



ки семинара. — Создали новый продукт, разработали технологии его изготовления и внедрения в производство, и после этого группа распалась. Затем ее члены объединяются в новую группу, чтобы принять участие в новом проекте. А бизнесмен уже берет на себя функцию запуска производства разработанного продукта».

«Одним из самых сложных вопросов будет следующий: кто войдет в элиту креативного класса

и какую роль она возьмет на себя: роль движущей силы новой креативной революции, или роль регулятора взаимоотношений внутри класса? А может это будет роль представителя творческих людей в их взаимоотношениях с остальным обществом?» — рассуждали участники третьей группы.

В итоге дискуссии был сделан следующий вывод: развитие креативного класса может стать в будущем конкурентным преиму-

ществом территорий и регионов в глобальной экономике: «Если регион, или город хотят занять достойное место в новой экономике, им необходимо уже сейчас начинать думать, как удержать на своей территории как можно больше представителей креативного класса, как создать для них комфортные условия для жизни и работы, как получить максимальный эффект от деятельности творческих людей». ■

