



ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ ECONOMY AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY

УДК 332.49.7

<https://doi.org/10.23947/2413-1474-2020-4-4-20-25>

Креативный капитал как важнейший элемент формирования инновационной экономики Меленкин В. Л.¹, Чешева К. К.²

¹Региональный финансово-экономический институт (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

²Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

Капитализация экономики отраслей народного хозяйства в современных условиях и особенно с использованием цифровых технологий приобретает особое значение как на государственном, так и на субъектном и муниципальном уровнях. Формирование алгоритма развития экономики в рамках сложившихся объектно-субъектных условий позволит сформировать наиболее реальные бюджеты на всех уровнях. В этой связи рассмотрение формирования креативного капитала как важнейшего инструмента инновационной экономики приобретает особое значение.

Ключевые слова: креативный капитал, экономика, формирование, развитие, инновация, технологии.

Для цитирования: Меленкин, В. Л. Креативный капитал как важнейший элемент формирования инновационной экономики / В. Л. Меленкин, К. К. Чешева // Экономика и экология территориальных образований. — 2020. — Т. 4, № 4. — С. 20–25. <https://doi.org/10.23947/2413-1474-2020-4-4-20-25>

Creative capital as the most important element of innovative economy formation

Melenkin V. L.¹, Chesheva K. K.²

¹Regional Financial and Economic Institute (Rostov-on-Don, Russian Federation)

²Rostov State University of Economics (RINH) (Rostov-on-Don, Russian Federation)

Capitalization of national economy branches in modern conditions and especially with the use of digital technologies is of particular importance both at the state and at the regional and municipal levels. Forming an algorithm for economic development within the existing object-subject conditions will allow you to create the most realistic budgets at all levels. In this regard, the consideration of creative capital formation as the most important tool of the innovative economy is of particular importance.

Keywords: creative capital, economy, formation, development, innovation, technology.

For citation: V. L. Melenkin, K. K. Chesheva. Creative capital as the most important element of innovative economy formation. Economy and ecology of territorial formations, 2020, vol 4, no 4, pp.20–25. <https://doi.org/10.23947/2413-1474-2020-4-4-20-25>

Введение. В условиях формирования основ инновационной экономики в ряду факторов, определяющих степень успешности данного процесса, в значительной степени ключевое значение имеет такой структурный элемент человеческого капитала, как креативный капитал. В данной статье авторы рассматривают формирование и развитие креативного капитала, анализируют его роль в инновационной деятельности.

Формирование эффективного инструмента инновационной экономики. Говоря о сущности креативного капитала, следует отметить, что первыми работами в сфере исследования его роли и места

в системе факторов экономического развития стали труды члена Консультативного совета по креативной экономике ООН Дж. Хокинса, экономиста и социолога Р. Флориды и эксперта Всемирного банка Ч. Лэндри.

Одно из наиболее распространенных определений креативного капитала принадлежит специалисту по социологии и статистике Техасского университета Р. Кушину, который представлял его в качестве элемента человеческого капитала, подразумевающего наличие и реализацию способности индивида к свободному развитию творческой инициативы, определяющей возможность вырабатывать инновационные решения [1].

В этой связи необходимо отметить, что понятие «креативность» прежде всего ассоциируется с обладанием нестандартным экономическим мышлением, отличающимся от типовых логических схем, и возможностью на основе его эффективного использования разрабатывать и реализовывать инновационные подходы к решению поставленных задач. Кроме того, по мнению ряда специалистов, важнейшим результатом реализации креативных способностей, наряду с генерированием новых идей, является придание этим идеям ценностного воплощения [2].

Т. М. Амайстайл выделяет три необходимых элемента для формирования и развития креативного капитала:

- 1) компетенции;
- 2) творческое мышление;
- 3) мотивация [3].

Говоря о роли креативного капитала в развитии социально-экономических систем различного уровня, Ч. Лэндри отмечал, что, оттеснив традиционные факторы данного развития, инфраструктуру, местоположение, природные ресурсы, на первый план выходят человеческие способности, талант, мотивации и отношение к творчеству. Как указывает Ч. Лэндри, творчество от пассивной позиции перешло к кооперации, сотрудничеству и партнерству с различными сферами социально-экономической системы [4].

Данная предпосылка во многом обусловила развитие т. н. «креативных индустрий», под которыми понимаются виды экономической деятельности, основывающиеся на развитии творчества и таланта индивидов, являющихся источником капиталобразования [5]. Первенство в выделении сфер деятельности, наделенных подобными признаками, принадлежит Дж. Хокинсу, который в 2001 году в своем труде «Креативная экономика» указал 15 ключевых креативных индустрий [6]. К их числу, как правило, относят развитие информационных технологий, образование, рекламную деятельность, дизайн, архитектуру и искусство, издательское дело, производство теле-, радио- и видеопрограмм, музейную и выставочную деятельность, индустрию моды и ряд других секторов. В частности, Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) предлагает следующий подход к выделению и классификации креативных индустрий (рис. 1).

При этом следует указать на то, что понятия «творчество» и «креативность» как характерные признаки, присущие деятельности в рамках вышеотмеченных отраслей, обладают различным сущностным содержанием. В то время как творческий процесс прежде всего основывается на вдохновении индивида, креативный процесс имеет в своей основе конкретную целевую направленность, связанную с достижением определенного результата, как правило, имеющего экономическое содержание. Кроме того, если временные рамки творческого процесса обычно достаточно размыты, то для креативного процесса они чаще всего задаются в достаточно жесткой форме. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что креативность является формой проявления творческого потенциала, имеющей целевую (как правило, коммерческую) направленность и ограниченные временные рамки данного проявления. Таким образом, она выступает формой капитализации индивидуальных творческих способностей.

Основные индустрии	Взаимозависимые индустрии
Реклама	Информационные носители
Коллекционирование	Потребительская электроника
Кино и видео	Музыкальные инструменты
Музыка	Бумага
Сценическое искусство	Печатная техника
Издательство	Косвенные индустрии
Производство ПО	Архитектура
Телевидение и радио	Одежда и обувь
Изобразительное искусство	Дизайн
	Мода
	Игрушки
	Товары для дома

Рис. 1. Основные виды и группы креативных индустрий в соответствии с классификацией ВОИС [7]

По мнению одного из идеологов концепции креативного капитала Р. Флориды, креативность присуща, прежде всего, представителям т. н. «креативного класса», под которым он понимал работников, чья экономическая функция состоит в формировании новых идей и наполнении традиционных видов деятельности новым креативным содержанием. При этом к числу основных факторов, определяющих формирование креативного капитала, Флорида отнес т. н. «три Т»: талант, технологии и толерантность [8]. Однако, по мнению значительного числа как зарубежных, так и отечественных специалистов, выделение в качестве обладателей креативного капитала достаточно узкой группы людей, обладающих определенными характеристиками, выглядит весьма спорным и противоречивым [9].

В той же степени, в которой творческий процесс является первоосновой креативности, последняя выступает в качестве базисного элемента инновационной деятельности. Данная деятельность представляет собой креативный процесс, процесс воплощения инновационной идеи и процесс коммерциализации. В ходе креативного процесса продуцируется идея, на основе которой создается новшество, а в рамках процесса коммерциализации формируется инновационный продукт. При этом, по мнению ученого-экономиста из Новой Зеландии Дж. Поттса, креативные индустрии являются важнейшим элементом инновационной экономики [10].

М. Метгьюс в работе «Наука и инновационная политика и новая (и старая) экономика креативности» ставит своей целью исследование роли креативного и культурного компонентов в инновационной деятельности. При этом он обосновывает необходимость существенного расширения перечня креативных индустрий, а саму креативность представляет в качестве важнейшего фактора, определяющего особенности не только индивидуального, но и социального поведения людей, в частности, в рамках инновационного процесса [11].

В данном контексте необходимо указать на то, что в качестве социальной формы креативности все больше исследователей определяют сетевые структуры и процессы, причем под сетью здесь понимается совокупность субъектов, которые обладают распределенным ресурсом. Как отмечал сотрудник Института истории естествознания и техники РАН К. В. Сергеев еще в самом начале XXI века, практически все инновации изначально возникают в социальных креативных сетях, которые объединяют творческих людей [12].

Аналогично американский экономист, статистик, демограф и историк экономики С. Кузнец подчеркивал, что инновации генерируются креативным ядром носителей человеческого капитала — учеными, сотрудниками венчурных компаний, преподавателями, менеджерами и т. д. При этом, по его

мнению, помимо собственно рождения инновационных идей, они также способствуют формированию благоприятной среды для успешной реализации инновационного процесса [13].

В свою очередь, американско-израильский профессор экономики и историк экономики Дж. Мокир отдельно выделяет особую форму креативности, именуемую им «технологической», подразумевая под этим понятием использование креативных идей в производственном процессе [14].

Становление креативности как одного из драйверов экономического роста в целом и развития инновационной деятельности в частности обусловило необходимость научного осознания этого процесса, что происходит в рамках развития концепции креативной экономики, которая активно развивается с начала XXI века. Особенно актуальным это становится в условиях цифровизации, когда все больше традиционных секторов сервисной сферы обретает характер инновационных отраслей, основанных на задействовании креативного фактора [15].

Данные индустрии как базовый элемент креативной экономики сегодня представляют собой один из наиболее динамично развивающихся секторов национального хозяйства многих государств мира. Они выступают в качестве одного из «полюсов инновационного роста», что обусловлено наличием многочисленных положительных эффектов развития креативного сектора, проявляющихся в рамках других отраслей национальной экономики [16]. При этом в целом количество работников креативных индустрий в мире составляет 8–9% от общего числа занятых и превышает количество специалистов, осуществляющих свою деятельность, например, в финансовом секторе.

Развитие креативных индустрий в контексте обеспечения инновационной направленности предполагает необходимость создания локализованного пространства, в рамках которого носители креативного капитала могут заниматься творческой деятельностью во взаимодействии друг с другом, объединяя необходимые для этого ресурсы. На этой основе в настоящее время все большее распространение получает процесс формирования т. н. «креативных кластеров» как инновационных пространств, объединяющих на своей территории творчески ориентированных предпринимателей с целью предоставления им возможностей для свободной коммуникации, генерирования новых идей и создания креативной продукции на базе эффективного сочетания творчества, инноваций и предпринимательской инициативы.

Многие государства, например Великобритания, Япония и Сингапур, помимо всеобъемлющей поддержки развития подобных креативных пространств на собственной территории, занимаются активным продвижением инновационных достижений креативного сектора национальной экономики на внешних рынках. Руководство Катара, например, поставило цель к 2026 году преодолеть сырьевую ориентацию национальной экономики путем поддержки развития креативных индустрий [17].

Заключение. Таким образом, сочетание творческого мышления, инновационных идей, технологий и культурной парадигмы формирует базис для воспроизводства креативного капитала и одновременно делает возможным изменение ориентированности процесса общественно-экономического развития в сторону учета ключевой роли человека и способностей, которыми он обладает, в системе основных капиталобразующих факторов и катализаторов инновационного процесса.

Библиографический список

1. Cushing R. Creative capital, diversity and urban growth, Working Paper, - Austin: University of Texas, 2001.
2. Kao J. The art & discipline of business creativity // Strategy & Leadership. - 1997, iss. 4.
3. Амайстайл, Т. М. Как убить творческую инициативу. Креативное мышление в бизнесе / Т. М. Амайстайл. — Москва : Альпина Бизнес Букс, 2011. — 186 с.
4. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри ; пер. с англ. — Москва: Классика-XXI : Ин-т культурной политики, 2006. — 397 с.
5. De Propriis L., Hypponen, L. Creative Clusters and Governance: The Dominance of the Hollywood Film Cluster. – Cheltenham: Edward Elgar, 2008.

6. Хокинс, Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги / Дж. Хокинс ; пер. с англ. — Москва : Финансовая корпорация «Открытие» : Классика-XXI, 2011. — 253 с.
7. Аюпов, Р. Ф. Влияние креативного капитала на развитие инновационной экономики / Р. Ф. Аюпов // Ученые записки Казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н. Э. Баумана. — 2012. — Т. 209. — С. 357—361.
8. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида ; пер. с англ. — Москва : Классика-XXI, 2007. — 421 с.
9. Андрухина, Л. М. Креативность, креативный капитал и креативные практики в образовании / Л. М. Андрухина. — Екатеринбург : Изд-во РГППУ, 2019. — 238 с.
10. Creative Industries and Economic Evolution [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.culture-21.com/2011/10/17/creative-industries-and-economicevolution>.
11. Matthews M. Science and Innovation Policy and the New (and Old) Economics of Creativity // Creative Destruction. - 2008, № 1.
12. Сергеев, К. В. «Периферийное знание» в дискурсе креативности: социальные сети интересного / К. В. Сергеев // Полис. Политические исследования. — 2003. — № 1. — С. 50–62.
13. Корчагин, Ю. А. Человеческий капитал и инновационная экономика России / Ю. А. Корчагин. — Воронеж : ЦИРЭ, 2012. — 244 с.
14. Мокир, Дж. Рычаг богатства: технологическая креативность и экономический прогресс / Дж. Мокир; пер. с англ. — Москва : Изд-во Института Гайдара, 2014. — 502 с.
15. Меленкин, В. Л. Новая доминанта инновационной деятельности сервисной организации в условиях цифровизации / В. Л. Меленкин, К. К. Чешева // Экономика и экология территориальных образований. — 2020. — Т. 4, № 3(14). — С. 6–12.
16. Greffe X. Is heritage an asset or a liability? // Journal of Cultural Heritage. - 2004. iss 3.
17. Эксперты обсудили концепцию развития креативных индустрий в России [Электронный ресурс] / Система управления государством «Стратегия–24». — Режим доступа: <https://www.csr.ru/ru/news/eksperty-obsudili-kontseptsiyu-razvitiya-kreativnyh-industrij-v-rossii> (дата обращения: 07.12.2020).

Поступила в редакцию 07.09.2020

Запланирована в номер 09.11.2020

Об авторах:

Меленкин Владислав Леонидович, доцент кафедры «Экономика и финансы» Регионального финансово-экономического института (344010, РФ, г. Ростов-на-Дону, просп. Ворошиловский, 46/176), кандидат экономических наук, vlmelenkin@yandex.ru

Чешева Ксения Константиновна, магистрантка кафедры «Предпринимательство и менеджмент» Ростовского государственного экономического университета (РИНХ) (344002, РФ, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69) ekomagazine@yandex.ru

References

1. Cushing R. Creative capital, diversity and urban growth, Working Paper, Austin: University of Texas, 2001.
2. Kao J. The art & discipline of business creativity. Strategy & Leadership, 1997;4: 10.
3. Amaistail TM. Kak ubit' tvorcheskuyu iniciativu. Kreativnoe myshlenie v biznese [How to kill creative initiative. Creative thinking in business]. Alpin Business Books, 2011:52. (In Russ.)
4. Lendri Ch. Kreativnyj gorod [Creative city]. Classic-XXI, 2011:114. (In Russ.)

5. De Propriis L., Hypponen, L. Creative Clusters and Governance: The Dominance of the Hollywood Film Cluster. Cheltenham: Edward Elgar, 2008: 340.
6. Khokins G. Kreativnaya ekonomika: kak prevratit' idei v den'gi [Creative economy: how to turn ideas into money]. Classic-XXI, 2011.
7. Ayupov RF. Vliyanie kreativnogo kapitala na razvitie innovacionnoj ekonomiki [Influence of creative capital on the development of innovative economy]. Scientific notes of Bauman Kazan state Academy of veterinary medicine, 2012;209:359. (In Russ.)
8. Florida R. Kreativnyj klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee [Creative class: people who change the future]. (In Russ.)
9. Andrukhina LM. Kreativnost', kreativnyj kapital i kreativnye praktiki v obrazovanii [Creativity, creative capital and creative practices in education]. Ekaterenburg, Publ. house RSPPU, 2019:83. (In Russ.)
10. Creative Industries and Economic Evolution. [Electronic resource].
11. Matthews M. Science and Innovation Policy and the New (and Old) Economics of Creativity. Creative Destruction, 2008;1.
12. Sergeev KV. Periferijnoe znanie» v diskurse kreativnosti: social'nye seti interesnogo ["Peripheral knowledge" in the discourse of creativity: social networks of interesting things]. Political research, 2003;1:55. (In Russ.)
13. Korchagin YA. Periferijnoe znanie» v diskurse kreativnosti: social'nye seti interesnogo [Human capital and innovative economy of Russia]. Voronezh, 2012:28. (In Russ.)
14. Mokir G. Rychag bogatstva. Tekhnologicheskaya kreativnost' i ekonomicheskij progress [The lever of riches. Technological creativity and economic progress]. Moscow: Gaidar Institute publishing House, 2014:17. (In Russ.)
15. Melenkin VL., Cheshev KK. Novaya dominanta innovacionnoj deyatel'nosti servisnoj organizacii v usloviyah cifrovizacii [A new dominant of innovative activity of a service organization in the context of digitalization]. Economy and ecology of territorial formations, 2020;3:8. (In Russ.)
16. Greffe X. Is heritage an asset or a liability? Journal of Cultural Heritage. 2004; 3: 305.
17. Eksperty obsudili koncepciyu razvitiya kreativnyh industrij v Rossii [Elektronnyj resurs]. [Experts discussed the concept of development of creative industries in Russia [Electronic resource]]. (In Russ.)

Received 07.09.2020

Scheduled in the issue 09.11.2020

Authors:

Melenkin Vladislav L., associate professor, the Department of «Economics and Finance», Regional financial and economic Institute (46/176, Voroshilovsky av., Rostov-on-Don, RF, 344010), candidate of economic Sciences, vlmelenkin@yandex.ru

Chesheva, Ksiniya K., master degree student, the «Department of Business and Management», Rostov State University of Economics (RINH), (69, Bolshaya Sadovaya str, Rostov-on-Don, RF, 344002) ekomagazine@yandex.ru