

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 001.895:658

Л. Н. Нехорошева, д-р экон. наук, профессор,
А. В. Грабовский, аспирант,
Белорусский государственный экономический университет;

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ (ОРГАНИЗАЦИИ)

The paper reveals burning questions dedicated to valuation of enterprises' intellectual potential. The author's determination of an intellectual potential is considered, the possible valuation targets are described, the non-applicability of traditional economic valuations methods, based on accounting principles, are proved. The valuation procedures based on financial indexations as well as first-and-second generation procedures applied by leading overseas companies are pointed out and defined. The research fixes the challenges which are faced by managers in valuation of enterprises' intellectual potential. The author's solution of above-mentioned problems consists in standardization of indexations used in described models at the branch level.

Понятие «интеллектуальный потенциал предприятия» возникло сравнительно недавно. Исследование в этой области ведут: Л. Эдвинссон, Э. Брукинг, Т. Стюарт, А. Н. Козырев, Б. Б. Леонтьев, Л. Н. Давыденко и другие ученые. Несмотря на определенные различия в трактовке данной категории вышеперечисленными авторами, можно выделить общий подход, связывающий предлагаемые определения. *Интеллектуальный потенциал предприятия – совокупность интеллектуальных ресурсов, возможностей, которые могут быть использованы для создания конкурентных преимуществ на рынке, а также для увеличения стоимости активов предприятия.*

Анализ существующих подходов к оценке интеллектуального потенциала предприятия показал, что единого подхода нет. В настоящее время используются самые разные подходы, методы, показатели, причем как традиционные, так и новые, что затрудняет проведение адекватной оценки.

Интеллектуальный потенциал предприятия – основа будущего экономического роста. Его оценка помогает формировать долгосрочную стратегию организации в постоянно меняющейся внешней обстановке. Эта оценка может использоваться также как инструмент коммуникации, способствовать продвижению товаров на рынок, повышать инвестиционную привлекательность предприятия. Главная цель оценки интеллектуального потенциала – обеспечение устойчивого развития организации.

Традиционные методы, базирующиеся на принципах бухгалтерского учета, не всегда дают адекватную современным условиям оценку. Часто они вступают в противоречие с современной практикой. Так, традиционная бухгал-

терская практика трактует торговую марку как нематериальный актив, который по аналогии с материальным активом в процессе своего использования теряет свою стоимость и переносит ее частями на производимый продукт. Тем самым нематериальные активы учитываются по тем же правилам, что и материальные. В то же время на практике торговая марка в процессе эксплуатации не только не теряет своей стоимости, как материальные активы, но и, наоборот, часто ее наращивает.

Не соответствует реальному положению вещей и разделение общехозяйственных расходов на инвестиции и текущие затраты. Так, например, затраты на тренинги, на обучение персонала, на рекламу чаще всего интерпретируются как текущие затраты, в то время как они в большей степени приобретают природу долгосрочных инвестиций в интеллектуальный капитал.

Многие элементы совокупного капитала организаций вообще не находят отражения в бухгалтерских балансах, в том числе такие составляющие, как связи с потребителями, квалификация персонала, базы знаний, сетевые формы работы и др.

Более того, некоторые из явлений современной экономики вообще не поддаются учету с помощью традиционных методов, основанных на презумпции аддитивности всех величин. Так, в бухгалтерском учете предполагается, что затраты должны суммироваться, а общий результат разных затрат можно измерить их суммарной величиной. В то же время отдельные элементы интеллектуального потенциала предприятия не аддитивны, а поэтому для них неприменимы стандартные приемы бухучета.

Рассмотрим наиболее часто применяемые подходы к оценке интеллектуального потен-

циала предприятия. Начнем с методов первого поколения.

Метод рыночной капитализации представляет собой сопоставление рыночной стоимости акционерного капитала и текущей стоимости основных фондов (с учетом износа). Разница между двумя этими величинами с долей условности приближенно отражает стоимость нематериальных активов компании.

На достоверность и надежность подобного метода оценки влияет несколько факторов.

1. Рыночная стоимость нередко неадекватно реагирует на воздействие некоторых нерыночных факторов (судебных, административных, политических, социальных и т. д.).

2. В стоимость интеллектуального потенциала предприятия добавляется стоимость той доли нематериальных активов, которые составляют имущественные права (право на владение землей, природными ресурсами и другие) и приобретаются организацией при ее создании и в процессе роста материальных активов.

3. Происходит практически полное отождествление интеллектуального потенциала с нематериальными активами организации, поскольку не производится дифференцированной оценки человеческих ресурсов и потребительского капитала [1]. Представленный метод имеет высокую погрешность оценки, однако очень прост в расчете.

Для интегральной стоимостной оценки величины интеллектуального потенциала предприятия в экономической литературе, а также в практике работы зарубежных и отдельных отечественных фирм применяется *коэффициент Тобина*. Он предложил более надежный показатель измерения интеллектуального уровня компании, чем простая разница между рыночной капитализацией и остаточной стоимостью основных фондов. Коэффициент Тобина – отношение рыночной цены компании к цене замещения ее реальных активов (зданий, сооружений, оборудования и запасов). Высокое значение коэффициента и значительная величина интеллектуального потенциала предприятия отражают ценность вложений в технологию и человеческий капитал. В этом смысле коэффициент Тобина является показателем монопольной ренты, т. е. у компании есть нечто (интеллектуальный потенциал), что дает ей возможность получать более высокую прибыль по сравнению с другими организациями. Данный коэффициент довольно точно позволяет оценить интеллектуальный потенциал предприятия, к тому же он имеет низкую трудоемкость расчета. Этим объясняется такая популярность коэффициента Тобина.

Одним из вариантов подхода к оценке интеллектуального потенциала предприятия выступает известная *методика «Навигатор»* швед-

ской страховой компании Скандия, которая с 1994 проводит практическую работу по измерению интеллектуального потенциала [2]. Методика «Навигатор» представляет собой единый взгляд на деятельность предприятия и достигшие цели. «Навигатор» Скандия способствует целостному пониманию организации и процесса создания ценности по 5 приоритетным областям: финансовая составляющая, внимание на потребителя, концентрация на процессах, ориентация на обновление и развитие, человеческий капитал. По каждой из составляющих навигатора (в общем итоге выделяется около 30 ключевых индикаторов) компания рассматривает совокупность показателей, которые отражаются в ее ежегодных отчетах. В частности, индикаторы процесса развития (обновления) отражают нацеленность организации на обеспечение роста продаж новых продуктов, обучение персонала.

Таким образом, чтобы организация могла преумножать знания, необходимые ей для удовлетворения потребностей клиентов, целесообразно использовать такие показатели, как количество потребителей, их «возрастная» структура; продажи в расчете на одного клиента; затраты на привлечение новых покупателей; доля времени, потраченного сотрудниками на образование за год и т. д.

В методике «Навигатор» интеллектуальный потенциал предприятия представлен в виде арифметической суммы его элементов. Однако оценка отдельных составляющих интеллектуального потенциала имеет некоторые особенности. Так, интеллектуальный потенциал предприятия, сконцентрированный в умении и квалификации работников, как правило, прирастает со временем. Патенты, наоборот, довольно быстро теряют свою ценность, если они не материализованы в продуктах или вовремя не лицензированы. Потребительский капитал тоже имеет свойство быстро терять свою стоимость. Потребитель по тем или иным причинам может достаточно быстро переключиться на конкурента. Кроме того, в связи со сложностью рассматриваемых явлений необходимо учитывать взаимодействие элементов между собой и их неодинаковую роль в создании стоимости компании, так как нематериальные ресурсы имеют ценность только в комплексе, соответствующем определенной стратегии. Недостатки методики «Навигатор» заключается в том, что она, во-первых, позволяет со средней степенью достоверности рассчитать величину интеллектуального потенциала организации, а, во-вторых, довольно трудоемка [3].

Для оценки интеллектуального потенциала применяют также показатель *Economic Value Added (EVA)*. При его расчете происходит сравнение чистой прибыли компании от операционной деятельности после вычета налогов с

совокупной стоимостью капитала компании, включая стоимость ее акционерного капитала. Поэтому, если чистая прибыль компании от операционной деятельности после вычета налогов превышает совокупную стоимость ее капитала в какой-то отчетный период, это означает, что фирма имеет положительную добавленную стоимость в заданный период и увеличивает свою стоимость для акционеров. Если же EVA компании «отрицательная», это свидетельствует об уменьшении стоимости компании для акционеров и означает, что за отчетный период фирма не смогла покрыть всех своих издержек.

Показатель Economic Value Added оценивает интеллектуальный потенциал со средней степенью точности, но также достаточно сложен для расчетов: Economic Value Added состоит из 164 характеристик.

Несмотря на применяющийся математический аппарат при расчете показателя Economic Value Added, сердцевиной его оценки являются вовсе не финансы, а квалификация и инновационная способность специалистов, так как именно они представляют собой тот основной ценный ресурс, который имеется в распоряжении фирмы. Показатель EVA позволяет открыть потенциал, заложенный в способностях и квалификации персонала любой компании. Система управления, представляющая наибольшую информацию и мотивацию сотрудников и учитывающая вклад каждого в создание стоимости для акционеров, может давать значительные результаты [4].

Еще одна методика, разработанная консалтинговой фирмой *Ernst & Young «Measures that Matter»*, заключается в мониторинге восьми основных факторов, находящихся в зоне пристального внимания инвесторов на фондовом рынке: качество менеджмента; выпуск новых продуктов; уровень маркетинга; корпоративная культура; политика оплаты труда в отношении высококвалифицированных менеджеров; качество коммуникаций с инвесторами; качество продуктов и услуг; удовлетворение потребностей клиентов. Эти факторы, в свою очередь, разветвляются в 39 более детальных показателей. Они повышают интерес и внимание инвесторов к показателям, которые не отражены в стандартных финансовых документах, но отражают важные стороны деятельности фирмы и вместе с тем являются показателями интеллектуального потенциала. Представленная методика не обладает высокой трудоемкостью и позволяет оценить интеллектуальный потенциал со средней степенью точности.

К методам оценки интеллектуального потенциала предприятия второго поколения следует отнести: *индекс интеллектуального потенциала и рейтинг интеллектуального потенциала предприятия*.

Индекс интеллектуального потенциала представляет «новое поколение» методов оценки интеллектуального потенциала предприятия. Индекс интеллектуального потенциала – идентификация четырех основных категорий интеллектуального потенциала (отношения с клиентами; человеческий капитал; организационные активы; инновационный потенциал). Индекс объединяет несколько различных индикаторов в один показатель и связывает переменные в интеллектуальном потенциале с переменными на рынке. Он позволяет менеджерам понять влияние конкретной стратегии на интеллектуальный потенциал компании и сравнить две альтернативы, чтобы определить, какая предпочтительней. Объединение индикаторов предусматривает определение весов, чтобы гарантировать, что наиболее важные показатели адекватно представлены в индексе. Но поскольку отдельные организации используют различные показатели для оценки стоимости интеллектуального потенциала (и для создания индексов), сравнения абсолютных значений индекса становятся бессмысленными. Вместо этого можно сравнивать относительные изменения в индексе. Эти изменения отражают изменения в компонентах интеллектуального потенциала, которые являются признаком изменения будущего потенциального дохода компании.

Более сложным показателем, по сравнению с индексом интеллектуального потенциала, является рейтинг интеллектуального потенциала. Он имеет такую же структуру, что и индекс интеллектуального потенциала, но с учетом фактора риска. Отличием данных показателей является то, что они позволяют менеджерам не только отображать составляющие стоимости, но и концентрировать внимание на некоторых тенденциях, факторы, лежащие в основе ситуации, в том числе и особенно чувствительные к рискам.

Несмотря на то что вышеизложенные показатели имеют низкую трудоемкость расчета, они позволяют оценить интеллектуальный потенциал предприятия довольно точно, однако на их точность может повлиять субъективное мнение эксперта при определении весов индикаторов.

Пытаясь оценить интеллектуальный потенциал предприятия как в количественном отношении, так и с точки зрения эффективности управления им, менеджеры сталкиваются со следующими проблемами:

- в различных схемах оценки смешиваются факты, субъективные определения и мнения;
- методологическая и методическая база подходов к оценке управления знаниями является далеко несовершенной;
- часто набор показателей для измерения и оценки складывается произвольно, так как

смысл показателей должен отражать специфику деятельности компании, иначе нельзя раскрыть интеллектуальный потенциал предприятия.

В связи с этим довольно сложно выявить причинно-следственную связь между фактором, обуславливающим значение данного показателя, и его влиянием на создание интеллектуального потенциала предприятия. Нельзя не отметить тот факт, что собрать эти показатели в единый, который объединил бы несколько таких показателей, невозможно. Знания и эффект от их использования нельзя разложить на составляющие так, что бы сумма отдельных показателей была равна общей оценке всего интеллектуального потенциала организации. Складывать оценки отдельных элементов нельзя потому, что значения каждого показателя – это разнопорядковые величины, и результат сложения имеет тот же смысл, что и результат сложения выраженных в натуральных единицах сырья и готовой продукции. В этом показатели оценки интеллектуального потенциала предприятия проигрывают бухгалтерским показателям, порядок расчета которых известен всем (и составителям, и пользователям отчетности). Этот порядок одинаков для всех компаний, независимо от отрасли, вида деятельности и других особенностей. Это обеспечивает сопоставимость показателей в пространстве и во времени.

Ряд показателей из представленных моделей, безусловно, можно стандартизировать, однако, с учетом того факта, что показатели должны отражать специфику деятельности компании, стандартизировать их возможно лишь на уровне отрасли.

Изложенное выше позволяет заключить, что различные методы оценки интеллектуального потенциала предприятия не противоречат друг другу. Они имеют как достоинства, так и не-

достатки, но в то же время ни один из методов оценки не удовлетворяет сразу всем возможным целям оценки, в качестве которых выступают: контроль; оценка с целью поглощения, продажи предприятия; отчеты заинтересованным лицам; поддержка принятия управленческих решений; выявление скрытой стоимости. Следовательно, наиболее эффективна интеграция нескольких методов, в зависимости от ситуации, целей и возможностей организации.

В последнее время повышается интерес к проблеме оценки интеллектуального потенциала предприятия, что подтверждает целый ряд работ, затрагивающих эту тематику.

Литература

1. Просянкин, Д. Добавленная экономическая стоимость как способ снижения агентских издержек / Д. Просянкин // Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс]. – 2003. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/controllers/eva_agent.shtml. – Дата доступа: 10.08.2008.
2. Edvinsson, L. Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower / L. Edvinsson, M. S. Malone, N. Y. – Harper Business, 1997. – 240 p.
3. Козырев, А. Н. Интеллектуальный капитал: состояние проблемы / А. Н. Козырев // Кафедра менеджмента российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации [Электронный ресурс]. – 2007. – Режим доступа: <http://www.koism.rags.ru/publ/articles/27.php> – Дата доступа: 06.04.2008.
4. Просвирина, И. И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы / И. И. Просвирина // Финансовый менеджмент [Электронный ресурс]. – 2004. – Режим доступа: http://www.diplom.krsk.info/stFbuh_9.htm. – Дата доступа: 10.08.2008.