

Закиров Р. Ш.

*кандидат экономических наук, доцент,
Финансовый университет при Правительстве РФ, филиал (г. Челябинск),
Южно-Уральский государственный университет
e-mail: zrash74@mail.ru*

Креативная экономика региона

В статье рассматриваются значимость и особенности креативной экономики. Показаны характеристики региона с креативной экономикой, связанные с наличием материальных и нематериальных креативных факторов. Отражена особая роль культурной среды, охарактеризованы возможности различных культур в креативной экономике региона. Описаны операционные ориентации креативной культуры и проблемы ее формирования.

Ключевые слова: *регион, креативная экономика, когнитивные факторы, конактивные факторы, креативная культура, креативизация, креативная ориентация.*

Zakirov R. Sh.

*PhD (Economics), associate professor,
Financial University under the Government
of the Russian Federation (Chelyabinsk branch),
Southern Ural state university*

Creative Economy of the region

The article discusses the importance and features of the creative economy. Showing characteristics of the region with the creative economy, associated with the presence of tangible and intangible creative factors. It reflected the special role of the cultural environment, characterized by the possibility of different cultures in the region's creative economy. Describes the operational orientation Creative culture and problems of its formation.

Keywords: *region, the creative economy, cognitive factors, konaktivnye factors, creative culture, kreativizatsiya, creative orientation.*

Социально-экономическое развитие регионов в условиях постиндустриального общества будет определяться тем, в какой мере будут созданы условия для раскрытия творческих способностей и энергии людей и последующего инновационного развития на этой основе. Получение реальных результатов на этой основе предполагает созда-

ние соответствующих социально-экономических отношений, характерных для креативной экономики.

Авторство термина «креативная экономика» принадлежит Джону Хокинсу, который отразил ее основные характеристики в книге «Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги» [1]. Особенностью креативной экономики, по его мнению, является становление креативного сектора экономики, основанного на создании, развитии и использовании творческих и интеллектуальных ресурсов.

Более широкое понимание креативной экономики включает следующие ее характеристики:

- наличие специфической формы экономического мышления, стремящегося инновационно решать проблемы и определять дальнейшее будущее;
- способность оригинального развития различных сфер практической деятельности, обеспечивающая синергетический эффект;
- креативная готовность к решению нестандартных проблем и ситуаций.

Необходимость перехода регионов к креативной экономике обусловлена рядом факторов:

- возрастание неопределенности внешней и внутренней среды региона;
- неэффективность традиционных решений, например, в борьбе с экологическими загрязнениями;
- новые возможности, предоставляемые научно-техническим прогрессом, но не применяемые в полной мере;
- неадекватность традиционных структур управления, организации работы и обучения современным требованиям;
- меняется концепция пространства и времени, дающая новые, пока не используемые, возможности;
- общество стремится участвовать в формировании целевых и ценностных установок своего дальнейшего существования;
- успех во все большей мере обеспечивается широким применением информационных технологий, сотрудничеством и партнерством.

Креативная экономика в регионе является целостной системой, охватывающей все стороны жизни региона: экономику, политику, культуру, социальную сферу, экологию.

Существует ряд факторов, определяющих возможности креативной экономики в регионе. Прежде всего следует выделить жесткие (материальные) факторы, к которым относятся региональные пространства и объекты.

Территориальное пространство (расположение, климат, природные объекты) в современных условиях становятся источником креативных решений не только по эффективному и экологичному использованию природных ресурсов, но и по развитию туризма и формированию творческой среды. Получают развитие объекты инновационной среды: бизнес-инкубаторы, технопарки, технополисы и т.п. Важную роль начинают играть образовательные учреждения с обучением креативной направленности.

Определяющее место в регионе будут занимать креативные города, которые ведут свои дела творческим и новаторским образом [2]. Все уровни такого города (государственный, муниципальный, частный, некоммерческий) должны содействовать раскрытию потенциала города, созданию и воплощению креативных идей, давать возможность людям творчески участвовать в развитии города и региона.

Креативная экономика предполагает принятие нетрадиционных, оригинальных, неочевидных решений, чему способствует наличие мягких (нематериальных) факторов, к которым можно отнести:

- креативную психологию и мышление;
- человеческое разнообразие;
- региональную культуру;
- сетевые взаимоотношения и др.

Креативная экономика — это сообщество людей, обладающих креативным мышлением. В соответствии с многофакторным подходом креативное мышление зависит от когнитивных, конактивных, эмоциональных и средовых факторов [3, с. 24]. Когнитивные факторы отражают тот факт, что в основе творчества лежат интеллектуальные процессы переработки информации и знания, позволяющие по новому решать различные задачи. Отмеченное предполагает:

- умение осуществлять селекцию информации;
- установление зависимости разных предметных областей, с которыми связано решение проблемы;
- формирование новых сочетаний информации (селективное комбинирование);
- дивергентное мышление, порождающее множество решений;
- способность итеративно обеспечивать прогресс на пути решения проблемы.

Конактивные факторы включают личностные черты, когнитивные стили и мотивацию [3, с. 43]. Креативные черты личности должны быть присущи не только ученым и творческим работникам, но и в равной мере, руководителям и специалистам, участвующим в разработке и принятии региональных решений. Можно отметить ряд креативных характеристик личности: настойчивость в поиске новых решений, толерантность к неопределенности, открытость к новому, преодоление конформизма, склонность к риску.

Когнитивные стили отражают способы переработки информации и здесь можно выделить стили «логика — интуиция», «адаптация — новаторство» и чем больше стиль соответствует второму из отмеченных пар, тем более креативными являются человек или группа людей.

Следует учитывать и фактор внешней и внутренней мотивации. Внешняя мотивация креативности для региона связана с его стремлением обеспечить конкурентоспособность в современном быстро меняющемся, обновляющемся, глобализованном мире. Внутренняя мотивация обусловлена пониманием того, что выживание региона, эффективное решение социально-экономических проблем возможно лишь при переходе на креативную экономику, несмотря на все сложности этого пути.

Ключевую роль в многообразии форм творческой деятельности в регионе играет среда — комплексное понятие, включающее природу, экономику, социум, культуру. Индустриальная экономика опиралась на природно-технологическую среду и находила ценность в дефиците. Наблюдающийся упадок традиционной индустрии выводит на первый план креативную экономику, в которой ценность находится в избытке информации и знаний и во взаимосвязях (сетях). Сети создают синергетический эффект — чем больше пользователей (агентов, конкурентов) работает в сети, тем больше ценности они создают. Примером может служить Силиконовая долина (США), в которой создана «паутина» взаимосвязей фирм, разработчиков производителей и, в результате, достигаются впечатляющие инновационные результаты.

Особое место в креативной экономике занимает культурная среда. Под культурой региона можно понимать набор общих для людей способов поведения, ценностей, символов, традиций, которые определяют взаимодействие людей друг с другом и с физическим и социальным окружением. Культура региона относительно устойчива, но постоянно эволюционирует по мере появления новых явлений, объектов, отношений, под действием межкультурных взаимодействий.

Остановимся подробнее на возможных видах креативной культуры региона используя классификацию культур К.Кэмерона и Р.Куинна [4].

Клановая культура. Регион представляет собой дружественную территорию для инновационного бизнеса. Участники держатся вместе благодаря преданности и традиции. Регион показывает свою обязательность по отношению к инновационным инвесторам и предпринимателям делая акцент на долгосрочной выгоде, лояльности и сплоченности. Успех региона определяется позитивным отношением к креативным решениям, предоставлением благоприятных условий для их реализации. Возникает культура совместной, командной работы, взаимной поддержки, формируются традиции инновационной деятельности в регионе.

Иерархическая культура. В регионе формируется формализованная структура взаимодействия с креативной средой на основе формальных правил и официальной региональной политики. Это позволяет обеспечить долгосрочную стабильность и организованное региональное развитие на основе креативной экономики. Успех определяется надежными креативными решениями и их реальным выполнением. В предпринимателях и инвесторах ценятся креативные решения и проекты, обеспечивается хорошая координация с региональными органами. Регион проявляет уважение к сформированным процедурам креативной деятельности.

Адхократическая культура. Регион ориентируется на активное творческое предпринимательство, деятельность на передовых рубежах и, прежде всего, инновационных. В долгосрочной перспективе регион делает акцент на рост через обретение новых ресурсов и, прежде всего, нематериальных активов. Поощряется инициатива инвесторов, которым предоставляется достаточная свобода. В целом, данная культура в наибольшей мере нацелена на инновации и творчество и регион стимулирует инвесторов и предпринимателей, обладающих соответствующими стремлениями и возможностями.

Рыночная культура. Регион ориентирован на решение социально-экономических задач используя возможности креативной экономики. Привлекаются и поддерживаются инвесторы и предприниматели реально способные творчески решать региональные проблемы. Активно развивается конкурентная среда и, в частности, конкуренция креативного бизнеса. Регион использует конкурентные стратегии на внутреннем и внешнем рынках, стремясь обойти другие регионы за счет большего соответствия современной экономике.

Вместе с тем, если регион стремится добиться эффективных инновационных результатов, то нельзя замыкаться на одном виде культуры, что приводит к появлению серьезных проблем:

- излишняя ориентация на сплоченность может быть неприемлемой для крупных самостоятельных предпринимателей и помешать их инновационным, прежде всего, венчурным инвестициям;
- культивирование определенных правил и процедур может сдерживать креативное развитие, которое требует нестандартных подходов. Возникает опасность и коррупционного давления чиновников;
- ориентация на свободу, творчество, предпринимательство активизирует креативную деятельность, вместе с тем, может дестабилизировать экономику региона, уменьшить стабильность и увеличить риск неоправданных решений;
- излишне конкурентное стремление может привести к нежелательным конфликтам с другими регионами, которые потеряют потенциальных инвесторов.

Процесс формирования эффективной креативной культуры назовем креативизацией. Креативизация может реализовываться в двух моделях:

Разобщающая модель проявляется в возникновении конфликтных отношений между новаторами и консерваторами, в формировании у новаторов установок и убеждений отличных от доминирующих в «отставшем» обществе, что, в конечном итоге, замедляет переход к креативной экономике.

Объединяющая модель отражает возрастающие возможности креативного взаимодействия членов общества благодаря развитию и расширению инновационных объектов и субъектов региона. Креативизация обеспечивает переход региона к новой культуре, включающей следующие ориентации (таблица).

Таблица

Операционные определения креативных ориентаций региона

Ориентация	Операционное определение
Креативная идентификация	Решения рассматриваются с точки зрения новизны их содержания и результатов
Креативная вера	Доверие к результатам инновационных решений, готовность к сопровождающему их риску
Создание условий	Формирование жестких и мягких факторов креативной экономики

Продолжение таблицы

Правила игры	Формирование нормативно-правовых и культурных условий и требований с креативной направленностью
Креативная деятельность	Включение креативного мышления и решений в структуру повседневной деятельности на всех уровнях
Креативная компетентность	Способность формировать новые решения и обеспечивать их практическую результативную реализацию
Input-Output	Понимание связи между креативной экономикой и стратегическим развитием региона

Креативная экономика, как путь обеспечения будущего процветания региона, предполагает реализацию следующих принципов активизации креативных процессов:

- осознание того, что креативная экономика является основой долгосрочного экономического роста региона;
- ориентация всей деятельности на создание и использование инновационных товаров, услуг, процессов;
- создание доверительных отношений с реальными и потенциальными создателями креативной экономики в регионе;
- поощрение предпринимателей и инвесторов, увеличение экономической свободы, для активизации их креативной деятельности;
- подбор и подготовка креативно-ориентированных специалистов для региональных и местных органов власти.

Регион должен непрерывно двигаться на пути к современной креативной экономике, постоянно совершенствуя модели деятельности. Эффективность и конкурентоспособность учреждений и организаций будет определяться тем насколько гибко и творчески они используют инновационные возможности, быстро реагируют на возникающие проблемы. Креативные разнообразия и отличия становятся основным источником социально-экономического развития региона.

Используемые источники

1. Хокинс Джон. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги / Пер. с англ. — М.: ИД «Классика-XXI», 2011. — 256 с.
2. Лэнгри Ч. Креативный город / Пер с англ. — М.: ИД «Классика-XXI», 2006. — 399 с.
3. Любарт Т. Психология креативности / Т. Любарт, К. Муширу, С. Торжман, Ф. Зенасни. Пер. с фр. — М.: «Когито-центр», 2009. — 215 с.
4. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куин; пер. с англ. — СПб.: Питер, 2001. — 320 с.