

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Шувалова Марианна Сергеевна

специалист отдела маркетинга

ООО «Гербалайф Интернэшнл РС»

аспирант

Институт менеджмента

ГАОУ ВО «Московский городской

педагогический университет»

г. Москва

ГЕНЕЗИС И ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ. МЕСТО И РОЛЬ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАК КЛЮЧЕВОГО ФАКТОРА

Аннотация: в статье определены этапы становления экономической креативности, систематизированы факторы ее развития в рамках каждой экономической системы. Автором выдвинут и обоснован тезис об экономической природе креативности, а также о том, что ключевым проявлением креативности в исторической эволюции служат достижения в методах и технологиях производства и промышленности. В заключение автор затрагивает проблематику непроработанности инструментов и методов креативного менеджмента в современном мире и обосновывает необходимость исследования и развития данного инструментария на предприятии.

Ключевые слова: промышленная революция, экономическая креативность, идентификатор прогресса, факторы развития креативности.

Принято считать, что традиционная экономика, в центре которой стояло натуральное хозяйство трансформировалась в командно-административную, с преобладающей долей добывающих отраслей, далее стала развиваться смешанная, а затем рыночная экономика. С постиндустриальной фазой принято связывать развитие экономики знаний, основанной на инновациях и интеллектуальном

капитале. В настоящее время мировое сообщество идентифицирует новую стадию, называющуюся креативной экономикой.

Такая классификация, принятая в научном сообществе, наводит на мысль, что креативная экономика – явление недавние, а потому, вероятно, креативность в экономике появилась едва ли не в последние годы. Однако это ложное убеждение, ведь креативность существовала на протяжении всей истории человечества. К креативным можно отнести изобретения от самых простейших (лук и стрелы, колесо и повозка, ткацкий станок и прялка, гончарный круг и обжиг керамики, письменность, плуг, мельница, бумага, линза, компас) до самых сложных (электричество, паровой двигатель, телефон, лампочка, телевидение и кино, компьютер, интернет, робот).

Изобретения великих цивилизаций в таких областях, как искусство, религия, политические системы, а особенно научные и промышленные технологии издавна служили стимулами эволюции, а географические зоны, в которых данные изобретения совершались, были лидерами экономического роста, более высокого достатка и социального положения граждан.

В настоящее время понятие креативность принято связывать прежде всего с изобретениями в творческих отраслях, однако на практике это не так. Зачатки креативности проявлялись в технологиях ручного производства, получив дальнейшее развитие в промышленности. Оригинальные решения в производстве всегда стимулировали более ощутимые для социума изменения, нежели достижения в искусстве. Чтобы доказать это обратимся к истокам дефиниции понятия креативность и связи его с промышленностью, выделим факторы, влияющие на развитие и усложнение данной взаимосвязи, выявим основной ресурс и источник формирования богатства в рамках креативности каждой эпохи.

С историческими идентификаторами прогресса, перехода в новую экономическую систему, были тесно связаны четыре ключевых этапа развития экономической креативности: зарождение организованного земледелия, появление современной системы торговли и профессиональной специализации, развитие про-

мышленного капитализма и организационная эпоха (лишь на этом этапе креативность из прерогативы промышленности стала проникать в творческие сферы [3, с. 72]. Данные четыре этапа привели к пятому- становлению креативной эпохи.

Ключевым достижением первого этапа был прогресс в методах селекции, обеспечивший постоянный доступ к сырью и продуктам питания. Последовательные открытия в области земледелия стимулировали разработки в области механики, техники, сельском хозяйстве, медицине.

Люди расселялись вокруг плодородных почв и возделывали их при помощи новых сельско-хозяйственных инструментов, образуя населенные пункты. Появлялись новые классовые структуры и иерархии, а также множество новых профессий и видов занятости, которые обусловили начало второго этапа – развития торговли. Чтобы побеждать в конкурентной борьбе, ремесленники изобретали новые способы производства, углублялись специализации, стремились глубже освоить свое ремесло.

Третий этап на пути развития креативности – и самый значимый скачок в исторической эволюции – эпоха промышленного капитализма – начался с промышленной революции, зародившейся в Англии в конце XVIII века. Несмотря на то, что в понимании общественности промышленность была средоточием монотонного тяжелого физического труда, это не в полной мере отражало действительное положение дел. Как правило, самые качественные и результативные нововведения на производстве предлагались самими рабочими. Множество профессий начало приобретать новый креативный компонент [3, с. 54].

С возрастанием уровня научных и технических знаний изобретатели создавали более сложные с технической точки зрения приспособления (механический ткацкий станок, паровой двигатель) [1, с. 7]. Распространение получила такая форма организации производства, как фабрика. К концу XVIII столетия промышленная революция впервые создала массовую рабочую силу, сначала рабочих нанимали только за физическую силу и выносливость, но впоследствии стали отмечать их личные достоинства и умения.

Четвертый этап развития креативности в экономике, продолжавшийся с конца XIX по начало XX веков, ознаменовал усиление роли крупных организаций. Его определяющей чертой стал переход к организованной экономике и обществу современного типа, отличительными признаками которых стали крупные институты, функциональная специализация и бюрократия. Экономические учения и практика в ту эпоху заложили основу для появления инновационной экономики. Постулатом данной эпохи стало то, что поток информации слишком велик, однако, если его структурировать, то он станет вполне рациональным [2, с. 95]. Данный постулат послужил идейным стержнем для придания исследованиям и разработкам системного характера, развитие институтов науки, лабораторий, которые создавали уникальные технические новшества для нужд промышленности (Bell Laboratories и RCA до Eastman Kodak и Dupont). Университеты также превратились в центры научных и технических исследований, государство стало выделять средства на развитие НИОКР. Креативность вышла за рамки промышленных разработок и распространилась на еще больший круг индустрий, включив быстро растущие новые отрасли – киноиндустрию, радио и телевидение.

Огромным прорывом стали нововведения в области управления (менеджмента) и организации труда. Научный менеджмент или тэйлоризм, названный так в честь Фредерика Тэйлора, предполагал разделение любого, даже простейшего задания на элементы, здесь иллюстрацией технологии может стать сборочный конвейер Генри Форда, который значительно ускорял и упрощал производственный процесс. Таким образом, скорость производства увеличилась, но креативность была полностью подавлена, сведя на нет возможные рационализаторские идеи в дальнейшем.

Проблемой этапа также стал конфликт между креативностью и контролем в новых образовавшихся крупных организациях. В 1960-х и 1970-х было предложено решение, на производство стали приглашать специальных специалистов в области управления, как правило не имевших реального опыта работы на конкретном производстве в данной отрасли.

Сегодня мы наблюдаем новую крупномасштабную трансформацию – переход к креативной экономике, который наметился в 1980-е и 1990-е, когда возникли новые экономические системы, специально пред назначенные для поощрения и активизации творческих способностей человека, а также благоприятствующая им новая социальная среда [3, с. 82].

Вывод данного параграфа заключается в том, что креативность, как экономическое явление, зародилось из производственных технологий, которые помогали человеку прежде всего в социально-бытовом плане, способствовали обеспечению достойных условий жизни, передвижения, повседневного обихода. Креативность, как конструктивная единица, перекочевала в сферу искусства и культуры лишь на четвертом этапе своей эволюции на стадии организационной индустриальной экономики. Затем творческая составляющая проникла не только в технологии производства, промышленность, культуру и искусство, но и в инструменты и методы менеджмента, маркетинга и финансовые интеракции. Проблема современного этапа, которую нам предстоит решить, заключается в том, что креативность, являясь на сегодняшний день ключевой неопровержимой движущей силой прогресса, отработанная до мелочей в промышленности и индустриях культуры, зачастую не находит адекватного отражения в инструментах и методах управления предприятием. Поэтому следующим шагом на пути совершенствования современной системы управления предприятиями должно стать определение сущности, элементов, проблем и перспектив системы менеджмента в условиях креативной экономики.

Список литературы

1. Ивашкова Т.Б. Передовые технологии. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2014. – 128 с.
2. Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 399 с.
3. Ричард Ф. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с.