

УДК 316.63:338:001.895

И. А. Сильванович

Белорусский государственный технологический университет

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ
И МЕТОДИКИ ЕГО ОЦЕНКИ В УСЛОВИЯХ
КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

В этой статье рассмотрен интеллектуальный капитал и методики его оценки в условиях конкурентной среды хозяйствования. Были изучены литературные источники для формирования термина «интеллектуальный капитал». Обзор литературы показал, что на сегодняшний день не существует единства взглядов в отношении теоретического и методического обоснования влияния интеллектуального капитала на конкурентоспособность предприятий, что и предопределило постановку данной проблемы. В рамках статьи интеллектуальный капитал рассмотрен в контексте современных концепций постиндустриализма, определяющих основополагающие тренды эпохи глобализации. Были выявлены все структурные составляющие интеллектуального капитала. Определено его влияние на конкурентную среду хозяйствования коммерческой фирмы.

Из практики зарубежных фирм (Skandia, Ernst & Young) и работ исследователей были выявлены методики оценки интеллектуального капитала, такие как Skandia Value Scheme, Measures that Matter, The intangible assets monitor. Рассмотрение данных методик наглядно демонстрирует, с помощью каких показателей можно произвести оценку интеллектуальной составляющей той или иной фирмы.

На основании поставленных целей при управлении интеллектуальным капиталом определены основные стратегии управления.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, структура, конкуренция, методика, стратегия.

I. A. Sil'vanovich

Belarusian State Technological University

**INTELLECTUAL CAPITAL AND METHODS OF ITS EVALUATION
IN THE COMPETITIVE ENVIRONMENT MANAGEMENT**

The intellectual capital and the techniques of its assessment in the conditions of a competitive environment of managing was considered in this article. A lot of references have been studied to form the term “intellectual capital”. The overview of literature has shown that today there is no unanimity of views concerning theoretical and methodical reasons for influence of the intellectual equity on competitiveness of the entities, as has predetermined statement of this problem. Within article the intellectual equity is considered in the context of the modern concepts of post-industrialism determining fundamental trends of an era of globalization. There were identification all structural components of the intellectual capital. The influence on a competitive environment of managing of commercial firm was determined.

From practice of foreign firms (Skandia, Ernst & Young) and works of researchers have revealed techniques of an assessment of the intellectual capital, such as Skandia Value Scheme, by Measures that Matter, The intangible assets monitor. Consideration of these techniques demonstrates by means of what indicators it is possible to make the assessment of an intellectual component of this or that firm.

The main strategies of management are determined based on the effective objectives in case of management of the intellectual capital.

Key words: intellectual capital, structure, competition, technique, strategy.

Введение. Конкуренция, эффективная конкурентная среда невозможны без такой составляющей, как интеллектуальный капитал. В складывающейся «новой экономике» именно он становится ключевым ресурсом в определении эффективности социально-экономического прогресса и развития производства, включая научно-техническую составляющую. Поэтому многие зарубежные фирмы сделали его одним из

основных объектов анализа и управления. Традиционные методы менеджмента позволяли ранее эффективно управлять организациями, в основе которых лежал физический капитал. Интеллектуальный капитал по своей природе отличается от физического, поэтому требует иных подходов к управлению им.

Основная часть. Можно дать следующее определение интеллектуальному капиталу фир-

мы – это есть совокупность знаний, информации, квалификации персонала, организационной культуры, способов коммуникации, создающей и увеличивающей капитализацию коммерческой организации.

Величина совокупного интеллектуального капитала определяется как разница между капитализацией, т. е. рыночной оценкой стоимости компании, и стоимостью ее физических активов, которая определяется как цена возмещения этих активов.

В исследованиях одного из основоположников современной теории интеллектуального капитала Т. Стюарта была рассмотрена следующая классификация основных составляющих интеллектуального капитала.

Человеческий капитал – та часть интеллектуального капитала, которая имеет непосредственное отношение к человеку: знание, 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, патенты, культура организации. Организационный капитал – это организационные возможности фирмы ответить на требование рынка.

Потребительский или клиентский капитал – это капитал, который складывается из связей и устойчивых отношений с клиентами и потребителями: отношение с потребителями, поставщиками, конкурентами, местными сообществами, бренды, торговые марки, имидж организации.

Человеческий, организационный и потребительский капитал должны взаимодействовать друг с другом. Недостаточно инвестировать в каждый из них по отдельности. Они должны поддерживать друг друга, создавая синергетический эффект, при котором происходит перекрестное влияние одних видов активов на другие. Можно осуществить технико-технологическое перевооружение производства, но без квалифицированного персонала все равно нельзя достичь высокой конкурентоспособности [1].

Рассмотрим подробно методики оценки интеллектуального капитала на уровне фирм.

Навигатор Skandia. В 1995 г. шведская страховая компания Skandia включила в свой годовой отчет новый раздел, в котором привела собственную методику оценки интеллектуального капитала. Данную методику для компании

разработал Л. Эдвинссон, специалист в области управления интеллектуальным капиталом. Модель получила название Skandia Value Scheme и представлена на рисунке [2].



Такое деление капитала является, по сути, аддитивным и позволяет сформировать процесс создания цепочки ценностей по направлениям и систему индикаторов, которые представлены в табл. 1 [2].

Таблица 1
Процесс создания цепочки ценностей

| Направления развития | Индикаторы |
|----------------------|---|
| Финансы | Традиционные финансовые показатели |
| Клиенты | Количество счетов, количество брокеров, количество потерянных клиентов |
| Бизнес-процессы | Количество счетов на одного сотрудника, административные затраты на сотрудника |
| Персонал | Доля менеджеров, затраты на образование на одного работника, текучесть кадров |
| Развитие | Степень удовлетворенности сотрудниками, маркетинговые затраты на клиента, доля времени, потраченного на образование |

Таким образом, намного проще определить, какие из позиций являются слабым местом компании, а какие, наоборот, – перспективным направлением развития. Также появляется возможность создать четкую систему планирования деятельности компании.

Методика консалтинговой фирмы Ernst & Young.

За основу оценки интеллектуального капитала специалисты консалтинговой фирмы Ernst & Young берут некоторые направления деятельности фирмы, которые качественно связаны с использованием интеллектуального потенциала компании. Measures that Matter – это методика измерения того, что имеет значение для развития компании, а именно: качество менеджмента, результативность совершенствования продуктов, сила маркетинговой позиции, корпоративная культура, политика оплаты труда в отношении высшего менеджмента, качество коммуникаций с инвесторами, качество продуктов и услуг, удовлетворение потребностей клиентов.

На практике специалисты компаний предлагают развертывать эти показатели в более широкий спектр целевых индикаторов. Конкретные индикаторы оценки сгруппированы по трем направлениям в соответствии с приведенной ранее структурой интеллектуального капитала.

Человеческий капитал:

- состав человеческих ресурсов;
- удовлетворенность персонала;
- продажи и добавленная стоимость в расчете на одного работника компании;
- уровень образования персонала и его опыт работы;
- затраты на обучение общие и в расчете на одного работника;
- текучесть кадров.

Организационный капитал:

- масштабы, функции и применение информационных систем;
- эффективность административных систем и организационных структур;
- инвестиции в новые методы управления, в НИОКР. В информационные системы и технологии;
- стабильность организации (возраст компании, опыт работы на рынке).

Потребительский капитал:

- количество клиентов и структура клиентской базы;
- способы взаимодействия компании с клиентами, удовлетворенность клиентов;
- прибыль и продажи в расчете на одного клиента;
- повторяемость заказов [2].

В процессе измерения интеллектуального капитала основной акцент делается на те показатели, которые позволяют достичь устойчивого роста конкурентоспособности организации и ее капитализации.

Методика К. Э. Свейби (Intangible Asset Monitor). Шведский исследователь К. Свейби в своей модели пытается учесть элементы интеллектуального капитала как по отдельности, так и во взаимодействии, определяет их неодинаковую роль при создании стоимости компании. Его модель представляет собой матрицу, в которой упорядочена система индикаторов и критерии оценки структурных элементов интеллектуального капитала. Пример матрицы приведен в табл. 2.

Стратегии управления интеллектуальным капиталом направлены на формирование и использование знаний организации, на создание и продвижение инноваций, обучение сотрудников, повышение эффективности взаимодействия с клиентами и т. д.

Наиболее широкая классификация стратегий управления интеллектуальным капиталом представлена в трудах А. Л. Гапоненко и Т. М. Орловой. Можно выделить семь основных стратегий управления интеллектуальным капиталом:

- стратегия формирования использования человеческого капитала организации. Реализация данной стратегии связана с обучением сотрудников, формированием соответствующих навыков и компетенций персонала, повышения качества выполняемой сотрудником работы;

Модель К. Э. Свейби

Таблица 2

| Область анализа | Человеческий капитал | Организационный капитал | Потребительский капитал |
|------------------|--|---|--|
| Рост и инновации | Длительность работы в данной профессии; уровень образования; затраты на обучение одного сотрудника; внутрифирменный оборот персонала | Инвестиции в информацию; разработка патентов; инвестиции в новые методы управления и исследования | Прибыль на одного клиента; рост числа клиентов; клиенты, улучшающие имидж компании |
| Эффективность | Добавленная стоимость на одного работника; прибыль на одного работника | Доля обслуживающего персонала; доля специалистов и служащих | Индекс удовлетворенности клиентов; уровень продаж на одного клиента |
| Стабильность | Текущесть кадров; средняя заработная плата; средний трудовой стаж | Срок жизни организации; доля новых сотрудников | Структура клиентов по длительности партнерских связей; частота повторяющихся заказов |

– стратегия формирования и использования организационного капитала (создание необходимых баз данных, закрепление авторских прав на результаты интеллектуальной деятельности, создание «удобных» информационных систем);

– стратегия формирования и использования клиентского капитала (проведение маркетинговых исследований с целью изучения мнения потребителей, PR-акции и т. д.);

– стратегия взаимодействия человеческого и клиентского капитала. Она отвечает на вопрос: «Как сотрудники повышают компетенцию потребителей и как потребители повышают компетенцию сотрудников»;

– стратегия взаимодействия человеческого и организационного капитала;

– стратегия взаимодействия организационного и клиентского капитала;

– стратегия взаимодействия всех структурных элементов интеллектуального капитала (одновременное взаимодействие между всеми элементами).

Заключение. Нужно отметить, что рассмотренные методики одинаковы по структуре интеллектуального капитала, но различны по системе показателей, так как индикаторы не могут быть стандартизированы в силу различных направлений деятельности коммерческих фирм. Занимая определенное место на рынке, каждая компания имеет свои приоритетные направления развития, которые и должны лечь в основу планирования ее развития в рамках интеллектуальной составляющей. А сбалансированный выбор и реализация стратегий управления интеллектуальным капиталом позволит повысить стоимость компании за счет более рационального использования всех имеющихся у нее ресурсов.

Литература

- Сидорова Е. И. Формирование эффективной организационно-экономической системы использования ресурсного потенциала Беларуси на основе кооперативных отношений. Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2013. 256 с.
- Леонтьева Л. С., Орлова Л. Н. Управление интеллектуальным капиталом: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2016. 295 с.

References

1. Sidorova Ye. I. *Formirovanie effektivnoy organizatsionno-ekonomicheskoy sistemy ispol'zovaniya resursnogo potentsiala Belarusi na osnove kooperativnykh otnosheniy* [Formation of effective organizational and economic system of use of resource capacity of Belarus on the basis of the cooperative relations]. Minsk, Institut sistemnykh issledovanii v APK NAN Belarusi Publ., 2013. 256 p.
2. Leont'yeva L. S., Orlova L. N. *Upravlenie intellektual'nym kapitalom: uchebnik i praktikum dlya bakalavriata i magistratury* [Management of the intellectual capital: the textbook and a practical work for a bachelor degree and a magistracy]. Moscow, Yurayt Publ., 2016. 295 p.

Информация об авторе

Сильванович Ирина Александровна – ассистент кафедры экономики и управления на предприятиях. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: silvanovitchira@yandex.by

Information about the author

Sil'vanovich Irina Aleksandrovna – assistant lecturer, the Department of Economics and Plant Management. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: silvanovitchira@yandex.by

Поступила 17.03.2016