

# Капитал интеллекта

о сущности и структуре  
интеллектуального капитала

## Аннотация

Приведен обзор теоретических предпосылок и основ появления теории интеллектуального капитала, показана его экономическая сущность. Проведен анализ подходов к определению понятия «интеллектуальный капитал». Выявлены отличия нематериальных активов, деловой репутации и интеллектуального капитала.

**Ключевые слова:** экономика знаний, интеллектуальный капитал, нематериальные активы, деловая репутация

Большинство подходов к определению интеллектуального капитала (ИК) объединяет понимание сути управления знаниями как превращения индивидуального знания в организационное (знание организации) и извлечения экономической выгоды из знаний как стратегических активов.

Известно, что современный подход к изучению стратегических аспектов управления знаниями начал складываться во второй половине 1980-х годов благодаря работам Д. Тиса, выдвинувшего концепцию стратегий извлечения прибылей из технологических инноваций и С. Уинтера, предложившего рассматривать знания и компетенции фирмы как стратегические активы.

Другим отличительным для теорий управления знаниями является понятие «распределенное знание» (distributed knowledge), возникшее в середине 1990-х годов и означающее знание, которым не обладает никто индивидуально, но которое принадлежит группе взаимодействующих агентов и которое некоторым образом возникает путем агрегирования (возможно, неявных) элементов знаний отдельных агентов и может быть мобилизовано для продуктивного использования.

**Ковылин  
Денис Михайлович**  
аспирант,  
факультет управления,  
м.н.с., научный  
отдел, Сургутский  
государственный  
университет  
ХМАО – Югры

В современной управленческой литературе сложилось общее видение того, что распределенное знание имеет возрастающее значение в экономике, основанной на инновациях и знаниях.

### ***Немного об истории термина «интеллектуальный капитал»***

Термин «ИК» впервые использовал Дж. Гэлбрейт в письме к М. Калецки в 1969 г. Широкое распространение этого термина относится к первой половине 1990-х гг. В 1993 г. шведская страховая компания Scandia опубликовала в годовом отчете данные о принадлежащем ей ИК, а решающую роль в популяризации этого термина сыграла статья Т. Стюарта «Интеллектуальный капитал — главное богатство Вашей компании», опубликованная в журнале «Форчун».

Дальнейшее исследование сущности и структуры ИК связывается с именами П. Салливана, А. Прусак, Д. Тиса, К. Свейби, П. Друкера, Т. Фортьюна, А. Эдвинссона и др. Так, С. Фортюн под интеллектуальными факторами понимает сумму всех знаний сотрудников, дающих преимущества данной компании на рынке, Л. Эдвинссон и П. Салливан — знания, которые могут быть превращены в стоимость, А. Прусак — интеллектуальный материал фирмы, который формализован и вобран воедино, чтобы воплотиться в активах фирмы.

В.Л. Иноземцев определяет ИК, как «коллективный мозг», аккумулирующий научные и обыденные знания работников, интеллектуальную собственность и накопленный опыт, общение и информационную структуру, информационные сети и имидж фирмы. [2]

В.С. Ефремов считает, что ИК — это знания, которыми располагает организация, выраженные в ясной, недвусмысленной и легко передаваемой форме. [3]

Б.Б. Леонтьев под ИК предприятия рассматривает стоимость совокупности имеющихся у него 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.

Одна из основных функций ИК, по мнению Б.Б. Леонтьева, «существенно ускорять прирост массы прибыли за счет формирования и реализа-

ции необходимых предприятию систем знаний, вещей и отношений, которые, в свою очередь, обеспечивают его высокоэффективную хозяйственную деятельность». [4]

### **Нематериальные или неосязаемые активы?**

По поводу соотношения понятий «ИК» и «нематериальные активы» нет устоявшегося мнения, что приводит к различным трактовкам. Так термин «ИК» используется в основном менеджерами, а «нематериальные активы» – профессиональными оценщиками и бухгалтерами, при этом в эти термины вкладывается разное содержание.

В переводе на русский язык западной литературы нематериальные активы зачастую отождествляют с неосязаемыми. Однако только определенное (строго оговоренное) подмножество из совокупности неосязаемых активов может быть выделено в специфическую группу объектов «нематериальные активы» (далее – НМА).

Взаимоотношения между терминами «ИК» и «неосязаемые активы» устанавливает также определение, предложенное Организацией Экономического Сотрудничества и Развития (ОЭСР) в 1999 г., на конференции по ИК: «ИК – это экономическая ценность двух категорий неосязаемого имущества компании: организационного (структурного) капитала и человеческого капитала». Следовательно, ИК необходимо рассматривать как часть, а не синоним неосязаемых активов.

Но не все элементы ИК можно отнести к НМА. Так знания, навыки, профессиональные качества сотрудников не могут быть отделены от своих носителей и стать объектом исключительных имущественных прав, не все технологии и методы работы можно запатентовать и лицензировать. К НМА также не относятся: не давшие положительного результата научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы. Важным условием отнесения приобретенного объекта к НМА является то, что он должен использоваться в производстве продукции или для управленческих нужд организации больше 12 месяцев (ст. 257 НК РФ).

Одновременно для признания объекта НМА должны быть соблюдены еще и следующие условия:

**термин «ИК»  
используется  
в основном  
менеджерами,  
а «нематериальные  
активы» –  
профессиональными  
оценщиками  
и бухгалтерами**

актив должен быть способен приносить доход и его существование должно быть подтверждено документально.

По российским стандартам к НМА не относятся списки клиентов, доля рынка, права на сбыт, лояльность клиентов, которые входят в состав потребительского капитала организации. Расходы на обучение и подготовку персонала также по российским стандартам не относятся к НМА, так как отсутствует возможность идентификации от другого имущества (МСФО относит эти затраты к НМА, но только если существуют юридические гарантии, закрепляющие работников за организацией). МСФО не относит к НМА торговую марку компании, так как считается, что затраты на ее создание неотделимы от затрат на развитие организации в целом. Как видим, права на объекты интеллектуальной собственности составляют только часть идентифицируемых нематериальных активов. Это наиболее значительная часть таких активов, но далеко не все.

Существенное отличие ИК от НМА заключается в том, что активы подразумевают сугубо стоимостную оценку, а к ИК, как к экономической категории, применимы и другие измерители. Всего их насчитывается (по Свейби) более 25.

Нематериальные активы представляют собой зафиксированную на физическом носителе информацию или новые знания, обладают оборотоспособностью. Это ценности организации, имеющие стоимостное выражение и не являющиеся физическими объектами. Это такие специфические знания, на которые организация в основном имеет права собственности или способна ограничить их распространение.

Главная характеристика нематериальных активов – это не их физическая природа, а их роль в экономической деятельности. Будучи нематериальными факторами производства и труда, НМА являются формой материализации ИК организации. При невысокой балансовой стоимости НМА имеют значительную рыночную стоимость и оказывают существенное влияние на прибыль организации.

### ***Деловая репутация***

Более пристального внимания, на наш взгляд, заслуживает вопрос о соотношении понятий ИК и деловой репутации (гудвилла), т.к. возникновение ИК

***не все элементы интеллектуального капитала можно отнести к нематериальным активам***

**для признания  
объекта НМА должны  
быть соблюдены  
следующие условия:  
актив должен быть  
способен приносить  
доход и он должен  
быть подтвержден  
документально**

связано с попыткой экономистов объяснить растущую разницу между рыночной и балансовой стоимостью активов компании.

В экономической литературе под гудвиллом понимается совокупность неосязаемых активов, наличие которых обеспечивает фирме конкурентные преимущества и вследствие этого дополнительный доход. Перечень таких активов широк: научные или технические знания, новые процессы или системы, фирменное наименование, компетенция персонала, благоприятные контракты, лояльность клиентов, организация управления, системы качества, базы данных, доля рынка, права на сбыт и др. Сегодня в русском переводе эта разница названа *деловой репутацией*.

Однако не все неосязаемые активы компании могут считаться воплощенным знанием. Природные факторы и благоприятные обстоятельства также могут создавать для компании актив. Так, удачное географическое расположение, внезапно возникшая мода на производимый продукт, монопольные преимущества или неожиданное разорение конкурента - все это создает такой актив, как предпочтения клиентов, обращающих свою покупательную способность на компанию независимо от прилагаемых ею интеллектуальных усилий.

Приняв во внимание эти аргументы можно считать, что существуют неосязаемые активы, которые не создаются интеллектуальными усилиями. Поэтому интеллектуальными активами могут назваться лишь активы, связанные со знаниями, воплощенными в результатах мыслительной деятельности (организационных структурах, интеллектуальной собственности, клиентах и т.д.) и именно они в большинстве случаев, формируют деловую репутацию компании. Согласно ПБУ 14/2007 в составе нематериальных активов учитывается деловая репутация, возникшая в связи с приобретением предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части). Однако на практике повышенный спрос на продукцию компании создается группой факторов, стоимостное выражение которых не подлежит отражению в бухгалтерском учете, и которые непосредственно ею не контролируются, например, репутация и профессиональные качества ведущих менеджеров, деловые связи.

Важно отметить, что МСФО рассматривают деловую репутацию в качестве двух самостоятельных категорий - это *внутренне созданная деловая репутация* (вопросам ее идентификации посвящен МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы») и *деловая репутация, возникающая при объединении предприятий* (рассматривается в МСФО (IFRS) 3 «Объединение предприятий»). Однако самое главное отличие в признании деловой репутации, согласно российским и международным нормам, состоит в том, что первые считают ее частью нематериальных активов, вторые же, напротив, не признают ее в качестве таковых. [5] Разница между рыночной и балансовой стоимостью организации выступает в качестве коммерческого эффекта от использования знаний, т.е. обусловлена наличием в организации ИК. Соответственно, ИК выступает содержанием гудвилла и объясняет его структуру, но не совпадает с ним, так как на расчет гудвилла оказывает влияние балансовая оценка материальных активов, тогда как интеллектуальный капитал бизнеса должен определяться независимо от них.

### ***О некоторых подходах к структуре интеллектуального капитала***

Многими учеными признается тот факт, что ИК является важнейшей категорией современной экономики, охватывая всю материальную и финансовую структуру экономики. Но, несмотря на это, проблема определения его сущности еще недостаточно изучена. Даже после анализа взглядов многих исследователей, дать четкое и универсальное определение ИК крайне сложно, поскольку содержание данного понятия меняется, по мере развития общества, рыночных отношений, законодательства.

Согласно Л. Эдвинссону, ИК можно рассматривать как творческую совокупность человеческого капитала и его производных.

*Человеческий капитал* в данном случае рассматривается как компетенция и способности персонала компании. Эта часть ИК покидает компанию вместе с работниками после окончания рабочего дня.

*Структурный капитал* — это то, что остается в компании после окончания рабочего дня и ухода работников. Он делится на клиентский и организационный капитал.

***МСФО не относит к НМА торговую марку компании, так как считается, что затраты на ее создание неотделимы от затрат на развитие организации в целом***



Рис. Модель интеллектуального капитала по Е.Н. Селезневу

*Клиентский капитал* представляет собой ценность, заключенную в отношениях с клиентами.

*Организационный капитал* делится на инновационный и процессный капитал.

*Инновационный капитал* состоит в основном из законных прав (патентов, лицензионных соглашений), а также из того, чему трудно дать точное определение, но что в большой степени определяет стоимость компании (идеи, торговые марки). *Процессный капитал* – это инфраструктура компании (информационные технологии, рабочие процессы и т.д.). [6]

По мнению В.П. Багова, Е.Н. Селезнева и В.С. Ступакова, ИК представляет собой интеллектуальное богатство организации, предопределяющее ее творческие возможности по созданию и реализации интеллектуальной и инновационной продукции». Состоит он при этом из двух элементов – кадрового капитала и интеллектуальной собственности (см. рис. выше).

Интеллектуальная собственность двойственна. С одной стороны, она является товаром на рынке интеллектуальной продукции, а с другой – это инструмент, непосредственно участвующий и олицетворяющийся в создании инновационной продукции.

Принципиально общим между рассмотренными подходами к структуре ИК является то, что человеческий капитал становится той частью ИК, которая его формирует и представляет собой самую большую ценность компании, поскольку включает запас знаний, практические навыки, интеллектуальные способности людей, их моральные ценности, мотивацию, которые используются организацией для получения дохода.

## **Вывод**

Таким образом, можно заключить, что интеллектуальный капитал – это неосязаемый актив организации, созданный в результате интеллектуальной деятельности, способный обеспечивать конкурентоспособность организации и объективно повышать ее рыночную стоимость.

## **Литература**

1. Интеллектуальный капитал: главный фактор конкурентоспособности в XXI веке / Под ред. Супрун В.А. М.: КомКнига, 2006. С. 190
2. Иноземцев В.Л. К теории постэкономической общественной формации. М.: Academia, 1995. С. 340
3. Ефремов В.С. Бизнес-системы постиндустриального общества // Менеджмент в России и за рубежом. 1999. №5.
4. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в Российском бизнесе. М.: Изд. Центр «Акционер», 2002. С. 101.
5. Луговской Д.В., Белозерова Т.Г. Деловая репутация: сложности идентификации, оценки и отражения в учете и отчетности // Все для бухгалтера. 2009. № 11.
6. Просвирина И.И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы // Финансовый менеджмент. 2004. №4.

КЭ

**нематериальные активы представляют собой зафиксированную на физическом носителе информацию или новые знания, обладают оборотоспособностью**

## **Denis M. Kovyilin**

*Postgraduate,*

*State Educational Institution of Higher Professional Education*

*“Surgut State University of Khanty-Mansiysk Autonomous Region – Yugra”*

*Junior Scientific Worker, Scientific Department SurGU*

## **Essence and structure of intellectual capital**

*Abstract*

**T**he work presents theoretical grounds for developing a theory of intellectual capital and it also dwells upon its economic issues. The “intellectual capital” as a notion is analyzed within different approaches. The interrelation of non-material assets, business reputation and intellectual capital is determined.

**Keywords:** the economy of knowledge, intellectual capital, intangible assets, business reputation.