

10.19. КРЕАТИВНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКИ АКТИВНОГО ЧЕЛОВЕКА: ПОНЯТИЕ, ПОКАЗАТЕЛИ, ОЦЕНКА, УЧЕТ И КОНТРОЛЬ

Ревуцкий Л.Д., к.т.н., с.н.с., консультант по вопросам управленческого аудита и оценки производственной мощности, уровня экономического развития и стоимости предприятий

Рассмотрены понятия креативности и творчества человека, групп людей, занятых общим делом, и трудовых коллективов предприятий с экономической точки зрения.

Предложена система абсолютных и относительных показателей креативности человека и указаны методы определения их величины.

Отмечена целесообразность управленческого учета этих показателей для принятия эффективных управленческих решений, в частности, на предприятиях.

Указана необходимость систематического контроля креативности трудящихся людей, направления ее в нужные, продуктивные русла.

Представлены разнообразные методы материального и морального стимулирования креативных людей за достигнутые результаты их творческой деятельности.

Особо подчеркивается, что предлагаемая система показателей креативности людей открыта для уточнения и пополнения.

В самом начале статьи, в дополнение к одному из уточняющих элементов содержания ее названия, еще раз специально отметим, что к вопросу о креативности человека в ней будет подход с сугубо экономической точки зрения.

Из интернета известно о существовании нескольких сотен определений смысла слова «креативность».

Ниже приведены несколько наиболее часто встречающихся определений этого понятия, согласно которым креативность – это:

- уровень творческой одаренности, способности к творчеству, составляющий относительно устойчивую характеристику личности;
- творческие способности индивида, характеризующиеся готовностью к созданию новых идей;
- творческая, созидательная, новаторская деятельность;
- способность, свойство личности преодолевать утилитарность (тривиальность) традиционных способов производства, социального восприятия, сознания, поведения, устоев с целью достижения социально значимых целей.

Третье определение скорее всего ошибочно, так как, по всей видимости, относится к понятию «творчество», по мнению автора этого текста и многих других специалистов, существенно отличающегося от понятия «креативность».

Творчество – это процесс зарождения новаторской идеи и создания нового продукта, новой ценности и новой стоимости.

Авторы трех приведенных выше определений понятия «креативность» тесно связывают его с личностью (индивидуумом). На самом деле в экономическом смысле понятие «креативность» может относиться не только к личности, но и к группе людей или к трудовым коллективам предприятий, реализующим одни и те же цели, решающим поставленные перед ними главную и смежные с ней общие задачи.

Опираясь на приведенное выше определение понятия «творчество» ниже приведено предлагаемое автором еще одно (к сотням существующих) определение понятия «креативность», но с экономическим уклоном.

Креативность – это творческая способность отдельных личностей, а также групп и коллективов людей, связанных общей экономической целью (общим делом), генерировать новаторские, инновационные идеи и производить товары (работы либо услуги) нового назначения, новой ценности, нового качества и новой стоимости, открывать новые продуктивные и эффективные ниши экономической деятельности.

Вопросам креативности человека посвящено множество книг – монографий, учебников, учебных пособий. Упомянем несколько из них, изданных на русском языке [1, 2, 3]. Характерной особенностью этих книг является отсутствие в них разделов, в которых бы рассматривались абсолютные и удельные показатели креативности людей и методы их количественной оценки, востребованные теорией и практикой экономического развития страны и мира. Эта тема до сих пор многим публикаторам представляется неподъемной.

Приведенные выше формулировки понятий «креативность» и «творчество» признаны нами основополагающими для разработки соответствующих показателей креативности.

Априори, заведомо станем утверждать, что единого, интегрального показателя креативности экономически активных людей в природе не существует, и вряд ли он когда-нибудь будет предложен. Система и только система со временем уточняемых и дополняемых показателей креативности трудящихся людей будет развиваться в обозримом будущем.

Также можно утверждать, что возраст экономически активных людей их креативности, **как правило**, не поменяется.

В настоящее время, с первого подхода, т.е. в первом приближении, могут быть предложены следующие показатели креативности экономически активных личностей, групп и трудовых коллективов людей, занимающихся общим делом, в частности, производством товарной продукции, работ и / или услуг:

- число зарегистрированных открытий и / или изобретений, ед.;
- число поданных и принятых к реализации (внедрению), а также внедренных рационализаторских предложений, ед.;
- число опубликованных монографий, учебников, учебных пособий и / или статей, ед.;
- число публикаций, переведенных на иностранные языки и изданных за рубежом в престижных издательствах и средствах массовой информации, в частности, в специальных, всемирно известных, профильных научных и производственных журналах;
- число выступлений с докладами по своей тематике на международных и отечественных экономических съездах, конгрессах, форумах, конференциях, круглых столах, коллоквиумах и семинарах;
- число поездок за рубеж с выступлениями и лекциями по своим творческим разработкам в качестве приглашенного лектора или профессора;
- число выступлений с информацией о своих творческих достижениях на радио, телевидении, видеоконференциях, на форумах в интернете в своей стране и за рубежом и т.п.;
- приносимый всеми участниками осуществления творческих процессов чистый доход работодателю, **в том числе и государству** (общий и по структурным элементам, включая массы полученной балансовой и чистой прибыли), тыс. руб. (тыс. условных денежных единиц, у.д.е.);
- единичные себестоимости, стоимости и отпускные цены инновационных, созданных креативными людьми товаров, работ и / или услуг, тыс. руб. или тыс. у.д.е.;
- уровень сверхнормативной производительности труда творчески одаренного, способного к творчеству трудяще-

гося человека, уровень индивидуального перевыполнения установленных производственных норм выработки в процентах;

- уровень превышения существующего стандарта качества для товаров аналогичного предназначения, проценты;
- фактическая ликвидность креативной продукции.

Несколько пояснений к некоторым из приведенных показателей экономической креативности человека.

Если установленные на предприятиях нормы производительности труда и производственные нормы выработки рабочих систематически перевыполняются большинством работников, то это свидетельствует об устаревании этих норм, недостаточном учете последних достижений научно-технического прогресса и необщедоступности и целесообразности их пересмотра в сторону соответствующего повышения (особенно в случаях, когда упомянутые нормы перевыполняются на 15% и более). Такое перевыполнение, как правило, не связано с креативностью людей. Креативность человека именно по этому показателю фиксируется тогда, когда только он один, за счет собственного умения и мастерства, творческого подхода к выполняемой работе, существенно перевыполняет действующие нормы производительности труда и производственной выработки. При этом, уровень перевыполнения установленных норм креативным работником может быть любым.

Когда речь идет об уровне превышения существующего стандарта качества на товары аналогичного назначения, имеется в виду, что креативный человек придаст выпускаемому продукту новые качественные характеристики, например, по прочности, надежности, долговечности, контролепригодности, ремонтоспособности, эргономичности, по внешнему виду, габаритам, массе и т.д.

Ликвидность креативной продукции характеризуется степенью сбалансированности спроса и предложения на нее на соответствующих товарных рынках.

Выше были представлены показатели креативности людей преимущественно в абсолютной форме, т.е. в основном абсолютными значениями – числами рассматриваемых параметров. Для управленческого учета и анализа важно рассматривать не только абсолютные, но и относительные (удельные) значения этих показателей, например, за каждый календарный год креативной работы человека, за весь период его работы на одном и том же предприятии и на других предприятиях, на которых он работал, за весь период его экономической активной жизни и т.д. Такой подход позволяет сравнивать разных работников предприятий по степени их креативности, выявлять лидеров, передовиков в этом вопросе.

Как не трудно заметить, количественная оценка абсолютных и относительных значений перечисленных выше предлагаемых показателей креативности труда экономически активных людей, их групп и трудовых коллективов никаких сложностей не представляет, что создает благоприятные условия для их подсчета, учета и практического использования для принятия соответствующих эффективных управленческих решений.

Существенное значение имеют не только абсолютные и относительные величины, взятые по какому-то одному конкретному показателю. Не менее важно, по каким другим показателям креативности одновременно проходит та или иная личность, группа и / или коллектив людей. Часто встречаются случаи, когда одних и тех же людей «бог» награждает креативностью по

полной программе: они и открыватели, и изобретатели, и рационализаторы, и публикаторы, и участники международных конгрессов и конференций, и выступающие на радио и по ТВ, и приглашенные профессора и лекторы, и т.д. и т.п. Другие же довольствуются каким-то **одним - двумя** направлениями либо отличаются полным отсутствием креативности, что встречается довольно часто в широкой массе трудоспособного населения. Таланты и гении, лидеры и передовики креативной деятельности – явление штучное и весьма редкое, так же как и в культуре, архитектуре и искусстве, в науке и политике.

Существуют и косвенные признаки креативности людей. Авторство, без соавторства, индексы цитирования авторских публикаций в престижных отечественных и зарубежных изданиях, а также в интернете. Книжки, журнальные статьи и статьи в газетах, передачи на радио и телевидении о конкретных креативных личностях, их творческих достижениях. Участие в специальных выставках, организуемых во Всероссийском выставочном центре, в ЭКСПО-центре и за рубежом, награды медалями и дипломами выставок. Более серьезные признаки отличия таких людей:

- нобелевское лауреатство по экономике;
- наличие государственных премий по экономике;
- присвоенное звание Героя труда России;
- государственные награды за результаты экономической деятельности;
- всенародное признание заслуг.

Наверняка существуют и другие косвенные признаки креативности человека.

Интересен факт того, что показатели креативности людей поддаются консолидации не только на уровне предприятий, их объединений, отраслей народного хозяйства и всей экономики страны, но и на уровне ее административно-территориальных подразделений (район, округ города, город, регион, республика, край, федеральный округ, страна), что позволяет, как минимум, рейтинговать хозяйственные объекты, различные формы их объединений и разные территории страны по уровню креативности экономически состоятельных людей, работающих на этих хозяйственных объектах или населяющих эти территории.

Наиболее яркие примеры современных креативных личностей в экономике: Р. Гейтс, М. Цукерберг, С. Брин, У. Баффетт, Дж. Сорос, Т. Шульц, Г. Беккер, Дж. Стиглер, М. Фридман, П. Кругман, Е. Касперский, М. Калашников и относительное множество других.

Каждый случай проявления креативности сотрудниками бизнеса тогда, когда это возможно, должен быть обчислен экономистами хозяйственного объекта по всем известным статьям расходов и доходов, чтобы оценить результативность и экономическую эффективность выполненной новаторской разработки. При этом особое внимание уделяют показателю рентабельности производства креативного продукта.

Показатели креативности отдельных личностей, групп и трудовых коллективов людей требуют обязательного управленческого учета на предприятиях по всем известным в настоящее время передовым методам такого учета. Необходимость управленческого учета этих показателей должна в обязательном порядке предусматриваться утверждаемой учетной политикой предприятия. Управленческий учет показателей креативности работников предприятий необходим в первую очередь для планирования, прогнозирования

на перспективу и контроля их творческой активности, направления ее в наиболее прагматическое и конструктивное, нужное русло, а также, что еще более важно, для материального и морального поощрения (стимулирования) такого рода деятельности.

Формы материального и морального стимулирования креативных сотрудников предприятий и организаций могут быть самыми разнообразными.

Что касается материального стимулирования креативных сотрудников, то здесь, в первую очередь, специальным приказом работодателя вводят ежемесячную прибавку к заработной плате, которая не должна быть ниже, выплачиваемой за знание иностранного языка. Сегодня целесообразный минимальный размер такой прибавки – от тысячи до трех тысяч рублей и больше.

Не реже чем один раз в год следует устраивать конкурс на лучшую креативную разработку сотрудников предприятия. Суммы вознаграждения лауреатов и дипломантов таких конкурсов должны быть ощутимыми, исчисляемыми десятками, а то и сотнями тысяч рублей.

Помимо разовых сумм денежных средств, выплачиваемых в качестве вознаграждения за доблестный труд в виде определенного процента от эффективности внедрения креативной продукции и креативных работ либо услуг, их разработчикам могут выплачиваться ежемесячные премии за достигнутые производственные успехи, особенно при невысоких размерах заработных плат.

Заслуженным работникам креативного труда должно быть предоставлено право на дополнительную жилую площадь и льготы при ее оплате, право на медицинское обслуживание повышенного качества и льготные путевки в места отдыха и лечения.

Гораздо большим разнообразием отличаются формы морального поощрения креативных работников. Прежде всего на предприятиях должны быть установлены почетные звания креативных работников для каждого вида используемых профессий с вручением соответствующих удостоверений или почетных грамот. Например, креативный токарь, креативный менеджер, креативный руководитель и т.д. и т.п. Наиболее выдающихся из них следует выдвигать на присвоение отраслевых или государственных почетных званий: например, заслуженный креативный деятель или отличник креативной деятельности автомобильной промышленности, а также заслуженный креативный деятель либо отличник креативной деятельности РФ и т.п. Вместо слов «креативный деятель» возможно использовать словосочетание «работник креативного труда».

Наиболее яркие в этом деле личности могут выдвигаться на присвоение отраслевых или государственных наград в виде соответствующих орденов, медалей и других знаков отличия за достигнутые выдающиеся производственные и трудовые успехи. Лидеров креативности целесообразно выдвигать на получение отраслевых и государственных премий, если по масштабам полученного технического, экономического и социального эффекта, научной продуктивности, они того заслуживают.

И наконец, самым талантливым и самым гениальным представителям креативной экономической мысли и деятельности, достигших невероятных вершин творчества и заметного влияния на научно-технический и социально-экономический прогресс страны, так же как в Японии, должен присваиваться титул «национальное

достояние РФ» или в крайнем случае почетное звание Героя креативного труда России. Родина должна звать своих героев, всемерно беречь их, создавать самые благоприятные условия для их работы и жизни, делать все возможное и невозможное для того, чтобы у таких людей не появлялось желание жить и работать за границей, вывозить туда своих детей для обучения и трудоустройства.

Предлагаемая система показателей креативности экономически состоятельных людей, их групп и трудовых коллективов, а также система упомянутых форм и методов материального и морального поощрения творческих личностей, открыты для уточнения и пополнения. Всем, кто хочет и может участвовать в этом благородном деле – флаг в руки, попутного ветра в паруса новаторства, и вперед.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Работодатели, предприниматели, предприятия должны обратить особое внимание на такое важное качество используемой ими рабочей силы, как креативность отдельных личностей и групп единомышленников, занятых общим делом.

Для креативных людей, которых обычно бывает не так уж много, необходимо создавать самые благоприятные условия труда, отдыха и жизни, обеспечивать достойное материальное и моральное стимулирование их творческой деятельности.

Глубоко продуманный подход к решению этих задач будет способствовать ускорению поступи научно-технического и социально-экономического прогресса в избранной области трудовой и производственной деятельности людей, в выбранном ими бизнесе.

Литература

1. Кук П. Креативность приносит деньги [Текст] / П. Кук. – Минск : Гревцов Паблишер, 2007. – 384 с.
2. Мельников О.Н. Управление интеллектуально-креативными ресурсами наукоемких производств [Текст] / О.Н. Мельников. – М. : Креативная экономика, 2010. – 384 с.
3. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее [Текст] / Р. Флорида. – М. : Классика-XXI, 2007. – 430 с.

Ключевые слова

Креативность; творчество; личность; группа людей-единомышленников; трудовой коллектив; показатели креативности; управленческий учет; оценка, контроль.

Ревуцкий Леопольд Давидович

РЕЦЕНЗИЯ

Рецензируемая статья посвящена актуальному вопросу рассмотрению креативности и творчества отдельного человека, групп людей, занятых общим делом, и трудовых коллективов предприятий с экономической точки зрения.

Автор формулирует собственные понятия креативности и творчества, предлагает показатели креативности, методы их определения, обращает внимание на порядок учета и контроля этих показателей.

Само по себе интересно разграничение понятий «креативность» и «творчество».

Можно согласиться с автором, что к настоящему времени интегрального показателя креативности субъектов разного плана не предложено. Что будет в будущем – неизвестно.

С учетом этого обстоятельства предлагается развернутая система показателей, позволяющая оценивать креативность отдельных людей, групп и трудовых коллективов предприятий.

Указывается, что показатели креативности могут быть представлены как в абсолютной, так и в относительной форме.

Предлагаются возможные формы материального и морального поощрения людей креативного труда.

Статья отличается свежестью взгляда на рассматриваемую проблему и вполне заслуживает опубликования в серьезном научном журнале.

Котилко В.В., д.э.н., профессор, академик РАЕН