

2.2. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ И КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В ИННОВАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ: АСПЕКТЫ НА УРОВНЕ РЕГИОНА

Развитие НТР в конце XX века инициировало информационную революцию и положило начало формированию основ информационного общества, в котором информация и знания становятся основным средством и предметом общественного производства. Они также являются ограничивающим фактором развития (в индустриальном обществе им является капитал) и замещают труд в качестве источника прибавочной стоимости. Информация и знания (интеллектуальный капитал) все в большей степени определяют конкурентоспособность, как отдельных предприятий, так и национальных экономик в целом. Способность к созданию, использованию и приумножению интеллектуального капитала определяют экономическую мощь государства, благосостояние и качество жизни его народа. Развитие экономик ведущих стран мира – флагманов экономического – роста в своем большинстве базируется на инновациях и инновационной деятельности, в основу которых положено всестороннее использование и развитие их интеллектуального капитала.

Возрастающая роль интеллектуального капитала в обеспечении экономического роста (особенно инновационного) актуализирует исследования направленные на поиск путей его эффективного использования, этой проблематике уделено внимание многих известных отечественных и зарубежных экономистов. Раскрытию сущности категории "интеллектуальный капитал" посвящены работы Э. Брукинга [1], Д. Гилбрейта [3], М. Кастельса [9], Э. Тофлера [19, 20], В.М. Гееца [2], В. Л. Иноземцева [8], А.Н. Козырева [10], Б.Б. Леонтьева [11], Л.Г. Мельника [14, 15, 16] и многих других ученых. Ими разработана категорийная база интеллектуального капитала, определена его структура, раскрыта его роль и роль отдельных его составляющих на современном этапе развития. Их работы носят теоретико-методологический характер и касаются в основном макроуровня экономики, однако в них недостаточно проработаны проблемы, касающиеся интеллектуального капитала мезо- и микроуровня. В ряде исследований рассматриваются отдельные прикладные аспекты использования и оценки интеллектуального потенциала предприятия [4, 5] и экономики страны в целом [12], однако они носят достаточно частный характер. Существующее неоднозначное толкование структуры интеллектуального потенциала и подходов к его оценке усложняет управление его реализацией и развитием, приводит к выбору неадекватных существующим условиям стратегий развития. Решение этих проблем даст возможность целенаправленно формировать и развивать интеллектуальный потенциал, оптимизировать систему его управления, снизить степень риска и повысить обоснованность и оперативность управленческих решений. Ход инновационного развития ведущих стран убедительно свидетельствует, что реализация интеллектуального капитала невозможна без наличия определенного уровня инновационной культуры, которая формирует благоприятные условия инновационной деятельности и востребованность инноваций.

Исходя из изложенного, была поставлена цель: выполнить системный анализ подходов к рассмотрению сущности категорий "интеллектуальный капитал" и "инновационная культура", раскрыть их роль в инновационном обществе, уточнить содержание и структуру применительно к специфике региона, предложить общие подходы к оценке.

Анализ подходов отечественных и зарубежных ученых [1–5, 8–12, 14–16, 19–20] показывает, что в структуре интеллектуального капитала выделяют три составляющих:

- человеческий капитал: знания, привычки, опыт, ноу-хау, творческие способности, креативный способ мышления, моральные ценности, культура работы и др.;
- организационный капитал: патенты, лицензии, ноу-хау, программы, товарные знаки, промышленные образцы, техническое и программное обеспечения, организационная структура, корпоративная культура и т.п.;
- потребительский капитал (по нашему мнению, его следует трактовать более широко, как интерфейсный капитал): связи с экономическими контрагентами (поставщиками, потребителями, посредниками, кредитно-финансовыми учреждениями, органами вла-

сти и др.), информация об экономических контрагентах, история взаимоотношений с экономическими контрагентами, торговая марка (бренд).

Однако упомянутая выше структура рассматривает преимущественно только одну сторону интеллектуального капитала - ресурсную и практически не рассматривает другую – потенциальную – возможность и способность эффективно реализовывать этот потенциал. Причем эта сторона является наиболее важной и значимой. Действительно, рассматривая формально интеллектуальный капитал отечественных предприятий, отдельных регионов и экономики Украины в целом, несложно заметить, что он все еще довольно высокий, однако степень развития экономики не является адекватной, она значительно ниже, чем в странах, которые имеют аналогичный уровень интеллектуального капитала. В частности, в 1998 году Украина по количеству научных и инженерно-технических работников, которые работают в сфере научно-исследовательских и исследовательско-конструкторских работ (НИОКР) (6761 чел. на 1 млн. жителей) опережала Японию – 5777 чел. на 1 млн и США – 3732 чел. на 1 млн, однако реализация этого капитала была значительно хуже (в 2006 г. это соотношение в Украине составляло около 3495 чел. на 1 млн [6] при практически неизменных позициях Японии и США). Так, например, в Украине доля практически реализованных инновационных разработок составляет меньше 20%, тогда как в Японии – 68%, а в США – 52% [6]. Т.е. высокая ресурсная сторона интеллектуального капитала это еще не все, необходимо иметь возможность и способность ее эффективно реализовывать. И эти возможности и способности необходимо оценивать (как впрочем, и сам капитал).

Таким образом, в структуре интеллектуального капитала следует выделять две части:

- ресурсную;
- потенциальную, т.е. возможность и способность эффективно реализовывать интеллектуальный капитал.

Исходя из этих позиций, может быть предложена следующая структура интеллектуального капитала хозяйствующего субъекта (табл. 1). В ней представлен основной перечень элементов ресурсной и потенциальной составляющих интеллектуального капитала, в будущем его можно дополнять и корректировать. Однако он довольно точно отображает характер элементов выделенных частей интеллектуального капитала.

Разделение интеллектуального капитала на ресурсную и потенциальную части позволяет более точно анализировать и оценивать его уровень, находить "узкие места", обосновано разрабатывать мероприятия, направленные на его развитие и реализацию относительно конкретных рыночных условий.

Человеческий, организационный и интерфейсный капиталы нужно рассматривать как подсистемы интеллектуального капитала, который сам является сложной системой. Они постоянно взаимодействуют между собой. При этом возможно проявление синергетического эффекта как усиливающего, так и ослабляющего характера.

Практика показывает, что эффективность реализации интеллектуального капитала хозяйствующего субъекта (в т.ч. региона) в значительной мере определяется состоянием его организационной составляющей. Существующие реалии становления и развития постиндустриальной (информационной) экономики и все возрастающая роль инновационных факторов инициируют создание принципиально новых форм организации работы [19], которые коренным образом изменяют характер работы и систему управления, обеспечивают невиданную ранее степень свободы и гибкость поведения работников:

1. *Пульсирующая организация*, которая периодически увеличивается и уменьшается, гибко реагируя на изменение ситуации на рынке, например, торговые предприятия, которые увеличивают свой штат к Новому году, или же строительные организации, набирающие работников под конкретный строительный проект. Такого рода изменения структуры, штатов, масштабов деятельности характерны для команд проектировщиков, которые создаются под определенный инновационный проект и расформируются после его завершения. Затем формируется другая команда уже под другой проект и т.д. Кон-

кретный работник может в одном проекте быть руководителем, в другом – исполнителем, в третьем – вообще не присутствовать и т.п.

Таблица 1. Структура интеллектуального капитала хозяйствующего субъекта [6, 7]

Человеческий (личностный) капитал		Организационный (структурный) капитал		Потребительский (интерфейсный) капитал	
Ресурсы	Потенциал	Ресурсы	Потенциал	Ресурсы	Потенциал
Знание Привычки Опыт Ноу-хау Творческие способности Креативный способ мышления Критическое отношение к авторитетам Моральные ценности Культура работы	Способность выйти за пределы имеющихся знаний и опыта Стремление к самореализации и признанию Нацеленность на результат Результативность работы Способность к продолжительной мобилизации и сосредоточению Непрерывное самообучение и самосовершенствование Способность к прогнозированию в условиях неопределенности Ощущение востребованности знаний, опыта и др. Творчески активный возраст большинства персонала (в среднем 25–45 лет) Желание и способность передать знание, привычки, опыт и др. ученикам и коллегам	Патенты Лицензии Ноу-хау Программы Товарные знаки Промышленные образцы Информационное обеспечение Техническое обеспечение Программное обеспечение Организационная структура Корпоративная культура Система мотивации творческой работы	Свобода творчества от политических, религиозных, бюрократических и др. ограничений Востребованность инноваций и инноваторов Правовая защищенность авторских прав Развитая инфраструктура рынка интеллектуального капитала Высокая оплата результатов работы Участие инноваторов в прибыли Толерантное отношение коллег и общества Признание и признательность коллег и руководства Восприимчивость организации к неожиданным, нетривиальным решениям Благоприятные условия работы и отдыха	Связи с экономическими контрагентами (ЭК) Информация об ЭК История взаимоотношений с ЕК Торговая марка (бренд)	Налаженная система коммуникаций с ЭК Мотивированность ЭК Учет интересов ЭК Ориентированность на долгосрочные партнерские отношения с ЭК Высокий имидж торговой марки Управление торговой маркой Брендинг

2. *Двуликвая организация.* Она является своего рода разновидностью пульсирующей организацией. Ее структура может изменяться, однако не в размерах, изменяется степень централизации управления от жесткой централизации (иерархическое управление) до децентрализованной (неиерархическое управление). Такую структуру имеют кризисные центры, которые создаются на ряде зарубежных компаний. В случае возникновения нештатных ситуаций они берут на себя всю власть, а в обычном режиме занимаются, в основном, мониторингом деятельности компании, поэтому обладают всей необходимой информацией. С наметившимся переходом экономики на нестационарный путь развития

частота разного рода нештатных ситуаций будет только возрастать, поэтому двуликие организации являются весьма эффективной формой повышения гибкости бизнеса.

3. *Организация шахматной доски (многослойные организации)*. Примером являются некоторые японские фирмы в США, в которых на различных уровнях иерархии американские и японские специалисты чередуются. При этом происходит обмен потоками информации интерпретированной с различных позиций, увеличивается степень понимания, снижаются шансы допустить ошибку. Такой подход характерен для транснациональных компаний.

4. *Комиссарская организация*. Предусматривает сосуществование двух линий контроля и управления: традиционной бюрократической и параллельной ей, которая использует независимые от бюрократии прямые информационные и управленческие каналы, обеспечивая тем самым большую объективность и гибкость.

5. *Феодальная организация*. Предусматривает наличие в составе организации достаточно независимых подразделений, которые, в свою очередь, включают в себя меньшие также независимые подразделения. При этом, руководство подразделений, как правило, имеют больше реальной власти, чем высокопоставленные руководители центрального аппарата, которые находятся где-то далеко и не владеют достаточной информацией о положении дел в структурных подразделениях. Э.Тофлер упоминает в качестве примера, среди прочего, структуру университета: ректорат – факультеты – кафедры. Эффективность деятельности университета определяется на уровне кафедр (естественно, нормального университета), которые имеют большую свободу действий.

6. *Независимые, самоуправляемые коллективы* (организации "скулсы" – по терминологии Э.Тофлера). Руководством предприятия или по их поручению создаются коллективы (проектные команды) специалистов, которым ставится нечетко определенная проблема или задача, выделяются соответствующие ресурсы и предоставляется свобода действий (естественно, периодическая отчетность, но только за результаты сохраняется). Эти команды действуют как независимые предприятия на свой страх и риск, их деятельность принимает самоорганизующийся характер. Практика показывает, что такие коллективы ("Хонда" - автомобилестроение, IBM – производство персональных компьютеров, Nippon Electric Company – проектирование и производство микропроцессоров и пр.) работают намного эффективней, чем иерархические. В таких коллективах лидерство базируется на умениях и компетентности, а не на формальных чинах и званиях, поэтому возможны конфликты с формальными лидерами.

7. *Самозарождающиеся команды*. В такие команды объединяются группы специалистов (посредством компьютерных сетей), которые занимаются одной и той же проблематикой. Они могут работать в одной большой компании, подразделения которой разбросаны по всему миру (группы инженерного менеджмента в Digital Equipment Corporation), а могут быть абсолютно независимыми. Степень автономии в такой команде очень высокая (практически полная), они могут устанавливать собственные задачи и обговаривать их, помогая, таким образом, друг другу. В результате идет лавинообразное возрастание количества и качества творческих решений.

Однозначных рекомендаций относительно использования конкретных организационных структур нет, все определяется спецификой деятельности хозяйствующего субъекта и особенностями рынка или отрасли. Необходимо отметить, что эти новые организационные структуры возникают и реально используются на рынках и в отраслях с высоким уровнем конкуренции, когда удержаться, а тем более развиваться, можно только за счет постоянного поиска и использования новых способов и сфер реализации капитала хозяйствующего субъекта (в первую очередь интеллектуального), т.е. инновационным путем. В этом случае сами обстоятельства заставляют владельцев и руководство идти на реформы, делиться полномочиями, предоставлять все возрастающую свободу творчества (но не полную бесконтрольность) персонала. Хозяйствующие субъекты, руководство которых

старается сохранить твердые бюрократические (основанные на иерархичности) структуры управления, конкуренты рано или поздно вытеснят из рынка.

Интерфейсный (более узко – потребительский) капитал является для нашей страны относительно новым понятием, однако никто не станет возражать, что наличие налаженной системы взаимосвязей и взаимодействий с экономическими контрагентами резко повышает шансы на успех в конкуренции, а ее отсутствие – практически лишает даже минимальных шансов. Формирование и укрепление такой системы будет тем успешнее, чем полнее будут совпадать интересы хозяйствующего субъекта и его экономических контрагентов. Поэтому необходимо постоянно отслеживать степень соответствия этих интересов и при наличии расхождений оперативно устранять возникающие проблемы.

Реализация интеллектуального капитала хозяйствующего субъекта большей частью проявляется в виде:

- продвижения на рынок новых или усовершенствованных товаров (изделий или услуг), которые более полно отвечают интересам потребителей и других экономических контрагентов, чем товары их конкурентов;
- внедрения более эффективных технологий производства продукции;
- внедрения более эффективных методов управления на всех стадиях производства и сбыта продукции.

В конечном итоге это сводится к товарам, которые удовлетворяют существующие потребности новым, более эффективным, способом, или же товары, которые удовлетворяют потенциальные (скрытые) потребности (во многих случаях их целеустремленно формируют), то есть инновационные товары. Практика показывает, что в развитых странах к 70–85% (а в ряде случаев и больше) прироста ВВП обеспечивается за счет инноваций (в Украине не больше 7–15%). Поэтому для Украины, если она хочет на равных войти в мировое сообщество цивилизованных стран, альтернативы инновационному пути нет.

Управление интеллектуальным капиталом региона в русле концепции инновационного развития требует надлежащей оценки уровня капитала, его сравнения с уровнем других регионов и страны в целом. Результаты такой оценки должны быть положены в основу выбора конкретных направлений развития региона, которые предполагают реализацию его сравнительных преимуществ.

Для оценки интеллектуального капитала в общем случае используют следующие группы методов [1, 10]:

1. Методы прямого измерения интеллектуального капитала (Direct Intellectual Capital methods (DIC)). Эти методы основаны на стоимостной оценке отдельных элементов интеллектуального капитала, которые потом сводятся в интегральную оценку.

2. Методы определения рыночной капитализации (Market Capitalization Methods (MCM)). Основаны на исчислении гудвилла – разности между рыночной стоимостью хозяйствующего субъекта (оценка фондового рынка) и стоимостью его чистых активов.

3. Методы расчета отдачи активов (Return on Assets methods (ROA)). Базируются на исчислении разности между отношением дохода хозяйствующего субъекта за определенный период (за исключением налогов) к стоимости его материальных активов (ROA) и аналогичным показателем отрасли в целом. Произведение полученной разности и стоимости материальных активов оцениваемого субъекта хозяйственной деятельности является средним доходом от интеллектуального капитала. Потом путем прямой капитализации или дисконтирования получаемого денежного потока определяют стоимость его интеллектуального капитала.

4. Методы балльной оценки (Scorecard Methods (SC)). Эти методы предусматривают выделение элементов интеллектуального капитала хозяйствующего субъекта и их относительную балльную или же индикативную оценку (в динамике или же в сравнении с другими хозяйствующими субъектами данной отрасли или рынка).

Анализ показывает [7], что для стоимостной оценки интеллектуального капитала региона приемлемыми являются группы методов 1, 2 и 3. Их сравнительный анализ свиде-

тельствует, что преимущество следует отдать методу 3, поскольку: применение метода 1 (DIC) практически невозможно, поскольку выполнить стоимостную оценку отдельных элементов капитала региона слишком сложно вследствие отсутствия соответствующей статистики; применение 2 метода (MCM) усложняется неразвитостью в Украине фондового рынка, на котором ценные бумаги значительной части предприятий и учреждений не присутствуют. Таким образом, единственным более или менее приемлемым методом является третий (ROA). Его авторская интерпретация для оценки интеллектуального капитала регионов государства представлена следующим алгоритмом.

1. Рассчитать нормы отдачи активов анализируемого региона и материальных активов страны по формуле:

$$R = \frac{D}{A_m}, \quad (1)$$

где D – показатель результативности использования активов - финансовые результаты деятельности (региона или страны в целом); A_m – стоимость активов (региона или страны).

2. Рассчитать превышение (уменьшение) нормы отдачи активов анализируемого региона средней по стране:

$$\Delta R = R_p - R_k. \quad (2)$$

Естественно допустить, что увеличение (уменьшение) величины нормы отдачи ΔR объясняется влиянием интеллектуального капитала (интеллектуальных активов) региона. В этом случае величина ΔR является нормой отдачи интеллектуальных активов анализируемого региона.

3. Рассчитать результативность использования интеллектуальных активов анализируемого региона

$$R_i = \Delta R \cdot A_m. \quad (3)$$

4. Рассчитать стоимость интеллектуального капитала региона (A_i), точнее – превышение (уменьшение) стоимости интеллектуального капитала региона среднего значения по стране. Расчет будем вести следующим образом:

4.1. Рассчитать среднюю по стране прибыльность деятельности (Π_c), как отношение финансового результата к валовой добавленной стоимости.

4.2. Рассчитать аналогичным образом прибыльность деятельности по региону, который анализируется (Π_p);

4.3. Рассчитать:

– стоимость интеллектуального капитала региона, который обеспечивает его большую, чем в среднем по стране, прибыльность (в случае, если $\Delta R > 0$);

– величину (стоимостное выражение), на которую нужно увеличить интеллектуальный капитал региона, чтобы достичь его результативности на уровне средней по стране (в случае, если $\Delta R < 0$).

Расчет выполняется по формуле

$$A_i = \frac{R_i \cdot 100\%}{(\Pi_c - \Pi_p)\%}. \quad (4)$$

С целью практической апробации подхода выполнены расчеты величины A_i для Сумской области Украины.

Исходные данные для расчета представлены в табл. 2 (информация Сумского областного управления статистики за 2004-2007 гг.).

Таблица 2. Данные для расчетов интеллектуального капитала Сумской области

Показатели, млн грн		Периоды			
		2004	2005	2006	2007
Украина	Стоимость активов	128 2783,2	147 7862,0	184 2382,6	249 4109,2
	Финансовые результаты деятельности	445 78,4	643 70,8	762 53,4	135 897,9
	Валовая добавленная стоимость	318 321	396 003	487 132	...
Сумская область	Стоимость активов	140 03,8	139 85,1	153 73,3	165 54,7
	Финансовые результаты деятельности	126 ,6	230 ,0	288 ,6	486 ,1
	Валовая добавленная стоимость	585 3	732 2	870 2	...

Результаты расчетов с использованием вышеприведенного алгоритма представлены в табл. 3.

Результаты расчетов свидетельствуют, что результативность интеллектуального капитала Сумской области (R_c) меньше чем в среднем по стране (R_v), и, хотя их разность приблизительно стабильна, существует четко выраженная тенденция к улучшению соотношения. Для выравнивания результативности интеллектуальный капитал Сумской области нужно увеличить на величину $(3061,9 + 2871,2 + 2801,6) : 3 = 2911,6$ млн грн.

Для установления полной картины относительно уровня использования интеллектуального капитала всех регионов необходимо провести аналогичный анализ по всем областям Украины. Это позволит сравнить их интеллектуальный капитал как по абсолютной величине, так и по результативности реализации, а также составить общее представление о распределении, включая региональные диспропорции.

Таблица 3. Результаты расчетов интеллектуального капитала Сумской области

Показатели	Периоды			
	2004	2005	2006	2007
R_c (Сумская обл.)	0,0090	0,0165	0,0188	0,0294
R_v (Украина)	0,0348	0,0436	0,0414	0,0545
ΔR	-0,0258	-0,0271	-0,0226	-0,0251
R_i , млн грн	-361,3	-379,0	-347,4	-415,5
P_k , %	14,0	16,3	15,7	...
P_p , %	2,2	3,1	3,3	...
A_i , млн грн	-3061,9	-2871,2	-2801,6	...

Подводя итоги, следует отметить, что предложен подход к использованию метода расчета отдачи активов (*ROA*) для укрупненной оценки интеллектуального капитала любого региона страны с использованием широко доступных официальных статистических данных. Апробация подхода на примере Сумской области показала его корректность.

Предложенный подход целесообразно использовать для ориентировочной сравнительной оценки интеллектуального капитала регионов Украины. Полученные результаты могут быть использованы для дальнейшего детализированного анализа с целью выявления основных факторов, которые влияют на величину и результативность интеллектуального капитала региона в целом, его составляющих (человеческого капитала, организационного капитала, интерфейсного капитала) и отдельных элементов этих составляющих. А это, в свою очередь, позволит создать предпосылки для целенаправленного управления интеллектуальным капиталом региона.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на поиск путей детального поэлементного анализа и стоимостной оценки интеллектуального капитала регионов Украины с целью разработки рекомендаций относительно ускорения их развития инновационным путем и выравнивания региональных диспропорций.

Одним из главных условий успеха инновационной деятельности является наличие достаточного уровня инновационной культуры. Согласно Закону Украины "О приоритетных направлениях инновационной деятельности" инновационная культура определяется как составляющая инновационного потенциала, которая характеризует уровень образовательной, общекультурной и социально-психологической подготовки личности и общества в целом к восприятию и творческому воплощению в жизнь идеи развития экономики страны на инновационных началах. Развитие инновационной культуры общество определено одним со стратегических приоритетов инновационной деятельности в Украине. Значение инновационной культуры возрастает при переходе от индустриальной экономики к экономике знаний. В этих условиях необходимым является формирование в обществе устойчивых традиций воспринимать новое, способности и готовности комплексно его использовать в интересах общего прогресса.

Инновационная культура отображает ценностную ориентацию человека на нововведение, закрепленную в мотивах, знаниях, умениях и привычках, а также образцах и нормах поведения. Она играет роль социокультурного механизма регуляции инновационного поведения человека, ее основные функции представлены на рис. 1.

Трансляционная – передача из прошлого и настоящего в будущее устойчивого апробированного инновационного поведения, которое вошло в систему ценностей общества

Селекционная – отбор созданных или заимствованных инновационных моделей поведения, соответствующих потребностям общества на определенном этапе его развития



Инновационная – разработка новых типов инновационного поведения на базе образцов инновационной деятельности, возникших внутри общественной культуры, или привнесенных извне

Рис. 1. Регулятивные функции инновационной культуры и их сущность [21]

Формирование инновационной культуры неразрывно связано с созданием благоприятных условий для развития креативного потенциала людей. Одной из главных предпосылок этого является формирование определенных положительных морально-этических устоев, которые воспринимаются подавляющим большинством общества. Ми-

ровой опыт убедительно доказывает, что чем выше морально-этические устои общества в целом, а вместе с этим и коллективов работников отдельных предприятий и учреждений, тем толерантнее они будут относиться к развитию индивидуальных возможностей каждого индивидуума, тем высшими будут социально-экономические параметры общества и его отдельных членов [6].

К основным принципам формирования инновационной культуры относят:

- четкость формулирования целей инновационной деятельности и их понятность для команды инновационного проекта (проектов);
- сотрудничество членов проектной команды;
- обмен идеями и информацией между членами команды;
- толерантное восприятие руководством и членами команды идей высказанных другими сотрудниками;
- участие каждого члена команды в процессе достижения целей инновационного проекта, осознание своей значимости;
- поощрение инициативы сотрудников, ее всяческая поддержка;
- поощрение к творческому поиску, превращению обычного в необычное и наоборот;
- практически неизбежные в инновационной деятельности ошибки сотрудников рассматриваются не как их вина, а как средство обретения опыта;
- делегирование полномочий членам команды;
- недопустимость навязывания идей руководителя членам команды;
- признание и защита прав сотрудников на инновационные решения;
- и др.

Соблюдение указанных принципов создает предпосылки формирования благоприятной инновационной культуры, которая, в свою очередь, является основой благоприятной инновационной среды, пробуждающей энергию, инициативу, творческий поиск, ответственность работников, ориентирующей их на достижение высоких результатов недостижимых при обычных условиях.

Благоприятная инновационная культура позволяет преодолеть преграды на пути активизации творческой деятельности команды инновационного проекта (коллектива инновационной организации) и ее отдельных членов, в частности такие:

- опасения высказать свои мысли, идеи, сделать достоянием гласности результаты исследований или разработок, которые не вкладываются в обычное русло (страх показаться смешным или недостаточно умным);
- боязни критики или самоцензуры, которые сдерживают творческую активность;
- боязни ошибки или неудачи;
- осложнений, которые связаны с необходимостью изменения способа деятельности в новых условиях;
- не критического отношения к авторитетам, боязни подвергать их критике;
- переоценки собственных идей;
- чрезмерной творческой фантазии и т.п.

Инновационная культура хозяйствующего субъекта (региона) тесно связана с другими формами его культуры (управленческой, корпоративной, предпринимательской и т.п.) и существенно образом влияет на них. Она предоставляет возможность сформировать благоприятную и высокоэффективную культуру профессиональной деятельности коллективов предприятий и организаций, наладить производственные отношения, которые обеспечат эффективное развитие региона инновационным путем.

Нами предложено в структуре инновационной культуры хозяйствующего субъекта выделять следующие составляющие:

1. Система мотивации персонала инновационной организации (команды инновационного проекта) к активной инновационной деятельности.
2. Система организации инновационной деятельности, которая обеспечивает

взаимосогласованное творческое сотрудничество персонала инновационной организации с созданием и распространением инноваций. На современном этапе развития экономики организация является основной функцией управления, соответственно, подсистема организации должна играть ведущую роль в становлении и развитии инновационной культуры [13, 18].

3. Система обретения, обновления, развития и передачи знаний и опыта, формирования и модификации стереотипов инновационного поведения персонала.

Основные критерии оценки инновационной культуры организации предложены и сгруппированы по ее отдельным составляющим (подсистемам), результаты представлены в табл. 4. Оценку состояния инновационной культуры конкретного хозяйствующего субъекта (региона) предлагается выполнять путем сравнения по предложенным критериям с субъектами-лидерами, или же анализировать в динамике.

Формирование и развитие инновационной культуры региона происходит по мере ее перехода на инновационный путь развития. Регион, который сделал ставку на инновации, вынужден совершенствовать свою производственную базу, систему материально-технического обеспечения, оптимизировать структуру сбытовой сети и систему товародвижения, адаптируя их к изменениям ситуации на рынке. Одновременно с этим происходит перестройка организационных структур управления, приобретают опыт рабочие, специалисты и руководители, налаживается система связей с экономическими контрагентами, формируется и укрепляется имидж и т.п., т.е. возрастает потенциал инновационного развития. На этой основе расширяются адаптационные возможности предприятий и организаций региона к изменениям рыночной среды. А это предоставляет им возможность реализовать новые рыночные возможности, проникнуть в новые сферы деятельности, которые ранее были недоступными. Каждая последующая успешно реализованная инновация расширяет возможности инноватора (хотя, конечно, есть определенная граница развития, в частности, по масштабам деятельности), развивает ее инновационную культуру.

Таблица 1 - Критерии оценки составляющих инновационной культуры

Мотивация	Организация	Знания, творческое инновационное поведение (интеллектуально-креативная составляющая)
<p>Ощущение востребованности знаний, опыта и др. Свобода творчества от политических, религиозных, бюрократических и др. ограничений Востребованность инноваций и инноваторов Правовая защищенность авторских прав Высокая оплата результатов работы Участие инноваторов в прибыли Толерантное отношение коллег и общества Признание и признательность коллег и руководства</p>	<p>Восприимчивость организации к неожиданным, нетривиальным решениям Учет интересов работников Гибкий график работы Благоприятные условия работы и отдыха Практическая ориентация деятельности персонала Гибкость организационных структур управления Мобильность вертикальных и горизонтальных связей и перемещений персонала Свобода коммуникации и передачи информации Демократический стиль управления Поддержание баланса между сохранением традиций и их модификацией</p>	<p>Способность выйти за пределы имеющихся знаний и опыта Стремление к самореализации и признанию Нацеленность на результат Результативность работы Способность к продолжительной мобилизации и сосредоточению Беспрерывное самообучение и самосовершенствование Способность к прогнозированию в условиях неопределенности Желание и способность передать знание, навыки, опыт и др. ученикам и коллегам</p>

Инновационная культура региона неразрывно связана с развитием его интеллектуального капитала, развитием и реализацией его потенциала инновационного развития, который мы рассматриваем [20] как совокупность инновационных ресурсов и способностей к их реализации, позволяющих развиваться инновационным путем на основе информации и знаний.

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы:

1. Уточнены структура и элементы интеллектуального капитала хозяйствующего субъекта, предложено выделять его ресурсную и потенциальную (способность и возможность к реализации имеющихся интеллектуальных ресурсов) части.

2. Расширено содержание одной из составляющих интеллектуального капитала – потребительский капитал, предложено рассматривать его более широко – как интерфейсный капитал, который учитывает систему взаимоотношений со всеми экономическими контрагентами, а не только с потребителями.

3. Рассмотрены основные методы оценки интеллектуального капитала региона (поэлементной и интегральной), предложены конкретные рекомендации по их использованию.

4. Полученные результаты дают возможность целенаправленно формировать и развивать интеллектуальный капитал, оптимизировать систему его управления, повысить обоснованность и оперативность принятых управленческих решений.

5. Уточнена структура и элементы инновационной культуры, систематизированы принципы ее формирования и развития.

6. Предложены критерии и подходы к оценке состояния инновационной культуры по отдельным ее составляющим.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на разработку формализованных процедур и методического инструментария диагностики состояния интеллектуального капитала и инновационной культуры, выбора наиболее рациональных путей их реализации и развития.

Литература

1. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг ; пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковачин. - СПб : Питер, 2001 - 288 с.
2. Геец В. М. Социально-экономические трансформации при переходе к экономике знаний / В. М. Геец / Социально-экономические проблемы информационного общества / Под ред. д.э.н., проф. Л.Г. Мельника. – Сумы : ИТД "Университетская книга", 2005. – С. 16-33.
3. Гилбрейт Д. Экономические теории и цели общества / Д. Гилбрейт ; под ред. акад. Н. Н. Иноземцева. - М. : Прогресс, 1979. - 406 с.
4. Джамай Е. В. "Интеллектуальный капитал развивающейся фирмы: проблемы идентификации и измерения" / Е. В. Джамай, М. А. Бендиков // Менеджмент в России и за рубежом № 4, 2001 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dis.ru>
5. Иванюк И. А. "Воспроизводство интеллектуального капитала в современных маркетинг-системах" / И. А. Иванюк. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publish.cis2000.ru>
6. Ілляшенко С.М. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства / С.М. Ілляшенко // Економіка України. – 2008. – №11. – С.16–26.
7. Ильяшенко С. Н. Теоретико-методические основы оценки интеллектуального капитала / С. Н. Ильяшенко // Социально-экономический потенциал региона : монография / под общ. ред. проф. О. Ф. Балацкого. – Сумы : Университетская книга, 2010. – С. 299–319.

8. Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / В. Л. Иноземцев. – М.: Academia. – Наука, 1988. – 640 с.
9. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
10. Козырев А. Н. Интеллектуальный капитал / А. Н. Козырев. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://revolution.allbest.ru>
11. Леонтьев Б. Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Б. Б. Леонтьев. – М.: Издательский центр "Акционер", 2002 - 200 с.
12. Макаров В. Л. Экономика знаний: уроки для России / В. Л. Макаров // Вестник Российской Академии Наук. – Т. 73. – 2003. - № 5. – С. 450-462.
13. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2006. – 728 с.
14. Мельник Л.Г. Экономика информации и информационные системы предприятия : Учебн. пособ. / Л.Г. Мельник, С.Н. Ильяшенко, В.А. Касьяненко – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2004. – 400 с.
15. Мельник Л.Г. Предпосылки формирования информационного общества / Л.Г. Мельник / Социально-экономические проблемы информационного общества / Под ред. д.э.н., проф. Л.Г. Мельника. – Сумы: ИТД "Университетская книга", 2005. – С. 60-87.
16. Мельник Л.Г. Экономика и информация: экономика информации и информация в экономике : Энциклопедический словарь / Л.Г. Мельник. – Сумы: ИТД "Университетская книга", 2005. – 384 с.
17. Науково-технічний потенціал України: структура, динаміка, ефективність (1991-1998). К. : Центр досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України, 1998. 46 с.
18. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці : Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД „Університетська книга”, 2005. – 582 с.
19. Тофлер Э. Метаморфозы власти / Э. Тофлер ; пер. с англ. – М.: ООО "Издательство АСТ", 2004. – 669 с.
20. Тофлер Э. Третья волна / Э. Тофлер. – М.: Издательство АСТ, 1999. – 784 с.
21. Шипуліна Ю.С. Інноваційна культура організації: сутність, структура, підходи до оцінки / Ю. С. Шипуліна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. - № 2. – С. 132-138.
22. Шипулина Ю.С. Инновационный потенциал предприятия / Ю. С. Шипуліна / Потенциал инновационного развития предприятия. Монография / Под ред. д.э.н., проф. Козьменко С.Н., - Сумы: Деловые перспективы, 2005. – 256 с.