

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КОРПОРАЦИИ: СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА, СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ И МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ

.....

В. В. Ермоленко, Е. Д. Попова¹

В статье анализируется эволюция содержания понятия «интеллектуальный капитал», его структуры и стратегии развития. Интеллектуальный капитал исследуется как система. Предлагается рабочее определение интеллектуального капитала, базовые стратегии развития в соответствии с выделенными императивами экономики знаний. Рассматривается модель управления интеллектуальным капиталом.
Ключевые слова: интеллектуальный капитал, модель управления, базовые стратегии, экономика знаний

The article analyses the evolution of the notion of «intellectual capital», its structure and strategy development. Intellectual capital is considered a system. A working definition of intellectual capital and the basic development strategy in compliance with the selected imperatives knowledge economy is discussed in the article. Model of intellectual capital management is considered.

Key words: intellectual capital, management model, the basic strategy, knowledge economy

Эффективность функционирования корпоративного предприятия в значительной степени определяется его инновационным уровнем, который напрямую связан с качеством интеллектуального капитала как одного из важных стратегических факторов экономического роста. Основной проблемой в любой корпорации является формирование точек роста и развития на факторах иного, нематериального, порядка. К таким точкам В.С. Катькало [7] относит создание и развитие собственных, трудно копируемых другими фирмами организационных компетенций и ресурсов (интеллектуального капитала), особенно способности генерировать новые знания, а также развитие уникальности

¹ Ермоленко Владимир Валентинович, заведующий кафедрой общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов Кубанского государственного университета, кандидат технических наук, доцент. Эл. почта: Oleda93@gmail.com

Попова Екатерина Дмитриевна, студентка магистерской программы «Стратегический и оперативный контроллинг в менеджменте организации». Эл. почта: Ekaterina-KGU@mail.ru.

компании как основы предложения ею потребителям неповторимых товаров и услуг. Поэтому чрезвычайно актуальна разработка не только механизмов и институтов воспроизводства интеллектуального капитала на уровне предприятия, но и механизмов его включения в процесс создания стоимости и новой ценности.

В настоящее время исследователи уделяют большое внимание анализу сущности понятия «интеллектуальный капитал». Это объясняется тем, что интеллектуальный капитал – качественно новая форма капитала, необходимая для создания конкретных полезностей (интеллектуального продукта, услуг) и требуемого дохода [12].

В связи с этим сложилось достаточно большое количество трактовок понятия интеллектуального капитала. Определения сущности интеллектуального капитала, сформулированные исследователями в разное время, представлены в таблице.

Анализ показывает, что данное понятие многогранно и многоаспектно. Многие отечественные и зарубежные исследователи и практики дают лишь общую формулировку. Это сохраняет неопределенность и делает проблему управления интеллектуальным капиталом в корпорации неразрешимой. Формирование базовых стратегий развития и модели управления интеллектуальным капиталом в корпорации актуализирует более строгое определение не только его сущности, но и структуры.

Поэтому авторами предлагается принять в качестве рабочего следующее определение с возможностью его последующего уточнения.

Интеллектуальный капитал — это взаимосвязь знаний, опыта и ключевых компетенций персонала корпорации, отношений корпорации с партнерами и клиентами, которая обеспечивает создание добавочной стоимости и уникальных конкурентных преимуществ корпорации на выбранном сегменте рынка.

Отметим, что ценность интеллектуального капитала возрастает, если он воплощается в товарах, услугах и бизнес-процессах. Сам по себе интеллектуальный капитал, не соединенный с другими капиталами (финансовым, материальным), не дает того важного результата, который возможен в инновационной экономике. Доля интеллектуального капитала в изделиях больше по сравнению с финансовым и материальным. Его особенность состоит в том, что он дает значимый результат, только соединяясь и оплодотворяя другие капиталы новыми знаниями, компетенциями, ноу-хау. Важнейшее свойство интеллектуального капитала состоит в его активности, в его «энергетике», в способности соединять все возможности, все ресурсы (капиталы). Активность интеллектуального капитала проявляется в задающей и генерирующей роли. Поэтому реализованный в корпоративном предприятии интеллектуальный капитал —

Подходы к трактовке понятия «интеллектуальный капитал»

Автор, год публикации	Формулировка понятия
1	2
Дж. К. Гэлбрейт, 1969 [19]	Интеллектуальная деятельность
В. Л. Иноземцев, 1995 [6]	«Коллективный мозг», аккумулирующий научные и обыденные знания работников, интеллектуальную собственность и накопленный опыт, общение и информационную структуру, информационные сети, имидж фирмы
С. Алберт, К. Бредли, 1996 [18]	Процесс превращения знаний и неосязаемых активов в полезные ресурсы, которые дают конкурентные преимущества индивидуумам, фирмам и нациям
Г. Сент-Ондрж, 1996 [21]	Человеческий капитал, потребительский капитал и структурный капитал
В. Титков, 2001 [16]	Знания, имеющие потенциальную ценность, т. е. идеи, и люди — специалисты, которые их создают. Интеллектуальный капитал не имеет реальной ценности, пока он соответствующим образом не учтен и не защищен в правовом отношении
Э. Брукинг, 2001 [2]	Совокупность нематериальных активов, которые могут быть использованы для создания стоимости и без которых компания не может существовать и развивать конкурентные преимущества
Дж. Даум, 2002 [20]	Основанные на связях структурированные знания и способности, обладающие потенциалом развития и создания стоимости
Б. Б. Леонтьев, 2002 [9]	Стоимость совокупности имеющихся в организационно-интеллектуальных активов, включая интеллектуальную собственность, его природные и приобретенные интеллектуальные способности и навыки персонала, а также накопленные базы знаний и полезные отношения с другими субъектами
А. Н. Козырев, В. Л. Макаров, 2003 [8]	Понятие интеллектуального капитала шире, чем более привычные понятия нематериальных активов и интеллектуальной собственности, и нигде в мире не регламентируется законодательными актами
Л. Мельник, 2004 [10]	Умственные способности людей в совокупности с созданными ими материальными и нематериальными средствами, которые используются в процессе интеллектуальной работы
И. И. Просвирина, 2004 [13]	Активы компании, которые представляют собой совокупность знаний ее персонала и результат воплощения этих знаний в других неосязаемых активах: внутрифирменных структурах, клиентском капитале и др.

Автор, год публикации	Формулировка понятия
1	2
А. Эдвинссон, 2005 [17]	Особое соединение человеческого капитала (реальные и потенциальные интеллектуальные способности, а также соответствующие практические навыки работников компании) и структурного капитала (составляющие капитала компании, задаваемые такими специфическими факторами, как: связи с потребителями, бизнес-процессы, БД, бренды и ИТ-системы). Это способность трансформировать знания и нематериальные активы в факторы (ресурсы), которые создают богатство (и соответствующую стоимость) за счёт особого эффекта от «умножения» человеческого капитала на структурный
В. Н. Голубкин, 2005 [5]	Нематериальные (или неосязаемые) активы, которые не указываются в финансовых документах компании, но могут быть кодифицированы, оценены и управляются компанией
В. В. Багов, Е. Н. Селезнев, В. С. Ступаков, 2006 [1]	Обозначение творческих возможностей организации по созданию и реализации интеллектуальной и инновационной продукции
Й. Руус, С. Пайк, А. Фернстрём, 2007 [14]	Интеллектуальный инструментарий организации, определяющий ее творческие возможности по созданию и реализации интеллектуальной и инновационной продукции, который имеет три составляющие: кадровый капитал; интеллектуальную собственность; маркетинговые активы
Т. Стюарт, 2007 [15]	Интеллектуальный материал, включающий в себя знания, опыт, информацию, интеллектуальную собственность и участвующий в создании ценностей. Это коллективная умственная энергия
А. А. Гапоненко, Т. М. Орлова, 2008 [3]	Совокупность знаний, информации, опыта, квалификации и мотивации персонала, организационных возможностей, каналов и технологий коммуникации, способная создавать добавленную стоимость и обеспечивающая конкурентные преимущества коммерческой организации на рынке
Б. З. Мильнер, 2009 [11]	Явные и неявные знания, навыки, принадлежащие как компании, так и отдельным лицам, а также структурные и культурные элементы организации

это накопленный рыночный, структурный, социальный, процессный и другие капиталы. Последние указанные капиталы — результат включения интеллектуального капитала в корпоративный управленческий и бизнес-процессы. Данные типы капиталов остаются недоразвитыми без участия интеллектуального капитала в их формировании.

Носителем интеллектуального капитала может быть только человеческий капитал, или, по меткому выражению С. Супрун, интеллектуальный человеческий капитал. Сегодня интеллектуальный капитал сосредоточен только в человеке. А потом уже при участии человека может храниться в базах данных, базах знаний, или в интеллектуальных информационных системах. Но это продукт прежде всего интеллектуального человеческого капитала.

Структуру интеллектуального капитала можно рассматривать с различных точек зрения.

В конце 1980-х гг. К. Свейби разработал развернутую структуру интеллектуального капитала, отождествляя его с нематериальными активами. Он различает три основных компонента интеллектуального капитала:

1) индивидуальную компетентность — способность людей действовать в различных ситуациях, включающую умения, образование, опыт, ценностные установки, социальные навыки;

2) внутреннюю структуру предприятия — то, что создано работниками предприятия и является его собственностью: технологии, управленческую и информационную системы, а также организационную культуру;

3) внешнюю структуру предприятия, которая состоит из связей с заказчиками, поставщиками и конкурентами, включая торговые марки и имидж предприятия [22].

К. Свейби предложил использовать систему количественных показателей для оценки каждого компонента интеллектуального капитала, однако такой подход тоже столкнулся с рядом трудностей. Проблема в том, что смысл показателей должен отражать специфику деятельности корпорации, иначе интеллектуальный капитал нельзя раскрыть. Поэтому полная стандартизация в данном случае невозможна. В интеллектуальном капитале можно выделить общую часть и особенную.

В работе Л. Эдвинссона [17] описана следующая структура интеллектуального капитала, включающая в себя два компонента:

1) человеческий капитал — компетенции и опыт сотрудников компании, которые утрачиваются с уходом сотрудника;

2) структурный капитал, принадлежащий всей компании, хотя является продуктом деятельности ее сотрудников: ценность отношений с клиентами (клиентский капитал), ценность продуктов интеллектуальной собственности (идеи, патенты, лицензии и т. п.) (инновационный капитал), а также ценность инфраструктуры компании (процессный капитал).

Значимость данного подхода состоит в достаточно четком разделении понятий человеческого и структурного капитала и развернутом определении их содержания. В представленной модели наиболее важен эффект умножения

данных компонентов, который Л. Эдвинссон называет «критически важным элементом перспективы» [17, с. 121].

Вместе с тем необходимо учитывать взаимодействие элементов между собой и их неодинаковую роль в создании стоимости компании. Л. Эдвинссон в своей трактовке структурного капитала объединяет две разнородные его составляющие: внутренние элементы — структуру организации, торговые марки, патенты; элементы связанные с внешней средой — отношения с клиентами. При этом ученый особо выделяет организационный капитал как важный компонент структурного капитала, однако клиентский капитал, по мнению автора, учтён недостаточно. Одним из недостатков данного подхода также можно считать отсутствие учёта синергетических эффектов, возникающих при действенном взаимодействии компонентов интеллектуального капитала.

Т. Стюарт выделил три составляющих интеллектуального капитала: человеческий, структурный, потребительский.

Стюарт подчеркивает важность оптимального баланса между всеми элементами интеллектуального капитала, поскольку чрезмерное развитие отдельных компонентов может привести не к росту производительности, а, напротив, к ее снижению.

Подход Т. Стюарта представляется более подробным и в большей степени адекватным условиям рыночной экономики по сравнению с предыдущим подходом.

Британский исследователь интеллектуального капитала Э. Брукинг выделяет в нем четыре составные части:

1) рыночные активы — это тот потенциал, который обеспечивается нематериальными активами, связанными с рыночными операциями (марки товаров, покупательская приверженность, корпоративное имя, портфель заказов и т. д.);

2) интеллектуальную собственность как актив — узаконенный инструмент для защиты различных корпоративных активов (ноу-хау, патенты, авторские права, производственные и торговые секреты и т. п.);

3) человеческие активы — совокупность коллективных знаний сотрудников предприятия, их творческих способностей, управленческих, руководящих и предпринимательских качеств, поведения в различных ситуациях;

4) инфраструктурные активы — технологии, методы и процессы, делающие возможной работу предприятия (корпоративная культура, методы оценки риска, финансовая структура, базы данных и пр.) [2].

Приведенная классификация интеллектуального капитала несколько отличается от первых трёх подходов, что проявляется в следующем:

– во-первых, чётко разделены активы, имеющие ярко выраженную рыночную ориентацию (марки товаров, каналы распределения и т. п.), и активы, яв-

ляющиеся результатом высококвалифицированного интеллектуального труда (интеллектуальная собственность);

– во-вторых, дается более полный перечень элементов интеллектуального капитала.

– в-третьих, сдвиг акцента с человека как производителя знаний на обобщенный их учёт в рамках категории «нематериальные активы».

Подобная классификация хорошо подходит для корпорации, производящей сложную продукцию на конкурентном рынке.

В. П. Багов, Э. Н. Селезнев, В. С. Ступаков выделяют две тесно взаимодействующие части интеллектуального капитала: кадровый капитал и интеллектуальную собственность [1].

Й. Руус, С. Пайк и Л. Фернстрем рассматривают интеллектуальный капитал как часть ресурсного портфеля компании [14]. Они представили взаимодействие компонентов интеллектуального капитала в виде ресурсного дерева, представленного на рис. 1.

Под отношенческим капиталом понимаются отношения, которые существуют у компании с организациями вне её самой и влияют на способность создавать ценность.

Организационный капитал — это ресурсы, которые организация создала или приобрела и которыми владеет на законных основаниях, но эти ресурсы не являются по своей природе материальными.

Человеческий капитал — ресурсы, воплощенные в конкретных людях, работающих в организации или связанных с ней таким образом, что организация получает возможность использовать эти ресурсы.

Можно сделать вывод, что различные модели интеллектуального капитала представляют собой обобщение практики управления факторами стоимости на конкретных предприятиях. Однако между рассмотренными подходами не существует принципиальных отличий, поскольку в большинстве случаев рассматриваются идентичные составляющие интеллектуального капитала: человеческий, организационный и клиентский, независимо от того, как они трактуются, группируются и детализируются авторами.

Суммируя существующие подходы к определению структуры интеллектуального капитала, можно дать характеристику его элементов, представленных на рис. 2.

Человеческий капитал представляет собой знания, опыт и способности конкретных физических лиц как единую экономическую ценность данного объекта бизнеса. Этот капитал неотчуждаем от его обладателей. Для того чтобы человеческий капитал заработал, необходимо не только движение знаний, но и управление ими, коллективная работа и, следовательно, соответствующая



Рис. 1. Декомпозиция интеллектуальных ресурсов [14]

организация, структура которой включала бы исследовательские лаборатории, базы знаний и базы данных, маркетинг и товаропроводящие сети, центры доведения исследований и разработок до конкретных ноу-хау широкого применения.

Структурный капитал — все, что остается в корпорации, связанное с интеллектуальным потенциалом, после ухода персонала с работы домой. Это интеллектуальная собственность, информационные системы, инструкции, положения, стандарты, награды, грамоты, призы, которые получила корпорация. Также сюда относятся стратегия и культура корпорации, структуры и системы, организационные процедуры и т. п.

Клиентский капитал — система капитальных, надежных долгосрочных доверительных и взаимовыгодных отношений корпорации со своими клиентами, покупателями. Сюда относятся бренды, фирменное наименование, каналы сбыта, лицензионные и другие договоры, наличие своих людей (insiders) в ор-

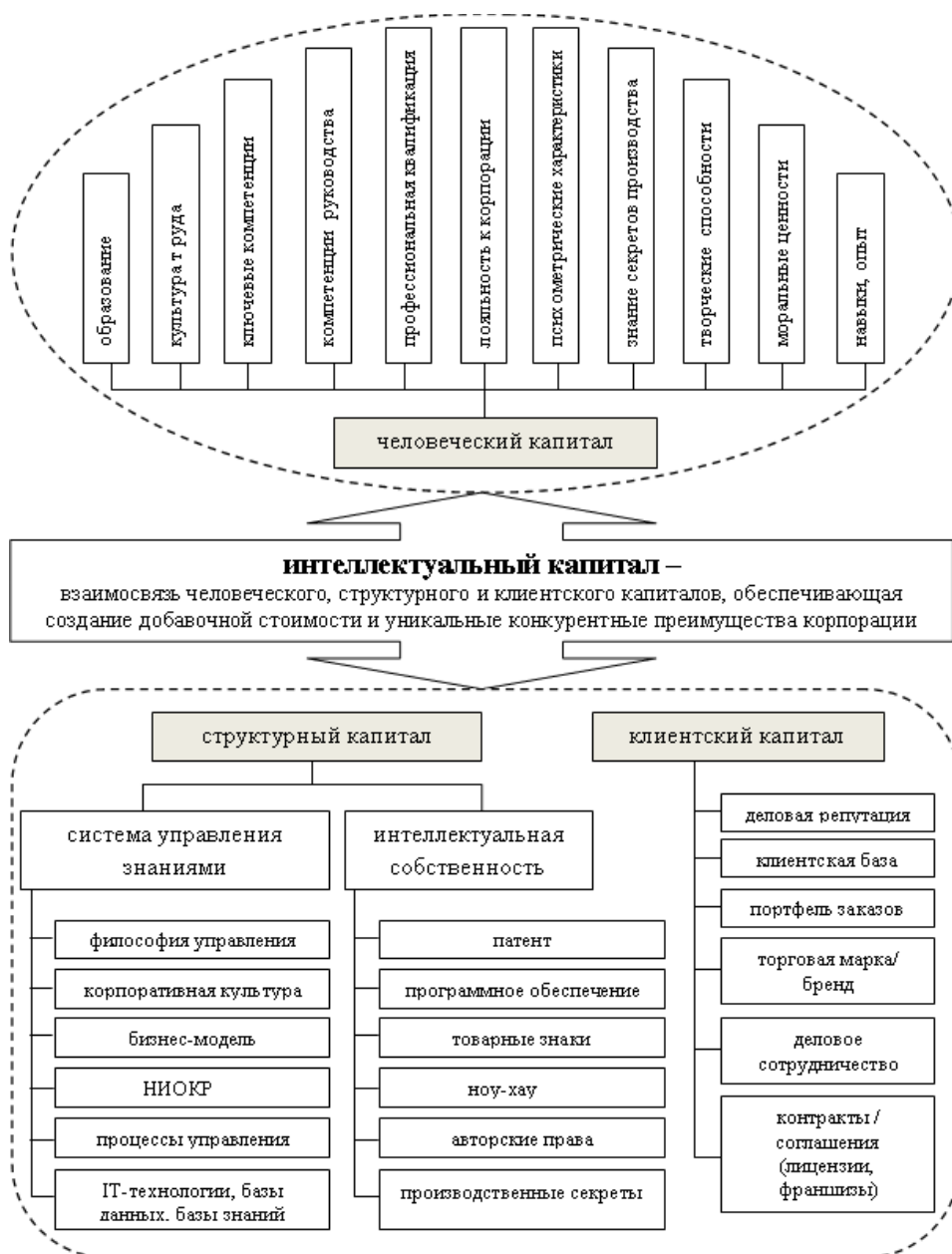


Рис. 2. Структура интеллектуального капитала корпорации

ганизациях-партнерах/клиентах, наличие постоянных покупателей, повторные контракты с клиентами.

Нужно отметить, что интеллектуальный капитал не складывается из отдельных частей: человеческого, структурного и клиентского, он создается в результате их взаимодействия. Знания и способности работников корпорации (человеческий капитал) воплощаются в организационные процессы и связи с партнерами (структурный капитал), которые, в свою очередь, создают базу для устойчивых и продолжительных отношений с клиентами (клиентский капитал). Сотрудничество с клиентами и партнерами помогает накапливать опыт, развивать знания и способности работников, создавать базы данных и т.д. Таким образом, в корпорации происходит круговое движение частей интеллектуального капитала: от человеческого до клиентского и наоборот. Однако в процессе взаимодействия составляющих интеллектуального капитала можно получить положительный эффект, не соответствующий приложенным усилиям. Поэтому для успешного формирования интеллектуального капитала корпорации необходимо эффективное взаимодействие, взаимопроникновение различных видов интеллектуального капитала, создание при этом синергетического эффекта. В частности, только при перекрестном влиянии одних частей интеллектуального капитала на другие осуществляется перенос и закрепление знаний из сферы взаимодействия с внешними контрагентами во внутрикорпоративные системы с целью дальнейшего использования сотрудниками.

Важно иметь в виду, что эффективность и ценность интеллектуального капитала определяются и самовозрастают только в *контексте конкретной стратегии развития корпорации*. Наиболее успешно интеллектуальный капитал может развиваться в русле целенаправленной деятельности по созданию новой продукции или услуги и организационно-структурных мероприятий для освоения новых ниш на товарных рынках. Развитие зависит от того, насколько масштабно корпорация способна для этого организовать исследования и разработки, сконцентрировать необходимые интеллектуальные, материальные и финансовые ресурсы.

В соответствии со структурой интеллектуального капитала корпорации, включающей в себя человеческий, организационный и клиентский капитал, А. Л. Гапоненко выделил семь стратегий управления интеллектуальным капиталом [4]. Интерес представляет предложенная им седьмая стратегия движения знаний одновременно между всеми видами интеллектуального капитала: человеческого, структурного и клиентского.

По мнению авторов статьи, главная задача при формировании стратегии управления интеллектуальным капиталом состоит не просто в его накоплении, а в превращении его в уникальные и трудно копируемые на рынке активы корпорации. Всё чаще уникальные знания и компетенции сотрудников, брен-

ды, технологические ноу-хау, создание новой модели бизнеса и другие нематериальные активы корпорации оказываются залогом отличительных преимуществ в соперничестве с многочисленными конкурентами.

В соответствии с императивами экономики знаний предлагаются следующие базовые модели стратегий управления интеллектуальным капиталом корпоративного предприятия:

- стратегия концентрации клиентского капитала, ориентированная на монополизацию внешней среды и расширенное воспроизводство механизмов вертикальной интеграции и вертикали власти корпоративного предприятия;
- стратегия трансформации структурного капитала, нацеленная на реорганизацию внутренней среды в соответствии с императивами развития рынков; стратегия предполагает проведение мониторинга и выявление господствующих тенденций на целевом сегменте, а также формирование способности улавливать слабые сигналы среды и различных механизмов адаптации корпорации к рынку;
- стратегия социальной диверсификации, направленная на расширение базы социальных коммуникаций и использование их ресурсов в целях деюрократизации процесса управления корпоративным предприятием; эта стратегия может возобладать в двух крайних случаях, когда социальная подсистема обладает значительным невостребованным человеческим и социальным потенциалом.

К. Свейби обосновал важность для предприятия при разработке и реализации стратегии управления знаниями считать центром сосредоточения внимания и усилий не информационные технологии, а людей, иначе под конец проекта не останется никакой стратегии.. Данное уточнение соответствует классическому пониманию сути стратегического управления, в основе которого лежит человек.

Перечисленные стратегии учитывают все составляющие интеллектуального капитала, их взаимодействия и взаимопроникновения друг в друга.

Для эффективного управления интеллектуальным капиталом корпорации необходим комплексный подход, связанный с управлением всеми видами нематериальных активов. Современный высокотехнологичный бизнес эффективен, если его менеджмент управляет всеми тремя капиталами: материальным, финансовым и интеллектуальным. Поэтому необходима интеграция управления интеллектуальным капиталом в общую систему управления корпорации. Только построение полнофункциональной системы оценки и управления интеллектуальным капиталом приведет к максимизации ценности и жизнеспособности корпорации. Поскольку все корпорации имеют бизнес-модели, значительно отличающиеся друг от друга, не существует единой системы управления интеллектуальным капиталом.

В заключение отметим, что специфика интеллектуального капитала корпорации определяет вектор её успешного стратегического развития. Сложившаяся структура интеллектуального капитала, состоящая из трех основных элементов — человеческого, структурного и клиентского капитала, постоянно требует новых подходов и более точного учета нематериальных факторов роста стоимости. Следует подчеркнуть, что только в совокупности и во взаимодействии компоненты интеллектуального капитала могут способствовать созданию системы устойчивых конкурентных преимуществ компании.

В целях повышения стоимости и достижения устойчивых конкурентных преимуществ корпорация должна быть ориентирована на эффективное управление своими уникальными ключевыми компетенциями и динамическими способностями.

Библиографический список

1. *Багов В.П., Селезнев Е.Н., Ступаков В.С.* Управление интеллектуальным капиталом: учебное пособие. М.: ВБ «Камерон», 2006.
2. *Брукинг Э.* Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии. СПб.: Питер, 2001.
3. *Гапоненко А.А., Орлова Т.М.* Управление знаниями. Как превратить знания в капитал. М.: Эксмо, 2008.
4. *Гапоненко А.А.* Управление знаниями. М.: ИПК госслужбы, 2001.
5. *Голубкин В.Н., Клеева А.П., Патока А.В.* Интеллектуальный капитал в эпоху глобализации мировой экономики. URL: http://www.ou-link.ru/pub/business_obraz_1_18.htm
6. *Иноземцев В.А.* К теории постэкономической общественной формации. М.: Academia, 1995.
7. *Катькало В.С.* Организационные факторы конкурентных преимуществ фирм // Персонал-Микс. 2003. № 11.
8. *Козырев А.Н., Макаров В.А.* Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003.
9. *Леонтьев Б.Б.* Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. М.: Акционер, 2002.
10. *Мельник Л.Г., Ильяшенко С.Н., Касьяненко В.А.* Экономика информации и информационные системы предприятия: учеб. пособие. Сумы: Университетская книга, 2004.
11. *Мильнер Б.З.* Управление знаниями в инновационной экономике: учебник. М.: Экономика, 2009.
12. *Пронина И.В.* Интеллектуальный капитал: сущность, структура, функции. URL: http://www.analiculturolog.ru/archive/item/487-article_20.html
13. *Просвирина И.И.* Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы // Финансовый менеджмент. 2004. № 4.

14. Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. Интеллектуальный капитал: практика управления. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2008.
15. Стюарт Т.А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций. М.: Поколение, 2007.
16. Титков В. Человеческий капитал малого бизнеса // Бизнес для всех. 2001. 6 июня.
17. Эдвинссон Л. Корпоративная долгота: Навигация в экономике, основанная на знаниях. М.: ИНФРА-М, 2005.
18. Albert S., Bradley K. The Impact of Intellectual Capital // Open University Business School Working Paper. 1996. № 15.
19. Bontis N. Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models? // Paper presented at ASAC, 17th Annual McMaster Business Conference, Managing Intellectual Capital and Innovation. Hamilton, Canada, 1996.
20. Daum J.H. Intangible Assets. Bonn: Galileo Press GmbH, 2002.
21. Saint-Onge H. Tacit knowledge: the key to the strategic alignment of intellectual capital? // Strategy and Leadership. March-April, 1996.
22. Sveiby K.-E. The Intangible Assets Monitor. 1996, 1997, 2001. URL: <http://www.sveiby.com/articles/CompanyMonitor.html>