

ЭКОНОМИКА

З.Г. Облицова

Кандидат педагогических наук, доцент,
почетный работник высшего профессионального образования
РФ, проректор по научно-исследовательской работе
ЧОУ ВО «Институт управления»



Интеллектуальный капитал – важнейший ресурс организации

В статье приведены различные взгляды на понятие «интеллектуальный капитал», приведена его структура, подчеркнута важность управления интеллектуальным капиталом с целью получения инноваций, быстрого развития организации и увеличения конкурентоспособности.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, человеческий капитал, организационный капитал, потребительский или клиентский капитал, компетенция сотрудников, физический капитал.

Понятие «интеллектуальный капитал» ввел в XX в. в научный оборот экономист Д. Гэлбрейт, который в 1969 г. употребил этот термин в значении «интеллектуальная деятельность». Однако первым исследовал природу интеллектуального капитала Т. Стюарт, член редколлегии журнала **Fortune** в статье «Сила интеллекта: как интеллектуальный капитал становится наиболее ценным активом Америки». Он представил интеллектуальный капитал как сумму всего того, что знают работники компании и что дает конкурентное преимущество компании на рынке.

Шведский экономист-практик Л. Эдвинссон (бывший вице-президент и директор по интеллектуальному капиталу инвестиционной компании Skandia) рассматривает интеллектуальный капитал как знание, которое можно конвертировать в стоимость. Один из первых отечественных исследователей интеллектуального капитала В. С. Ефремов также считает, что «интеллектуальный капитал – это знания, которыми располагает организация, выраженные в

ясной, недвусмысленной и легко передаваемой форме» [1].

Понятие «интеллектуальный капитал» в последнее время широко используется в мировой экономической литературе, не смотря на то, что данный термин пока еще не устоялся, имеет множество определений, и наряду с ним применяются сходные термины: «нематериальные активы», «интеллектуальный потенциал», «активы знаний» и т.д. Данное понятие рассматривается следующим образом:

Интеллектуальный капитал – это знания, информация, опыт, организационные возможности, информационные каналы, которые можно использовать, чтобы создавать богатство.

Интеллектуальный капитал – это знания, которые могут быть конвертированы в стоимость, другими словами, это сумма всего того, что знают и чем обладают работники и что формирует конкурентоспособность организации. Интеллектуальный капитал трудно точно идентифицировать и еще труднее эффективно применять.

Интеллектуальный капитал — знания, навыки и производственный опыт конкретных людей, и нематериальные активы, включающие патенты, базы данных, программное обеспечение, товарные знаки и др., которые производительно используются в целях максимизации прибыли и других экономических и технических результатов.

Интеллектуальный капитал — это основанные на связях структурированное знание и способности, обладающие потенциалом развития и создания стоимости [4].

На наш взгляд, наиболее емким является следующее определение: **Интеллектуальный капитал** — это результаты интеллектуальной деятельности отдельных работников и организации в целом, представленные кодифицированной и материализованной информацией, отражающей способности, навыки и совокупные знания работников организации, которые могут быть использованы для получения конкурентного преимущества.

Неуклонно возрастающая роль интеллектуального капитала в настоящее время в первую очередь связана с тем, что общество переходит в абсолютно новую стадию — стадию информационного общества.

Академик В.И. Вернадский в своих работах предсказывал, что человеческий прогресс будет происходить в сфере знаний и ума, названной им ноосферой. Термин «ноосфера» он позаимствовал у французского математика и философа Е. Ле-Руа. В переводе с греческого языка оно означает «разумная оболочка Земли». Таким образом, можно представить интеллектуальный капитал, как основу прогресса, неуклонного движения вперед, расширения конкурентных преимуществ.

Интеллектуальный капитал имеет следующую структуру:

Человеческий капитал — та часть интеллектуального капитала, которая имеет непосредственное отношение к человеку. Это знания, практические навыки, творческие и мыслительные способности людей, их моральные ценности, культура труда. Человеческий капитал важен при проведении инноваций и любого обновления.

Организационный капитал — та часть интеллектуального капитала, которая имеет отношение к организации в целом. Это процедуры, технологии, системы управления, техническое и программное обеспечение, оргструктура, патенты, брэнды, культура организации, отношения с клиентами.

Потребительский или клиентский капитал — это капитал, который складывается из связей и устойчивых отношений с клиентами и потребителями.

Некоторые ученые используют иную классификацию состава интеллектуального капитала, подразделяя его на внутреннюю и внешнюю структуру, а также на компетенцию персонала [4].

Компетенция сотрудников — это способность действовать в разнообразных ситуациях, образование, квалификация, умения и навыки, опыт, энергия, отношение к работе, к клиентам, уровень общей культуры.

Внутренние структуры — это патенты, концепции, ноу-хау, авторские права, компьютерные и административные системы, системы сетевого взаимодействия, оргструктура, культура организации.

Внешние структуры — это отношения с потребителями, поставщиками, конкурентами, местными сообществами, брэнды, торговые марки, имидж организации [3].

Организационному капиталу соответствует внутренняя структура, потребительскому капиталу — внешняя структура, а человеческому капиталу — компетенция персонала.

Интеллектуальный капитал во многом схож с физическим капиталом. Они возникают как результат вложений ресурсов (денег, материальных средств, знаний, квалификации) для производства товаров и услуг, направлены на получение дохода. Оба капитала подвергаются моральному износу, причем интеллектуальный капитал даже в большей степени (обесценивается и программное обеспечение, и любые знания).

Различия состоят в том, что физический капитал имеет материальную природу, его можно потрогать, пощупать, увидеть. Интеллектуальный капитал имеет нематериальную природу, поэтому его иногда называют невидимым активом.

Физический капитал - это результат определенных действий в прошлом. Интеллектуальный капитал также представляет собой результат прошлых инвестиций и в то же время, он в большей мере ориентирован в будущее.

Физический капитал оценивается с помощью преимущественно стоимостных показателей, а интеллектуальный капитал - с помощью как стоимостных, так и не стоимостных показателей. Для физического капитала эта оценка имеет периодический характер, а для интеллектуального - непрерывный.

Для того чтобы начать эффективно использовать интеллектуальный капитал необходимо управлять, т.е. управлять интеллектуальными активами и давать ему адекватную оценку. Например, происходит ошибочное разделение инвестиций и затрат на расходы на обучение персонала и рекламу, которые считаются затратами, в то время как по существу они являются долгосрочными инвестициями.

Для финансовой оценки интеллектуального капитала организации может применяться коэффициент Тобина – отношение рыночной цены компании к цене замещения ее реальных активов (зданий, сооружений, оборудования и запасов). Суть применения этого коэффициента в следующем: если цена компании существенно больше цены ее материальных активов, это значит, что нематериальные активы оценены по достоинству. Под такими активами подразумевается талант персонала, управляющие системы, менеджмент, бренд.

В настоящее время среди факторов повышения результативности и эффективности работы любой компании выделяется управление набором способностей или компетентностей работников как важнейшим ресурсом организации. Особая роль работников организации заключается в том, что именно они являются обладателями и хранителями скрытых знаний, навыков и носителями этих способностей, иногда даже не осознавая этого. Поэтому управление человеческими ресурсами оказывается тесно связанным с управлением знаниями в различной их форме. Фундаментальное свойство человеческих ресурсов и базирующих-

ся на них ключевых компетентностей заключается в том, что в отличие от материальных ресурсов они не расходуются и не истощаются по мере использования, а наоборот, обогащаются, совершенствуются и множатся в этом процессе [2].

Основными функциями интеллектуального капитала являются:

- наличие и прогрессивное развитие интеллектуальной собственности;

- становление креативного типа мышления работников, предпринимателей, научных деятелей, управляющего персонала, формирующего и реализующего основные модели воспроизводства каждой конкретной экономической системы и их совокупности;

- преимущественное формирование в данной системе капитала интеллектуального центра, охватывающего постепенно всю совокупность факторов производства, распределения, обмена и потребления.

В XXI веке экономический успех любого государства будут определять новые наукоемкие технологии и информатизация общества, процессы глобализации мировой экономики, что превращает все виды знания в компонент производительных сил и в наиболее ценные активы организации, предприятия. Информация и знания становятся мощным средством в конкурентной борьбе нашего времени, т.к. знания становятся более ценным капиталом, чем природные ресурсы.

Таким образом, можно сделать некоторые основные выводы:

1. Знание становится доминирующим средством достижения высоких социально-экономических результатов. Традиционные факторы – земля, труд и капитал – в современной экономике действуют только при условии эффективного использования интеллектуального капитала. Развитие интеллектуального капитала становится основным фактором вновь создаваемой стоимости.
2. Интеллектуальный капитал состоит из человеческого, организационного и потребительского или клиентского капитала:

2.1. Человеческий капитал – это та часть интеллектуального капитала, которая имеет непосредственное отношение к человеку. Он включает знания, практические навыки, творческие способности людей, их моральные ценности, культуру труда.

2.2. Организационный капитал – это та часть интеллектуального капитала, которая имеет отношение к организации в целом. Сюда входит техническое и программное обеспечение, оргструктура, патенты, брэнд.

2.3. Потребительский или клиентский капитал – это та часть интеллектуального капитала, которая формируется в процессе взаимодействия с клиентами (устойчивые связи с клиентами, маркетинговые возможности, клиентские базы данных).

3. Среди факторов повышения результативности и эффективности работы любой компании выделяется управление набором способностей или компетентностей работников как важнейшим ресурсом организации.

Библиографический список:

1. Бакина Т.В. Определение и смысловая интерпретация интеллектуального капитала / Наука и экономика, - 2014 г. - № 1 (17), - 195-200 стр.
2. Стюарт Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организации / Пер. с англ. В. Ноздриной. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.
3. Sveiby K.E. The New Organisational Wealth – Managing and measuring Knowledge-Based Assets. San-Fransisco, 1997.
4. Stuart T.A. Intellectual Capital: The New Wealth of Organisations. London, 1997; Rethinking the Future. L., 1997. Quinn, J.B. Intellect Enterprise. A Knowledge and Service Based Paradigm for Industry. L., 1992; Cope M. Know your value? Value what you know. L., 2000. Knowledge Horizons: the present and the promise of knowledge management. Boston 2000.

©Облицова З.Г., 2019