

РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Одной из наиболее ярких характеристик современной инновационной экономики является возрастающая роль знаний и превращение их в один из важнейших ресурсов развития – интеллектуальный капитал. Интеллектуальный капитал и умение работать с ним в инновационной экономике определяют все остальное: структуру организации, ее систему управления, технологию работы, организационную структуру.

На первоначальном этапе необходимо изучить содержание категории «интеллектуальный капитал». В экономической литературе пока не сложились четкие определения рассматриваемой категории. Классически к интеллектуальному капиталу относилась интеллектуальная собственность, под которой понимаются юридически оформленные права на патенты, торговые марки, разработки и публикации. Однако сегодня к составляющим интеллектуального капитала целесообразно относить весь состав нематериальных активов организации, которые доступны к оцениванию и/или управлению, хотя могут быть и не зафиксированы в документации в силу действующих норм бухгалтерского учета. Укрупненно интеллектуальный капитал можно дифференцировать на следующие группы: собственно нематериальные активы, человеческий капитал, организационный капитал. Нематериальные активы – это фирменные наименования, товарные знаки, авторские права, «ноу-хау» и т.п.

Человеческий капитал – это совокупность личного богатства, которое служит для человека и, конечно, для организации основным источником извлечения дохода. Данный капитал включает врожденные качества (например, важное сегодня качество – креативность индивида), приобретенные профессиональные знания, опыт, образование, трудовую культуру, внутреннюю мотивацию к работе и обучению. Причем это не простая совокупность знаний и качеств каждого конкретного сотрудника: в коллективной работе проявляется синергический эффект, многократно увеличивающий эффективность индивидуальных характеристик. При этом нужно учитывать, что человеческий капитал принципиально не может являться собственностью организации, так как выступает неотъемлемой частью каждого конкретного работника. Организация может лишь стремиться к извлечению максимальной возможной пользы из работы каждого сотрудника. Для достижения этой цели важны такие стороны управления, как трудовая мотивация (человек должен иметь желание работать, которое, соответственно, может быть ослаблено или усилено внешними факторами), организационные изменения, стили руководства, коммуникации.

Организационный капитал характеризуется корпоративной (организационной) культурой хозяйствующего субъекта. Организационная культура – это набор допущений, убеждений, ценностей и норм, которые разделяются всеми

членами организации. Культура организации может сознательно создаваться ее ведущими членами или формироваться с течением времени. Организационная культура носит достаточно абстрактный характер, поскольку ее невозможно увидеть, но она – важный элемент условий труда и влияет на все, что происходит в организации. Ее основой выступает некий свод понятий, известный и ясный всем сотрудникам: миссия, нормы поведения, коммуникации и т.д.

Корпоративная культура придает сотрудникам организационную идентичность, определяя представление о хозяйствующем субъекте, является важным источником стабильности и преемственности, что создает у сотрудников чувство безопасности. В то же время знание организационной культуры помогает новым работникам правильно интерпретировать происходящие в организации события, определяя существенный контекст событий, которые в противном случае оставались бы непонятными. Культура более чем что-либо другое стимулирует высокую ответственность работника, выполняющего поставленные перед ним задачи, она отмечает заслуги творческих эффективных сотрудников.

Инновационная организация нуждается в регулярном пересмотре своего организационного капитала. Это подразумевает как масштабную исследовательскую деятельность, так и постоянное развитие корпоративной культуры.

В заключение отметим, что такое разделение интеллектуального капитала на виды достаточно условно, могут быть предложены и иные модели его структуры. Однако бесспорным является тот факт, что для получения максимально возможного результата, интеллектуальный капитал инновационной организации нуждается в признании и рациональном управлении.

Литература

1. *Ньюстром, Дж.В.* Организационное поведение / Дж.В. Ньюстром, К. Дэвис / пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб., 2000.

*Аль-Халлиди Акил Кассим (Ирак)
БГУ (Минск)*

О ПОДХОДАХ К ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей экономики и за быстрые темпы он признан экономическим феноменом столетия. Для 38 % государств туризм – главный источник дохода, а для 83 % стран туризм является одним из пяти основных источников дохода. Поэтому следование инновационным процессам в туризме является одним из основных факторов, определяющим конкурентоспособность туристских организаций, так и отрасли в целом. Под инновациями в туризме понимаются разносторонние организационно-управляющие нововведения, состоящие в целенаправленных изменениях, производимых на разных уровнях индустрии туризма: сюда относят