

нальном (государственном), супранациональном (межгосударственном) и субнациональном (региональном, местном) уровнях, следует выделить теории полюсов роста, кумулятивного роста, диффузии инноваций, кластеров (Ф. Перру, Ж.-Р. Будвиль, П. Потье, М. Мюрдаль, Т. Хегерstrand, М. Портер и др.). Региональной экономической наукой выработан широкий спектр подходов к региональному развитию, среди которых выделяется два наиболее общих: развитие сверху и развитие снизу.

Современную практику применения отмеченных выше современных теорий, концепций и подходов к регулированию развития региональных и локальных сообществ можно проиллюстрировать на примере региональной политики Европейского союза в целом, а также отдельных стран—членов ЕС. В частности, в процессе реализации мер, определенных Евросоюзом в качестве таких приоритетных направлений его деятельности в новом программном периоде (2007—2013 гг.), как «Конвергенция», «Региональная конкурентоспособность и занятость», а также «Европейское территориальное сотрудничество», значительный акцент сделан на стимулирование в регионах инновационной деятельности, развитие сети кластеров. Например, в рамках инициативы ЕС *Interreg III C* реализуется проект «Кластеры, связанные через всю Европу».

Новые подходы все более активно внедряются в архитектуру региональной политики стран—членов ЕС. Так, в Швеции в прежние десятилетия региональная политика основывалась на подходе «развитие сверху вниз», при котором экономический рост на национальном уровне рассматривался как определяющий развитие региональных сообществ. В последние годы за основу взят противоположный подход с построением снизу вверх.

Представляется, что новые теоретические подходы и концепции, используемые в зарубежной практике регулирования регионального развития, заслуживают самого пристального внимания как белорусских ученых-регионалистов, так и специалистов республиканских органов государственного управления, а также местного управления и самоуправления, ответственных за разработку и реализацию региональной политики белорусского государства.

Э. Хостилович, PhD

Высшая школа финансов и управления (Белосток, Польша);

Л.Н. Нехорошева, д-р экон. наук, профессор

БГЭУ (Минск)

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ РЕСУРС В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Экономику XXI в. можно охарактеризовать, как «новую экономику» — «экономику знаний». «Старая экономика» характеризовалась накоплением материально-вещественного богатства. В «новой экономике» совершенно другая особенность развития: интеллектуальный ресурс становится основным источником богатства. Летер Туроу, профессор Массачусетского технологического института (США), характеризуя современную экономику, подчеркивает, что в условиях «новой экономики» «материальное богатство создается за счет капитализации инноваций».

Становление «новой экономики», несомненно, кардинальным образом влияет на человека, выдвигая новые требования к его участию в воспроизводственном процессе, уровню квалификации, способности осваивать новые знания и применять их на практике, адаптироваться к происходящим изменениям, реализовывать свои способности.

«Новая экономика» базируется на новых знаниях, реализованных не только в новых производственных технологиях, но и в новых бизнес-процессах. Компании, конкурентоспособные в XXI в., проявили способность адаптироваться к меняющимся условиям, формировать эффективную стратегию инновационного развития. Возникают интеллектуальные организации, которые способны к самоорганизации и ведут себя аналогично живому организму.

Уметь оценить интеллектуальную собственность, вовлечь ее в хозяйственный оборот, создать новые рынки для новых продуктов и услуг, привлечь инвестиции для разработок, технологического трансфера — решение этих и других задач обеспечивает формирование глобальных конкурентных преимуществ. Инновационная культура предприятия (организации) и способность активно использовать интеллектуальный ресурс в их деятельности становятся ключевой компетенцией.

Инновационная культура является важнейшим элементом организационной культуры предприятия (организации) и во многом определяется развитостью и состоянием социальных взаимодействий в коллективе. Инновационная культура конкретной организации зависит от следующих основных факторов:

- миссии и стратегической цели развития предприятия (организации);
- инновационной стратегии предприятия (организации);
- организационной структуры;
- модели обучения;
- системы мотивации персонала к инновационной деятельности;
- способности превратить инновационную культуру в мощный конкурентный актив компании.

В зависимости от миссии и стратегической цели развития *компании можно разделить на три группы:*

1) ориентированные на лидерство в высокотехнологичных сферах, получение высокой добавленной стоимости за счет активного использования интеллектуального ресурса, преобладания неценовой конкуренции, расширения рыночных ниш, создание новых рынков под новые технологии, продукцию, услуги, значительное превышение рыночной стоимости компании над ее балансовой стоимостью;

2) обеспечивающие достигнутую конкурентоспособность или повышающие ее; удерживающие занятые ниши на рынке или расширяющие их; обеспечивающие устойчивое экономическое развитие;

3) элементы инновационной инфраструктуры: научно-технологические парки, инновационные центры, инновационные бизнес-инкубаторы, центры технологического трансфера и др., обеспечивающие продвижение на рынок высокотехнологичной продукции, технологий, услуг, снижение риска, помощь в поиске финансовых средств для разработки и реализации инновационных и венчурных проектов и т. д.

В каждой из указанных групп *инновационная стратегия играет различные роли*. В компаниях, относящихся к *первой группе*, она является основной стратегией развития, так как именно производство и продвижение на рынок высокотехнологичной продукции позволяют реализовать основные задачи, стоящие перед компанией, — технологическое лидерство, получение сверхприбыли за счет монополии на интеллектуальную собственность.

В компаниях, относящихся ко *второй группе*, инновационная стратегия играет роль основного инструмента, обеспечивающего решение задач, поставленных общей (производственной) стратегией развития, посредством достижения необходимых конкурентных преимуществ, учитывая цикличность инновационной деятельности, ее повышенный риск.

В организациях, относящихся к *третьей группе*, основная стратегия развития заключается в создании климата, благоприятного для инновационного развития в основном малых и средних предприятий, но также и крупных компаний, а в ряде случаев и региона в целом, развития технологического трансфера, распределения риска и др.

Специфика инновационной стратегии развития предприятия (организации) определяет организационную структуру компании, используемые модели обучения, систему мотивации персонала к инновационной деятельности, а также способности превратить инновационную культуру в инструмент, обеспечивающий конкурентные преимущества организации.

Инновационная культура организации состоит из неписаных правил, аналогичных представлений и оценок управленческих, технологических, информационных и социальных решений, способности к обмену информацией и новыми знаниями. Институциональная среда влияет на инновационную культуру, *во-первых*, посредством действующих законодательных и нормативных актов, определяющих развитие рынка труда и капитала, уровень монополизации и конкуренции, права собственности, в том числе интеллектуальной, и т.д., *во-вторых*, через неформальные элементы: традиции, обычаи, нормы поведения, ментальность. Личность, ее характерные особенности очень важны для инновационного развития компании. В то же время внутренняя организация компании и ее вхождение в различные сети в значительной степени определяют ключевые компетенции инновации.

Технологические связи предприятия (организации) во многом определяют возможности технологического трансфера, а в настоящее время — возможность для компании стать участницей формирования технологической или инновационной платформы, которая предполагает наличие сети специалистов, объединенных соответствующим уровнем технологических знаний, необходимых для создания и эффективного функционирования платформы, общей бизнес-моделью, логистическими цепочками, взаимодействием с клиентами.

Следует подчеркнуть, что необходимость оценки влияния интеллектуального потенциала на формирование стоимости компании и ее конкурентоспособность в условиях формирования «новой экономики» и развития глобализации начинает находить понимание и на *государственном уровне*. Так, Европейским союзом разработана и используется *методика оценки и учета интеллектуального капитала в промышленности* (Measuring and Accounting Intellectual Capital (MAGIC. MAGIC), согласно которой его составляющими являются:

- *человеческий капитал*, включающий способность сотрудников компании реагировать на спрос и потребности клиентов в зависимости от их навыков, опыта, профессионализма, а также уровень менеджмента компании;
- *организационный капитал*, определяющий способность компании при имеющейся у нее инфраструктуре и организационных процессах реагировать на потребности рынка;
- *рыночный капитал*, который определяет способность компании эффективно взаимодействовать с клиентами, партнерами, акционерами;

- *инновационный капитал*, т.е. способность компании вводить новшества, совершенствоваться, находить применение неиспользуемым ресурсам.

Оценка указанных составляющих интеллектуального капитала производится по специальной системе индикаторов, при выборе которых учитываются стратегические цели компании.

Основные принципы *управления и оценки неосязаемых активов европейского союза* (основное руководство — Меритум (Meritum guidelines), разработанные представителями Дании, Франции, Финляндии, Норвегии, Швеции на основе изучения около 80 наиболее успешных европейских компаний, представляют собой основные правила идентификации, оценки и контроля неосязаемых активов компании. При этом неосязаемые активы оцениваются с помощью как общих показателей, т.е. практически неизменных для любого типа компании, так и специфических, зависящих от особенностей исследуемого предприятия (организации).

Таким образом, можно сделать следующие основные выводы:

- в условиях «новой экономики» меняется структура и приоритетность ресурсов, определяющих успех компании на рынке: интеллектуальный капитал становится ведущим: если в «старой экономике» материальные ценности были определяющими, то в «новой экономике» материальное богатство создается за счет капитализации инновации, т.е. *от управления компанией необходимо перейти к управлению стоимостью компании;*

- оценка влияния интеллектуального капитала на стоимость компании и ее будущее развитие становится одним из центральных методологических, методических и практических вопросов, рассматриваемых как на уровне предприятия (организации), так и на государственном уровне;

- в ситуации наблюдающейся тенденции увеличения разницы между рыночной и балансовой стоимостью компаний возникает необходимость идентификации, формализации и *управления неосязаемым капиталом компании;*

- развитость институтов управления интеллектуальным капиталом компаний определяет состояние интеллектуального капитала национальной экономики в целом, повышая ее эффективность, обеспечивая конкурентоспособность продукции и услуг национальных производителей на мировых рынках.

*О.С. Шимова, д-р экон. наук, профессор
БГЭУ (Минск)*

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

В условиях переходной экономики в реализации экологической политики приоритетной становится задача формирования эффективного экономического инструментария, который предполагает формирование новых экономических отношений в этой сфере и реализацию принципа «загрязнитель платит» (ПЗП). В соответствии с ПЗП, который стал широко применяться в странах ОЭСР с начала 1970-х гг., предприятия-загрязнители должны осуществлять затраты (без государственных субсидий) на меры по предотвращению и сокращению загрязнения до уровней, установ-