяльності. При ООН було створено спеціальну Комісію з креативної економіки. Концептуальні підходи щодо креативних характеристик економічного розвитку викладено у працях Дж. Хоккінса, Р. Флоріди та Ч. Лендрі. Вони визначають креативність як провідний чинник формування нового життєвого устрою та необхідний атрибут успішного розвитку так званої економіки знань.

Джон Хоккінс у своїх роботах, зокрема-The Creative Economy, How People Make Money From Ideas ("Креативна економіка. Як робити гроші з ідей ") -називає 15 індустрій, тобто галузей, які забезпечують становлення креативної економіки. Насамперед, це-галузі, які виробляють інтелектуальну власність у вигляді авторських прав, патентів, ліцензій та торгових марок. Креативна діяльність визначається як така, що виявляє творчість, талант, нестандартні підходи, здатні потенційно до створення доданої вартості шляхом використання інтелектуальної власності.

Р.Флоріда дослідив наявність креативного класу в суспільстві та проаналізував його структуру, визначивши, що він складається з двох підкласів. З одного боку, це-суперкреативне ядро-люди, професійні заняття яких пов'язані з програмуванням та математикою, архітектурою та інженерною справою, природничими та соціальними науками, освітою, вихованням та бібліотечною справою, мистецтвом, дизайном, спортом, розвагами та засобами масової інформації. З іншого, це-креативні професіонали-управлінці, фахівці у галузях права, охорони здоров'я, бізнесу та фінансів, продажів, маркетингу, логістики тощо.

У дослідженнях Ч. Лендрі зазначається, що в нинішніх умовах основу розвитку окремих територій складають не традиційні фактори виробництва, а здібності людей, їхня творча активність, уява, мотивація. Саме ці фактори забезпечують перехід людства до нової економіки знань-креативної системи господарювання, однією з ознак якої прийнято вважати високу частку людей, зайнятих в галузях креативної індустрії.

Отже, реалії сучасного розвитку світової економічної системи диктують кожній країні необхідність посилення уваги до формування та використання креативних ресурсів людського капіталу.