

## КРЕАТИВНИЙ КЛАС ЯК ДЖЕРЕЛО ІННОВАЦІЙНИХ ІДЕЙ

Інновації на сучасному рівні розвитку економіки є невід'ємною частиною підприємницької діяльності та основним засобом збереження конкурентоспроможності. Час постійно знецінює існуючі продукти і технології, та щоб уникнути технологічного відставання нововведення, бажано прогнозувати і займатися ними постійно, а не тільки при критичних обставинах. Організаційні, технологічні та продуктові нововведення є взаємопов'язані в будь-якій галузі і їх бажано впроваджувати комплексно.

Інноваційність – це самоціль педагогіки, мета її – оптимізувати навчально-виховний процес та забезпечити відповідність умовам та тенденціям соціально-економічного розвитку держави, тобто формувати покоління новаторів, які забезпечать інноваційний розвиток України [1].

Інноваційний процес у сучасних умовах може бути успішним лише за наявності і активності креативного прошарку населення, тому він повинен запроваджуватися не «зверху» або «знизу», а у діалозі держави як замовника інновацій і креативного класу — на основі всебічного узгодження їх інтересів. Креативність визначається як творчі здібності індивіда, що характеризують готовність створювати принципово нові ідеї, які відрізняються від традиційних прийнятих систем мислення, а також здатність вирішувати протиріччя в статичних та динамічних системах [1].

Потреба економіки в креативності зумовила виникнення нового шару суспільства, який Річард Флоріда називає «креативним класом». Креативний клас — це досить слабо диференційоване співтовариство, його важко визначити за якимись жорсткими формальними критеріями, його також неможливо створити «зверху» тобто адміністративним шляхом. Приналежність до цього класу не зумовлюється ні соціальним статусом, ні рівнем доходів і споживання, ні навіть освітою. Найчастіше це люди з внутрішнім «стрижнем», розвиненим вольовим началом, активною життєвою позицією, інноваційним світоглядом, відчуттям власної гідності. Але активність та підприємливість не є визначальною ознакою (скажімо, торговці на ринку — люди здебільшого теж вельми заповзятливі й енергійні). Представники креативного класу нагадують «підприємців» у економічній теорії Йозефа Шумпетера, котрі володіють «підприємницькою здатністю»: вони орієнтовані не на лінійне економічне зростання, а на інновації та економічний розвиток. Яскравим прикладом таких інноваторів та винахідників в Україні були: Сергій Корольов, під його керівництвом була запущена перша міжконтинентальна балістична ракета; Ігор Сікорський, розробив вертоліт; Євген Патон, винахідник різних методів електрозварювання; Микола Амосов - видатний хірург та багато інших видатних українців. Вони своєю працею та любов'ю до своєї роботи внесли вагомий внесок у науковий розвиток не лише для України, а й для всього світу.

Американський соціолог Річард Флоріда зараховує до цього класу творчих професіоналів, задіяних у креативному сегменті економіки — працівників, чия економічна функція полягає у створенні нематеріальних активів, що приносять матеріальні дивіденди — нових ідей, нових технологій і нового креативного змісту[2], тобто стратифікація здійснюється за професійним критерієм. Проте в українських умовах краще використовувати антропо-соціальний критерій — це коли головна класифікаційна ознака пов'язана не з об'єктивними, а з суб'єктивними, психологічними показниками.

У сучасній Україні до кола людей, які становлять креативний клас, можна зарахувати всіх, хто в межах своєї професійної або соціальної діяльності є інноватором, генератором розвитку, творцем «точок зростання». У соціальному плані це, перш за

все, представники галузевої та фундаментальної науки, розробники та реалізатори високих технологій, інженери ВПК, представники деяких сегментів бізнесу (частіше середнього, створеного з нуля, а також венчурного), активна частина міської інтелігенції, що працює у сфері формування духовної та інформаційної реальності. Сюди ж слід зарахувати й представників «рутинних» професій, схильних до інновацій і удосконалень у межах своєї професійної діяльності.

На сьогоднішній день, майже в усіх галузях виникає проблема, де взяти ідею на створення нового продукту, як придумати нову технологію, бо майже все вже винайдено. Щоб генерувати нові ідеї і впроваджувати в життя інноваційні технології потрібно спочатку створити вільний простір, де кожний міг би знайти для себе команду однопідприємців. В високорозвинених країнах вже давно почали стимулювати розвиток «креативного класу», що дає свої продуктивні результати.

1. Окара А. Н. Новая идея для новой Украины / А. Н. Окара // День. — 2010. — № 98, 102 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.day.kiev.ua/299529>. 2. Ричард Флорида. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: «Классика XXI», 2007, с.23-24.

**Бондарчук М.К., Алексєєв І.В.**

Національний університет «Львівська політехніка»

## **ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ У ОБ'ЄДНАННЯХ ПІДПРИЄМСТВ**

Інновації об'єднань підприємств – це не тільки технічні та технологічні розробки, але й нові товари, нові послуги фінансово-кредитного, страхового, інвестиційного, довірчого, лізингового характеру, нові сприятливі умови для клієнтів, включаючи ціни та інше, які дозволяють покращити діяльність таких інтегрованих об'єднань [1].

До етапів реалізації інноваційних перетворень у об'єднаннях підприємств пропонуємо віднести такі [3]:

Етап 1. Формування інноваційної ідеї та дослідження можливостей її практичної реалізації (можливе формування інноваційних ідей у промисловому, торговельному, фінансово-кредитному підрозділах ОП).

Етап 2. Державне регулювання інноваційного розвитку промислово-фінансової групи .

Етап 3. Економіко-математичне моделювання оцінки фінансово-господарської діяльності ОП в період інноваційних перетворень.

Етап 4. Реалізація (впровадження) інновації у ОП (забезпечення реалізації на внутрішньому та зовнішньому ринках для новостворюваних видів послуг та продукції; таке впровадження інновацій має включати маркетинг, виставкову і рекламну діяльність, патентно-ліцензійну роботу та захист інтелектуальної власності тощо) [3].

Етап 5. Формування кадрового потенціалу для інноваційного розвитку ОП (створення Інституту інновацій ОП; взаємодія ОП на договірних засадах з вищими закладами освіти або інститутами Академії наук; підготовка і перепідготовка кадрів для інноваційної діяльності, включаючи навчання окремих науковців, спеціалістів і керівників).

Етап 6. Забезпечення фінансовими і матеріальними ресурсами учасників інноваційного процесу у ОП.

Етап 7. Управління інноваційними ризиками у ОП (розрахунок ризику та визначення взаємозв'язку між величиною та ефективністю використання конкретної