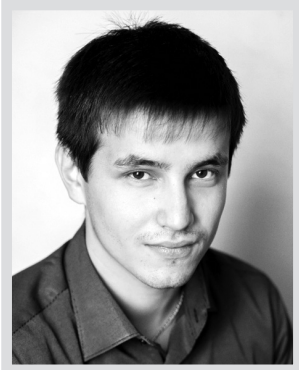


УДК 330.117

## Влияние креативного потенциала человеческого капитала на процесс инноватизации российской экономики



### **Жалтэ С.В.**

Аспирант кафедры экономической теории  
Казанского национального исследовательского  
технического университета им. А.Н. Туполева – КАИ

*В статье рассматриваются вопросы влияния креативного потенциала человеческого капитала на инноватизацию российской экономики; обосновывается положение о том, что для увеличения производительности труда в России одного внедрения новых технологий недостаточно. Необходимо проводить отбор, подготовку и эффективное использование креативных профессиональных кадров, способных инноватизировать российскую экономику; доказываемся, что увеличение общего числа подобного типа работников послужит стимулом для улучшения конъюнктуры рынка и конкурентоспособности российской экономики.*

*Ключевые слова: креативность, инноватизация, инноватор, нововведение, человеческий капитал.*

Известно, что современная Россия уступает развитым экономикам по производительности труда в три-четыре раза. Данный недостаток связывают не только с устаревшим оборудованием, но и в значительной степени с низкой эффективностью человеческого капитала. Поэтому создание необходимых условий и выявление факторов её роста является одной из главных проблем отечественной экономики. Ключевым фактором роста производительности человеческого капитала является его креативный (творческий) потенциал. Это обусловлено тем, что в современной постиндустриальной экономике на роль доминирующего фактора её развития выходят творческие динамические способности и возможности работников, которыми они обладают и которые они реализуют.

Творческие динамические способности работников представляют собой потенциал фирмы в интегрировании, создании и реконфигурации внутренних и внешних их компетенций и их соответствие быстро изменяющейся конкурентной среде. Именно они обеспечивают традиционализацию и инноватизацию деятельности фирмы, то есть накопление, сохранение, использование и развитие её традиционного и инновационного потенциалов, которые обеспечивают её динамическую конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынке.

С целью исправления негативной тенденции в росте производительности труда в России некото-

рые предприятия устанавливают новое оборудование, внедряют новые системы управления и другие новации в бизнесе, но результаты не всегда получаются удовлетворительными, так как производительность нового оборудования значительно ниже расчетной, вследствие того, что внедряемые инновации не всегда согласованы с их существующей традиционной факторной, в том числе трудовой (кадровой) основой, поэтому на выходе много брака и не сокращаются общие издержки производства. Примером может выступать ситуация с татарстанским агрохолдингом «Вамин», который при весомой государственной поддержки до 14 млрд. руб. в год умудрялся сохранять среднесуточную продуктивность одной молочной коровы от 8 до 12 литров в сутки, в то время, когда у конкурентов этот показатель не падал ниже 28 литров (ООО «Русмолко») [1].

Руководители этих предприятий ссылаются на общие проблемы низкой производительности труда. Многие отмечают, что это связано прежде всего с персоналом. Следовательно, для решения данной проблемы необходимо разработать правильную систему отбора, подготовки и использования кадров.

Учитывая все аспекты и требования необходимые для инноватизации деятельности предприятия, следует осознавать важность наличия творческой части работников для общего роста и развития бизнеса в выбранном направлении.

Как известно, под инноватизацией понимается специфическая форма жизне- и мыследеятельности человека, в которой отражаются прогрессивные новшества и нововведения, взаимодействующие с традициями. Существует определенная группа людей, образующая креативный человеческий капитал предприятия, который обеспечивает рост производительности труда в конкретных сферах его деятельности.

Под креативным человеческим капиталом предприятия подразумеваются способности и возможности определённых работников или их коллективов создавать и внедрять инновации. Для некоторых из них эта деятельность становится основным трудом. Их называют креативным классом. Так, например, Р. Флорида определяет креативный или творческий класс, как социальную группу населения, включенную в постиндустриальный сектор экономики, как правило, состоящую из представителей среднего класса. В целом это участники основанной на знании высокотехнологичной науки, требующей наличия творческого мышления и способности к нестандартному решению задач [2]. Они способны выявлять проблемы, определять пути их решения и/или применять существующие знания, используя новые способы. Креативный класс определяется широко, включает в себя работников из разных направлений деятельности. Благодаря опыту наблюдения за активностью трудящихся можно определить основные сферы их существования. Это сфера науки, образования и культуры; инновационная и инвестиционная сфера деятельности, организационно-управленческая сфера деятельности бизнеса и власти.

Креативный класс стягивается в места с определённым качеством жизни, с информационной открытостью, разнообразием форм досуга и высокими доходами. Но это абсолютно не значит, что на территориях неподходящих под данные параметры невозможно найти представителей творческой группы.

Как правило, населенные пункты способные привлечь активных граждан, отличаются своими территориальными размерами и богатым разнообразием предложений по работе и общей корпоративной культурой. Благодаря этому они имеют больше шансов на повышение динамической эффективности, которая в свою очередь показывает и определяет, как экономическая система использует имеющиеся ресурсы через определенный промежуток времени. Тем самым, она отражает характер изменения инновационного потенциала экономики во времени.

Ученые смогли сделать примерные расчеты, касательно вклада интеллекта в создание наукоемкой продукции, который составил порядка 95 %, что не совсем совпадает с мнением А. Смита, который в своё время считал, что конечную стоимость товара увеличивает труд рабочего мануфактуры, а не труд ученых, врачей и учителей, который ничего коммерческого не производит [3].

Креативный класс приносит изменения в структуры развития экономических систем, что в итоге выливается в экономический рост для различных структур бизнеса, власти и общества, особенно в сфере высоких технологий. По этой причине градостроители и менеджеры компаний сосредоточены на создании пригодной для жизни, интересной и разнообразной среды, которая послужит привлекательной и перспективной для представителей креативного класса. Примером могут служить точки креативного роста в Татарстане, к которым можно отнести Иннополис в Верхнеуслонском районе, технопарк «Идея», умный город «Смарт Сити Казань», крупнейшая в России ОЭЗ промышленно-производственного типа «Алабуга», индустриальный парк «Челны» в Набережных Челнах и др.

Полезной особенностью данного класса является то, что в плане карьерного роста, в большинстве своём, они предпочитают горизонтальное продвижение в противовес вертикальному, то есть в отличие от других работников, они стремятся к продвижению внутри организации, в разных подразделениях одного уровня иерархии. Следовательно, у работодателя существует возможность использовать данного работника-инноватора в разнообразных сферах деятельности предприятия, что не приводит к снижению качества выполняемых функций.

Творческие люди тяготеют к более свободному (гибкому) рабочему графику, считая, что жесткое расписание ограничивает их индивидуальность и личную свободу. Данная особенность, помимо рабочего процесса, благоприятно влияет и на общую ситуацию в среде своей деятельности и проживания. У работников-инноваторов (творческого класса) всегда существует культ времени. Например, они стараются не попадать в процессе перемещения в пространстве в часы пик.

Хорошим примером подобной среды является «Силиконовая долина», штат Калифорния, США. Сложно представить, какой вклад в мировую науку и хозяйственную практику она внесла в разное время. Многие высокотехнологичные компании, связанные с разработкой и производством компьютеров и их составляющих, а также программного обеспечения, устройств мобильной связи, биотехнологии выбрали местом своего пристанища именно эту долину с центром в городе Пало-Альто.

«Кремниевая долина» как инновационное пространственное образование уже давно стала отдельным организмом, который отличается своей самодостаточностью и самостоятельностью, способной производить, как технологии, так и людей с креативным мышлением. Как показывает статистика, в этой связи инновационной является такая локальная экономическая система, где на каждые 1000 занятых приходится 286 работников ИТ-сферы. Если бы Москва обладала схожими показателями, то при офи-

циальном населении в 12,1 млн. чел., число представителей информационной сферы составляло бы около 3,5 млн. граждан.

Инновации приходят или случайно, или закономерно. Их можно планировать, покупать на рынке, присваивать не легитимно или позаимствовать на законных основаниях. Для каждой из этих форм движения инноваций от генетической точки их возникновения до превращения в традицию нужны специфические условия. Нужна особая среда, в которой живёт и работает их творец – креативный человеческий капитал. Прежде всего, это научная среда, в которой работают ученые, инженеры и продуктивные управленцы и которую нужно создавать годами. Поэтому при строительстве инновационных локальных экономических систем, инноградов, иннополисов и прочих креативных точек роста не следует забывать о благоприятных условиях для привлечения данной группы творческих работников. Ведь громкое название и огромные денежные вливания не только и не всегда гарантируют успешность реализации инновационного проекта, в котором всё зависит от грамотного управления и квалифицированной профессионально-компетентной команды.

Для поддержания инновационной активности руководству современных компаний необходимо стремиться передавать часть инновационных управленческих решений в руки креативных работников и помимо физического труда использовать их идеи и творческие таланты. Примером такой позиции может служить опыт работы корпорации «Sony». Как говорил её основатель Акио Морита: «Компания далеко не уедет, если голова там работает только у руководства. Каждый служащий обязан внести свой вклад, и для сотрудников низшего звена это означает не только физический труд» [2, с. 29].

В России в плане предоставления некоторых комфортных условий для творчества можно вспомнить Москву, где многие работодатели, понимая классические проблемы с передвижением по городу в час пик, предоставляют возможность сотрудникам выбирать удобный для них график, сохраняя лишь требования относительно восьми часового рабочего дня.

Образцовой компанией в нашей стране по привлечению креативного персонала может служить опыт организации труда в ООО «Яндекс». Ненормированное расписание, отсутствие дресс-кода, свобода передвижения, комфортабельные зоны отдыха и кофе-пойнты с бесплатным продуктами, всё это служит стимулом для творческой работы в данном коллективе. Становится понятно, что руководство стремится к стимулированию творческой и аналитической деятельности своих сотрудников, тем самым повышая общую производительность компании.

В России на современном этапе её развития преобладает инновативный тип поведения творческих

работников, когда значительная часть их нововведений оказываются имитационными. Отечественные новаторы перестали изобретать «колесо», делая ставку на текущую выгоду, то есть на то, что можно продать сегодня, не задумываясь о завтрашнем дне.

Данный недостаток был отмечен президентом Торгово-промышленной палаты Российской Федерации С. Катырином, который считает, что необходимо избавляться от имитационного характера российских инноваций. Ведь значительная часть технологических решений, которые наши компании представляют в качестве инновационных для России, в действительности давно используются в развитых странах. Тоже происходит в среде представителей творческого класса, где вместо создания собственных идей потенциальные инноваторы занимаются плагиатом [4].

С другой стороны, существует положительный пример движения креативной деятельности человеческого капитала по схеме от инновативности (заимствования инноваций) к инновационности (созданию и внедрению собственных инноваций). Это политика японцев после Второй мировой войны, которая привела к «экономическому чуду». В своё время ими также была сделана ставка на заимствование технологий и адаптацию управленческого опыта из других стран, добавив к этому инвестиции в НИОКР. В итоге это привело к росту количества собственных открытий и ко второй по мощности экономике мира уже к 1968 г., т.е. уложившись в 13 лет.

Следовательно, в России необходимо, на наш взгляд, увеличить инвестиции, прежде всего, на исследования и разработку инновационных открытий, что обеспечит стимулирование креативной активности человеческого капитала. В этом плане нам есть на кого равняться.

В 2012 г. Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) был опубликован рейтинговый расчет по учету уровня национальных затрат на НИОКР в % от ВВП страны на 2010 г. Уровень национальных расходов на НИОКР по странам представлен в таблице 1.

Если мы всерьез хотим сделать российскую экономику конкурентоспособной, инновационной, нам необходимы прорывные технологии, разработанные отечественными авторами.

Для этого нынешнему молодому поколению уже сегодня следует равняться на следующую группу общепризнанных обладателей креативного мышления:

– Генри Форд: автор системы «фордизма» и «автомобиля для всех»;

– «Вероломная восьмерка» из «Fairchild Semiconductor»: создатели крупнейшего производителя полупроводников и важнейшего бизнес-инкубатора Кремниевой Долины в 1960-х гг.;

**Таблица 1**  
**Уровень национальных расходов**  
**на НИОКР по странам [5]**

| Место     | Страна                    | Расходы от ВВП |
|-----------|---------------------------|----------------|
| 1         | Израиль                   | 4,40 %         |
| 2         | Финляндия                 | 3,88 %         |
| 3         | Южная Корея               | 3,74 %         |
| 4         | Швеция                    | 3,40 %         |
| 5         | Япония                    | 3,36 %         |
| 6         | Дания                     | 3,06 %         |
| 7         | Швейцария                 | 2,99 %         |
| 8         | Соединенные Штаты Америки | 2,90 %         |
| 9         | Германия                  | 2,82 %         |
| 10        | Австрия                   | 2,74 %         |
| <b>32</b> | <b>Россия</b>             | <b>1,16 %</b>  |

– Билл Гейтс и Пол Аллен: основатели крупнейшей транснациональной компании по производству частного программного обеспечения для различных видов вычислительной техники;

– Стив Джобс и Стив Возняк: отцы корпорации, создавшей уникальную репутацию, культ портативных устройств;

– Аркадий Волож и Илья Сегалович: основатели популярнейшей ИТ-компании в России;

– Давид Янг: выпускник МФТИ и создатель компании-разработчика решений в области распознавания текстов и лингвистики [6];

– Николай Никифоров: один из разработчиков программы внедрения электронного правительства в Республике Татарстан и инициатор создания казанского «ИТ-парк» и инновационного наукограда «Иннополис» [7].

При наличии средств, инфраструктуры и соответствующих условий труда современные компании должны обеспечить отбор и подготовку высококлассных творческих работников, способных привносить в созидательный процесс актуальные нововведения и востребованные идеи, приводящие

к главной цели всех предприятий, к росту производительности труда и на её основе – к увеличению ВВП, а, следовательно, к повышению уровня жизни населения России.

#### *Литература:*

1. Галиев А. Взгляд из Москвы: почему обанкротились «Вамин» и «Золотой Колос»? – URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/108921/>
2. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005. – 421 с.
3. Посталюк М.П. Функциональная роль инновационных отношений в экономической системе // Проблемы современной экономики. – 2006. – № 1/2 (17/18). – С. 77-83.
4. Катырин С.Н. Форум в Ростове – площадка общения малого и среднего бизнеса. – URL: <http://www.tpprf.ru/ru/news/-i34104/>
5. UNESCO Institute for Statistics, UIS online database. – URL: <http://data.uis.unesco.org/>.
6. Фонд Общественного Мнения, «Инноваторы: представления рядовых россиян и «народных экспертов». – URL: <http://fom.ru/special/skolko/10496>
7. Википедия-свободная энциклопедия. – URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Никифоров,\\_Николай\\_Анатольевич](https://ru.wikipedia.org/wiki/Никифоров,_Николай_Анатольевич).
8. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, – 2007. – 864 с.
9. Посталюк М.П. Инновационные отношения в экономической системе (теоретико-методологический аспект): дис. ... докт. экон. наук. – Казань, 2006. – 321 с.
10. Посталюк М.П. Инноватизация пространственных структур развития экономических систем // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 3. – С. 34-37.
11. Посталюк М.П. Влияние разных факторов экономической системы на инновационные отношения в конкурентной среде // Проблемы современной экономики. – 2005. – № 3-4. – С. 34-40.

## **Impact of Creative Potential of Human Capital on the Process of Innovatization of Russian Economy**

*S.V. Zhalbe*

*Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev*

*The paper deals with the impact of creative potential of human capital on the process of innovatization of Russian economy. According to the author, implementation of new technologies does not seem enough to increase labour productivity in Russia. It is essential to select, train and use effectively the creative professional personnel capable of innovating Russian economy. The author proves that growth of such personnel would stimulate improvement of economic situation and competitiveness of Russian economy.*

*Key words: creativity, innovatization, innovator, innovation, human capital.*