

**ИННОВАТИЗАЦИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА  
В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ  
THE INNOVATIZATION OF HUMAN CAPITAL  
IN RUSSIAN ECONOMY**

*ЖАЛБЭ С.В., аспирант, КНИТУ им. А.Н. Туполева-КАИ, г. Казань*

*Тел.: +7(919)693-14-06*

*E-mail: stan1990@yandex.ru*

*ZHALBE S., a post-graduate student, Kazan Tupolev Technical University*

*Тел.: +7(919)693-14-06*

*E-mail: stan1990@yandex.ru*

**Аннотация**

Для увеличения производительности труда в России одного внедрения новых технологий недостаточно. Нынешнему руководству страны, регионов и компаний стоит задуматься о привлечении и подготовке профессиональных кадров, способных привносить в рабочий процесс креативность. Данный класс отличается наличием способностей создавать нововведения и усовершенствования, тем самым являясь инноватором. Увеличение общего числа подобного типа сотрудников послужит стимулом для улучшения конъюнктуры рынка.

**Abstract**

In order to increase productivity in Russia it is not enough just to introduce new technologies. The current leadership of the country, regions and companies should think about raising and training of professional personnel capable to bring creativity into their workflow. This class is distinguished by the ability to create innovations and improvements, thereby being innovators. The increase in the total number of this type of staff will serve as an incentive to improve market conditions.

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

**Key words:** *creativity, innovatization, innovator, new developments, capital.*

Известно, что современная Россия уступает развитым экономикам по производительности труда в 3-4 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 ее 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 ее 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 быстроизменяющейся

конкурентной среде. Именно они обеспечивают традиционализацию и инноватизацию деятельности фирмы, то есть накопление, сохранение, использование и развитие ее традиционного и инновационного потенциалов, которые обеспечивают ее динамическую конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынке.

С целью исправления негативной тенденции в росте производительности труда в России некоторые 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 поддержке до 14 млрд. рублей в год «умудрялся» сохранять среднесуточную продуктивность одной молочной коровы от 8 до 12 литров в сутки, в то время когда у конкурентов данный показатель при аналогичных или даже меньших затратах составлял 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, необходимо осознавать важность наличия творческой части работников для общего роста и развития бизнеса в выбранном направлении.

Как известно, под инноватизацией понимается специфическая форма жизни – и мыследеятельности человека, в которой отражаются прогрессивные новшества и нововведения, взаимодействующие с традициями. Именно данные группы людей образуют креативный человеческий капитал предприятия, который обеспечивает рост производительности труда в конкретных сферах его деятельности.

Под креативным человеческим капиталом предприятия подразумеваются способности и возможности определенных работников или их коллективов создавать и внедрять инновации. Для некоторых из них эта деятельность становится основной, и они объединяются в группы, союзы, общества инноваторов. 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 экономики, требующей наличия творческого мышления и способности к нешаблонному решению задач [2]. Они способны выявлять проблемы, определять пути их

решения и/или применять существующие знания, используя новые способы. Креативный класс определяется широко, включая 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 определенным 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 **113**

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 свое 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 станет 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», крупнейшую в России ОЭЗ промышленно-производственного типа «Алабуга», индустриальный парк «Челны» в Наб. Челнах и пр.

Полезной особенностью данного класса является то, что в плане карьерного роста, в большинстве своем, его представители 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 каждую 1000 занятых приходится 286 работников ИТ-сферы. Если бы Москва обладала схожими показателями, то при официальном населении в 12,1 млн. человек, представителей информационной сферы составляло бы около 3,5 млн. граждан.

Инновации приходят или случайно, или закономерно. Их можно планировать, покупать на рынке, присваивать нелегитимно 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 живет 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 все 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 ее 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].

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 8-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 бесплатными продуктами – все 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 ее 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.Катыриным, 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. То же 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 свое 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. (за 13 лет).

Следовательно, в России необходимо, на наш взгляд, увеличить инвестирования, прежде всего, на исследования и разработки 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 [5].

Таблица 1

Уровень национальных расходов на НИОКР по странам

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>

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.
- 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.
- Николай Никифоров – один из разработчиков программы внедрения электронного правительства в Республике Татарстан и инициатор создания казанского «ИТ-парк» и инновационного наукограда «Иннополис» [6].

При наличии средств, инфраструктуры и соответствующих условий труда современные компании должны обеспечить отбор и подготовку

высококласных творческих работников, способных привносить в созидательный процесс актуальные нововведения и востребованные идеи, приводящие к главной цели всех предприятий – к росту производительности труда и на ее основе – к увеличению ВВП, а, следовательно, к повышению уровня жизни населения России.

#### Литература:

1. Деловая электронная газета Татарстана. – Режим доступа: [www.business-gazeta].
2. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее: Пер. с англ. – М.: Изд. 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).
4. The UNESCO Institute for Statistics. – Режим доступа: [www.uis.unesco.org].
5. Исследовательский центр брендменеджмента и брендтехнологий. – Режим доступа: [www.rcbb.ru].
6. Деловая электронная газета Татарстана. – Режим доступа: [www.business-gazeta].
7. Вагизова В.И. Финансовые инновационные отношения в отечественной экономике // Креативная экономика. – 2008. – № 8. – С. 80-86.
8. Ведута Е.Н. Государственные экономические стратегии. – М.; СПб.: Деловая Москва, 1998. – 440 с.
9. Посталюк М.П. Инновационные отношения в экономической системе (теоретико-методологический аспект): Дисс. ... д-ра экон. наук. – Казань, 2006. – 321 с.
10. Посталюк М.П. Влияние разных факторов экономической системы на инновационные отношения в конкурентной среде // Проблемы современной экономики. – 2005. – № 3-4. – С. 28 – 32.
11. Посталюк М.П. Диверсификация институтов в процессе традиционно-инновационного развития национальных экономических систем // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 2. – С. 17-21.
12. Интернет-газета «Лента.ру». – Режим доступа: [www.lenta.ru].
13. Фонд Общественного Мнения. – Режим доступа: [www.fom.ru].
14. Википедия – свободная энциклопедия. – Режим доступа: [www.ru.wikipedia.org].
15. Торгово-промышленная палата РФ. – Режим доступа: [www.tpprf.ru].
16. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2007. – 864 с.

#### References:

1. Business e-newspaper of Tatarstan. – Mode of access: [www.business-gazeta].

2. Florida R. A creative class: people who change the future. – Translated from English. – M.: Publishing House «Classics-XXI», 2005. – 421 p.
3. Postalyuk M. The functional role of innovative relations in the economic system // Problems of Modern Economics. – 2006. – № 1-2 (17/18).
4. The UNESCO Institute for Statistics. – Mode of access: [[www.uis.unesco.org](http://www.uis.unesco.org)].
5. Research Center brandmanagement and brandtehnology. – Mode of access: [[www.rcbb.ru](http://www.rcbb.ru)].
6. Business e-newspaper of Tatarstan. – Mode of access: [[www.business-gazeta](http://www.business-gazeta)].
7. Vagizova V. Innovative financial relationships in the Russian economy // Creative Economy. – 2008. – № 8. – P. 80-86.
8. Veduta E. Government economic policies. – M.: Business Moscow, 1998. – 440 p.
9. Postalyuk M. Innovative relations in the economic system (theoretical and methodological aspect). Thesis for the degree of Doctor of Economic Sciences. – Kazan, 2006. – 321 p.
10. Postalyuk M. The influence of various factors on the economic system of innovative relationships in a competitive environment // Problems of modern economy. – 2005. – № 3-4. – P. 28-32.
11. Postalyuk M. Diversification of institutions in the traditional and innovative development of national economic systems // Problems of Modern Economics. – 2009. – № 2. – P. 17-21.
12. Internet newspaper «Lenta.ru». – Mode of access: [[www.lenta.ru](http://www.lenta.ru)].
13. Public Opinion Foundation. – Mode of access: [[www.fom.ru](http://www.fom.ru)].
14. Wikipedia-free encyclopedia. – Mode of access: [[www.ru.wikipedia.org](http://www.ru.wikipedia.org)].
15. Trade and Industry Chamber of the Russian Federation. – Mode of access: [[www.tpprf.ru](http://www.tpprf.ru)].
16. Shumpeter J. Theory of Economic Development. Capitalism, Socialism and Democracy. – M.: Eksmo. – 2007. – 864 p.