# *служить бы рад, но только креативно*

## *социально-экономическая природа интеллектуально-креативных услуг*

*Интеллектуально-креативные услуги – особый вид общественно-полезной деятельности, экономической основой которого является использование «неовеществленного» труда, выражающееся в проявлении созидательной (творческой) энергии продавца при реализации нематериального «товара», что требует затрат интеллектуального капитала с различной степенью использования материальных средств производства.*

***Горн А.П.***
*канд. экон. наук,*
*заведующий отделом*
*Западно-Сибирского*
*банка*
*докторант АНХ*
*при Правительстве РФ*

*Источники творческой энергии и креативных услуг.* Основным источником интеллектуально-творческой энергии, а, следовательно, и главным продуцентом креативных услуг являются интеллектуально-креативные ресурсы. Они, в свою очередь, состоят из основного, т.е. интеллектуального капитала в виде накопленных знаний, навыков, опыта, квалификации и умения личности сотрудников той или иной общественной (экономической) структуры и потенциала креативной, или созидательной энергии, реализуемой в практической деятельности каждого сотрудника (оборотного капитала) [1]. Именно с помощью последнего определяется рыночная стоимость интеллектуального капитала в виде созидательного капитала креативных услуг.

Интеллектуально-креативные услуги, сохраняя все общие признаки непроизводственной (нематериальной) деятельности, направленные на разнообразные объекты обслуживания с целью изменения их состояния или поведения отли-

чаются от всех других видов услуг целым рядом дополнительных характеристик, вытекающих из специфики интеллектуального и творческого труда.

Любая непроизводственная деятельность, составляющая основу услуг во всем их разнообразии, даже если эта деятельность связана с непосредственным энергетическим (физическим) воздействием на объекты управления и обслуживания, так или иначе, сопровождается проявлением творческой энергии [2] продуцентов такой деятельности. Это относится, например, к деятельности боевых армейских и специальных подразделений силовых структур, работников банно-прачечных комбинатов, спортсменам, процедурным подразделениям больниц и поликлиник, ремонтным службам и др., где физический труд обязательно включает в себя значительные элементы интеллектуального и творческого труда.

Такое же утверждение справедливо по отношению ко всем ресурсоемким и, в частности, инфраструктурным услугам, не говоря уже о материальном производстве. И, тем не менее, перечисленные виды деятельности в настоящее время пока еще не трактуются однозначно как области проявления и приложения интеллектуального и, тем более, творческого труда.

Большинство современных экономистов, занимающихся исследованием интеллектуального капитала, преобладающую сферу творческого труда связывают, прежде всего, с накопленными знаниями, навыками, опытом, умением работников фирм определенного профиля, их научными, информационными или культурными возможностями. Реализацию этого капитала они видят как в материально-вещественной форме (в виде трансформации интеллектуальных продуктов в материальные), так и в виде самостоятельных духовных продуктов интеллектуальной деятельности. При этом последние, как интеллектуально-креативные услуги, «материализуются» на «жестких» носителях.

***основным источником интеллектуально-творческой энергии, или главным продуцентом креативных услуг являются интеллектуально-креативные ресурсы***

Следует сказать, что основным заказчиком креативных услуг являются сферы общественно-полезной деятельности с высоким уровнем

развития интеллектуального капитала и преобладанием креативного труда. Однако это не исключает эпизодического появления продуцентов креативных услуг в сферах «простого» физического и умственного труда, характерного для секторов традиционной экономики. Здесь проявление творческой энергии обнаруживается на эмпирическом уровне через врожденную, или генетическую способность, обостренную интуицию, повышенную реакцию на влияние каких-то агентов внутренней и внешней среды и часто не зависит от накопленного в результате получения образования интеллектуального капитала, а больше зависит от полученных навыков и квалификации.

***основным заказчиком креативных услуг являются сферы общественно-полезной деятельности с высоким уровнем развития интеллектуального капитала***

*Особенности интеллектуально-креативных услуг, выделяющих их из сферы общих услуг.* К ним можно, прежде всего, отнести чрезвычайно обширные общественные зоны продуцирования и потребления креативных услуг, которые преобладают в таких сферах, как управление хозяйствующими объектами, бизнес, фундаментальные, точные, естественные, гуманитарные науки, медицина, высшее образование, финансово-кредитная и банковская деятельность, искусство и др.

Тем самым предопределена ведущая роль творческих услуг в развитии цивилизации и, в частности, новой экономики. «Экономику заставляет расти не «точная настройка и «управление спросом», а «напряженная работа, риск, инвестиции и новаторство» (М. Фридман). С этим трудно не согласиться. Однако и напряженная работа, и риск, и инвестиции, и новаторство, являются следствием, а не причиной, поскольку объективным инструментом, служащим сохранению человека как биовида, является созидательная (креативная) деятельность каждого человека. Поэтому лишь процесс и, самое главное, уровень созидательного, или творческого проявления интеллектуального капитала личности каждым специалистом будет определять и напряженность труда, и риск, и рациональность инвестиций и уровень новаторских идей. Это в значительной степени объясняется объ-

ективными факторами» [2] .

«Для решения любых экономических проблем, - продолжает доктор экономических наук Мельников О.Н., - главным является реальное проявление интеллектуальных способностей каждым субъектом, выражающееся во внесении ими конкретных нравственно оправданных материальных и/или духовных изменений в предметный (материальный) или сугубо в духовный мир, что необходимо для реализации задач удовлетворения личных и общественных потребностей. При этом следует провести четкую границу между интеллектом и фактической реализацией его возможностей на практике» [1].

Можно согласиться с Мельниковым О.Н в том, что «поскольку творческие (созидательные) ресурсы бесконечны, а материальные конечны, это отражается и на природе материального и духовного (интеллектуального) экономических продуктов, являющихся отражением использования указанных выше видов ресурсов. Однако не следует забывать, что ни один материальный экономический продукт не может быть произведен без наличия интеллектуального экономического продукта (например, без разработки его конструкции и технологии производства)» [1].

С другой стороны и высокоинтеллектуальные товары (продукция и услуги) всегда предполагают определенные, пусть и незначительные затраты простого труда (живого и овеществленного), которые довольно часто ошибочно отождествляют со стоимостью этих товаров.

Активное воздействие интеллектуально-креативных услуг на объекты обслуживания и управления может проявляться с разной степенью инерционности, т.е. в разные интервалы времени предоставления услуг самого широкого диапазона. Так, например, последствия от степени проявления креативности управленческих услуг (управленческих решений и управляющих воздействий) в зависимости от уровня креативных способностей исполнителей могут проявляться как в форме первичной отдачи с их стороны в режиме настоящего времени, так

***следует провести четкую границу между интеллектом и фактической реализацией его возможностей на практике***

и в виде отдаленных позитивных (или негативных) исторических последствий, которые не сумели, а чаще всего и не могли предвидеть продуценты этих услуг.
Это же относится и к творческим услугам в сфере культуры, искусства, литературы, фундаментальным и мировоззренческим наукам и др. Не случайно нобелевские премии многим зарубежным, да и российским лауреатам присуждались спустя много лет после даты их открытий и изобретений, когда только и удается по настоящему оценить отдаленные последствия их креативной деятельности.

***оценка потребительной стоимости креативных услуг, а, следовательно, их стоимости и востребованности, могут значительно изменяться во времени***

*Различная степень востребованности интеллектуально-креативных услуг.* Дело в том, что самый цивилизованный эволюционно отлаженный рынок, обеспечивая сопряженность общественных интересов и интересов отдельных товаропроизводителей способен наилучшим образом удовлетворить платежеспособный спрос, а, следовательно, и разнообразные общественные потребности. Все произведенные товары, в том числе и услуги вне платежеспособного спроса, всегда останутся невостребованными обществом и его членами.
Между тем ряд исключительно важных и актуальных для общественной системы креативных услуг, особенно для ее стратегического развития, не трансформируются в платежеспособный спрос современных рынков. Это, прежде всего, относится к *экологическим проектам* и *научным разработкам по защите окружающей среды*, из которых рынок отбирает только креативные услуги по проектированию производства экологически чистой продукции, реализуемой по более высоким ценам.
К числу таких услуг можно также отнести перспективные для общественной системы научные исследования, проекты и разработки *с долговременным сроком окупаемости*, превышающим критический срок выгодности и рискованности рыночных инвестиций. Это же справедливо и для многих гениальных открытий и достижений в области науки, техники, культуры, искусства и т.д., интеллектуально обогнав-

НЕ ТОЛЬКО КРЕАТИВНО

ших свое время, которые не воспринимаются современным рынком, но могут оказать решающее историческое влияние на судьбы той или иной страны.

В этом случае единственным заказчиком и покупателем подобных невостребованных рынком креативных услуг может выступать общественная система, сумевшая профинансировать свое будущее. Поэтому и оценка потребительной стоимости креативных услуг, а, следовательно, их стоимости и востребованности, могут значительно изменяться во времени.

*Функциональные свойства креативных услуг*, составляющие основу их потребительной стоимости, либо вообще не поддаются структуризации и формализации (т.е. последовательному разложению на объективные составляющие элементы и процедуры с последующим четким и недвусмысленным описанием), либо этот процесс сопровождается значительными трудностями.

Тем самым механизм интеллектуально-креативной деятельности, т.е. продуцирования и оказания услуг, трудно поддается преемственности через обучение, стандартизацию и сертификацию и практически незаменим каким-либо материально-вещественным, пусть и высокоинтеллектуальным продуктом, даже с высокой творческой энергетикой. Отсюда факт создания совершенного компьютера, который обладает «искусственным интеллектом» и способен вести на равных шахматные партии с ведущими шахматистами планеты и даже выигрывать у них, указывает:

*во-первых*, на то, что творческая энергия изобретателя программы, как минимум, на порядок выше «искусственного интеллекта» компьютера;

*во-вторых*, формализация творчества создателя такого «умного компьютера» становится еще более проблематичной.

***никакая самая безукоризненная интеллектуальная техника не сможет обладать бульшим творческим потенциалом, чем ее создатель***

Другими словами, по мере развития науки и техники, открытия законов поведения и развития природы, человека и общества, многие действия людей, которые считались непонятными и поэтому относились к творческой деятельно-

сти, постепенно будут познаваться, расшифровываться, формализовываться и передаваться в виде материальных и духовных продуктов (машин, механизмов, алгоритмов, программ, технологий и др.).

Однако интеллектуально-творческий характер деятельности людей при этом не только не исчезает, а переходит на более высокий уровень по сравнению с предыдущей эпохой. Так, например, во времена М. Зощенко монтер считался высоко интеллектуальным человеком (см. его рассказ «Жадная молочница») на фоне тяжелого физического труда грузчиков, дворников и других рабочих и служащих, выполняющих простые, монотонные и рутинные операции.

Таким образом, граница между творческими и нетворческими услугами и трудом, автоматически использующими возможности совершенных машин, постоянно «умнеет» и носит *условный характер*. Однако остается бесспорной истина, что никакая самая безукоризненная интеллектуальная техника не сможет обладать бульшим творческим потенциалом, чем ее создатель, хотя и будет во многом превосходить его по физическим возможностям (мощности, быстродействию, точности, «зрению», «слуху» и т.д.).

***Литература***

*1. Мельников О.Н. Управление интеллектуально-креативными ресурсами наукоемких производств. – М.: Машиностроение, 2004. - 400 с. с ил.*

*2. Мельников О.Н. Экономика и управление предпринимательской деятельностью как функции затрат творческой энергии субъектов рынка. — 2-е изд. перераб. и дополн. - М.: ИД «МЕЛАП», 2004. — 172 с.: ил.*

***pn***