

## О путях интеграции российского интеллектуального потенциала в мировую экономику

Г.Ш. Фридман

**Х**орошо известно, что Россия обладает колоссальным интеллектуальным потенциалом, обеспеченным высоким уровнем образования россиян и большой армией людей, работающих в настоящее время или до недавнего времени подвизавшихся на ниве науки. Это величайшее достояние страны, и от того, насколько разумно оно будет использовано, в значительной степени зависит будущее России.

Сейчас весьма актуальной в России является проблема утечки «мозгов» за рубеж. При этом оказывается, что наши специалисты прекрасно устраиваются в западных компаниях и получают достаточные средства для достойного существования. Но очень хорошо известно и то, что большинство людей предпочитают, по возможности, основную часть жизни проводить на родине, среди родных и друзей, соотечественников, обладающих близким менталитетом. Нужны весьма веские причины, чтобы вынудить человека навсегда покинуть родину. Можно ли создать условия, при которых «мозги» перестанут утекать, а их носители смогут вполне достойно жить в России, да при этом вносить значительный вклад в развитие ее экономики? Я полагаю, что ответ на этот вопрос положительный. Надо только определить приоритетные области и организационные формы эффективного использования этих «мозгов».

Имеется несколько вариантов ответа на этот вопрос. Наиболее обсуждаемый состоит в том, что мы предлагаем инвесторам (иностранным или отечественным) разместить на нашей

территории производство (а чаще лишь сборку с последующим когда-нибудь увеличением доли отечественных комплектующих) наукоемкой продукции - компьютеры, цифровые телефонные станции и т.д. Этот путь, на мой взгляд, не может оказать существенного влияния на экономику страны. Дело в том, что современное производство, например, в телекоммуникационной отрасли автоматизировано на 90-95%, конечная продукция стремительно дешевеет, а наибольший вклад в ее стоимость вносит не собственно «железо», тем более сборка, а «мозги», то есть программное обеспечение. Кроме того, чрезвычайно важным является то обстоятельство, что в отличие от многих других стран, в России не сформировалась культура производства современных товаров для людей. Особенность этого производства состоит в том, что продукция является интеллектоемкой, производится на высокоточном оборудовании, требующем хорошо образованных работников с очень высоким уровнем ответственности и осознанной дисциплины, но главное - это то, что небольшие коллективы производят эти товары миллионными тиражами. Например, завод компании Моторола, на котором работает меньше 1500 человек, производит в год шесть миллионов сотовых телефонов (аналогичные показатели имеют Нокия, Эрикссон и др.). При этом стоимость программного обеспечения в структуре цены составляет от 65 до 80 процентов.

Учитывая, что стоимость строительства нового завода весьма высока и требует немалого времени, а подготовка новых рабочих для этого завода - тоже вопрос не одного дня, становится ясно, что размещение таких

производств в России не может быть особенно рентабельным. Кроме того, нельзя сбрасывать со счетов оправданные опасения иностранцев размещать в нашей стране значительные средства в виде недвижимости.

С другой стороны, в России создавалось немало компаний, ставивших своей целью производство программной продукции и реализации ее на западном рынке (например, компьютерные игры). К сожалению, почти не известны успешные проекты такого сорта. В чем же здесь дело? Мне представляется, что корень проблемы кроется в двух обстоятельствах. Первое - производя продукцию «для людей», иностранные производители научились предугадывать и удовлетворять всяческие мыслимые и немыслимые потребности и причуды потенциальных покупателей. Можно сказать, что сформировалось «общество избыточных потребностей»! Без грамотной «упаковки», учитывающей психологию и вкусы покупателей конкретной страны, невозможно продать даже очень хорошую и «умную» продукцию. Но для того, чтобы это знать, надо жить среди тех же потенциальных покупателей и иметь тот же менталитет. Второе обстоятельство состоит в том, что собственно продвижение товара на внешний рынок и организация его продаж - тоже не наш конек.

Что же предлагается? Я полагаю, что нужно создавать интернациональные коллективы (форма собственности не имеет значения), в которых разработку основной части интеллектуального продукта возьмет на себя российская команда, а формирование заказа, «упаковку» и продвижение на рынок - иностранная команда. Такая форма организации представляется вполне жизнеспособной, да и успешные примеры имеются. Один из первых - созданное С.Пачиковым в конце 80-х в Москве Советско-американское СП «ParaGraph». Это предприятие, выросшее из кооператива

«Микроконтур», было организовано в точности по тому типу, что изложен выше. И вполне успешно реализовывало свою продукцию на Западе. Другой пример дает нам фабрика программного обеспечения, организованная компанией Моторола в Санкт-Петербурге, на которой уже работает более двухсот человек, и фабрика продолжает расширяться. Если окинуть взглядом зарубежье, то мы увидим, что этот же вариант реализуется в индийском городе Бангалоре, где создано более 160 центров по производству программного обеспечения. Индия и Ирландия (создает программного обеспечения более чем на 3 миллиарда долларов США в год!) превращаются в крупнейшие страны-производители программной продукции. Но ведь у России потенциал не меньше!

Конечно, можно ожидать, что процесс пойдет сам собой. Иностранцы, заинтересованные в высококлассных и сравнительно дешевых «мозгах», сами по примеру Моторолы найдут в России нужных работников и организуют соответствующие предприятия. Но надеяться на то, что таким образом будет создана мощная индустрия, не приходится. И причин тому много - это несовершенное налоговое законодательство, нерешенность проблемы вывоза капитала (невозможно реинвестировать всю жизнь), но самое главное - страна наша весьма обширна, информация об интеллектуальных кадрах специально не аккумулируется (Москва и Санкт-Петербург представляют здесь некоторое исключение). Поэтому необходимо серьезное участие государства в этом процессе. В Омске мы пошли по пути создания специального Агентства (по типу брачных?), которое, с одной стороны, аккумулирует заявки потенциальных заказчиков-работодателей, а с другой стороны создает базу интеллектуальных работников и коллективов страны. Это же Агентство принимает деятельное участие в создании соответствующих

предприятий. При этом мы обращаемся к потенциальным инвесторам не с унижительной просьбой о вспомоществовании, а с достойным и реальным предложением стать нашими партнерами и при сравнительно небольших начальных инвестициях хорошо совместно зарабатывать. Такой вариант имеет хорошие шансы на успех. Выгоды здесь налицо. «Мозги» остаются в России и при этом оплодотворяют окружающую действительность -

участвуют в процессе подготовки новых кадров, расширяют сферу своей производственной деятельности. Бюджет получает заметные дополнительные средства, способствующие дальнейшему росту экономики. Россия, сохранив и приумножив свой интеллектуальный потенциал, занимает достойное место в современном мире. Заодно становится ясно, какого отечественного производителя надо поддерживать.

# КЛУБ ДЯДЮШКИ ЛЮ

От редакции ▼

**Д**ядюшка Лю (Константин Николаевич Любутин) - классик отечественной субъектологии и объектологии, один из основоположников Уральской философской школы, автор многих печатных трудов, еще большего количества малопечатных и совсем непечатных. Большую известность получили в кругах уральской, околоуральской и зауральской философской общности продуцируемые им разновидности афоризмов - любутизмы. Лю оказал большое и не до конца объясненное сегодня влияние на все сферы культуры. Так новейшими исследователями в области любутологии выяснено, что известная народная песня «Любо, любо, любо, братцы, жить!» сочинена его многочисленными почитателями. По не вполне ясным причинам в его честь названа известная группа «ЛЮБЭ».

Многое до сих пор остается неясным в биографии этого мыслителя. По одной из версий - это мыслитель

китайского происхождения. Ученые КНР считают, что ЛЮ БУТИН - отдаленный потомок великого китайского поэта ЛИ БО, о чем говорит поэтическое творчество философа.

Как крупный антрополог - душелюб, дядюшка Лю в суровых условиях среднеуральщины сумел наладить массовое производство особей обоего пола разной остепененности. Судя по заявленной в его текстах глубокой осведомленности о тайных замыслах Л. Фейербаха, К. Маркса, К. Ясперса, М. Шелера и др., Лю находился в тесных (возможно, родственных!) отношениях с ними.

Лю - душа университетских и институтских капустников. Его главный остросюжетный и юмористический труд «Выбранные места из перепалки с друзьями» выдержал множество изданий (1990, 1993, 1995, 2000). С некоторыми фрагментами столь яркого и глубокого произведения мы хотим познакомить наших читателей.