

КРЕАТИВНИЙ КАПІТАЛ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ ЗНАНЬ

***Анотація.** У статті досліджено особливості функціонування та розвитку креативного капіталу у сучасній економіці знань. Визначено основні характеристики та вимоги до формування креативного капіталу у сучасних умовах глобального економічного розвитку. Проаналізовано галузі творчої діяльності, у яких формується креативний капітал, а також умови його ефективного розвитку.*

***Ключові слова:** креативний капітал, людський капітал, економіка знань, креативні індустрії, креативна інтенсивність.*

Пичкурова З.В., к.э.н., доцент, доцент кафедры международных экономических отношений и бизнеса Факультета международных отношений Национального авиационного университета.

КРЕАТИВНЫЙ КАПИТАЛ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

***Аннотация.** В статье исследованы особенности функционирования и развития креативного капитала в современной экономике знаний. Определены основные характеристики и требования к формированию креативного капитала в современных условиях глобального экономического развития. Проанализированы отрасли творческой деятельности, в которых формируется креативный капитал, а также условия его эффективного развития.*

***Ключевые слова:** креативный капитал, человеческий капитал, экономика знаний, креативные индустрии, креативная интенсивность.*

Pichkurova Z.V., PhD in Economics, Associate Professor of International Economic Relations and Business Department, Faculty of International Relations of the National Aviation University.

CREATIVE CAPITAL IN THE MODERN KNOWLEDGE ECONOMY

***Annotation.** The article explores the features of the functioning and development of creative capital in the modern knowledge economy. The main characteristics and requirements for the formation of creative capital in modern conditions of global economic development are determined. The branches of creative activity in which creative capital is formed, as well as the conditions for its effective development, are analyzed.*

***Key words:** creative capital, human capital, knowledge economy, creative industries, creative intensity.*

Актуальність проблеми. В умовах стрімкого науково-технічного прогресу відбувається формування нової парадигми глобального економічного розвитку, яка характеризується таким якісно новим явищем, як креативізація окремих сфер економічної діяльності за рахунок формування та ефективного використання людського потенціалу. За таких умов, ключовим фактором лідерства як країн, так і окремих фірм на світовому ринку є створення і накопичення креативного (творчого) капіталу, який дозволяє формувати унікальні та динамічні здібності в умовах глобальної конкуренції та мінливості ринкових умов.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблемі формування і розвитку креативного капіталу присвячено увагу багатьох зарубіжних дослідників, зокрема, таких як Р. Аюпов, Т. Бондарська, О. Воскресенський, Т. Касаєва, Ч. Лендрі, М. Олігова, О. Попіков, Б. Саліхов, І. Саліхова, К. Султанов, Р. Флорида, Дж. Хоукінс та інших. Серед вітчизняних вчених, у роботах яких представлений аналіз креативного капіталу як сучасної форми людського капіталу можна виділити Т. Галахову, Д. Лук'яненка, Т. Поснову, М. Проскуріну, С. Сіденко, О. Яцунь та інших. Водночас, функціонування креативного капіталу багато в чому визначається об'єктивними особливостями розвитку та актуальними вимогами сучасної економіки знань, що обумовлює необхідність здійснення дослідження у цьому напрямі.

Метою статті є дослідження ролі та значення креативного капіталу, як одного з найбільш цінних і перспективних ресурсів, який у сучасній економіці знань виступає потужним фактором економічного зростання.

Виклад основного матеріалу. Об'єктивні умови розвитку людської цивілізації зумовили зміни у структурі факторів виробництва, зокрема, сприяли збільшенню у ній частки людського капіталу. Так, ще у XVIII столітті частка людського капіталу у сукупному капіталі становила 10%, на початку XX століття – зросла до 33%, у II половині XX століття вона перевищила фізичний капітал і у вигляді накопичених інвестицій у сукупному фонді капіталізованих витрат на розвиток підвищилась до 67-69% (у США до 74-76%) у 1997-1998

рр. та до 80% на початку XXI століття [1, с. 52]. Сучасний світовий економічний розвиток характеризується процесами поступового заміщення матеріальних ресурсів інтелектуальними, креативізацією багатьох сфер економічної діяльності та перетворенням креативної складової людського капіталу на одне із найбільш важливих джерел формування конкурентних переваг.

Концепція креативного капіталу виникла на основі розвитку теорії людського капіталу. Лауреат Нобелівської премії з економіки Саймон Кузнець стверджував, що існує деяке граничне значення накопиченого національного людського капіталу, без досягнення якого перехід до наступного технологічного укладу неможливий. Проте, саме креативне ядро людського капіталу – провідні вчені, венчуристи, викладачі, управлінці, лікарі та інші спеціалісти генерують інновації та формують сприятливі умови для інноваційного процесу та високої якості життя [2, с. 49].

С. Сіденко наголошує на тому, що поява нових форм капіталу – людського, інтелектуального, соціального – пов'язана з новою роллю людини в процесах соціально-економічного розвитку, а подальші дослідження людського капіталу стали поштовхом для розробки теорії креативного класу [3, с. 14].

Серед зарубіжних та вітчизняних вчених існує ряд підходів до визначення креативного капіталу. Зокрема, Р. Флоридою був запропонований термін «креативний клас», до якого він відносить представників інтелектуальної праці, символічних аналітиків, а також представників вільних професій та технічних спеціалістів, які створюють економічні цінності у процесі творчої діяльності [4, с. 84].

Т. Касаєва та Т. Бондарська наголошують на тому, що креативна природа людського капіталу виражається через три основні поняття: «свідомість – інтелект – знання», серед яких категорія «інтелект», що являє собою умисне і свідоме використання розуму для ефективної діяльності індивіда в умовах мінливого зовнішнього середовища і внутрішніх трансформацій, складає онтологічне ядро індивідуального людського капіталу [1, с. 53-54].

С. Сіденко визначає креативний капітал як форму людського капіталу, що включає такі характеристики, як творчі і моральні цінності, потребу в генеруванні нових знань та інновацій [3, с. 12].

В. Сінов тлумачить креативний людський капітал як здатності і можливості працівників створювати і впроваджувати інновації на основі нестандартного творчого мислення і нешаблонного вирішення задач, що виникають [5, с. 59-60].

Враховуючи існуючі підходи до тлумачення креативного капіталу, можна стверджувати, що останній являє собою сукупність особистісних характеристик носіїв людського капіталу, які базуються на інтелектуальних і творчих здібностях, виражаються через потенціал до генерування ідей, здатність приймати рішення в умовах невизначеності і підвищеного ризику і які у своїй сукупності є забезпечують конкурентних переваги та сприяють стрімкому економічному зростанню. Таким чином, в сучасному глобальному економічному середовищі основним критерієм віднесення людських ресурсів до категорії креативного капіталу стає не лише наявність певного обсягу знань, вмінь, рівня кваліфікації, прагнення сумлінно виконувати трудові обов'язки, але й здатність людини до креативного мислення і застосування своїх творчих здібностей для досягнення найкращого результату. Крім того, в умовах креативної економіки виробництво товарів і послуг переходить у якісно нову площину: завданням креативного працівника стає створення менш матеріально затратного, але більш функціонального і більш конкурентоздатного продукту.

Особливого значення розвиток креативного людського потенціалу набуває в умовах економіки знань, що сприяє формуванню нових економічних моделей, в межах яких висуваються нові вимоги до факторів економічного зростання, основним з яких виступає людський капітал у його найбільш розвиненій формі, а саме, у формі людського капіталу, наділеного ознаками креативності та здатністю генерувати інноваційні ідеї й вирішувати нестандартні задачі. К. Султанов та А. Воскресенський визначають економіку знань як діяльність людини, пов'язану з виробництвом і використанням у професійній діяльності знань, засновану на креативності, уяві, творчому моделюванні процесів, високій ролі інноваційних технологій, що максимально використовують інтелектуальні та творчі можливості людини щодо вирішення нестандартних задач в умовах невизначеності [6, с. 148]. Саме завдяки людському капіталу відбувається стрімкий розвиток економіки знань на її найбільш розвиненій стадії – стадії креативної економіки, яка за основу свого розвитку бере людський потенціал.

Отже, креативний капітал можна вважати найбільш досконалою формою людського капіталу, формування якого потребує значних зусиль, і потенціал якого для економічного розвитку важко переоцінити. Сучасний носій креативного капіталу не лише володіє певними знаннями, навичками і компетенціями, але й має здатність та мотивацію постійно їх оновлювати, самоудосконалюватись та генерувати нові ідеї.

В епоху економіки знань знаннєвий та інформаційний ресурси витісняють з провідних позицій матеріальні ресурси, а у сучасному рейтингу професій провідні позиції посідають ті, що належать носіям креативного людського капіталу. Проте, не можна стверджувати, що креативність лише на сучасному етапі глобального економічного розвитку стала визнаватись ознакою людського капіталу, оскільки вона завжди знаходилась в його основі. Водночас, креативність як конкурентна перевага стала визнаватись лише в епоху економіки знань, що врешті сприяло формуванню такого поняття, як креативний капітал.

У зв'язку з цим, базові ознаки людського капіталу, що раніше визнавались визначальними конкурентними перевагами, поступилися місцем сучасним характеристикам людського капіталу, які знаходяться у площині креативності і поступово змінюють свій статус додаткових і бажаних на статус обов'язкових (див. Рис.1). Сучасний фахівець у будь-якій креативній індустрії повинен не лише володіти певним обсягом знань, але й вміти їх аналізувати, синтезувати, пропонувати інноваційні рішення, креативно

мислити, бути готовим і здатним вирішувати надскладні завдання у нестандартних умовах, ризикувати і прагнути до досягнення максимального ефекту.



Рис. 1. Трансформація вимог до людського капіталу в умовах економіки знань.

Примітка. Побудовано автором.

Таким чином, сучасний носій людського капіталу в умовах економіки знань володіє, в першу чергу, базовим набором характеристик, без яких інтелектуальна діяльність є неможливою, і крім цього – рисами, що характеризують його творчий потенціал та можливості його використання та забезпечують йому конкурентні переваги на ринку праці. До того ж, результати діяльності носія креативного капіталу теж мають у свої основі ознаки креативності, і, відповідно, володіють високим ступенем конкурентоспроможності.

До основних характеристик креативного капіталу можна віднести наступні:

- наявність інтелектуальних і творчих здібностей;
- здатність синтезувати творчість і знання;
- відкритість до нових знань, наявність внутрішньої дисципліни та мотивації до постійного саморозвитку;
- здатність швидко знаходити необхідну інформацію, аналізувати її та втілювати у практичній діяльності;
- наявність потенціалу, бажання і мотивації до продукування нових, часто нестандартних ідей і рішень;
- здатність пропонувати і застосовувати оригінальні підходи до вирішення надскладних завдань;
- наявність високого рівня винахідливості;
- володіння навичками нетворкінгу з метою обміну знаннями, ідеями, та рішеннями з іншими носіями креативного капіталу, що сприяє примноженню ефективності його використання;
- можливість синтезувати дані й інформацію з різних галузей знань та проявляти себе у якості багатопрофільного фахівця;
- володіння технологіями реалізації нових ідей найбільш ефективним і найменш затратним способом з використанням актуальних і сучасних інструментів;
- здатність приймати ефективні рішення в умовах невизначеності та підвищеного ризику;
- готовність швидко адаптуватись до змін ринку праці в умовах конкуренції;
- заперечення будь-якої формалізації у процесі професійної діяльності тощо.

Ці та інші характеристики креативного капіталу обумовлюють його універсальність та здатність проявляти себе у багатьох галузях креативної та культурної діяльності. Можна стверджувати, що креативні індустрії, у межах яких відбувається формування і нагромадження креативного капіталу, самі по собі мають сприятливі умови для його функціонування. Водночас, креативний капітал, за умов його ефективного відтворення, сприяє ефективному зростанню зазначених галузей.

Існує ряд моделей класифікації креативних та культурних індустрій, розроблених міжнародними організаціями, інституціями та окремими дослідниками з метою аналізу впливу креативного середовища на розвиток креативного людського капіталу (див. Табл. 1). Відповідно до вищезгаданих моделей, коло можливостей для формування, розвитку і відтворення креативного капіталу є достатньо широким. Проте, варто відмітити, що реалізація креативного потенціалу у межах креативних і культурних індустрій відбувається за умови дотримання цілком прагматичних, економічних цілей. Це відрізняє креативний процес від творчого і надає йому економічних ознак.

Слід також зазначити, що креативний капітал ефективно розвивається за певних сприятливих умов. Згідно концепції креативного капіталу Ричарда Флориди, креативні люди, власники креативного капіталу,

надають перевагу місцям, що характеризуються різноманіттям, терпимістю і відкритістю до нових ідей [2, с. 49], тобто підкреслює роль територіального фактору формування креативного капіталу.

Таблиця 1

Галузі формування і функціонування креативного капіталу

Модель класифікації	Креативні та культурні галузі
Модель ЮНКТАД	Художні ремесла; аудіовізуальне виробництво; дизайн; цифрове виробництво; нові медіа; виконавські види мистецтва; видавнича діяльність; образотворче мистецтво; рекламна діяльність; маркетингові дослідження та опитування; архітектурні, інженерні та інші технічні послуги; послуги з досліджень і розробок. Особисті, культурні та рекреаційні послуги; аудіовізуальні та супутні послуги; інші особисті, культурні та рекреаційні послуги
Модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності	<i>Галузі, що засновані на авторському праві:</i> реклама, організації колективного управління майновими правами, кіно- та відеоіндустрія, музика. Виконавське мистецтво, видавнича справа, програмне забезпечення, телебачення та радіо, візуальне та графічне мистецтво. <i>Взаємозалежні галузі авторського права:</i> об'єкти для запису інформації, побутова електроніка, музичні інструменти, виробництво паперу, виробництво копіювальної техніки та фотообладнання. <i>Галузі, що володіють обмеженою охороною авторським правом:</i> архітектура, виробництво одягу та взуття, дизайн, мода, виробництво побутових товарів, виробництво іграшок.
Модель Інституту статистики ЮНЕСКО	<i>Індустрії основних напрямів культури:</i> музеї, галереї, бібліотеки; виконавське мистецтво; фестивалі, образотворче мистецтво, ремесла; дизайн; видавнича справа; телебачення та радіо; кіно- та відео індустрія; фотографія; інтерактивні медіа. <i>Галузі розширених культурних напрямів:</i> музичні інструменти; звукове обладнання; архітектура; реклама; поліграфічне обладнання; програмне забезпечення; аудіовізуальне апаратне забезпечення.
Британська модель креативних індустрій (Департамент цифрових технологій, культури, медіа та спорту при Міністерстві культури, медіа та спорту Великої Британії)	Реклама та маркетинг; архітектура; ремесла; дизайн продуктів, графіки та моди; кіно, телебачення, відео, радіо та фотографія; ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги; музеї, галереї та бібліотеки; музичне виконавське та образотворче мистецтво; видавнича діяльність.
Американська модель креативних індустрій (американська некомерційна організація «Американці за мистецтво»)	Музеї та колекції; виконавське мистецтво; візуальне мистецтво та фотографія; кіно, радіо та телебачення; дизайн та видавнича справа; художні школи та художні послуги.
Модель креативних індустрій (Джон Хоукінс)	Реклама; архітектура; мистецтво; ремесла; дизайн; мода; кіно; музика; виконавське мистецтво; видавнича справа; наукові дослідження та розробки; програмне забезпечення; іграшки та ігри (за виключенням відеоігор); телебачення та радіо; відеоігри.
Модель креативних індустрій Річарда Флориди	Нові системи креативності в галузі технологій та підприємництва. Нові, більш ефективні моделі виробництва товарів та надання послуг. Загальні соціальні, культурні та географічні умови, сприятливі для будь-якої креативності.
Символічна текстова модель (Девід Хезмондалш)	<i>Ключові культурні індустрії</i> (радіо та телебачення, кіноіндустрія, інтернет-контент, музична індустрія, електронні друк і публікації, відео- та комп'ютерні ігри, реклама та маркетинг). <i>Периферійні культурні індустрії</i> (театр, виготовлення, демонстрація і продаж витворів мистецтва –живопису, інсталяцій, скульптур) <i>Прикордонні культурні індустрії</i> (спорт, побутова електроніка / обладнання культурної індустрії, програмне забезпечення, мода).
Модель концентричних кіл (Девід Тросбі)	<i>Основні креативні галузі (ядро креативних індустрій):</i> література, музика, виконавське мистецтво, образотворче мистецтво. <i>Інші частини ядра креативних індустрій:</i> кіноіндустрія, музейна та бібліотечна галузі. <i>Культурні індустрії «широкого кола»:</i> культурна спадщина, видавнича справа, звукозапис, телебачення і радіо, відео- та комп'ютерні ігри. <i>Суміжні галузі:</i> реклама, архітектура, дизайн, мода.

Примітка. Складено автором на основі [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15].

Водночас, Л. Андрюхіна наголошує на тому, що для самореалізації креативних людей важливим є не лише саме різноманіття середовища і не будь-яке різноманіття, а лише те, що стимулює творчість [2, с. 49-50], тобто, підкреслює значення саме рівня якості різноманіття середовища креативного капіталу і серед найбільш вагомих факторів, що його визначають виділяє рівень інформаційної культури та доступність інформації.

Важливе значення для дослідження потенціалу креативного капіталу має визначення галузей, які є найбільш сприятливими для його формування і розвитку. Департаментом цифрових технологій, культури, медіа та спорту при Міністерстві культури, медіа та спорту Великобританії запропоновано ранжування галузей творчої діяльності за ступенем їх «креативної інтенсивності» (Рис. 2).

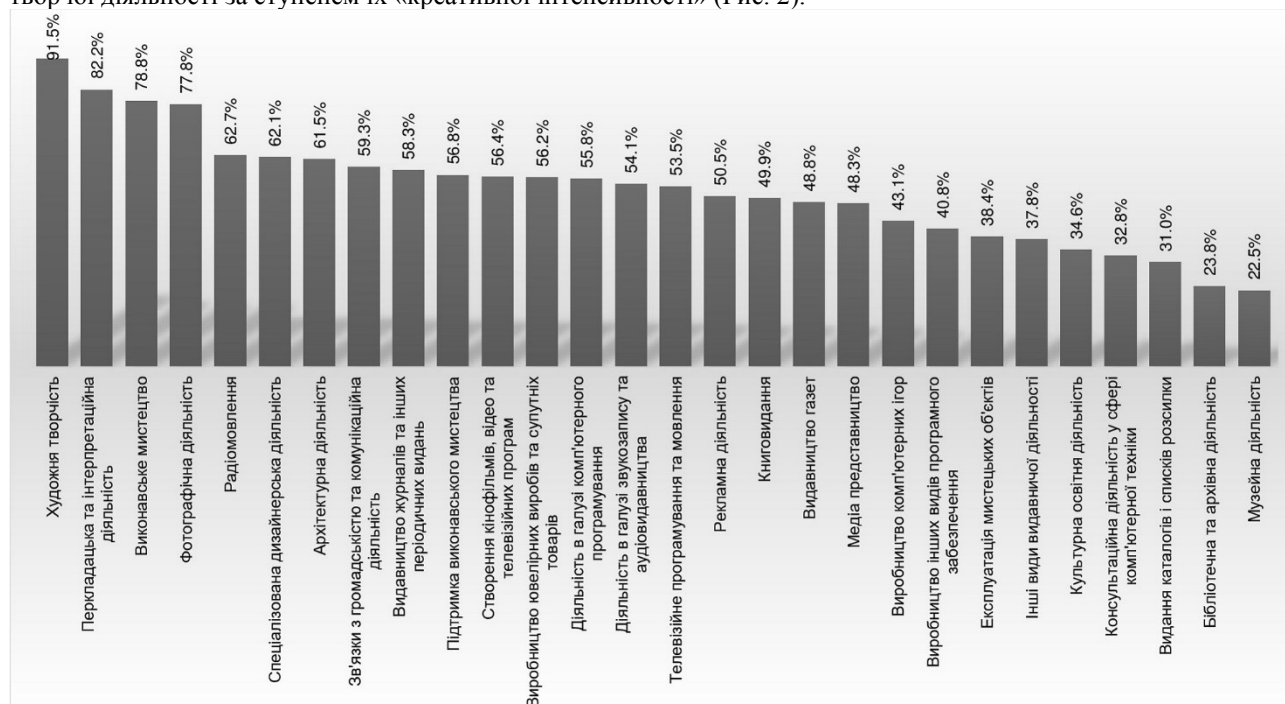


Рис. 2. Ранжування галузей творчої діяльності за ступенем їх «креативної інтенсивності».

Примітка. Побудовано автором за даними Департаменту цифрових технологій, культури, медіа та спорту Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії [16].

Серед галузей творчої діяльності, які найбільше сприяють розвитку креативного людського капіталу, переважають культурні, технічні, наукові, освітні та інші види діяльності, що пояснюється їх потужним потенціалом до розвитку креативної особистості. Зазначені галузі не лише забезпечують можливості для самореалізації та розвитку креативного капіталу, але й сприяють його відтворенню, що в кінцевому результаті сприяє економічному зростанню країни.

У сучасній економіці знань розвиток креативного людського капіталу відбувається в умовах постійних змін факторів його формування. Сьогодні одним із найбільш важливих чинників розвитку креативного людського капіталу можна вважати доступ до телекомунікаційних технологій, які сприяють швидкому поширенню знань, ідей, технічних рішень та сприяють його ефективному відтворенню. Не останню роль у стійкому розвитку креативного людського капіталу відіграє також стан наукової та освітньої сфери, що є базисом його формування, і, водночас, потужною платформою для подальшого розвитку.

Висновки. В епоху економіки знань креативний людський капітал є абсолютно унікальним ресурсом, позбавленим формалізації, зданим протистояти стандартизованим і уніфікованим системам та відповідати на будь-які виклики в умовах модернізації. В сучасних умовах глобального розвитку формування креативного капіталу потребує застосування кардинальних підходів, передусім, до системи освіти, яка не лише допомагатиме здобувати нові знання, але й сприятиме розкриттю креативних рис особистості, реалізації її інтелектуального потенціалу у мінливому економічному середовищі. Саме на освітню сферу сьогодні покладається завдання розвиватись випереджальними темпами задля створення найбільш сприятливих умов формування і реалізації креативності як визначальної ознаки людського капіталу в умовах економіки знань. Креативний людський капітал, що характеризується індивідуальними, творчими і нестандартними підходами до вирішення будь-яких завдань має унікальний потенціал забезпечувати довгострокові переваги у висококонкурентному ринковому середовищі, що обумовлює підвищену увагу до його функціонування у сучасній економічній системі.

Список використаних джерел

1. Касаева Т.В., Бондарская Т.А. Креативный человеческий капитал как движущая сила современной экономики // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. - № 2 (130). – С. 51-56.

2. Андрюхина Л.М. Перспективы развития креативного капитала на платформе телекоммуникационных технологий // Креативный менеджмент. – 2015. - №2. – С. 49-52.
3. Сіденко С.В. Креативний капітал як чинник розвитку нової економіки // Стратегія розвитку України. – 2016. – № 1. – С. 12-16.
4. Richard Florida. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. – New York: Basic Books, 2002. – 404 p.
5. Синов В.В. Человеческие ресурсы инновационной деятельности // Креативная экономика. – 2007. – № 5. – С. 58-65.
6. Султанов К.В., Воскресенский А.А. Концептуальные основания экономики знаний: человеческий капитал и антропология креативности // Общество. Среда. Развитие. – 2014. – №4. – С. 148-152.
7. Creative Industries: Focus on Employment / Department for Digital, Culture, Media & Sport [Electronic resource]. – Accessed mode: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/534305/Focus_on_Employment_revised_040716.pdf.
8. Creative Industries National Summary Report, 2017 / Americans for the Arts [Electronic resource]. – Accessed mode: https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2017/by_program/reports_and_data/creative/2017_UnitedStates_NationalOnePager_Color.pdf.
9. John Howkins. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. – London: Penguin UK, 2013. – 304 p.
10. Richard Florida. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. – New York: Basic Books, 2002. – 404 p.
11. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. – М.: Изд. дом высшей школы экономики, 2014. – 456 с. – С. 28-31.
12. David Throsby Economics and Culture. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 208 p.
13. Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries / UNCTAD [Electronic resource]. – Accessed mode: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf.
14. The United Nations Creative Economy Report 2013. Special Edition / UNESCO [Electronic resource]. – Accessed mode: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>.
15. Галахова Т.О. Креативні індустрії: теоретико-методологічні підходи до визначення // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – Вип. 9. – Ч. 4. – С. 9-13.
16. Creative Industries: Focus on Employment / Department for Digital, Culture, Media & Sport [Electronic resource]. – Accessed mode: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/534305/Focus_on_Employment_revised_040716.pdf.