

**Dr. Somogyi Sándor\***, **Ricz András\*\***

## **A kreatív gazdasággal kapcsolatos tanulságok**

### *A téma felvetése*

Gazdaságunk tranzíciós lemaradása és a gazdasági krízis hatása előre vetítik, hogy a jelenlegi gazdasági struktúrák működtetése és átalakítása mellett az új kitörési lehetőségek vizsgálatára is szükség van. Ilyen jellegű vizsgálataink keretében felfigyeltünk a „kreatív gazdaság”, „kreatív ipar” fogalmakra, azok növekvő gazdasági erejére és munkaerő-lekötő képességére a világban.

### *A kreatív osztály és a prosperitás feltételei*

A Florida-féle (2000) eredeti elképzelés szerint a kreatív osztályba tartoznak a tudományok művelői, a mérnökök, az építészek, dizájnerek, az oktatás, a művészetek és a szórakoztatóipar területén foglalkoztatottak, de ide sorolhatjuk – bár nem a „belső körbe” tartoznak – az üzleti élet, a pénzügyek, a jog és az egészségügy területén dolgozó képzett szakemberek is.

A szerző a prosperitás zálogát – a magyar nyelvben egyébként már „foglalt”, rossz emlékű – 3T-ben, azaz az általa alkalmazott angol kifejezések szerint a *tehetségben*, a *technológiában* és a *toleranciában* vélte felfedezni.

A tehetség röviden a rendelkezésre álló humán erőforrás minőségét jelenti, a technológia az adott terület gazdasági-technológiai fejlettségét, a rendelkezésre álló technológiát, míg a tolerancia a társadalmi-kulturális környezet nyitottságát fejezte ki. A jól teljesítő területek közös jellemzője az inspiráló környezet, az alkotás, a siker társadalmi megbe-

---

\* *Dr. Somogyi Sándor, nyugalmazott egyetemi tanár, professor emeritus, Pannon Egyetem, Georgikon Mezőgazdasági Kar, Keszthely, Szabadka*

\*\* *Ricz András, PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, kutató, Regionális Tudományi Társaság, Szabadka*

csültsége és tisztelete, illetve az egyéni és kisebbségi vélemények elfogadása. Összességében e három tényező határozza meg egy adott területre jellemző kreatív tőke mértékét és működésének környezeti feltételeit, ami a fejlődést előre viheti.

Megítélésünk szerint feltétlenül figyelemreméltóak ezek a megállapítások, mert a humán tőke vizsgálatainkat, és annak fejlesztését alá húzó megállapításainkat erősíti.

### *A kreatív gazdaság és a területfejlesztés*

A kreatív gazdasággal és a területfejlesztéssel kapcsolatban Florida alapvető tétele, hogy: „A globális gazdaságról, a világot keresztbe kasul átszövő hálózatok fontosságáról szóló elméleteknek, pontosabban ezekkel párhuzamosan a *lokalitás*, avagy a hely szerepe a globalizáció folyamatával felértékelődik.” A szerző szerint az innovatív, csúcstechnológiai, a gazdasági fejlődés igazi motorját képező iparágak számára *a képzett, innovatív gondolkodásra képes kreatív osztály tehetségei* jelentik a legfontosabb „nyersanyagot”. Egy-egy település (régió) sikerességét ennek megfelelően már jóval kevésbé az olcsó energiaforrások elérhetősége, a természet nyersanyagaihoz való közelsége határozza meg.

### *Nemzetközi kitekintés és egy hazai álláspont*

Az Egyesült Nemzetek 2008-ban jelentette meg első beszámolóját a kreatív gazdaságról (Creative Economy Report, 2008). A jelentés szerint a kreatív gazdaság a legdinamikusabb szektorok közé tartozik a világkereskedelemben. A növekedés a 2000 és 2005 közötti időszakban elérte az átlagos 8,7%-ot. 2005-ben 424,4 milliárd dollárra becsülték a kereskedelem értékét míg ez 1996-ban 227,5 milliárdot tett ki. Ez az emelkedés kiterjedt a világ minden régiójára és minden ország-csopora és előreláthatólag a következő évtizedben is fennmarad ez az irányzat, tekintettel a kreatív termékek és szolgáltatások iránti keresletre.

A magyarországi kutatások közül fontosnak tűnnek Ságvári (2008) megfogalmazásai és megállapításai, különösen azért mert *a kreatív gazdaság fogalmát kiterjeszti a kulturális iparágakon túl a kreatív és tudásintenzív iparágakra is*. Nekünk kevésbé fejlett országoknak ez a megközelítés jobban megfelel, mert a gazdaság fejlesztésével, átstruktú-

rálásával kell a posztindusztriális fejlődési fázist elérni, ami a kreatív gazdaság fejlődését is magával húzza.

Ságvári és Dessewffy (2006) elemzése szerint a kreatív osztályként azonosított értelmiség részaránya együtt jár az adott országban egy főre jutó GDP-vel. A gazdag országokban magasabb a kreatív osztályba tartozó munkaképes személyek aránya mint a szegény országokban.

A hazai forrásokból Djerićet ([www.academica.org.rs](http://www.academica.org.rs)) célszerű idézni, mert az elkeseredett hangnemet a kreatív gazdasággal kapcsolatos új gondolatok mellőzése diktálja, de gazdasági fejlődésünk problémáira vonatkozó néhány megállapítása nagymértékben elfogadható. Legfontosabb megállapítása: „...a mi stratégiai gazdaságunk továbbra is a nyersanyag és félkész termékek kivitelére alapoz, ugyanúgy, mint egy évszázada. A szerb ellitek egy csöppet sem vizionálok. A kreatív gazdaságot nem vették komolyan. Szerbia tovább is abban a tévedésben él, hogy a reálgazdaság hitelekkel támogatva képezi a nemzeti felemelkedés valós opcióját.”

A nemzetközi és a szomszédos Magyarországot érintő kitekintés alapján, vizsgálataink szerint egyértelmű, hogy a kreatív gazdaság nagy lehetőségeket rejt magában. Nemzetközileg a kreatív gazdaság a megerősödés folyamatában van, de elsősorban a fejlett országok az éllovasok. A kreatív gazdaság lendületéhez, munkaerő lekötő képességéhez mindenekelőtt magasan fejlett termelő és szolgáltató gazdaság szükséges, amelynek globális versenyképessége, üzletviteli versenyképessége és innovációs képessége eléggé magas és képes a kreatív gazdaság teljesítményei felé nyitni.

### *Jelenlegi lehetőségeink*

Jelenlegi gazdasági versenyhelyzetünket, versenyképességünket mutatják a The Global Competitiveness Report 2009 – 2010 (2009) adatai az 1. táblázatban.

Ország	Globális versenyképesség		Ügyvezetési (business) versenyképesség	Innovációs képesség
	2008/2009	2009/2010		
<b>Szerbia</b>	<b>85</b>	<b>93</b>	<b>102</b>	<b>80</b>
Csehország	33	31	25	25

Szlovénia	42	37	33	29
Szlovákia	46	47	51	68
Magyarország	62	58	76	45
Lengyelország	53	46	44	52
Törökország	63	61	52	69
Horvátország	61	72	84	71
Románia	68	64	83	70
Bulgária	76	76	89	91
Crna Gora	65	62	80	56
Makedónia	89	84	96	92
Bosznia -H.	107	109	117	131

*1. táblázat*

*Néhány ország verseny- és innovációs képességének rangsora*

Látható, hogy a globális, valamint business versenyképességünk és innovációs képességeink messze lemaradnak a környező országokétól, kivéve Bosznia – Hercegovinát. E mutatókhoz nem fér kétség, tekintettel a rengeteg tényezőre, amelyeket módszertanilag számításba vesznek. A World Economic Forum módszere 12 indikátor alapján számol, amelyek 110 alapindikátor és azokon belül számos mutató alapján kerülnek kiszámításra, megfelelő súlyozások alkalmazásával.

Az előző helyzetértékelésen túl, - feltételezéseink szerint - a világi piac diktálta feladatokhoz nem rendelkezünk megfelelően felkészült menedzseri réteggel sem. Ennek ellenőrzése érdekében egy ankét keretében felderítettük, hogy mennyire ismerik gazdasági vállalataink vezetői a modern - versenyképes gazdaságokban alkalmazott menedzseri módszereket, mennyire vannak meg a lehetőségek a szofisztikált üzletvitel és módszerek alkalmazására. Az ankét keretében, a félreértések elkerülése érdekében, megadtuk a leginkább alkalmazott menedzseri módszerek leírását, azzal, hogy első helyen az angol kifejezést tüntettük fel, mivel a magyar és szerb szakirodalomban még nincs minden módszerre általánosan elfogadott fordítás. A 28 visszakapott kérdőívet nem tekintjük reprezentatív mintának, de a 2. táblázatban foglalt eredmények jelzik az állapot tarthatatlanságát. Kevés a nagy nemzetközi tapasztalatokkal bíró vállalat, amelyek példát mutatnának és terjesztenék a modern, más országokban már sikeresen kipróbált módszereket. Jellemző, hogy a legismertebb az előző években sokat emlegetett stratégiai tervezés. Egyéb-

ként a módszerek fele alig ismert a mi körülményeink között, de az ismert módszerek osztályozása, elfogadottsága is nagyon eltérő.

Menedzsment módszerek	Osztályzatok					nem ismeri	Össz.
	1	2	3	4	5		
Strategic Planning (stratégiai tervezés)	1	2	8	8	8	1	28
Benchmarking (összemérés):	2	1		2		23	28
Mission and Vision Statements (küldetés és jövőkép megfogalmazás):	2	3	4	8	6	5	28
Customer Segmentation (vevő szegmentálás):		4	9	6	2	7	28
Outsourcing (kiszervezés):	4	4	1			19	28
Customer Surveys (fogyasztói vizsgálatok):		6	2	6	7	7	28
Customer Relationship Management (ügyfélkapcsolatok menedzselése):			8	8	3	9	28
Corporate Code of Ethics (társasági etikai kódex):	2	5	3	1	1	16	28
Growth Strategies (növekedési stratégiák):			3	8	6	11	28
Pay-for-Performance (teljesítmény alapú anyagi juttatások):		1	6	5	2	14	28
Core Competencies (mag kompetenciák):	5					23	28
Contingency Planning (eshetőségi tervezés):		2	2	1	1	22	28
Strategic Alliances (stratégiai szövetségek):		3	1	5		19	28

Quality management (minőségre alapozott irányítási rendszer):			1	5	2	20	28
Balanced scorecard (stratégiai tervező és menedzser rendszer):		3		1		24	28
SWOT analysis:		5	2	10	4	7	28
	16	39	50	74	42	227	448

2. táblázat

*Menedzsment-módszerek ismertsége és elfogadottsága*

Ugyancsak a nehéz helyzetet mutatja az iskolai végzettség szerinti állapotunk is (3. táblázat). A nyolc község mutatói lényegében alig térnek el a Vajdaság és Szerbia hasonló mutatóitól.

<b>Iskolai végzettség</b>	<b>8 község összesen</b>	<b>Szabadka</b>	<b>Vajdaság</b>	<b>Szerbia</b>
nem befejezett elemi iskola	22,75	19,16	20,81	21,84
elemi iskola	27,79	26,49	24,89	23,88
középiskola	40,98	44,31	43,93	41,07
főiskola	4,10	4,79	4,30	4,51
egyetem	4,13	5,11	5,18	6,52
ismeretlen	0,25	0,14	0,89	2,18

3. táblázat

*Az iskolai végzettség megoszlása százalékarányban kifejezve*

*Klaszterek, inkubátorházak és a szellemi tulajdon védelme*

Korábbi vizsgálataink alapján kiemeljük, hogy: „A klaszter és az inkubátorház létrehozása hiánypótló szolgáltatást nyújt az ötletekben bővelkedő, de segítség híján azokat megvalósítani képtelen kreatív vállalkozások számára. Az inkubátorház és az általa nyújtott innovációs

szolgáltatások egy olyan stabil hátteret biztosítanak majd az itt működő jellemzően kezdő vállalkozásoknak, aminek köszönhetően azok az inkubációs fázist követően megerősödve tudnak kilépni a piacra és helyt állni a hazai és nemzetközi versenyben.”

Sajnos, e kezdeményezések tekintetében alig jutottunk túl a kezdeti lépéseken. Hasonló okokból térünk ki a szellemi tulajdon jogi biztosítására, az újítók támogatására új találmányok, eredmények elérésében. Ennek ellenértékeként a társadalom stabil információáramlást kap, amely segíti a gazdasági, kulturális és társadalmi fejlődést, csökkenti a szegénységet és gazdagítja a kulturális örökséget.

### *Záradékok*

- A kreatív osztályba tartoznak a tudományok művelői, a mérnökök, az építészek, a dizájnerek, az oktatás, a művészetek és a szórakoztatóipar területén foglalkoztatottak, de ide sorolhatjuk – bár nem a „belső körbe” tartoznak – az üzleti élet, a pénzügyek, a jog és az egészségügy területén dolgozó képzett szakemberek is.

- A kreatív osztály, társadalom, és gazdaságfejlesztő hatásának, a prosperitásnak záloga a *tehetség*, a *technológia* és a *tolerancia*.

- A tehetség röviden a rendelkezésre álló humán erőforrás minőségét jelenti.

- A technológia az adott terület gazdasági-technológiai fejlettségét, a rendelkezésre álló technológiát.

- A tolerancia a társadalmi-kulturális környezet nyitottságát fejezte ki.

- A globális gazdaságról, a világot keresztbe-kasul átszövő hálózatok fontosságáról szóló elméleteknek, pontosabban ezekkel párhuzamosan a *lokalitás*, avagy a hely szerepe a globalizáció folyamatával felértékelődik. Az innovatív, csúcstechnológiai, a gazdasági fejlődés igazi motorját képező iparágak számára a képzett, innovatív gondolkodásra képes kreatív osztály tehetségei jelentik a legfontosabb „nyersanyagot”. Egy-egy település (régión) sikerességét ennek megfelelően már jóval kevésbé az olcsó energiaforrások elérhetősége, a természet nyersanyagaihoz való közelsége határozza meg.

- Fontos *a kreatív gazdaság fogalmát kiterjeszti a kulturális iparágakon túl a kreatív és tudásintenzív iparágakra is*, ami nekünk kevésbé fejlett országoknak jobban megfelel, mert a gazdaság fejlesztésével, átstrukturálásával kell elérni azt a szintet, hogy a posztindusztriális fejlődési fázist elérjük és a kreatív gazdaság fejlődését is magával húzza.

- A globális, valamint business versenyképességünk és innovációs képességeink messze lemaradnak a környező országoktól, kivéve Bosznia – Hercegovinát.

- A világpiac diktálta feladatokhoz nem rendelkezünk megfelelően felkészült menedzseri réteggel sem. Kutatásaink szerint a menedzsereink nem ismerik, vagy alig ismerik, és nagyon eltérően értékelik a világban elfogadott és alkalmazott menedzser módszereket.

- Kevés a nagy nemzetközi tapasztalatokkal bíró vállalat, amelyek példát mutatnának, amelyek terjesztenék a modern, más országokban már sikeresen kipróbált módszereket.

- A klaszter és az inkubátorház létrehozása hiánypótló szolgáltatást nyújt az ötletekben bővelkedő, de segítség híján azokat megvalósítani képtelen kreatív vállalkozások számára. Sajnos, e kezdeményezések tekintetében alig jutottunk túl a kezdeti lépéseken.

- Az szellemi alkotások jogi oltalmának biztosítása, az újítók támogatása új találmányok, eredmények elérésében kivételes fontossággal bír.

### *Javaslatok*

#### *a kreatív gazdaság koncepciójához*

- A kreatív osztály, társadalom, és gazdaságfejlesztő hatása érdekében meg kell teremteni a prosperitás alapjait, a *tehetség*, a *technológia* és a *tolerancia kifejezésre jutását*.

- Mivel az innovatív, csúcstechnológiai, a gazdasági fejlődés igazi motorját képező iparágak számára a képzett, innovatív gondolkodásra képes kreatív osztály tehetségei jelentik a legfontosabb „nyersanyagot” helyben maradásuk érdekében meg kell teremteni számukra a munkafeltételeket.



- Lemaradásunk felszámolása érdekében meg kell valósítani a „tanuló társadalom” gondolatát és fejleszteni verseny és innovációs képességeinket.

- A tanuló társadalom koncepciójával felkészíteni menedzseri rétegeinket a világszintű feladatokhoz.

- Mivel kevés a nagy nemzetközi tapasztalatokkal bíró vállalat, amelyek példát mutatnának és terjesztenék a modern, más országokban már sikeresen kipróbált módszereket, mindent meg kell tenni ezek idecsalogatásukra.

- A klaszterek és az inkubátorházak létrehozását feltétlenül folytatni kell.

### *a szellemi alkotások jogi oltalmának biztosításához*

- Biztosítani a világos és alkalmazható jogi alapokat a szellemi alkotások oltalmához, nemzeti vagy bármilyen diszkrimináció nélkül.

- Javítani, egyszerűsíteni és olcsóbbá tenni a szellemi alkotásokat oltalmazó nemzeti és nemzetközi rendszerek elérhetőségét.

- A szellemi alkotásokat oltalmazó intézményeinek hatékonysági és pénzügyi helyzetét, feltételeit kedvezőbbé tenni.

- A szellemi alkotások oltalmazási politikáját külön támogatni olyan területeken, mint az oktatás, tudomány és technológia, kultúra, adóztatás, beruházási előírások, ösztönző módszerek a termelés és technológia, kereskedelem és versenyképesség terén.

- Aktív és koherens szellemi alkotásokat oltalmazó politikákat bevezetni, kormány szinten koordinálva.

- Felismertetni a helyi közösségekkel, vállalkozói körökkel és nyilvánossággal a szellemi tulajdon fontosságát.

- Segítséget nyújtani az újítóknak, termelőknek, alkotóknak, szervezeteknek a szellemi alkotások oltalma területén és ugyanakkor a komercializálás megvalósításában.

- Áthidalni az akadémiai és kutató intézetek valamint az üzleti körök és az anyagi források közötti akadályokat.

- Prioritási listára tenni a törvényi keretek biztosítást, vagy megerősítést, amelyekkel biztosítani lehet a szellemi alkotások illetéktelen eltulajdonításának megakadályozását.

- Fontos kérdés egy pontos hatáskörökkel felruházott és megfelelően finanszírozott intézményrendszer kialakítása a képzési, felvilágosítási feladatokra és nemzetközi együttműködésre.

### **Felhasznált irodalom:**

Creative Economy Report 2008

Richard Florida (2002) *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Perseus Books Group

Aleksandar Đerić: Zašto je Marks sišao sa uma, [www.academica.org.rs](http://www.academica.org.rs)

Ságvári Bence (2008): *Kreatív, Kreatív Magyarország: Mitosz, vagy valóság – konferencia*,

Ságvári Bence – Desewffy Tibor (2006): *A kreatív gazdaságról – Európa és Magyarország a kreatív korban*. Demos, Budapest.

*The Global Competitiveness Report 2009 – 2010*, World Economic Forum, Geneva, 2009