

УДК 330.1

Н.В. КОЧЕТКОВА,
старший преподаватель

Институт экономики, управления и права (г. Казань)

ИЕРАРХИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В статье рассматриваются подходы к определению интеллектуального капитала и его структура при переходе к новой стадии глобального экономического развития – постиндустриальной экономике.

Во второй половине XX в. произошли качественные изменения материальных условий жизни общества, обусловленные научно-технической революцией. В связи с резким скачком в развитии средств связи и доступа к информации происходит переход к постиндустриальному обществу.

Теория постиндустриального общества основана на анализе эволюции материального производства, включая все связанные с ним аспекты. Выделяют три стадии развития общества: доиндустриальная, индустриальная и постиндустриальная.

Термин "постиндустриальное общество" появился в 50-е гг. XX в. в США, когда "капитализм Маркса" стал отличаться от реально существующего капитализма, а городское общество нельзя было строго разделить на буржуазию и пролетариат, так как начал появляться средний класс, который нельзя было отнести ни к господствующему, ни к угнетенному классу. Все более усложнялась техника, используемая в производстве, соответственно возросла потребность в квалифицированных кадрах. Наука становится главной производительной силой. В сложившихся условиях человечество вступает в современный капитализм – постиндустриальное общество.

Переход к новой стадии глобального экономического развития ознаменовался тем, что сегодня, в начале XXI в., в развитых странах приоритетными направлениями материальных и

финансовых инвестиций становится интеллектуальный капитал, приобретающий форму капитала в силу общественной необходимости участия в создании общественных благ. Движение каждого вида капитала формирует свою специфическую структуру, именно по этой причине в России и за рубежом в понятие интеллектуального капитала вкладываются разные значения [1].

В условиях развития постиндустриальной экономики, которая выдвигает на первый план инновационную деятельность, должно измениться отношение к главной производительной силе общества – интеллектуальному капиталу. Интеллектуальный капитал, а не природные ресурсы, не техника и не финансовый капитал – основной источник богатства любой компании в постиндустриальной экономике. Именно интеллектуальный капитал определяет конкурентоспособность экономических систем, выступает ключевым ресурсом их развития. В процессе создания, трансформации и использования интеллектуального капитала участвуют коммерческие предприятия, государственные и общественные учреждения и организации, то есть все субъекты рыночных отношений.

Нельзя не согласиться с особенностями интеллектуального капитала, четко изложенными в работе М.И. Багдасарова [2]:

– в современных условиях интеллектуальный капитал определяет главные тенденции экономического роста;

- формирование интеллектуального капитала требует от самого человека и всего общества значительных и все возрастающих затрат;
- интеллектуальный капитал в виде знаний, навыков, опыта может быть накапливаемым;
- по мере накопления интеллектуального капитала его доходность повышается до определенного предела, ограниченного верхней границей активной трудовой деятельности (активного трудового возраста), а потом резко снижается;
- характер и виды инвестиций в интеллектуальный капитал обусловлены историческими, национальными, культурными особенностями и традициями;
- инвестиции в интеллектуальный капитал должны обеспечивать его обладателю получение более высокого дохода;
- вложения в интеллектуальный капитал дают довольно значительный по объему, длительный по времени и интегральный по характеру экономический и социальный эффект. Чем раньше делаются вложения в человека, тем быстрее они начинают давать отдачу. Но нужно иметь в виду, что более качественные и длительные инвестиции приносят более высокий и более долговременный эффект. Инвестиционный период у интеллектуального капитала значительно длиннее, чем у физического. У последнего он составляет в среднем от одного года до пяти лет, а у такой формы вложения в интеллект, как образование, инвестиционный период может достигать 12–20 лет, продолжаясь в дальнейшем всю трудовую жизнь;
- интеллектуальный капитал отличается от физического капитала по степени ликвидности. Интеллектуальный капитал не является оборотным активом; только его услуги или отдельные элементы, пригодные для патентования знания, могут быть куплены или проданы. Интеллектуальный капитал неотделим от его носителя – живой человеческой личности, поэтому в качестве актива он почти полностью неликвиден;
- использование интеллектуального капитала всегда контролируется самим индивидом независимо от источника инвестиций на его развитие;

- функционирование интеллектуального капитала, степень отдачи от его применения обусловлены свободным волеизъявлением субъекта, его индивидуальными интересами и предпочтениями, его материальной и моральной заинтересованностью, ответственностью, мировоззрением и общим уровнем культуры, в том числе и экономической.

Понятие "интеллектуальный капитал" состоит из двух составляющих: "интеллект" и "капитал".

Интеллект – это форма организации когнитивного опыта, назначение которой заключается в построении особого рода репрезентаций происходящего, связанных с воспроизводством объективного знания о мире.

У категории "капитал" можно выделить четыре эволюционные формы:

- промышленный капитал зарождается в период капитализма, тесно связан с национальным рынком, сферой его происхождения является легкая промышленность, мелкое и среднее производство;

- финансовый капитал характерен периоду бурного роста тяжелой промышленности с высококонцентрированным крупным производством, банковским делом, торговлей;

- финансово-промышленный капитал присущ современной эпохе НТР постиндустриального общества, базируется на всеобщности электронных и информационных технологий во всех сферах жизнедеятельности общества;

- интеллектуальный капитал является корпоративным по организации, связям, структуре экономической системы и научно-интеллектуальным – по содержанию участвующего труда.

На сегодняшний день существует множество определений интеллектуального капитала. В практике, чаще всего, под интеллектуальным капиталом понимают нематериальные (неосязаемые) активы, которые не указываются в финансовых документах компании, но они могут быть оценены и ими можно управлять. Термин "нематериальные активы" часто используется в годовых отчетах компаний для обозначения патентов, торговых марок и брендов, стоимость которых учитывается в балансах, при продаже и приобретении компаний.

Классические работы в этой области были написаны во время становления постиндустриальной экономики Т. Стюартом, Л. Эдвинссоном, М. Мэлоуном. Эти авторы относят к интеллектуальному капиталу человеческий капитал, элементами которого являются знания, навыки, моральные ценности персонала, культура труда, и структурный капитал, включающий в себя ноу-хау, организационную структуру, патенты и торговые марки, отношения с клиентами. Многие исследователи в основном придерживаются сходных взглядов на сущность и структуру интеллектуального капитала.

Структура интеллектуального капитала неоднозначна, и каждый исследователь по-своему обосновывает выделение его элементов, их взаимосвязь и взаимоотношения.

Шведский исследователь К.Э. Свейби в своей модели "The intangible assets monitor" выделяет в интеллектуальном капитале внутреннюю структуру, внешнюю структуру, компетентность персонала.

Под компетентностью сотрудников он понимает способность действовать в разнообразных ситуациях, образование, квалификацию, умения и навыки, опыт, энергию, отношение к работе, к клиентам, уровень общей культуры. Характеристики внутренней структуры – патенты, концепции, ноу-хау, авторские права, компьютерные и административные системы, системы сетевого взаимодействия, оргструктура, культура организации. Внешнюю структуру отражают отношения с потребителями, поставщиками, конкурентами, местными сообществами, бренды, торговые марки, имидж организации [3].

Э. Брукинг [4] подразделяет интеллектуальный капитал на:

- человеческие активы – это способность коллектива разрабатывать новые стратегии, товары, услуги, технологии. Сюда также включаются психометрические данные и сведения о поведении отдельных личностей в различных ситуациях;

- интеллектуальную собственность как актив (патенты, авторские права, торговые знаки, оригинальные технологии, ноу-хау) – это

узаконенный инструмент для защиты активов компании;

- инфраструктурные активы – это философия управления, корпоративная культура, управленческие процессы, информационные технологии, сетевые системы связи, отношения с финансовым окружением, то есть все, на чем базируется работа организации;

- рыночные активы – торговая марка, репутация, постоянные клиенты, повторяемость сделок, каналы распределения, лицензионные и другие соглашения.

Модель "Skandia Value Scheme", разработанная Л. Эдвинссоном [5], основана на следующей структуре:

- человеческий капитал рассматривается как компетенция и способности персонала, то есть часть интеллектуального капитала, которая покидает компанию вместе с работниками после окончания рабочего дня;

- структурный капитал – это то, что остается у компании по окончании рабочего дня после ухода работников. Данный капитал делится на: клиентский капитал, который представляет ценность, заключенную в отношении с клиентами; организационный капитал, который в свою очередь делится на инновационный (состоит из законных прав: патентов, лицензионных соглашений, идей, торговых марок) и процессный (это инфраструктура компании: информационные технологии, рабочие процессы и т.д.).

В результате проведения сравнительного анализа характеристик интеллектуального капитала в существующих подходах Т.В. Крамин объединяет все рассмотренные подходы и выделяет следующие составляющие: рыночные активы, человеческие активы, инновационные активы, инфраструктурные активы, взаимодополняющие базовые активы [6].

На основе анализа указанных работ можно сделать вывод, что каждый из авторов выделяет в интеллектуальном капитале составляющие в зависимости от целей исследования, но ни в одной из приведенных работ не представлена структура, характеризующая взаимозависимость составляющих интеллектуального капитала.

Интеллектуальный капитал следует определить как нефинансовый ресурс, дающий конкурентные преимущества и обладающий способностью добавлять ценность организации.

Интеллектуальный капитал состоит из взаимосвязанных между собой уровней, каждый из которых играет решающую роль в формировании цепочки создания стоимости. Каждая компания проводит ряд отдельных, но взаимосвязанных операций, создающих стоимость. Любая деятельность начинается с подбора персонала, после чего возникает необходимость управления данными кадрами, разработка и производство товаров и услуг. Данные операции имеют точки соприкосновения с операциями взаимодействия с поставщиками, посредниками и клиентами. Цепочка создания стоимости определяет последовательность процессов, создающих добавленную стоимость товаров и услуг компании для определенных клиентов и сегментов рынка, а также позволяет выявить возможные пути оптимизации сквозных бизнес-процессов, стимулируя тем самым выработку инвестиционных решений по их изменению, определить клиентскую рентабельность и выделить наиболее привлекательные группы клиентов и сегментов рынка.

На основе проведенных исследований цепочки создания стоимости выявлены три последовательных взаимосвязанных крупных элемента, которые определяют иерархическую структуру создания стоимости.

В составе интеллектуального капитала выделим (рис. 1):

- 1) активы I уровня;
- 2) активы II уровня;
- 3) активы III уровня.

Активы I уровня включают в себя человеческий капитал. Начало работы любой организации начинается с формирования именно этого актива. Без человека нет компании.

Человеческий капитал – это часть интеллектуального капитала, которая покидает компанию вместе с работниками после окончания рабочего дня и включает в себя знания, умения, навыки и опыт персонала, образование, квалификацию, творческие особенности, моральные ценности, культуру труда, организационно-управленческие знания, навыки и опыт руководителей. Также в активы I уровня следует включить психометрические данные и сведения о поведении отдельных личностей в различных ситуациях.

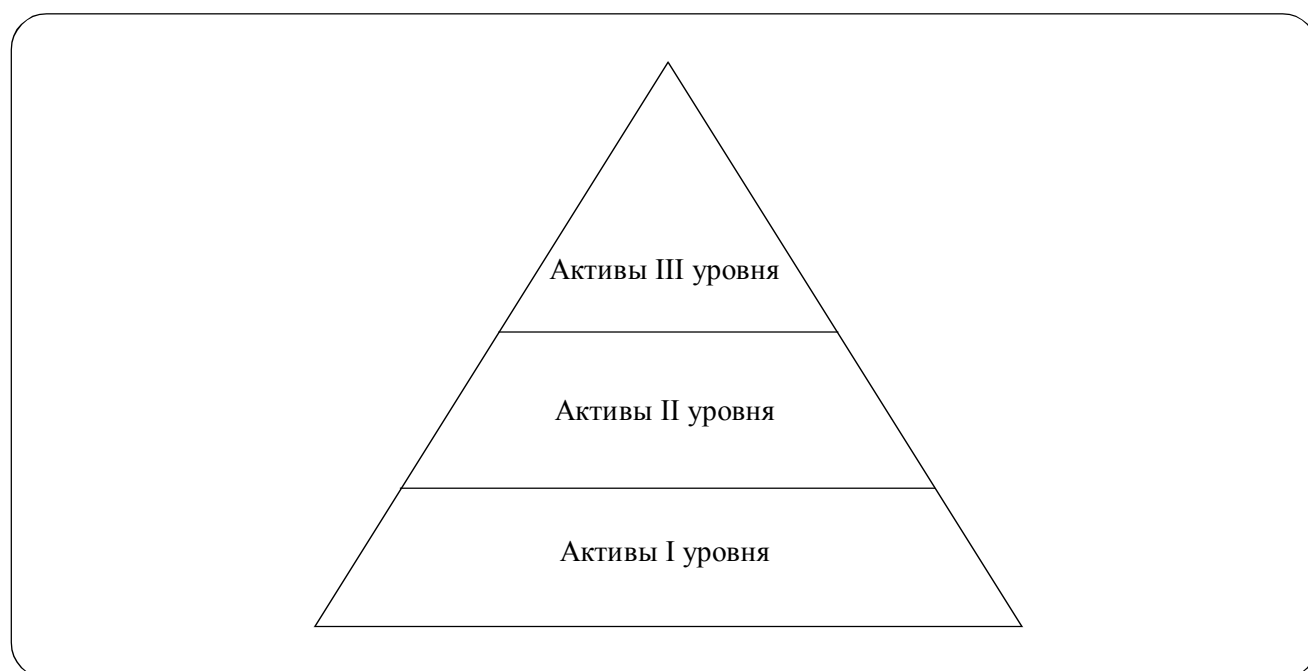


Рис. 1. Структура интеллектуального капитала

Активы I уровня требуют к себе особого отношения и являются самыми дорогостоящими. Нельзя забывать, что знания принадлежат конкретному человеку, а не компании, поэтому компании необходимо уметь извлекать максимальную выгоду из работы каждого сотрудника, а сотрудник в качестве компенсации обязан получать заработную плату и возможность профессионального роста и др.

Прирост человеческого капитала обеспечивается за счет более полного использования компанией знаний своих работников и обретения сотрудниками новых знаний, необходимых для дальнейшего развития компании. Повышение образования, накопление профессионального опыта, личных связей, улучшение здоровья, повышение мобильности, приобретение информации могут рассматриваться как инвестиции в человеческий капитал.

Активы II уровня – это то, что остается у компании, когда люди покидают рабочие места. Формирование этого актива начинается с создания оригинального имени и логотипа компании, которые являются узаконенным инструментом для защиты активов компании. После чего происходит изучение рынка, на который планирует свой выход компания, происходит формирование идей, разработка научно-технических изобретений, в результате чего начинает строиться корпоративная культура, философия управления, управленческие процессы, информационные технологии, технологии производства, компьютерные и административные системы, системы сетевого взаимодействия. Также на данном уровне происходит создание инструментов для защиты активов компании, то есть к активам данного уровня следует также отнести патенты, лицензии, авторские права. Оригинальное имя и логотип могут быть защищены с помощью регистрации товарного знака, а торговые секторы – договорами о неразглашении.

На данном уровне происходит поиск приоритетных направлений деятельности компании, разработка и создание товаров и услуг, формирование отношений с финансовым окружением – все, на чем базируется работа организации.

Активы III уровня включают клиентский капитал, технологии по привлечению, удержанию и расширению клиентской сети, имидж компании на рынке. Активы данного уровня гарантируют осведомленность покупателей об отличительных особенностях предприятия, характере его деятельности – это потенциал, который обеспечивается нематериальными активами, связанными с рыночными операциями. Данный вид актива обеспечивает компанию конкурентным преимуществом во внешней среде. Наличие узнаваемой торговой марки (что указывает на связь с активами II уровня) подразумевает предоставление оригинальных товаров и услуг; покупательская приверженность обеспечивает постоянные продажи, результатом этого является выгодный портфель заказов. Благоприятные условия контрактов дают возможность на выгодных условиях пользоваться такими услугами, как рекламирование или торговое посредничество, что обеспечивает компании преимущества перед конкурентами, не имеющими доступа к подобным привилегиям. На данном уровне происходит трансформация активов I и II уровней в финансовые активы.

При управлении стоимостью интеллектуального капитала необходимо учитывать специфику его структуры, которая основана на взаимозависимости уровней. Существование интеллектуального капитала невозможно при отсутствии хотя бы одного из уровней вышеприведенной структуры, следовательно, недостаточно инвестировать в каждый из них отдельно. Эффективность функционирования каждого последующего уровня зависит от качества управления предыдущим уровнем, а отсутствие любого из уровней может привести к отрицательным последствиям для компании.

В заключение необходимо отметить, что в постиндустриальной экономике приоритетными направлениями материальных и финансовых инвестиций становится интеллектуальный капитал, который имеет ряд специфических особенностей, отличающих его от физических ресурсов: непрерывность процесса, низкая степень подконтрольности, необходи-