

Инвестиционный процесс в креативных категориях или инвестология – наука творческая

Процесс использования инвестиций – это креативный процесс как для тех, кто дает, так и для тех, кто берет. *Инвестология* – наука, возвращающая человека в роль главного агента по развитию самого себя, общества, фирмы, государства и всего человечества в целом [1].

Успешным инвестициям нельзя научиться, прочитав умную книжку или выполнив ряд определенных действий. Здесь нет путей, гарантированно ведущих в победу, но много простора для творчества, анализа и действий. Вы не встретите двух инвесторов, вкладывающих деньги 100% одинаково. Инвесторы осваивают это искусство, и собственный опыт играет здесь главную роль[2].

Инвестиционный процесс представляет собой принятие инвестором решения относительно ценных бумаг, в которые осуществляются инвестиции, объемов и сроков инвестирования.

Инвестирование включает пять этапов:

1. Выбор инвестиционной политики.
2. Анализ рынка ценных бумаг.
3. Формирование портфеля ценных бумаг.
4. Пересмотр портфеля ценных бумаг.
5. Оценка эффективности портфеля ценных бумаг.

Инвестиционный процесс, как и любой другой, протекающий для достижения поставленных перед организацией задач, является процессом, управляемым со стороны руководства организации.

Признаки инвестиционного процесса:

1. определяющее влияние временного фактора на получаемые результаты
2. зона направления использования ресурсов организации, которая несравнимо более узка по сравнению с зоной стратегического использования общих ресурсов организации и в большинстве случаев отлична от зоны традиционной деятельности организации
3. достаточная степень новизны в действиях организации на этом направлении
4. более высокая степень риска деятельности организации на инвестиционном направлении (как минимум в смысле ресурсных рисков).

При рассмотрении *креативного процесса* целесообразно выделять зарубежные теории креативного процесса и отечественные. Зарубежные исследователи склонны рассматривать креативный процесс в узком смысле, сводя его суть к одному или в лучшем случае к нескольким психическим процессам. Дискуссии разворачиваются в основном вокруг следующего вопроса: что лежит в основе креативности?

Синонимический анализ «креативности»: Оценка синонимов к слову «креативность»

Таблица 1

Словарное значение слова «креативность»

<i>N n/n</i>	<i>Словарное значение</i>	<i>Источник</i>
1	Креативность, так же как и лопата, — всего лишь подручное средство, инструмент для скорейшего и более эффективного решения жизненных задач.	Интернет – ресурс: www.medportal.ru С. Малевич «8 ошибок при развитии креативности»
2	Это такая форма невроза, когда человек не способен управлять своим мышлением и контролировать его.	Интернет – ресурс: Psyberia.ru Авторский проект психолога В. Ценева.
3	Это целостный процесс генерирования идей, их развития и превращения в ценности. Это одновременно искусство порождения новых идей и науку оттачивания этих идей до стадии воплощения в ценности.	Интернет – ресурс: www.creativeconomy.ru Библиотека креативной экономики Д. Као
4	Способность порождать множество разнообразных оригинальных идей в нерегламентированных условиях деятельности. 1. В узком значении слова — это дивергентное мышление, т.е. готовность выдвигать множество в равной мере правильных идей относительно одного и того же объекта. 2. В широком смысле слова — это творческие интеллектуальные способности	<i>Холодная</i> М. А. Психология интеллекта — СПб., 2002. С. 272.
5	Уровень творческой одаренности, способности к творчеству, составляющий относительно устойчивую характеристику личности. К. рассматривается как несводимая к интеллекту функция целостной личности, зависящая от целого комплекса ее психологических характеристик.	Интернет – ресурс: http://slovari.yandex.ru/ Социальная психология. Словарь.
6	Латинский термин, который переводится как «творчество» или «сотворение из ничего». На Западе креативностью обозначают технологический элемент творчества. В российской языковой культуре креативность воспринимают гораздо шире. До начала информационной эпохи мало кто зал о креативности и креативных технологиях.	Интернет – ресурс: http://www.elslon.ru/ Дизайн-студия «Еловый слон»

Словарное значение синонимов слова «креативность»

<i>N n/n</i>	<i>Синоним</i>	<i>Словарное значение</i>	<i>Источник</i>
2	Оригинальность	Фактор характеризует своеобразие творческого мышления, необычность подхода к проблеме и определяется числом редко приводимых ответов, необычным употреблением элементов	Интернет – ресурс: http://azps.ru Тест Гилфорда
3	Изобретательность	Это способность человека находить нестандартные решения проблем и жизненных задач.	Интернет – ресурс: http://www.ochisti-razum.ru Добродетели. Московские современные достоинства
4	Творчество	Процесс человеческой деятельности, создающий качественно новые материальные и духовные ценности или итог создания субъективно нового. Основной критерий, отличающий творчество от изготовления (производства) — уникальность его результата	Интернет – ресурс: http://ru.wikipedia.org Свободная энциклопедия
5	Неповторимость	Единственность по своим качествам, исключительность.	Интернет – ресурс: http://dic.academic.ru Толковый словарь Ожегова
6	Новаторство	(от лат. novator — строящий заново, обновитель, изобретатель), проявление нового в созидательной деятельности людей, выражение творческих способностей человека в труде	Интернет – ресурс: http://slovari.yandex.ru Большая советская энциклопедия
7	Необычность	Отвлеч. сущ. к необычный- не такой, как всегда; непривычный.	Интернет – ресурс: www.mirslovushakova.ru Словарь Ушакова
8	Способность	Определяются как такие индивидуально-психологические особенности субъекта, кои выражают его готовность к овладению видами деятельности и их успешному выполнению	Интернет – ресурс: http://vocabulary.ru Националь-ная психологи-ческая энциклопедия
9	Созидательность	От слова «озидательный» - создающий что-н., творческий.	Интернет – ресурс: http://dic.academic.ru Толковый словарь Ожегова
9	Созидательность	От слова «озидательный» - создающий что-н., творческий.	Интернет – ресурс: http://dic.academic.ru Толковый словарь Ожегова

Математическое моделирование взаимосвязи свойств и показателей

Сотрудники работают как креативные люди, придумывающие различные идеи, так и обычные «рабочие пчелы», выполняющие указанную им работу и воплощающие эти идеи в жизнь, в большинстве случаев они мыслят стандартно, но для компании важны не меньше, чем креативщики, так как надо же кому-то делегировать полномочия по простой работе и выполнять рутинную работу.

Таблица 3

Критерии измеряемости показателей к свойству «нестандартность»

<i>N</i> <i>n/n</i>	<i>Показатель</i>	<i>Критерии измеряемости</i>
1	полезность	Количество прибыли, которую нестандартность сотрудников приносит компании
2	успешность	Рейтинг человека в компании
3	уязвимость	Такой человек хорошо способен находить выход из нестандартных ситуаций, но не всегда может оценить обычную обстановку (количество ошибок)
4	своеобразность	Процент отличия этого человека (его придуманных работ) от других
5	доходность	Уровень заработной платы человека по сравнению с другими
6	инновационность	Соотношение количества придуманных им работ с другими
7	развитость	Процент развития мышления человека, у нестандартных людей он выше, чем у других

По мнению Guilforda, креативность представляет собой определенный набор устойчивых черт, которые относительно независимы друг от друга. Он выделил 8 *первичных способностей, лежащих в основе креативности*:

- чувствительность к проблеме (креативные люди видят проблемы там, где другие их не замечают); -
- беглость (количество идей);
- оригинальность;
- гибкость;
- синтез;
- анализ;
- комплексность;
- способность оценить идеи.

Умение доказать «полезность» продукта играет немаловажную роль в «инвестиционной теории» процесса креативности (Steinberg, Lubart, 1995, 1999). Среди

составляющих креативности авторы указывают интеллектуальные способности, знания, личностные характеристики, мотивацию и социальную среду. Суть этой теории в том, что творческие люди «покупают» товар по бросовой цене, а «продают» по дорогой. Эти сделки осуществляются в мире идей. Бросовые идеи - те, которые вначале всеми отвергаются. Но творческий человек убеждает других в ценности этой идеи, продавая ее по высокой цене - оставляя ее разработку и реализацию другим, а сам берется за следующую. Поэтому чтобы воспитать творческое начало, необходимо научиться пренебрегать мнением толпы[3].

Систематическое *инвестирование в креативность* в форме затрат на научно-исследовательскую и опытно-конструкторскую работу (НИОКР) начиная с 1950-х последовательно увеличивалось. Инвестиции на НИОКР выросли с 5 млрд. долларов до 250 млрд. и выше в 2000 году. Даже с учетом инфляции рост НИОКР инвестиций за этот период дает изумительный показатель — более 800%. Практическая отдача от исследований в течение последнего столетия также стабильно росла, значительно ускорившись после 1950 года. Количество патентов, ежегодно выдаваемых в США, за период с 1900 по 1950 годы почти удвоилось, с 25 000 достигнув 43 000. Затем оно более чем утроилось, составив 150 000 в 1999 году, что равняется приблизительно 250%.

Количество профессионалов, занятых креативной технической работой (инженеры, ученые), также увеличилось существенным образом — с 42 000 в 1900 году, до 625 000 в 1950 году, после чего оно возросло еще в восемь раз и к 1999 году составило 5 миллионов. Рост креативной рабочей силы становится еще более очевиден на фоне общей статистики. В 1900 году на каждые 100 000 человек в США приходилось всего 55 ученых и инженеров. Эта цифра увеличилась до 400 к 1950 году и до тысячи с лишним в 1980 году. К 1999 году на 100 000 человек приходилось более 1800 ученых и инженеров.

Число людей, работающих в области культуры и художественного творчества, также резко увеличилось за последние сто лет. В 1900 году рост профессиональных художников, писателей и актеров после 1950 года составил более 375%.

«Журнал Business Week первым ввел в оборот *понятие креативной экономики* в августе 2000 года. Затем Джон Хокинс в своей книге "Креативная экономика" (2001) сделал попытку проследить ее влияние в мировом масштабе. Его данные заслуживают внимания, хотя в понимании самого термина мы с ним несколько расходимся. Если я определяю креативную экономику на основе профессий (рода занятий), Хокинс делит ее на пятнадцать отраслей "креативной индустрии", включающие программирование, исследования и конструкторские разработки, а также индустрии креативного содержания, такие как кино и музыка. Эти индустрии производят интеллектуальную собственность в виде патентов, авторских прав, торговых марок и оригинальных разработок. Приблизительный годовой доход от этих пятнадцати креативных отраслей за 1999 год Хокинс оценивает в 2,24 трлн. долларов. Креативная экономика США лидирует в мире с большим отрывом: ее доход в 960 млрд. долларов превышает 40% от общей суммы доходов, причем в мировых затратах на НИОКР доля США также составила более 40%[4].

ЛИТЕРАТУРА

1. Кирсанов К.А., Павлов А.П., Суреева М.Н. Инвестология: Инвестиции и кризисы - М., 2009.
2. Интернет-ресурс: <http://damoney.ru/invest/что-такое-investicii.php/> – Что такое инвестиции?
3. Интернет – ресурс: <http://www.nauka-shop.com/mod/shop/productID/25981/> - Психологические аспекты исследования мозговой организации креативности.
4. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее - М., «Классика-XXI», 2007. С. 60-61.