

Для оценки интеллектуального капитала недостаточно только стоимостных показателей. Многие элементы ИК не находят отражения в бухгалтерских балансах и в принципе не поддаются учету. Именно поэтому попытки измерить все составляющие интеллектуального капитала, пользуясь стандартными приемами бухгалтерского учета, были неудачными.

Стоимостную модель ИК как выражение интеллектуальных преимуществ компании можно представить следующим образом:

$$V_{ic} = V_c - (V_a - V_{ia}),$$

где V_{ic} — стоимость ИК; V_c — рыночная стоимость компании; V — итог баланса; V_a — стоимость нематериальных активов (НМА) в составе балансовой стоимости.

Различают следующие подходы к оценке рыночной стоимости ИК: затратный и доходный. Сравнительный метод обычно неприемлем, так как не существует достаточно полной аналогии для объекта оценки, ликвидных рынков элементов ИК и т.д. Различные «неофициальные» методы оценки стоимости ИК имеют склонность смешивать доходный и затратный подходы, что осложняет их применение на практике и получение ими официально признанного статуса.

В связи с большим количеством методик оценки ИК, а также других моделей, разработанных для решения различных управленческих задач и применимых для оценки интеллектуального капитала, встает задача типологизации и выделения общих признаков различных методологических подходов. В большинстве случаев критерием типологизации выступает методологическая общность, а не существенные различия моделей. Одной из первых была предложена следующая типология методов оценки ИК:

- покомпонентный подход, который использует разные единицы измерения для каждой из компонентов ИК. Этому подходу придерживаются все нефинансовые модели;
- стоимостный подход, когда оценка стоимости ИК происходит агрегированно, без оценки стоимости отдельных компонентов.

С.Н. Дроздова, доцент

БФ БГЭУ (Бобруйск);

В.Б. Зубик, канд. экон. наук

БГЭУ (Минск)

МАЛЫЕ ИННОВАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (ФИРМЫ)

В промышленно развитых странах большое внимание уделяется инновациям. Идеи и изобретения приводят к возникновению новых продуктов, а иногда к созданию новых фирм. Крупные инновации как вид прогресса пользуются всеобщим и неизменным доверием. Они требуют большого подготовительного периода и представляют собой настоящий прорыв, достигнутый усилиями ученых и специалистов. *Малые инновации* существенно отличаются от них и являются улучшениями выпускаемой продукции и рабочих процессов (путем повседневных усилий на рабочем месте, а также применения способов, с помощью которых пытаются решать возникающие

проблемы рационализации). Они заключаются в поиске новых методов работы, которые лучше существующих, внесении предложений по их улучшению, практической апробации и ознакомлении других сотрудников относительно найденного способа решения проблемы. И если крупные инновации требуют больших инвестиций и специальных технологий, то малые — лишь определенной порции здравого смысла, творчества и способности к квалифицированному труду. Они могут осуществляться каждым сотрудником предприятия в рамках его повседневных обязанностей в соответствии с его личными способностями. Результаты этих улучшений хотя и имеют зачастую скромный масштаб, но дают в итоге большой кумулятивный эффект для предприятия.

Малые инновации включают в себя следующие предложения:

- простейшие идеи по улучшению собственной работы;
- полезные заимствованные предложения;
- предложения по рационализации и изобретательству;
- предложения по организационным улучшениям, экономии энергии, сырья, материалов и др.;
- предложения по разработке новых продуктов или изменению старых;
- предложения по новым сферам деятельности и т.д.

Основное их преимущество — это небольшие издержки и возможность быстрого внедрения. Поэтому малые инновации как постоянные, постепенные улучшения превращаются в один из важнейших инструментов управленческой стратегии. Эта система помогает использовать опыт и знания, имеющиеся у каждого работника предприятия, в нужном направлении. Такая форма сбора идей может играть роль имплементарных предложений по улучшениям, т.е. обеспечивающих выполнение обязательств по постоянному улучшению продуктов и процессов как политики предприятия. Система имплементарных предложений основывается на предпосылке, что работник находчив по своей природе и потому от него можно ожидать предложений каких-либо идей. Малые инновации поэтому не могут быть проигнорированы, поскольку они превращаются в неотъемлемый инструмент управленческой стратегии.

Кроме того, крупные инновации вызывают необходимость сопутствующих малых инноваций. Зарубежный опыт подтверждает, что успеха добиваются те предприятия, которым удается найти баланс между деструктивной силой больших и малых инноваций как непрерывного и постоянного процесса улучшения деятельности предприятия. Практическая реализация систем управления малыми инновациями зарубежными компаниями помогает им успешно работать.

*Л.А. Захарченко, канд. экон. наук, доцент
БГТУ (Брест)*

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В СОЗДАНИИ МОТИВАЦИОННОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Трудность реализации инновационного развития обусловлена множеством объективных и субъективных причин, однако доминирующей среди них является неготовность субъектов к предстоящим инновационным переменам.