

## КОМПЛЕКСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ НА ОСНОВЕ ИНТЕГРИРОВАННОЙ МОДЕЛИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Н. М. Габдуллин<sup>1</sup>, И. А. Киришин<sup>2</sup>

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

<sup>1</sup>e-mail: [nail56@yandex.ru](mailto:nail56@yandex.ru)

<sup>2</sup>e-mail: [kia1125@mail.ru](mailto:kia1125@mail.ru)

**Аннотация.** В статье выдвигается положение, согласно которому достижение эффективного управления инновациями обеспечивается сбалансированным развитием человеческого, социального, репутационного и цифрового капиталов, приводящим к формированию инновационного капитала. Актуальность исследования обусловлена глобальным вызовом современности, заключающимся в том, что эффективная стратегия управления инновациями и развития инновационного капитала выступает основой формирования конкурентных преимуществ национальных экономик и фирм.

Целью исследования является разработка интегрированной модели интеллектуального капитала, формирующей актуальное представление о его структуре и уточняющей взаимосвязи между его составляющими. Разработанная интегрированная модель интеллектуального капитала обосновывает необходимость реализации комплексного управления социальным, репутационным, цифровым и инновационным капиталами в целях инновационного развития в современных условиях. В статье раскрывается взаимное влияние человеческого, социального, репутационного и инновационного капиталов, а также формирование на этой основе сетевого человеческого капитала.

В качестве основных методологических принципов и методов исследования инновационного капитала и прочих видов нематериального капитала как эндогенных факторов управления инновационным развитием предлагается использовать концепции интеллектуального, социального и репутационного капиталов, концепции цифровой трансформации и принципы формирования креативной среды. Интеграция методов научного познания, применяемых в данных теориях, позволяет развить концепцию инновационного капитала. Предметом исследования являются организационно-экономические отношения, возникающие в процессе взаимодействия социального, репутационного и цифрового человеческого капиталов, как составляющих сетевого человеческого капитала, приводящего к развитию инновационного капитала.

Новизна исследования заключается в разработанной модели связей интеллектуального, человеческого, социального, репутационного, цифрового капиталов и инновационного капитала. Авторами обосновывается положение, согласно которому традиционная структура интеллектуального капитала скрывает прямое влияние человеческого капитала на прочие составляющие интеллектуального капитала. Выступающая базовым элементом интеллектуального капитала, человеческий капитал не только играет важную роль в разработке и создании новых идей и знаний; он также способствует развитию социального капитала и обмену знаниями и идеями.

К основным выводам работы относятся: организации, обладающие более развитым человеческим капиталом, участвующие в социальных сетях и возглавляемые лидерами-инноваторами, быстрее адаптируются к вызовам инновационной среды; инвестируют в формирование новых навыков и компетенций работников, что генерирует возможности создания и реализации масштабных инноваций, ускоренному продвижению которых способствует применение новых сетевых и цифровых технологий в целях инновационного развития экономики. Разработанная интегрированная модель интеллектуального капитала нацелена на формирование актуального представления его структуры и уточняет взаимосвязи между его составляющими.

Полученные результаты имеют важное значение для практического менеджмента в контексте управления инновационным развитием организации.

**Ключевые слова:** инновационный капитал, человеческий капитал, социальный капитал, интеллектуальный капитал, репутационный капитал.

**Для цитирования:** Габдуллин Н. М., Киришин И. А. Комплексное управление инновационным развитием на основе интегрированной модели интеллектуального капитала // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2022. – № 2. – С. 31–43, <https://doi.org/10.25198/2077-7175-2022-2-31>.

---

---

## COMPREHENSIVE MANAGEMENT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT BASED ON AN INTEGRATED MODEL OF INTELLECTUAL CAPITAL

N. M. Gabdullin<sup>1</sup>, I. A. Kirshin<sup>2</sup>

Kazan (Volga region) Federal University, Kazan, Russia

<sup>1</sup>e-mail: nail56@yandex.ru

<sup>2</sup>e-mail: kia1125@mail.ru

**Abstract.** *The article puts forward a position according to which the achievement of effective innovation management is ensured by the balanced development of human, social, reputational and digital capital, leading to the formation of innovative capital. The relevance of the study is due to the global challenge of our time, which consists in the fact that an effective strategy for managing innovation and developing innovative capital is the basis for the formation of competitive advantages of national economies and firms.*

*The aim of the research is to develop an integrated model of intellectual capital, which forms an up-to-date idea of its structure and clarifies the relationship between its components. The developed integrated model of intellectual capital substantiates the need to implement the integrated management of social, reputational, digital and innovative capital for the purpose of innovative development in modern conditions. The article reveals the mutual influence of human, social, reputational and innovative capital, as well as the formation of network human capital on this basis.*

*As the main methodological principles and methods for studying innovative capital and other types of intangible capital as endogenous factors in managing innovative development, it is proposed to use the concepts of intellectual, social and reputational capital, the concepts of digital transformation and the principles of creating a creative environment. The integration of the methods of scientific knowledge used in these theories makes it possible to develop the concept of innovative capital. The subject of the study is the organizational and economic relations that arise in the process of interaction of social, reputational and digital human capital as components of network human capital, leading to the development of innovative capital.*

*The novelty of the research lies in the developed model of connections between intellectual, human, social, reputational, digital capital and innovation capital. The authors substantiate the position according to which the traditional structure of intellectual capital hides the direct impact of human capital on other components of intellectual capital. As a basic element of intellectual capital, human capital not only plays an important role in the development and creation of new ideas and knowledge; it also promotes the development of social capital and the exchange of knowledge and ideas.*

*The main conclusions of the work include: organizations with more developed human capital, participating in social networks and led by innovative leaders, adapt faster to the challenges of the innovative environment; invest in the formation of new skills and competencies of employees, which generates opportunities for the creation and implementation of large-scale innovations, the accelerated promotion of which is facilitated by the use of new network and digital technologies for the innovative development of the economy. The developed integrated model of intellectual capital is aimed at forming an actual representation of its structure and clarifies the relationship between its components.*

*The results obtained are of great importance for practical management in the context of managing the innovative development of an organization.*

**Key words:** *innovation capital, human capital, social capital, intellectual capital, reputation capital.*

**Cite as:** Gabdullin, N. M., Kirshin, I. A. (2022) [Comprehensive management of innovative development based on an integrated model of intellectual capital]. *Интеллект. Инновации. Инвестиции* [Intellect. Innovations. Investments]. Vol. 2, pp. 31–43, <https://doi.org/10.25198/2077-7175-2022-2-31>.

### Введение

Исследования в сфере управления созданием и внедрением инноваций прочно заняли центральное место в теории и практике управления. Для обеспечения конкурентоспособности любой фирме необходимо принять культуру инновационных изменений и активно искать способы улучшения действующей бизнес-модели. Общепризнано, что, с одной стороны, инновации выступают эндогенным фактором генерирования конкурентных

преимуществ и направлены на создание новой стоимости и привлечение инвестиций в инновационный бизнес. С другой стороны, согласно Й. Шумпетеру, функцией инноваций выступает созидательное разрушение (creative destruction), когда технический прогресс, приводящий к росту капитала в одной отрасли, снижает стоимость капитала в отраслях, игнорирующих инновационные решения. «Инновации могут уничтожить акционерный капитал американских публичных

компаний на сумму 8 триллионов долларов»<sup>1</sup>. Освоив преимущества новых продуктов и услуг, потребители массово переключаются на их потребление, увеличивая тем самым капитализацию инновационных фирм.

Глобальный вызов современности заключается в том, что каждая организация должна иметь эффективную стратегию управления инновациями и формирования инновационного капитала (innovation capital), включающего ресурсы и объекты интеллектуальной собственности, создающие и коммерциализирующие новые знания. Инновационный капитал динамически связывает нематериальные и материальные капиталы организации. Эффективное использование различных структур связей данных видов капитала увеличивает стоимость инновационного капитала. Сложность заключается в том, что не все виды нематериального капитала могут быть отражены в отчетности, поскольку они построены на взаимодействиях, отношениях, прикладном опыте и основаны на капитализации структур связей и оценке их значимости. По мере расширения сетей взаимодействий происходит развитие диффузии знаний. Это способствует развитию понимания вклада социальных сетей в создание новой стоимости и увеличению нематериальных капиталов организации.

На практике управление инновациями сопряжено с определенными трудностями и ограничениями. К их числу, в первую очередь, необходимо отнести:

1. Недостаток релевантных знаний, навыков, квалификации и опыта сотрудников, как составляющих человеческого капитала.
2. Отсутствие лидеров с развитым репутационным капиталом, способных инициировать и реализовывать инновационные проекты.
3. Недостаточное развитие социальных сетей инновационного партнерства. Инновации – это вызов для любой организации, независимо от наличия ресурсов или соответствующих бюджетов. Партнер может помочь ускорить процесс инноваций, открыть новое видение, поделиться опытом и идеями.
4. Неразвитая «цифровая инновационная культура» и цифровая инфраструктура, вследствие чего инновации происходят медленно или не соответствуют требованиям рынка. Благодаря развитию цифровых компетенций и взаимодействия посредством цифровых технологий возможно значительно повысить эффективность инновационной деятельности.

Нивелирование данных проблем, по нашему мнению, возможно посредством разработки и применения комплексного подхода к управлению нема-

териальными видами капитала на основе модернизации его иерархической структуры, учитывающей сетевые эффекты цифровой трансформации. Целью работы является разработка интегрированной модели интеллектуального капитала, формирующей актуальное представление о его структуре, уточняющей взаимосвязи между его составляющими и обосновывающей необходимость реализации комплексного управления социальным, репутационным, цифровым и инновационным капиталами в целях инновационного развития в современных условиях.

### Обзор литературы и методология

В качестве основных методологических инструментов построения интегрированной модели были использованы теория интеллектуального капитала Т. Стюарта, модель ICM П. Салливана, модель «Skandia Value Scheme» Л. Эдвинссона, концепция монитора нематериальных активов К.-Э. Свейби, теории социального капитала Дж. Коулмена, теории инвестиций в персонал Я. Фитценца, теория человеческого капитала, положения концепции цифровой трансформации. Интеграция методов и принципов научного познания, применяемых в данных теориях, позволила развить концепцию инновационного капитала.

Начнем с обзора научных трудов, посвященных вкладу человеческого капитала в создание устойчивых конкурентоспособных преимуществ и напрямую влиянию на инновации [19, 20, 21, 38]. Ключом к управлению инновациями является мониторинг трансформации первоначальных данных об инновациях [22], когда это просто информация и до того, когда она приобретает реальную ценность. Знания (индивидуальные или организационные) могут быть частью человеческого капитала только тогда, когда они используются и передаются для создания стоимости.

В контексте инновационного развития необходимо отметить, что способность фирмы внедрять инновации во многом зависит от объема нематериальных активов и знаний сотрудников и, конечно, от способа их использования [1, 36]. Реализация инноваций зависит от определенных факторов, таких как соответствующие профессиональные компетенции, интеллектуальная «ловкость» (intellectual agility) и отношения среди сотрудников, адекватные организационные технологии, способность привлекать и удерживать профессионалов и таланты и т.д. Эти нематериальные активы обычно определяют как интеллектуальный капитал [6, 10, 16, 29, 34, 37].

<sup>1</sup> Disrupt or be Disrupted. How Great Companies Out-Execute AND Out-Innovate Their Competitors. – URL: [www.forbes.com/sites/johnkotter/2013/04/03/how-to-lead-through-business-disruption/](http://www.forbes.com/sites/johnkotter/2013/04/03/how-to-lead-through-business-disruption/) (дата обращения: 04.12.2021).

В то же время определение интеллектуального капитала непростая научная задача, так как этот феномен имеет несколько измерений и может быть оценен разными способами. На ранней стадии развития концепции интеллектуального капитала исследователи: Т. Стюарт, К. Свейби, Л. Эдвинссон, Дж. Роос и др., Н. Бонтис включали в его состав в качестве основных компонентов человеческий, потребительский и структурный капиталы. Множащиеся определения интеллектуального капитала обуславливают проведение более детального исследования его структурных элементов, в частности, инновационного капитала, включающего права интеллектуальной собственности и некоторые другие нематериальные активы. «Инновационный капитал относится к явным организационным знаниям, содержащимся в интеллектуальной собственности организации, бизнес-дизайне, методах бизнес-процессов, патентах, авторских правах и коммерческих секретах (среди прочих факторов), которые позволяют организациям создавать конкурентные преимущества либо за счет эффекта масштаба и масштаба, либо за счет дифференциации<sup>2</sup>. Инновационный капитал важен не только для вывода на рынок новых продуктов. Он также предоставляет возможности, которые важно использовать в трансформационный период, когда фирмам приходится переориентировать бизнес-процессы в ответ на изменяющиеся внешние и внутренние факторы.

Взаимосвязь между человеческим капиталом и инновациями на макроуровне и на микроуровне основана на «конверсии», то есть на трансформации различных форм капитала в ресурсы и другие экономические факторы [11]. Общий рост экономической активности порождает более высокие потребности в новых процессах и инновациях для дальнейшей поддержки этого роста. Основываясь на приведенных выше аргументах, можно сформулировать следующую вывод: чем выше уровень человеческого капитала в национальной экономике, тем более высокой динамики инновационного развития можно ожидать.

Для развития инновационного капитала необходимы инвестиции в R&D в сочетании с инвестициями в интеллектуальный капитал [9]. Принимая во внимание это определение, инновации можно рассматривать как наиболее наукоемкий организационный процесс, учитывающий вклад как от ноу-хау отдельного сотрудника, так и от внутренних и внешних знаний компании [8]. В рамках традиционной структуры интеллектуального капитала, понимание человеческого капитала как индивидуального, так и группового знания сотрудников ком-

пании, особенно важно в определении инновационного капитала. Поэтому необходимо рассматривать более широкое определение человеческого капитала, включающее не только индивидуальные знания, но также и ту часть знаний, которая возникает из отношений между персоналом компании [16].

На творчество и креативность сотрудников влияет множество факторов. Согласно исследованиям, «творчество относится к производству новых полезных идей, которые подпитывают инновации в продуктах, услугах, процессах, и процедуры в организациях» [16]. Креативность – это многоуровневый элемент человеческого капитала, поддерживаемый как факторами индивидуального, так и организационного уровня. Креативность «на индивидуальном уровне включает личность сотрудника (открытость), когнитивный стиль (умение решать проблемы), сложность работы (умение принять вызов), отношения с руководством (стиль руководства), отношения с коллегами (обратная связь), гибкость (готовность к изменениям)» [33]. Однако креативности недостаточно, чтобы стать лидером-инноватором. Необходим репутационный капитал – способность привлекать ресурсы и убеждать других поддерживать ваши инновационные проекты.

Традиционная структура интеллектуального капитала, по нашему мнению, вуалирует прямое влияние человеческого капитала на прочие составляющие интеллектуального капитала и поэтому требует дальнейшего развития. Выступая базовым элементом интеллектуального капитала, человеческий капитал не только играет важную роль в разработке и создании новых идей и знаний; он также способствует развитию социального капитала и обмену знаниями и идеями в процессе коммуницирования [18].

В свою очередь, теория социального капитала утверждает, что социальные отношения – это ресурсы, которые приводят к развитию и накоплению человеческого капитала [4, 5]. Социальный капитал анализируется учеными на нескольких уровнях: индивидуальном [12], организационном [24] и общества в целом [25, 32]. Центральное положение в исследованиях занимает положение, что сети взаимоотношений генерируют ресурсы, которые можно использовать во благо отдельного человека и коллектива. На индивидуальном уровне социальный капитал определяется как ресурс, встроенный в отношения людей. Акцент в этом случае делается на реальных или потенциальных выгодах, которые человек получает от своей сети официальных и неформальных связей. На организационном уровне социальный капитал определен как ценность для организации с точки зрения отношений, сформир-

<sup>2</sup> Charles Hsu. Principal at ebo global innovation capital · Cambridge, Massachusetts. 2016 – URL: <https://www.egicapital.xyz/history> (дата обращения: 03.12.2021).



рованных ее членами для участия в коллективных действиях [17]. На макроуровне роль социального капитала исследована с позиции его влияния на благосостояние регионов или национальной экономики [11, 26].

И. Серагельдин и П. Дасгупта в своем обзоре социального капитала солидарны с Коулманом [13, 32], указав на роль социального капитала в создании человеческого капитала. Ряд исследователей сосредоточились на анализе таких характеристик социального капитала, как взаимное доверие, сотрудничество и предпринимательский дух [30]. Р. Пунтэм выделял такие характеристики социального капитала организации, как сетевые структуры, нормы и доверие, которые способствуют координации и сотрудничеству для получения взаимной выгоды [25].

Ряд исследователей трактует социальный капитал как социальную сеть, связи или социальные капитальные ресурсы предпринимателя (the social network, connections or social capital resources of the entrepreneur) [9, 31]. Социальный капитал – это человеческий капитал, способный реализовать свой потенциал [7]. Цифровая трансформация экономики, широкое использование интернета и сетевых технологий трансформируют структурные составляющие человеческого и социального капитала, формируя сетевые качества человеческого капитала, реализуемые в цифровой среде. Используя другое определение социального капитала, как «сеть отношений между людьми, которые живут и работают в определенном обществе, позволяющие этому обществу эффективно функционировать», можно определить переход человеческого капитала в условиях общества «цифровой зрелости» в новое качество « сетевого человеческого капитала ».

Как показывает сравнение, например, Н. Теслы и Т. Эдисона, генерация творческой идеи недостаточна для становления эффективного инновационного лидера, привлекающего ресурсы, необходимые для изменения мира с помощью новых идей [15]. Дело не только в творчестве или качестве их идей. Н. Тесла, возможно, был более талантливым изобретателем, чем Т. Эдисон, но Эдисон добился значимого коммерческого успеха. Т. Эдисон не только разработал идеи, изменяющие мир, но, используя социальные связи, привлек ресурсы для реализации и коммерциализации инновационных идей.

Следовательно, сетевой человеческий капитал Т. Эдисона сформировал развитый инновационный капитал, способствующий привлечению ресурсов

для коммерциализации новых идей. Последний определяется человеческим капиталом индивида, ориентированным на инновации, коммуникациями и связями (социальным капиталом, обусловленным инновациями), социальной оценкой предпринимателя (репутационным капиталом [2, 3], связанным с инновациями) и конкретными действиями, предпринимаемыми инноватором. Инновационный капитал не дается при рождении, это то, что создается в деятельности: «Моя способность создавать инновации для Salesforce.com в основном выросла со временем», – отмечает генеральный директор и основатель Salesforce.com М. Бениофф<sup>2</sup>. Поскольку М. Бениофф развил свои навыки лидерства в инновациях, расширил и углубил свои социальные связи как внутри, так и за пределами Salesforce.com, и укрепил свою репутацию инновационного лидера, он сформировал свой инновационный капитал – способность привлекать ресурсы для реализации инновационных инициатив.

Некоторые ученые использовали термин «инновационная среда» как пример того, как социальный капитал влияет на инновации. Инновационная среда характеризуется интенсивным взаимодействием между фирмами, а также другими характеристиками такими, как физические и институциональные элементы, местный рынок труда и готовность к обучению [23]. Эффективность деятельности в такой среде с точки зрения инноваций зависит от способности стимулировать интенсивное сотрудничество, а также развивать отношения между местными научными, производственными и финансовыми системами. «Среда – это, по сути, контекст для развития, который расширяет возможности и направляет инновационных агентов, чтобы они могли вводить новшества и координировать свои действия с другими инновационными агентами» [35].

### Результаты исследования

В соответствии с данными исследованиями, мы определяем социальный капитал как социальные характеристики, которые включают доверие, активность ассоциаций и нормы гражданского поведения, которые совокупно способствуют координации и сотрудничеству для производства коллективных выгод. «Согласно гипотезе американского экономиста Мансура Олсона, технологическому скачку, который приводит к росту финансовых показателей, всегда предшествует накопление социального капитала... Это справедливо как для стран, так и для отдельных предприятий»<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Salesforce Leadership. Marc Benioff. Chair & Chief Executive Officer. – URL: <https://www.salesforce.com/company/leadership/bios/bio-benioff/> (дата обращения: 04.12.2021).

<sup>4</sup> В. Махов. Инновации без скрипа: почему компаниям нужно бороться за доверие. – URL: <https://hbr-russia.ru/management/upravlenie-izmeneniyami/p18243/> (дата обращения: 03.12.2021).

Доверие как внутри организаций, так и между организациями, может способствовать инновациям. Во-первых, в организациях с высоким уровнем доверия выявлена меньшая потребность в жестких системах контроля [27]. Жесткие механизмы мониторинга и контроля снижают творческую активность персонала, в то время как свобода от жестких правил способствуют генерации новых нестандартных идей. Во-вторых, доверие важно не только для внедрения инноваций через взаимодействие между людьми внутри организации, а также через межорганизационное сотрудничество. Способность поддерживать непрерывный поток инноваций внутри страны зависит от способности распространять основные знания для взаимодействующих организаций, в частности, в сфере НИОКР и производственной деятельности. Высокий уровень доверия между организациями внутри страны способствует обмену конфиденциальными данными. Доверие уже давно считается важным компонентом для большинства форм социального обмена и взаимодействия. Доверие снижает потребность в трудоемком и дорогостоящем мониторинге и, следовательно, дает возможность выделять дополнительное время на процессы, создающие реальные ценности.

Приведенное выше краткое описание понятия доверия дает возможность исследовать роль доверия в стимулировании инноваций на уровне общества. Остановимся на исследовании двух типов доверия, каждое из которых имеет свое целеполагание. Первый тип – общее доверие – отражает межличностный аспект доверия и включает как основанное на расчете (т.е. рациональное), так и основанное на отношениях (т.е. эмоциональное) доверие. Второй тип, институциональное доверие, связан с доверием людей к учреждениям или организациям в конкретном обществе. Этот тип доверия, по сути, отражает основу сдерживания доверия. То есть в той степени, в которой институты считаются эффективными в посредничестве, обмене и защите людей от любого нарушения доверия, люди с большей вероятностью проявляют готовность взаимодействовать и принимать предпринимательские риски. Например, в обществах, где действуют законы о регистрации прав и защите прав интеллектуальной собственности, может быть больше желающих вступить в отношения сотрудничества, например, в совместный проект НИОКР, зная, что есть надежные и эффективные механизмы, которые удержат партнера от любого возможного нарушения доверительных отношений. С другой

стороны, если эти законы и институты неэффективны или, что еще хуже, отсутствуют, индивиды будут с большей вероятностью сосредотачиваться на сотрудничестве с теми партнерами, с которыми уже сложились сильные личные доверительные отношения. Следовательно, можно рассматривать обе формы доверия, как факторы, снижающие потребность в мониторинге, повышающие готовность людей и организаций к взаимодействию и обмену информацией, знаниями и другими ресурсами. Александр Аузан отметил, что, «несмотря на кризис доверия, высокий уровень адаптивности и креативности российского общества рано или поздно приведет к развитию цифровой экономики в нашей стране и росту инноваций»<sup>4</sup>.

Эффективное инновационное лидерство, использование глобального видения и навыков активного решения проблем, приводящее к успешным результатам в инновационных проектах, невозможно без сформированного репутационного капитала. Успешные инновационные стартапы создают для предпринимателя «success story», репутацию в области инноваций и возможности для развития социальных связей с партнерами, которые могут способствовать достижению успеха в инновационных проектах. «Доверие репутации намного сильнее доверия институции»<sup>5</sup>. Джефф Безос, Илон Маск и Марк Цукерберг прочно обосновались в топе списка самых инновационных лидеров «The World's 25 Most Innovative Growth Companies»<sup>6</sup>. Они являются основателями успешных инновационных компаний, производящих инновационный продукт, иницирующими запуск и управление инициативой, оказывающей влияние на их компании и мир в целом.

И. Маск успешно основал Zip2, затем PayPal, Space X и Tesla. С каждым новым успешным стартапом его репутационный капитал предпринимателя-новатора увеличивался. Именно репутационный капитал, сильная репутация в области инноваций и широкая сеть подписчиков (например, в Twitter и LinkedIn) указывают на то, что у него сформирован инновационный капитал. Его личный инновационный бренд и связи – вот что наделяет его ценным активом и делает инновационным лидером. Дело, конечно, не только в репутации. Речь идет о том, как предприниматель создает и использует эту репутацию, чтобы активно взаимодействовать с другими предпринимателями и получать ресурсы, необходимые для воплощения в жизнь новых идей.

Современные исследователи разработали метод ранжирования корпоративных лидеров, обла-

<sup>5</sup> Доверие станет новой валютой цифровой экономики. – URL: <https://www.gazeta.ru/gazeta/adv/10949762.shtml> (дата обращения: 03.12.2021).

<sup>6</sup> Там же.

<sup>7</sup> Forbes Ranks Tesla As World's Most Innovative Company. – URL: <https://insideevs.com/news/328532/forbes-ranks-tesla-as-worlds-most-innovative-company/> (дата обращения: 04.12.2021).

дающих наибольшим инновационным капиталом, путем измерения его четырех основных прокси метрик [15]:

- репутация по отношению к инновациям (с учетом освещения в СМИ за несколько последних лет),
- социальные связи в сетях (в Твиттере, LinkedIn и т.д.),
- вклад в создание стоимости (на основе роста рыночной стоимости их компаний),
- ожидания инвесторов в отношении создания стоимости в будущем (измеряемые инновационной премией).

Ключевая цель руководства – создать среду, в которой могут процветать творчество и инновации. Это может быть достигнуто посредством ротации команды участников на проектной основе, интеграции сотрудников в процесс принятия решений, реструктуризации команд и отделов и создания адекватных систем стимулирования. Снимая барьеры на пути инноваций, менеджмент фирмы может создать основу для развития инновационных возможностей, а также способствовать организационным изменениям.

Очевидно, что в период цифровой трансформации все большее значение приобретают навыки в сфере ИКТ и цифровая грамотность населения, цифровые компетенции, цифровая безопасность, цифровое потребление как актуальные составляющие цифрового человеческого капитала. Цифровая и компьютерная грамотность, навыки в области ИКТ – это понятия, используемые для концептуализации масштабов и целей цифровой трансформации.

Таким образом, в современных условиях цифровой трансформации общества и экономики традиционное понимание человеческого капитала развивается до качества сетевого человеческого капитала. Во-первых, происходит выстраивание эффективных цифровых сетевых коммуникаций на основе института доверия, выступающих ядром социального капитала. Во-вторых, формируется в результате таких цифровых взаимодействий в сети «доверие репутации», служащее драйвером развития репутационного капитала.

Новое понимание взаимодействия различных видов нематериального капитала позволяет модифицировать модель интеллектуального капитала Т. Стюарта и представить новую структуру связей (рис. 1).

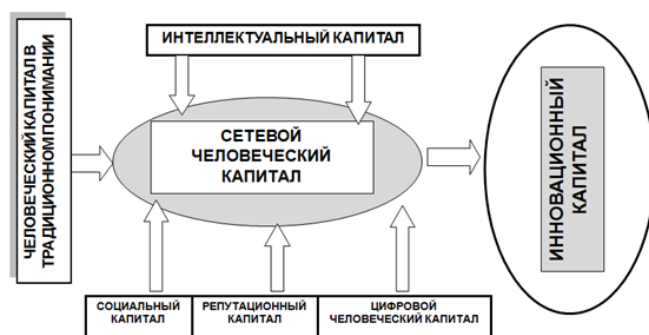


Рисунок 1. Модифицированная структура взаимодействия нематериальных видов капитала  
 Источник: разработано авторами

Предлагаем рассматривать цифровую трансформацию экономических отношений через призму интеграции и развития современных концепций человеческого капитала и экономики знаний, как основу новой теории цифрового капитала, включающего цифровой человеческий капитал, влияющих на все стороны жизнедеятельности социума и человека. Такой подход определяет цифровой человеческий капитал как стратегический фактор социально-экономического прогресса, воздействующий на экономический рост инновационного типа, институты развития и социально-политические изменения. Разрабатываемая концепция цифрового человеческого капитала требует более четкого видения цифровой интеграции, которое требует доступа к цифровым технологиям и базовой компьютерной грамотности. Оценка роли цифрового человеческого капитала в формировании инновационного капита-

ла требует проведения специального исследования. Очевидно для того, чтобы индивиды могли воспользоваться возможностями, предоставляемыми цифровизацией, им нужен доступ к компьютерам, обучению цифровым навыкам и специализированная техническая поддержка.

Исходя из состава проанализированных видов нематериального капитала, можно построить интегрированную модель интеллектуального капитала (рис. 2).

Любой дисбаланс в величинах человеческого, социального, цифрового и репутационного капиталов кратно скажется на величине инновационного капитала. Например, фирма с высококвалифицированными специалистами, известная в цифровых социальных сетях, но обладающая низкой деловой репутацией, имеет малые шансы сформировать инновационный капитал.

Интеллектуальный капитал														
Традиционное понимание человеческого капитала	Сетевой человеческий капитал								Инновационный капитал					
Капитал здоровья (включая физиологические способности)	Знания, когнитивные и некогнитивные навыки	Компетенции и опыт	Сети бизнес-инкубаторов (технопарков)	Сетевые институты развития гражданского общества	Социальные сети, в т.ч. неэкономического характера и сетевые команды, сообщества	Взаимное доверие и социальное партнерство	Взаимные обязанности и ожидания, общие интересы, цели, коллективные нормы поведения и ценности участников сети	Деловая репутация	Репутация по отношению к инновациям генерального менеджера/предпринимателя	Товарные знаки	Государственные и корпоративные информационные системы и базы данных, платформа цифрового рубля ЦР РФ	Е бизнес, Е правительство, Е образование, Е здравоохранение, Е культура	Цифровая грамотность населения: цифровые компетенции, цифровая безопасность, цифровое потребление	Интеграционные процессы в инновационной среде, инновационные сети
								Репутационный капитал		Цифровой человеческий капитал			Инновационный капитал	

Рисунок 2. Интегрированная модель интеллектуального капитала

Источник: разработано авторами

В результате возможно развитие теории человеческого капитала и концепцию экономики знаний в качестве основ формирования теории цифрового человеческого капитала по следующим направлениям. Во-первых, интернет становится все более важным инструментом в повседневной жизни, обеспечивая способность работника быть продуктивным, состоящим в сетях и получающим оперативный доступ к нужной информации – как на индивидуальном, так и на более высоких уровнях. Во-вторых, существующее цифровое неравенство («цифровой разрыв») следует понимать не только как проблему простого подключения к Интернету. Цифровое неравенство связано с другими формами социальной и экономической изоляции. По этой причине концепция цифрового человеческого капитала требует применения более строгих и обоснованных мер по устранению цифрового разрыва, чтобы у сообществ был не только качественный доступ к цифровым технологиям, но и инструменты и навыки использования цифровых технологий для социально-экономических преобразований.

В-третьих, в условиях экономики знаний цифровые платформы, по мнению большинства экспертов, представляют собой оптимальный способ коммуникации для бизнес-пользователей. Агрегирование большого числа сервисов в рамках одной экосистемы позволяет организовать единую «точку

входа» в сеть как для ее участников, так и для «новичков», а также повышает ее прозрачность. «Использование крауд-технологий разрешает достигать более быстрых темпов развития отрасли за счет включения механизмов «экономики заслуг», кооперационных цепочек и высокого уровня доверия к контенту цифровых платформ»<sup>8</sup>.

### Заключение

В результате развития человеческого, социального, цифрового и репутационного капиталов происходит формирование инновационного капитала. Как следствие, организации с более развитыми человеческими ресурсами, социальными сетями и лидерами-инноваторами эффективнее внедряют инновационные технологии, способствующие формированию новых навыков, компетенций работников и, следовательно, динамичному инновационному развитию.

Идея эффективного управления инновациями на основе формирования инновационного капитала состоит в том, что в экономике, основанной на знаниях, экстерналии от инвестиций в технологии и нематериальный капитал создают новую капитальную стоимость. Темпы капитализации наукоемких производств, таких как телекоммуникации, разработка биотехнологий, создание программного обеспечения подтверждают это положение. В экономике знаний различия в использовании иннова-

<sup>8</sup> Цифровые платформы, маркетплейсы и кооперация в интернете: авторы представили идеи для социального предпринимательства. – URL: <https://asi.ru/news/157336/> (дата обращения: 04.12.2021).



ций зависят от использования интеллектуального капитала и применения результатов исследований и разработок в реальном секторе экономики. В этом смысле инновации можно определить как процесс, который позволяет компаниям накапливать знания и технологические возможности для повышения производительности труда, снижения затрат, и в то же время способствующий созданию новых продуктов и повышению качества управления.

К основным выводам работы относятся: организации, обладающие более развитым человеческим капиталом, участвующие в социальных сетях и возглавляемые лидерами-инноваторами, быстрее адаптируются к вызовам инновационной среды; инвестируют в формирование новых навыков и компетенций работников, что генерирует возможности создания и реализации масштабных инноваций, ускоренному продвижению которых способствует

применение новых сетевых и цифровых технологий в целях инновационного развития экономики.

Разработанная интегрированная модель интеллектуального капитала нацелена на формирование актуального представления его структуры и уточняет взаимосвязи между его составляющими. Применение данной модели в практике управления инновационным развитием позволяет реализовать комплексный подход к управлению социальным, репутационным, цифровым и инновационным капиталами в целях инновационного развития в современных условиях; определить взаимосвязи между инновационным капиталом и другими видами нематериального капитала организации; формы взаимовлияния человеческого, социального, репутационного и инновационного капиталов, а также эффективно использовать новые возможности, генерируемые сетевым человеческим капиталом.

### Литература

1. Асалиев А. М., Орлова Л. Н. Интеллектуальный капитал предпринимательских структур: оценка рисков и возможностей развития // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2021. – № 5. – С. 20–30. DOI: 10.25198/2077-7175-2021-5-20.
2. Бодуан Ж.-П. Управление имиджем компании : Паблик рилейшнз: предмет и мастерство / Жан-Пьер Бодуан; [Пер. А. В. Полунина]. – М.: Имидж-контакт : ИНФРА-М, 2001. – 232 с.
3. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности / Грэм Даулинг; [пер. с англ. А. В. Кузнецова]. – М.: ИМИДЖ-Контакт : ИНФРА-М, 2003. – 366 с.
4. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 122–139.
5. Стрельникова Л. В. Социальный капитал: типология зарубежных подходов // Общественные науки и современность. – 2003. – № 2. – С. 33–41.
6. Фитц-енц Як. Рентабельность инвестиций в персонал. Измерение экономической ценности персонала. – М.: Вершина, 2006. – 320 с.
7. Человеческий капитал: содержание и виды, оценка и стимулирование: монография / В. Т. Смирнов [и др.]; под ред. д.э.н., профессора В. Т. Смирнова. – М.: Машиностроение-1, Орел: ОрелГТУ, 2005. – 513 с.
8. Aramides E. D., Karacapilidis N. (2006) Information technology support for the knowledge and social process of innovation management. *Strategic Management Journal* № 27, pp. 621–639. DOI:10.1016/j.technovation.2004.07.019.
9. Becker G. S. (1993). *Human capital: A theoretical and empirical analysis and special reference to education*. Chicago, IL: University of Chicago Press. – URL: <https://www.nber.org/books-and-chapters/human-capital-theoretical-and-empirical-analysis-special-reference-education-first-edition> (дата обращения: 02.12.2021).
10. Bontis N. (1998) *Intellectual Capital: An Exploratory Study that Develops measure and Models*. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 36 (2)
11. Bourdieu P. (2001) *The forms of capital Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. N.Y., pp. 241–258. DOI:10.1002/9780470755679.ch15.
12. Burt R. (1992) *Structural holes: The social structure of competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press. Pp. 57–91.
13. Coleman J. (1990) *Foundation of social theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 993 p. DOI: 10.12681/sas.623.
14. Collinson S. (2000) Knowledge networks for innovation in small Scottish software firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, № 12, pp. 217–244. DOI: 10.1080/089856200413473.
15. Dyer J, Furr N, Hendron M. *Innovation Capital: The Secret Ingredient Behind The World's Most Innovative Leaders*. – URL: <https://www.forbes.com/sites/nathanfurrjeffdyer/2018/09/04/innovation-capital-the-secret-ingredient-behind-the-worlds-most-innovative-leaders/?sh=24ee4df95fd3> (дата обращения: 02.12.2021).
16. Edvinsson L., Malone M. *Intellectual Capital - Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*. New York, Harper Collins, 1997, 240 p.
17. Freel M. (2000) External linkages and product innovation in small manufacturing firms. *Entrepreneurship*

and Regional Development. № 12, pp. 245–266. DOI: 10.1080/089856200413482.

18. Han J., Han J., Brass D. J. (2014) Human capital diversity in the creation of social capital for team creativity. *Journal of Organizational Behaviour*. Vol. 35, № 1. pp. 54–71. DOI: 10.1002/job.1853.

19. Hayton J. C. (2005) Competing in the new economy: The effect of intellectual capital on corporate entrepreneurship in high-technology new ventures. *R & D Management* № 35, pp.137–155. DOI: 10.1111/j.1467-9310.2005.00379.x.

20. Hegde D., Shapira P. (2007) Knowledge, technology trajectories, and innovation in a developing country context: Evidence from a survey of Malaysian firms. *International Journal of Technology Management* № 40, pp. 349–370. DOI: 10.1504/IJTM.2007.015757.

21. Leiponen A. (2006). Managing knowledge for innovation: The case of business-to-business services. *Journal of Product Innovation Management* № 23, pp. 238–258. DOI: 10.1111/j.1540-5885.2006.00196.x.

22. Lynn B. 1998. Intellectual capital. Key to value added success in the next millennium. *CMA Magazine* № 72 (1), pp.10–15. DOI: 10.12785/JERAA/020101.

23. Maillat D. (1998) Innovative milieux and new generations of regional policies, *Entrepreneurship and Regional Development*, № 10, pp. 1–16. DOI: <https://doi.org/10.1080/08985629800000001>.

24. Nahapiet J., Ghoshal S. (1998) Social capital, intellectual capital and the organizational advantage, *Academy of Management Review*, № 23, pp. 242–266. DOI: 10.2307/259373.

25. Putnam R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Proceedings of the 2000 ACM conference on Computer supported cooperative work, 541 p. DOI: 10.1145/358916.361990.

26. Putnam R. D. (1993) The prosperous community: Social capital and public life. *The American Prospect*, № 13, pp. 35–42.

27. Quin J. (1979) Technological innovation, entrepreneurship and strategy. *Sloan Management Review*, № 20, pp.19–30.

28. Romer P. M. (1990) Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*. Vol. 98, № 5(2), pp. 72–102. DOI:10.1086/261725.

29. Roos J., G. Roos, N. C. Dragonetti, N. C. Edvinsson L. (1997). *Intellectual Capital: Navigating the New Business Landscape*, Macmillan, London.

30. Saxanian A. (1999) Comment on Kenney and von Burg, Technology entrepreneurship and path dependence: Industrial clustering in Silicon Valley and Route 128. *Industrial and corporate change*, № 8, pp. 104–110. DOI: 10.1093/icc/8.1.105.

31. Schutjens V., Völker B. (2010). Space and social capital: The degree of locality in entrepreneurs' contacts and its consequences for firm success. *European Planning Studies*, № 18(6), pp. 941–963. DOI: 10.1080/09654311003701480.

32. Serageldin I., Dasgupta P. (2001) *Social Capital: A multifaceted perspective*. Worldbank Publications, August 2001, 59 p. DOI:10.1596/0-8213-4562-1.

33. Shalley C. E., Zhou J. (2008) Organizational creativity research: a historical overview. In: Shalley, C. E., Zhou, J. (eds) *Handbook of organizational creativity* (pp. 3–31). New York: Lawrence Erlbaum and Associates. DOI: 10.4324/9781841697178.

34. Stewart T. A. (1997) *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. New York: Bantam Doubleday Dell Publishing Group, New York.

35. Storper M. (1995) The resurgence of regional economies, ten years later: The region as a nexus of untraded interdependencies. *European Urban and Regional Studies*, № 2, pp. 191–221. DOI: 10.1177/096977649500200301.

36. Subramaniam M., Youndt M. A. (2005) The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Academy of Management Journal*. Vol. 48, No 3. pp. 450–463. DOI: 10.5465/AMJ.2005.17407911.

37. Sveiby K. E. (1997). *The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge-Based Assets*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, CA.

38. Zerenler M., Burak S., Sezgin M. (2008). Intellectual capital an innovation performance: empirical evidence in the Turkish automotive supplier. *Journal of Technology Management & Innovation* № 3(4), pp. 31–40. DOI: 10.4067/S0718-27242008000200003.

## References

1. Asaliev, A. M., Orlova, L. N. (2021) [Intellectual capital of entrepreneurial structures: risk assessment and development opportunities]. *Intellekt. Innovatsii. Investitsii* [Intellect. Innovations. Investments]. Vol. 5, pp. 20–30. DOI: 10.25198/2077-7175-2021-5-20. (In Russ.).

2. Beaudoin, J.-P. (2001) *Upravleniye imidzhem kompanii: Pablik rileyshnz: predmet i masterstvo* [Company image management: Public relations: subject matter and craftsmanship]. M.: Image contact: INFRA-M, 232 p. (In Russ., transl. from Engl.).

3. Dowling, G. (2003) *Reputatsiya firmy: sozdaniye, upravleniye i otsenka effektivnosti* [Reputation of the firm: creation, management and performance evaluation]. Moscow: IMAGE-Contact: INFRA-M, 366 p. (in Russ., transl. from Engl.).
4. Coleman, J. (2001) [Social and human capital]. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'* [Social sciences and modernity]. Vol. 3, pp. 122–139. (In Russ.).
5. Strelnikova, L. V. (2003). [Social capital: typology of foreign approaches]. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'* [Social sciences and modernity]. Vol. 2, pp. 33–41. (In Russ.).
6. Fitz-enz, Yak (2006) *Rentabel'nost' investitsiy v personal. Izmereniye ekonomicheskoy tsennosti personala* [Return on investment in personnel. Measuring the economic value of personnel]. M.: Summit, 320 p.
7. Human capital: content and types, assessment and stimulation: monograph / V. T. Smirnov [and others]; ed. Doctor of Economics, Professor V. T. Smirnova. – M.: Mashinostroenie-1, Orel: OrelGTU, 2005. – 513 p.
8. Bontis, N. (1998) Intellectual Capital: An Exploratory Study that Develops measure and Models. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 36 (2) (In Engl.).
9. Aramides, E. D., Karacapilidis, N. (2006) Information technology support for the knowledge and social process of innovation management. *Strategic Management Journal*, Vol. 27, pp. 621–639. DOI:10.1016/j.technovation.2004.07.019. (In Eng.).
10. Becker, G. S. (1993) Human capital: A theoretical and empirical analysis and special reference to education. Chicago, IL: University of Chicago Press. Available at: <https://www.nber.org/books-and-chapters/human-capital-theoretical-and-empirical-analysis-special-reference-education-first-edition> (accessed: 02.12.2021). (In Eng.).
11. Bourdieu, P. (2001) The forms of capital Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. N.Y., pp. 241–258. DOI:10.1002/9780470755679.ch15. (In Eng.).
12. Burt, R. (1992) Structural holes: The social structure of competition. Cambridge, MA: Harvard University Press. (In Eng.).
13. Coleman, J. (1990) Foundation of social theory. Cambridge, MA: Harvard University Press, 993 p. DOI:10.12681/sas.623. (In Eng.).
14. Collinson, S. (2000) Knowledge networks for innovation in small Scottish software firms. *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 12, pp. 217–244. DOI: 10.1080/089856200413473. (In Eng.).
15. Dyer, J., Furr, N., Hendron, M. Innovation Capital: The Secret Ingredient Behind The World's Most Innovative Leaders. Available at: <https://www.forbes.com/sites/nathanfurrjeffdyer/2018/09/04/innovation-capital-the-secret-ingredient-behind-the-worlds-most-innovative-leaders/?sh=24ee4df95fd3> (accessed: 02.12.2021). (In Eng.).
16. Edvinsson, L., Malone, M. (1997) Intellectual Capital – Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower. New York, Harper Collins. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(97\)90248-X](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(97)90248-X). (In Eng.).
17. Freel, M. (2000) External linkages and product innovation in small manufacturing firms. *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 12, pp. 245–266. DOI: 10.1080/089856200413482. (In Eng.).
18. Han, J., Han, J., Brass, D. J. (2014) Human capital diversity in the creation of social capital for team creativity. *Journal of Organizational Behaviour*. Vol. 35, Iss. 1, pp. 54–71. DOI:10.1002/job.1853. (In Eng.).
19. Hayton, J. C. (2005) Competing in the new economy: The effect of intellectual capital on corporate entrepreneurship in high-technology new ventures. *R & D Management*. Vol. 35, pp. 137–155. DOI:10.1111/j.1467-9310.2005.00379.x. (In Eng.).
20. Hegde, D., Shapira, P. (2007) Knowledge, technology trajectories, and innovation in a developing country context: Evidence from a survey of Malaysian firms. *International Journal of Technology Management*. Vol. 40, pp. 349–370. DOI:10.1504/IJTM.2007.015757. (In Eng.).
21. Leiponen, A. (2006) Managing knowledge for innovation: The case of business-to-business services. *Journal of Product Innovation Management*. Vol. 23, pp. 238–258. DOI:10.1111/j.1540-5885.2006.00196.x. (In Eng.).
22. Lynn, B. (1998) Intellectual capital. Key to value added success in the next millennium. CMA Magazine. Vol. 72 (1), pp. 10–15. DOI:10.12785/JERAA/020101. (In Eng.).
23. Maillat, D. (1998) Innovative milieux and new generations of regional policies. *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 10, pp. 1–16. DOI: 10.1080/08985629500000010. (In Eng.).
24. Nahapiet, J., Ghoshal, S. (1998) Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*. Vol. 23, pp. 242–266. 10.2307/259373 (In Eng.).
25. Putnam, R. (2000) Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. *Proceedings of the 2000 ACM conference on Computer supported cooperative work*. DOI: 357. 10.1145/358916.361990. (In Eng.).
26. Putnam, R. D. (1993) The prosperous community: Social capital and public life. *The American Prospect*. Vol. 13, pp. 35–42. (In Eng.).
27. Quin, J. (1979) Technological innovation, entrepreneurship and strategy. *Sloan Management Review*. Vol. 20, pp. 19–30. (In Eng.).

28. Romer, P. M. (1990) Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*. Vol. 98, № 5(2), pp. 72–102. DOI:10.1086/261725. (In Eng.).
29. Roos, J., G. Roos, N. C. Dragonetti, L. Edvinsson (1997) Intellectual Capital: Navigating the New Business Landscape. *Macmillan, London*. (In Eng.).
30. Saxanian, A. (1999) Comment on Kenney and von Burg, Technology entrepreneurship and path dependence: Industrial clustering in Silicon Valley and Route 128. *Industrial and corporate change*. Vol. 8, pp. 104–110. DOI:10.1093/icc/8.1.105. (In Eng.).
31. Schutjens, V., Völker, B. (2010) Space and social capital: The degree of locality in entrepreneurs' contacts and its consequences for firm success. *European Planning Studies*. Vol. 18(6), pp. 941–963. DOI: 10.1080/09654311003701480. (In Eng.).
32. Serageldin, I., Dasgupta, P. (2001) Social Capital: A multifaceted perspective. *Worldbank Publications*. DOI: 10.1596/0-8213-4562-1. (In Eng.).
33. Shalley, C. E., Zhou, J. (2008) Organizational creativity research: a historical overview. *Handbook of organizational creativity*. New York: Lawrence Erlbaum and Associates. DOI: 10.4324/9781841697178. (In Eng.).
34. Stewart, T. A. (1997) Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations. *New York: Bantam Doubleday Dell Publishing Group, New York*. (In Eng.).
35. Storper, M. (1995) The resurgence of regional economies, ten years later: The region as a nexus of untraded interdependencies. *European Urban and Regional Studies*. Vol. 2, pp. 191–221. DOI: 10.1177/096977649500200301. (In Eng.).
36. Subramaniam, M., Youndt, M. A. (2005) The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Academy of Management Journal*. Vol. 48, No 3. pp. 450–463. DOI:10.5465/AMJ.2005.17407911. (In Eng.).
37. Sveiby, K. E. (1997) The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge-Based Assets. *San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, CA*. (In Eng.).
38. Zerenler, M., Burak, S., Sezgin, M. (2008) Intellectual capital an innovation performance: empirical evidence in the Turkish automotive supplier. *Journal of Technology Management & Innovation*. Vol. 3(4), pp. 31–40. DOI: 10.4067/S0718-27242008000200003. (In Eng.).

**Информация об авторах:**

**Наиль Маратович Габдуллин**, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управления корпоративными финансами, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

**Researcher ID:** E-3173-2017, **ORCID ID:** 0000-0003-3393-3707, **Author ID:** 55984327800

e-mail: nail56@yandex.ru

**Игорь Александрович Киришин**, доктор экономических наук, профессор, профессор Высшей школы бизнеса, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

**Researcher ID:** P-3142-2016, **ORCID ID:** 0000-0002-7407-7188, **Author ID:** 55966884800

e-mail: kial125@mail.ru

**Вклад соавторов:**

**Габдуллин Н. М.** – постановка проблемы, разработка концепции статьи, анализ результатов исследования, формулирование выводов исследования.

**Киришин И. А.** – формулирование гипотезы, анализ методологических подходов и принципов исследования, обзор литературы, графическое представление разработанной модели.

Статья поступила в редакцию: 07.12.2021; принята в печать: 09.03.2022.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

**Information about the authors:**

**Nail Maratovich Gabdullin**, Candidate of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Corporate Finance Management, Kazan (Volga region) Federal University, Kazan, Russia

**Researcher ID:** E-3173-2017, **ORCID ID:** 0000-0003-3393-3707, **Author ID:** 55984327800

e-mail: nail56@yandex.ru

**Igor Alexandrovich Kirshin**, Doctor of Economics, Professor, Professor Higher School Of Business, Kazan (Volga region) Federal University, Kazan, Russia



**Researcher ID:** P-3142-2016, **ORCID ID:** 0000-0002-7407-7188, **Author ID:** 55966884800  
e-mail: kia1125@mail.ru

**Contribution of the authors:**

**Gabdullin N. M.** – statement of the problem, development of the concept of the article, analysis of the results of the study, formulation of the conclusions of the study.

**Kirshin I. A.** – formulation of a hypothesis, analysis of methodological approaches and research principles, literature review, graphical representation of the developed model.

The paper was submitted: 07.12.2021.

Accepted for publication: 09.03.2022.

The authors have read and approved the final manuscript.