

INNOVATIVE STRATEGIES FOR THE FORMATION AND USE OF HUMAN CAPITAL

Кліпкова О. І., к.е.н.

*Університет банківської справи
м. Львів, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-028-5-29>

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК КВІНТЕСЕНЦІЯ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Ринкова економіка базується на постулатах інформаційної, інноваційної економіки та економіки знань, які враховують перехід від економіки, яка базується на обробці, зберіганні та розповсюдженні інформації про діяльність держави, через систему, що базується на постійному потоці інновацій, трансформацій та експорті високотехнологічної продукції до економіки, яка вважає творчий та інтелектуальний потенціал найважливішим ресурсом для національного економічного розвитку.

Всі ці складові визначають орієнтири креативної економіки. Ключовою особливістю переходу до основ креативної економіки стає її здатність до якісного поєднання творчого мислення, нових інноваційних ідей з культурою і новітніми технологіями, а також у створенні нового типу ринкових відносин, націлених не тільки на підвищення якості життя населення, а й забезпечення динамічного соціально-економічного розвитку територіальних суспільних систем. Формування базису переходу до креативної економіки відбувається шляхом забезпечення розвитку людського та інтелектуального потенціалі індивідів. Якщо складовими формування та відтворення людського потенціалу є освіта, охорона здоров'я соціальні гарантії тощо, то забезпечення розвитку інтелектуального потенціалу є інтегральною харак-

теристикою заходів та інструментів людського, інноваційного, креативного та інших потенціалів особистості.

Перехід до креативної фази розвитку суспільства визначається низкою об'єктивних обставин, що зумовлені переходом від споживацької економіки до економічної системи створення нематеріальної основи матеріальних благ. В цьому аспекті пріоритетними стають питання співвідношення традицій та інновацій в усіх сферах людської активності, використання сучасних технологій управління персоналом на засадах дієвої, справедливої та лояльної корпоративної культури. Етимологія поняття «креативність» глибоко пов'язана із категорією «емоційний інтелект», особливо у контексті розуміння, співпереживання та вміння корелювати з емоціями та діями інших людей. Глибока відмінність креативності та творчості полягає у наявності у першого поняття раціональної основи, нетрадиційних підходів до вирішення традиційних завдань. З появою інформаційного суспільства та бажанням створити економіку, базовану на знаннях, можна побачити вплив креативності індивідів на питання економічного розвитку.

Американський економіст і соціолог Р. Флоріда стверджує, що креативність вже давно вийшла за рамки індивідуума і тепер виступає в якості найбільш важливого ресурсу економіки, оскільки дає змогу поєднати бізнес, культуру та інновації. Він вважає, що основа цього суспільства – креативна економіка, а її соціальним, політичним та економічним ядром виступає так званий креативний клас, до якого він відносить представників креативних професій. Креативністю Р. Флоріда вважає створення на базі знань нових практичних форм, а основою розвитку креативної економіки – принцип трьох Т: «технології, таланту і толерантності» [1].

Злиття в процесі креації вартості бізнес-проектів понять креативність та інноваційність призведе до створення нової парадигми суспільної свідомості, національних економічних систем та бізнес-середовищ. Найбільш поширеним поняттям, що виникло внаслідок такого компонування категорій є поняття

«креативна індустрія», яке можна розуміти як діяльність творчих (креативних) особистостей в аспекті створення нового, прогресивного та масштабного.

На сьогодні в Україні існує тенденція відносити до креативної індустрії лише культуру і мистецтво. Креативні індустрії можна визначити як «підприємництво у сфері культури», «культурні або творчі бізнес-проекти». У цьому сенсі поняття «індустрії» забезпечує даний сектор економіки змістовним і технологічним змістом, визначаючи його як виробництво і реалізацію певного виду продукції, як процес динамічного розвитку інтелектуального потенціалу суспільства. Такі бізнес-проекти відповідно до своєї мети та засобів реалізації перебувають на останньому шаблі піраміди А. Маслоу, а як наслідок зумовлюють само-реалізацію та самопізнання індивідів.

У визначенні ЮНЕСКО цей термін застосовується в тих галузях, які поєднують у собі створення, виробництво та комерціалізацію змістів, які є нематеріальними і мають культурний характер [2].

Ці змісти, як правило, захищені авторським правом, і можуть приймати форму товару або послуги. Залежно від контексту, культурні індустрії також можуть називатися креативними індустріями або «галузями майбутнього». Впродовж своєї незалежності Україна стала членом є багатьох конвенцій та договорів по захисту авторського та суміжних прав: Паризької конвенції «Про охорону промислового права», Мадридської угоди «Про міжнародну реєстрацію знаків», Всесвітньої конвенції «Про авторське право», Договору «Про патентну кооперацію» тощо, але створення, патентування та дифузія об'єктів інтелектуальної власності перебуває на низькому рівні порівняно із іншими країнами європейського співтовариства (рис. 1).

З точки зору форм бізнесу, креативні індустрії засновані на пріоритеті малих і середніх підприємств, що виробляють творчі продукти та послуги. У той же час, це місцеві виробництва, орієнтовані на пошук виходу на глобальні ринки в умовах постіндустріальної економіки.



Рис. 1. Надходження заявок та видача охоронних документів на винаходи, корисні моделі, промислові зразки та знаки для товарів та послуг в Україні за 2005-2019 рр.

Джерело: сформовано на основі [3]

Розвинену креативну індустрію характеризує також те, що вона трансформує інші. Культурні індустрії та креативне підприємництво – це відносно нові поняття в українському контексті, проте не нові явища (визначення «культурні індустрії» запровадили Адорно та Горкгаймер у своїй «Діалектиці просвітництва» 1947 року).

Для України експерти сучасних ринкових тенденцій характерними вважають основними такі характеристики і тренди креативних індустрій:

- індикатори руху від інформаційного до концептуального віку, де головною цінністю будуть ідеї (концепти): все менше людей будуть працювати на роботодавців, все більше на себе самих;

- найбільш виразно і ефективно проявляються в середовищі окремого міста. Тобто це міський феномен;

- стирають межі між наукою і мистецтвом, креативністю та інноваціями, між країнами;
- ті міста, які зараз активно використовують креативні індустрії, використовували і використовують свою унікальність і приклали зусилля як мінімум одного покоління;
- культура та креативність, ввічливість та інтелект, атмосферність і людська теплота – це ті ресурси, якими живляться креативні індустрії;
- швидкий вільний доступ до Інтернету для забезпечення обміну і доступу до величезних інформаційних потоків;
- дизайн та архітектура наповнені творчістю, зручністю, інноваційністю;
- базовим є малий, а не великий бізнес [4];
- органічна культурна та етнічна різноманітність, яка дозволяє створювати нові унікальні ідеї та бачення світу.

На сьогодні, креативні індустрії в Україні – це такий тип соціально-культурних практик, інтегруючою домінантою яких є творча компонента, що часто граничить з експериментом, новаторством і тому не завжди переслідує комерційні цілі.

Література:

1. Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. Москва : «Манн, Иванов и Фербер». 384 с.
2. Офіційний сайт ЮНЕСКО. URL: <http://portal.unesco.org/culture>.
3. ДП «Український інститут інтелектуальної власності» URL: <https://ukrpatent.org/uk>.
4. Куцик В.І., Кліпкова О.І. Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності креативних індустрій інноваційних систем розвитку : монографія. Львів : Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2017. 268 с.