

Анна А. Мальцева, Игорь А. Монахов
**РАЗВИТИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ
ОБ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОМ КАПИТАЛЕ В УСЛОВИЯХ
ДИНАМИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ***

В статье представлен критический анализ современных теоретических представлений об интеллектуальном капитале как базе экономики знаний. Предлагаемые структурная основа и классификация капитала разработаны в результате теоретического контент-анализа обширной источниковой базы и позволяют в случае приложения новых знаний к объекту исследования получить принципиально новые формы и методы управления интеллектуальным капиталом, обосновать избирательность инвестиций в его формирование и развитие.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал; человеческий капитал; инфраструктурный капитал; капитал интеллектуальной собственности; клиентский капитал; капитал бренда; имиджевый капитал; репутационный капитал.

Рис. 3. Табл. 2. Лит. 41.

Ганна А. Мальцева, Ігор А. Монахов
**РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ УЯВЛЕНЬ
ПРО ІНТЕЛЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ В УМОВАХ
ДИНАМІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

У статті наведено критичний аналіз сучасних теоретичних уявлень про інтелектуальний капітал як базис економіки знань. Запропоновану структурну основу і класифікацію капіталу розроблено в результаті теоретичного контент-аналізу значної джерельної бази, що дозволяє в разі застосування нових знань до об'єкта дослідження отримати принципово нові форми і методи управління інтелектуальним капіталом, обґрунтувати вибірковість інвестицій у його формування і розвиток.

Ключові слова: інтелектуальний капітал; людський капітал; інфраструктурний капітал; капітал інтелектуальної власності; клієнтський капітал; капітал бренду; іміджевий капітал; репутаційний капітал.

Anna A. Maltseva¹, Igor A. Monakhov²
**DEVELOPMENT OF THEORETICAL CONCEPTS
OF INTELLECTUAL CAPITAL IN THE FRAMEWORK
OF DYNAMIC TRANSFORMATION OF ECONOMY**

The article presents the critical analysis of contemporary theoretical concepts of intellectual capital as the basis of knowledge economy. The structure and the classification of intellectual capital as proposed by the authors have been developed through the content analysis of the extensive source base allowing in the case of application of new knowledge to the object of study obtain fundamentally new forms and methods of intellectual capital management, grounding the selective investments in its formation and development.

Keywords: intellectual capital; human capital; infrastructure capital; capital of intellectual property; customer equity; brand equity; image capital; reputational capital.

* Статья выполнена в рамках проекта «Методология управления интеллектуальным капиталом технопарковых структур и научных структур с закрепленным государственным статусом» по государственному заданию Министерства образования и науки Российской Федерации Тверскому государственному университету.

¹ Tver State University, Russia.

² Tver State University, Russia.

Постановка проблеми. Одной из характерных черт развития экономики знаний является рост роли нематериальных активов в деятельности различных субъектов экономики. Знания, опыт, техническая документация производства и другие ресурсы, имеющие неовещественную форму, становятся главными факторами и критериями оценки развития предприятий и организаций. В то же время в условиях усиливающейся конкурентной борьбы между странами и регионами за рынки сбыта именно капитал знаний обеспечивает лидирующие позиции отдельных государств.

Обращение авторов статьи к тематике интеллектуального капитала на современном этапе не случайно.

Несмотря на широкое распространение термина «интеллектуальный капитал» в работах экономистов, специалистов в сфере управления и делового администрирования, исследователи вкладывают различное содержание в данное понятие, включая механизмы взаимодействия и детерминированность его отдельных компонентов, что, как следствие, приводит к формированию обширного спектра подходов к оценке интеллектуального капитала. В этой связи возникает вопрос о необходимости и достаточности структурных элементов и индикаторов, отражающих уровень развития интеллектуального капитала организации. Кроме того, слабо разработанными в отечественной и зарубежной науке остаются такие важные вопросы как роль и функция отдельных составляющих интеллектуального капитала в создании добавленной стоимости продукта, а также особенности формирования и структуры интеллектуального капитала для различных субъектов экономики, отличающихся спецификой хозяйственной деятельности.

Анализ последних исследований и публикаций. Понятие интеллектуального капитала активно используется в научной литературе на протяжении последних 20 лет. Несмотря на имеющиеся различия в его трактовках, интеллектуальный капитал связывается с такими терминами как «человеческий капитал», «инфраструктурный капитал» и «репутационный капитал» [32; 37], важными составляющими которого являются капитал бренда, имиджевый, клиентский капитал.

Анализ количества публикаций по теме «интеллектуальный капитал» базы данных "Web of Science" дал следующие результаты (рис. 1).

Таким образом, с середины 1990-х гг. наблюдается устойчивый рост интереса научного сообщества к изучению интеллектуального капитала. При этом данная тенденция прослеживается и в отношении исследования проблематики человеческого капитала и бренда.

Среди авторов, внесших весомый вклад в развитие теоретических представлений об интеллектуальном капитале и методологии управления им, следует выделить Э. Брукинга [21], К. Брэдли [18], Дж. Доуна [23], В.Л. Иноземцева [6], К. Свейби [36], Т. Стюарта [14; 35], Д. Ульриха [39], Х.А. Фасхиева [16], Л. Эдвинссона [25].

Анализ последних публикаций по проблеме демонстрирует достаточную проработанность теоретических и методологических вопросов в рамках данной тематики, однако отсутствие единообразия и неполнота концептуальных материалов, предлагаемых отдельными авторами, выявили необходимость

обобщения и дальнейшей проработки теоретических вопросов сущности, структуры и классификации интеллектуального капитала для целей дальнейшего их приложения к конкретным объектам исследования.

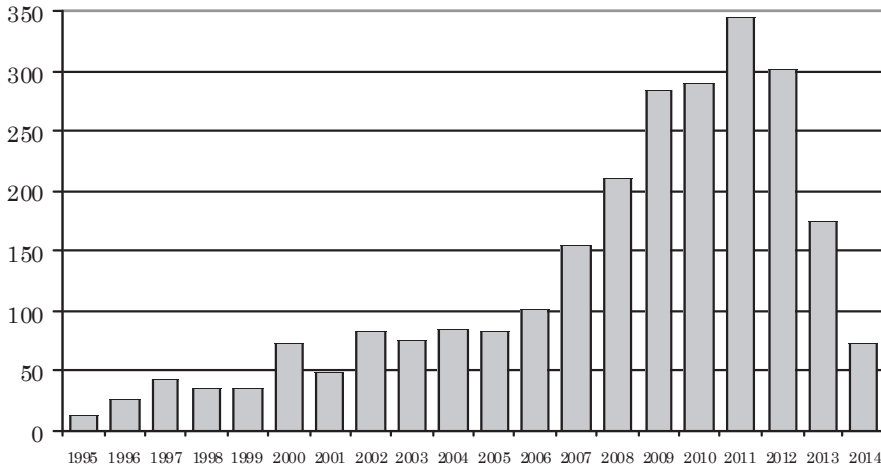


Рис. 1. Количество публикаций по теме «интеллектуальный капитал», по данным международной базы с 1995 по июль 2014 гг. [40]

Цель исследования заключается в систематизации и научно-теоретическом обобщении современных представлений об интеллектуальном капитале как базе инновационной экономики, способном оказать существенное, в ряде случаев определяющее влияние на итоговые результаты деятельности субъекта экономики и его оценочную рыночную стоимость.

Основные результаты исследования. Формирование теоретического базиса для развития методологических основ управления интеллектуальным капиталом в научных и инновационных структурах сопряжено с анализом сущности понятия. В работе В.П. Дудяшовой и Н.А. Кипень [3] проведен детальный анализ эволюции представления о капитале в целом, что является основой дальнейшего исследования интеллектуального капитала как особого вида капитала субъекта экономики.

Термин «интеллектуальный капитал» складывается из сочетания двух равнозначных понятий «интеллектуальный» и «капитал», в связи с чем целесообразно выделить сущностные характеристики последнего, которые будут играть значимую роль для целей создания авторской методологии управления и выделять те особенности, которые существенно отличают его от других видов капитала.

Любой капитал представляет собой товар, что в рамках исследования теоретической сущности интеллектуального капитала выражается в возможности его приобретения и реализации как товара, как атрибута компании при продаже бизнеса, а также в ряде случаев отдельных его элементов: высококвалифицированных сотрудников как носителей знаний, торговых марок как элементов капитала бренда, покупательского капитала, который может быть привле-

чен за счет существенных скидок или отсрочки платежа и др. При этом отдельные атрибуты компании (корпоративная философия, корпоративная культура) не могут быть реализованы отдельно от компании в целом и представляют такие элементы интеллектуального капитала, которые обеспечивают получение дохода только при условии их эффективной капитализации.

Интеллектуальный капитал, как и любой другой вид капитала, формируется постепенно, т.е. для образования его критической массы, способной обеспечить получение дополнительного дохода, необходим период его накопления или его приобретение как товара. Система накопления и воспроизводства интеллектуального капитала может существенно отличаться от подходов при работе с капиталом финансовым или физическим, однако законы его приумножения и в ряде случаев экспоненциальное возрастание прибыли при его приросте являются ключевыми факторами при управлении интеллектуальным капиталом современных компаний.

Интеллектуальный капитал не может функционировать обособленно от компании и имеет того же собственника, что и компания. Собственник вправе осуществить инвестиции, продажу интеллектуального капитала. При этом, например, в случае отсутствия жестких внутренних регламентов интеллектуальный капитал может идентифицироваться и с работниками, имеющими доступ к знаниям компании, а также способными их приумножить.

Собственник через систему менеджмента может оказывать влияние на других носителей интеллектуального капитала компании, которые под влиянием мотивации или направленной системы обучения могут существенно увеличить интеллектуальный капитал фирмы и, как следствие, ее доходы. Недостаточно эффективная система управления интеллектуальным капиталом может повлечь снижение доходов, а то и вовсе убытки по результатам деятельности. Именно организационная структура, система методов управления, корпоративная философия и культура, являясь компонентами интеллектуального капитала, в то же время представляют собой и его детерминанты. Атрибут принадлежности и собственности интеллектуального капитала, в отличие от других его видов, накладывает существенный отпечаток на его сущностные содержательные характеристики в рамках отдельной компании, а также в большей степени влияет на способность приносить доход. В данном случае для системы интеллектуального капитала компании могут использоваться постулаты неклассической науки, в основе которой лежит субъект-субъектное управление. Интеллектуальный капитал как субъект управления оказывает существенное влияние как на управляющую систему, так и на методы и формы управленческих воздействий, в ряде случаев их определяя.

Особое значение для исследования интеллектуального капитала имеет его свойство приносить доход, находясь в движении. Именно преобразование отдельных компонентов интеллектуального капитала в другие или в результаты труда обеспечивает извлечение прибыли. Этот факт и определяет особую значимость интеллектуального капитала для научной и инновационной сферы в связи с возможностью прямой его трансформации в доходы организации. При выделении отдельных компонентов интеллектуального капитала необходимо учитывать динамический характер и вектор их приложения, которые и

обеспечат идентификацию отдельных атрибутов организации как структурных элементов интеллектуального капитала. Так, наличие накопленных знаний и опыта в компании не может в полной мере трактоваться как элемент интеллектуального капитала, если нет непосредственной возможности их применения для извлечения дохода. При смене вида деятельности фирмы существенным трансформациям подвергается и система его интеллектуального капитала, в то время как физический капитал – машины, оборудование, здания – может оставаться неизменным.

Интеллектуальный капитал представляет собой самовозрастающую стоимость, т.е. его преумножение при достижении критических значений способно экспоненциально увеличивать доходы компании. При этом важными свойствами элементов интеллектуального капитала являются значительное взаимное влияние и возникающая синергия, усиливающая воздействие интеллектуального капитала в целом на доходы компании. Так, накопленные знания о состоянии рынка, опыт работы в выбранной сфере, наличие компетенций у сотрудников могут существенно увеличить клиентский капитал, который, в свою очередь, и является источником дополнительных доходов. Синергия от взаимодействия элементов интеллектуального капитала – знаний, опыта сотрудников и бренда компании – может стать основой опережающего роста клиентского капитала фирмы.

Любой вид капитала, в том числе интеллектуальный, отличается собственной производительностью, т.е. получение доходов зависит от конкретного вида интеллектуального капитала и его существенных характеристик. Именно количественная оценка производительности (рентабельности) может лечь в основу эффективного факторного управления интеллектуальным капиталом с учетом возникающей синергии.

Многообразие существующих подходов к определению понятия «интеллектуальный капитал» можно классифицировать по следующим группам, в основе чего лежат два критерия – представление об интеллектуальном капитале как о наборе компонент, а также характер взаимодействия между ними и другими видами капитала:

- статический подход, в котором суть интеллектуального капитала описывается через характеристики других видов нематериальных ресурсов (Дж. Доун [23]);

- статический компонентный подход, в рамках которого интеллектуальный капитал рассматривается как совокупность различных составляющих без указания характера взаимодействия между ними (Э. Брукинг [21], В.Л. Иноземцев [6], К. Свейби [36], Т. Стюарт [35], Д. Ульрих [39]);

- динамический компонентный подход, сторонники которого определяют интеллектуальный капитал как набор компонент, формирующих в процессе взаимодействия и трансформации нематериальных ресурсов добавленную стоимость (К. Брэдли [18]; Х.А. Фасхийев [16], Л. Эдвинссон [25]).

При этом «классическим» следует считать определение интеллектуального капитала Л. Эдвинссона [25], в прошлом сотрудника шведской страховой компании «Скандия». С его точки зрения, интеллектуальный капитал – это знание, которое можно конвертировать в стоимость (обладание знаниями,

прикладним опытом, организационными технологиями, взаимоотношениями с клиентами и профессиональными навыками, которые обеспечивают лидирующее положение на рынке). Интеллектуальный капитал включает в себя человеческий капитал и структурный капитал. В 1994 г. был опубликован подготовленный Л. Эдвинссоном [25] годовой отчет об интеллектуальном капитале, в котором автором впервые была использована модель "Skandia Navigator" для оценки интеллектуального капитала. Модель включала 164 индикатора, распределенных между 5 группами: финансовый фокус, клиентский фокус, человеческий фокус, процессный фокус, а также фокус обновления и развития [29]. Несмотря на новаторский характер предложенной Л. Эдвинссоном [25] методики, ряд экспертов отмечали ее недостатки, в т.ч. отсутствие интегрированного показателя количественной оценки неосязаемого капитала, а также игнорирование других факторов и сфер бизнеса, влияющих на рост рыночной стоимости компании [7].

Таким образом, концепция интеллектуального капитала своим появлением в 1990-е гг. была обязана работам специалистов в сфере менеджмента и финансов и была введена в практических целях учета так называемого неосязаемого капитала компании. Отсутствие интереса законодателей к юридическому закреплению термина «интеллектуальный капитал» предоставляло возможности широкой интерпретации для научного сообщества. В частности, интеллектуальный капитал ассоциировался с человеческим капиталом, нематериальными активами, которые в свою очередь в работах ряда авторов рассматривались как составляющая интеллектуального капитала [24]. Более того, некоторые исследователи обращали внимание на то, что целостная теория интеллектуального капитала не сформировалась, а сама концепция интеллектуального капитала, разработанная непрофессиональными учеными, критиковалась в академическом сообществе, в котором широкое распространение получило понятие «неосязаемый капитал» (*intangible capital*) [8].

В конце 1990-х гг. ряд исследователей предложили использовать методологию, разработанную Л. Эдвинссоном [25] для оценки интеллектуального капитала на микроуровне, применительно к территориям и странам. Одна из первых попыток оценки интеллектуального капитала на макроуровне была предпринята Э. Пашер, основателем и руководителем созданной в 1978 г. консалтинговой компании «Эдна Пашер и партнеры». Модель "Skandia Navigator" была использована для подготовки отчета об интеллектуальном капитале государства Израиль [33]. Впоследствии подготовка отчета перешла в ведение государственных органов исполнительной власти и публиковались отделом Главного научного советника Министерства промышленности, торговли и труда Израиля. В качестве индикаторов уровня развития интеллектуального капитала были использованы 46 показателей, в т.ч. количество научных публикаций, количество соглашений между промышленными предприятиями и университетами в исследовательской сфере, количество патентов в сфере биотехнологий, общие расходы на НИОКР (в % от ВВП) и др. [38].

К. Лин (Национальный университет Chengchi, г. Тайпей, Тайвань) разработал на основе методологии Л. Эдвинссона [25] модель измерения национального интеллектуального капитала, включающего человеческий капитал,

рыночний капітал, процесний капітал, капітал оновлення і фінансовий капітал [31].

Ісследователями У. Бронич (Ун-т Марии Кюри-Склодовской, Польша), В. Хейджманом и Й. ван Опхемом (Ун-т Вагенинген, Нидерланды) на основе 43 индикаторов был разработан индекс интеллектуального капитала региона и рассчитан для 16 польских регионов второго уровня (по используемой Евростат номенклатуре территориальных единиц для целей статистики, NUTS-2) [20].

В целом, большинство авторов рассматривают интеллектуальный капитал как набор различных компонент, которые зачастую формируют определенную иерархию и взаимосвязи в рамках системы [2]. Так, например, в определении Европейской комиссии интеллектуальный капитал представляет собой комбинацию нематериальных ресурсов и деятельности, которая позволяет организации преобразовать совокупность материальных, финансовых и человеческих ресурсов в систему, способную создавать ценность [26].

На основании отечественной и зарубежной литературы можно выделить следующие существенные характеристики интеллектуального капитала:

- формируется особым ресурсом – человеком [9];
- информация и знания выступают в качестве исходного материала и продукта деятельности [14];
- неовещественная форма компонентов интеллектуального капитала – человеческого капитала (знания, опыт, навыки и способности), инфраструктурного капитала (например, информационная инфраструктура), клиентского капитала и др.;
- не является правовым понятием, в связи с чем право собственности на интеллектуальный капитал в целом не является предметом законодательного регулирования;
- дуальная природа отдельных структурных компонентов интеллектуального капитала в контексте отношения присвоения-отчуждения: в то время как человеческий капитал неотделим от непосредственного носителя, объекты интеллектуальной собственности могут свободно передаваться и обмениваться. Или, например, человеческий капитал, с одной стороны, является неотчуждаемым по отношению к его носителю – работнику, который обладает определенными знаниями, опытом и квалификацией, с другой стороны, корпоративная культура, которая формирует особую среду отношений, складывающихся в трудовом коллективе, не имеет строгой привязки к носителю, так как ее некоторые элементы могут быть заимствованы у других организаций;
- экстерриториальный характер: знания и информация не привязаны к конкретному местоположению [16];
- взаимозависимость компонентов интеллектуального капитала в процессе формирования стоимости компании [27];
- обладает свойством текущей и отложенной ценности и направлен на реализацию в будущем [17];
- зависимость от других видов капитала, в т.ч. физического. При этом сфера деятельности компании определяет степень данной зависимости. Например, в IT-компаниях интеллектуальный капитал играет важную роль в структуре и рыночной капитализации предприятия.

Таким образом, интеллектуальный капитал представляет собой нематериальный ресурс, который благодаря целенаправленной деятельности его собственников и носителей, а также синергетическому взаимодействию его компонентов участвует в формировании добавленной стоимости продукции и оценочной стоимости субъекта экономики.

На основе разработанных подходов к определению интеллектуального капитала в рамках настоящего исследования предложена его структура (рис. 2).

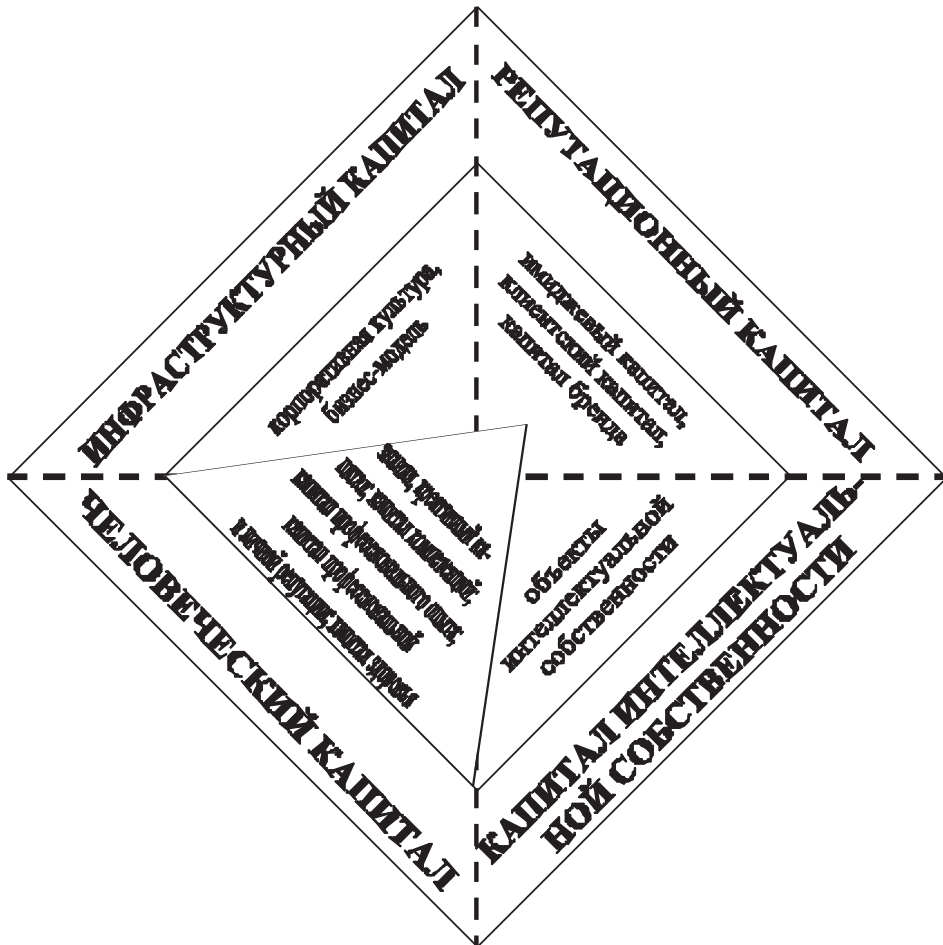


Рис. 2. Структура интеллектуального капитала, авторская разработка

Предложенная схема структурных компонентов интеллектуального капитала разработана на основе анализа моделей интеллектуального капитала, представленных в работах Э. Брукинга [21], К. Свейби [36], Т. Стюарта [14; 35], Л. Эдвинссона [25] и др. В большинстве указанных моделей человеческий капитал или человеческие активы выделяются в качестве основного ресурса интеллектуального капитала. Однако в его структуре не учитываются такие важные элементы, как капитал профессиональной и личной репутации, ока-

зважаючи на вплив на репутаційний і клієнтський капітал організації, а також капітал здоров'я, який визначає часові параметри використання людського капіталу [28]. Обґрунтованим представляється виділення в якості окремого компонента капіталу інтелектуальної власності, який з цих же позицій розглядається в моделі Е. Брукінг [21]. В роботах інших авторів інтелектуальна власність є елементом інноваційного капіталу, який в свою чергу відноситься до структурного капіталу, тобто до нематеріальних ресурсів організації [22; 41]. Однак інтелектуальна власність не тільки пов'язана з діяльністю компанії (патенти, ноу-хау і т.д.), але й також з результатами творчої роботи окремих осіб (наприклад, об'єкти авторського права).

Капітал інтелектуальної власності не може розглядатися в сукупності з іншими видами інтелектуального капіталу ввиду його відносної статичності. Він включає в себе вже отримані результати в формі нематеріальних активів, які потенційно можуть приносити дохід. При цьому для його множення необхідно використання інших видів капіталу – капіталу знань, капіталу компетенцій, креативного капіталу, які в процесі свого функціонування дозволяють не тільки сформувати капітал інтелектуальної власності, але й забезпечити його ефективну трансформацію в вигляді додаткового доходу при умові використання капіталу компетенцій в сфері управління інтелектуальної власністю.

Непосередньо з діяльністю організації пов'язаний інфраструктурний капітал, який забезпечує взаємодію різних компонентів інтелектуального капіталу і виступає в ролі інструмента, що дозволяє трансформувати потенціал, зведений в людському і клієнтському капіталі, в додану цінність продукту і ринкову цінність підприємства. Термін «процесний капітал», який в ряду робіт служить для описання даного компонента інтелектуального капіталу, не охоплює весь спектр діяльності організації по використанню нематеріальних ресурсів для отримання прибутку. До інфраструктурного капіталу відносяться бізнес-модель і корпоративна культура. Технології управління, які виділяються як окремі компоненти в ряду моделей, представляють собою, по думці авторів, елементи капіталу знань і професійного досвіду менеджменту організації, т.е., представляючи собою окремий випадок, не можуть бути виділені в окремі компоненти ввиду необхідності усунення дублювання при формалізації моделі для цілей управління.

Відзначається, що в ряду досліджень корпоративна культура відноситься до людському капіталу, що, по нашому думки, не відповідає дійсності ввиду особливого її сприйняття і впливу виключно в сукупності і цілості. Корпоративна культура багатогранна і проникає по всі сторони функціонування компанії, що не дає підстав для її узконаправленої трактування як фактора мотивації персоналу до зростання ефективності праці.

Організаційна структура і процеси управління, виділені в моделі "Skandia" в окремі структурні елементи, є компонентами

бизнес-модели, вследствие чего исключены авторами из рассмотрения. Аналогично программные и технические средства, базы данных, а также системы электронного документооборота могут быть рассмотрены как компоненты капитала интеллектуальной собственности в случае, если разработаны в исследуемой компании и являются результатом трансформации капитала знаний и профессионального опыта сотрудников, организовавших их внедрение.

Репутационный капитал, или капитал отношений, который был введен в научный оборот Х. Сент-Онжом [34], оказывает непосредственное воздействие на прибыль компании, во многом определяя ее позиции на рынке. Исследователь предлагает рассматривать капитал имиджа и деловой репутации как отдельные компоненты, в то время как в работах И.И. Решетниковой [12] имидж компании трактуется как определенное место во внешней и внутренней среде, а репутация и ее составляющие – как средства описания данного места. Авторы статьи, придерживаясь данной позиции, объединили капитал имиджа и деловой репутации в единый компонент – имиджевый капитал.

В свою очередь, каждый компонент интеллектуального капитала имеет сложную природу и включает различные составляющие, которые могут быть использованы при его оценке (табл. 1).

Для целей изучения сущностных характеристик интеллектуального капитала в целом и отдельных его структурных элементов, что обеспечит дальнейшее эффективное управление и выбор направлений для инвестирования, предлагается классификация видов интеллектуального капитала, полученная авторами на основе изучения теоретических и эмпирических данных (табл. 2).

Анализируя взаимосвязи различных компонентов интеллектуального капитала, следует сделать вывод о том, что человеческий капитал является определяющим фактором, оказывающим непосредственное воздействие как на отдельные составляющие, так на интеллектуальный капитал в целом (рис. 3).

Опыт, знания и квалификация сотрудников напрямую влияют на формирование других видов капитала в приведенной на рисунке структуре. В то же время он выступает в качестве фактора, стимулирующего раскрытие творческого потенциала и способностей отдельных работников, определяя особую среду их взаимодействия в процессе производства. В то же время репутационный капитал оказывает опосредованное влияние на человеческий капитал компании, так как он определяет необходимость роста капитала знаний, профессиональных компетенций для удовлетворения потребностей клиентов и сохранение имиджа компании.

Инфраструктурный капитал, в числе других факторов, оказывает опосредованное воздействие на деловую репутацию, имидж, а, следовательно, влияет на формирование репутационного капитала. Корпоративная культура как элемент инфраструктурного капитала опосредованно влияет на человеческий капитал через систему стимулов, мотивации и др.

Таким образом, человеческий капитал играет определяющую роль в формировании интеллектуального капитала, что отчасти подтверждает гипотезы некоторых авторов, в частности американского исследователя Д. Ульриха [39, 20]. Однако в данном случае речь не идет об отождествлении двух понятий – интеллектуального капитала и человеческого, так как последний пред-

Таблиця 1. Основні составляющие интеллектуального капитала, авторское группирование

№	Наименование элемента интеллектуального капитала	Определение	Примечание
1.	Капитал знаний	<p>Человеческий капитал</p> <p>Формализованные знания, включающие информацию, освоенную отдельными сотрудниками в процессе образования, также полученные в ходе подготовки специалистов способы использования знаний, которые потенциально способны приносить доход, то есть оказывают влияние на производительность, уровень дохода и рыночную стоимость компании, а также система знаний компании, включающая накопленную за период функционирования информацию, необходимую для эффективной деятельности</p>	<p>Представляет собой доминирующий ресурс человеческого капитала, как отчуждаемый (система знаний компании), так и неотчуждаемый от непосредственного носителя. В процессе накопления отчуждаемый и неотчуждаемый капитал знаний взаимно дополняет и обогащает друг друга. Знания подразделяются на теоретические и практические: явные (эксплицитные) и скрытые (имплицитные)</p>
2.	Креативный капитал	<p>Способность на основе использования имеющихся знаний и опыта генерировать новые для научной и производственной деятельности идеи, обладающие свойством относительной ценности (например, обладающие патентноприматом, научно-технические идеи), а также принимать решения в нестандартных ситуациях</p>	<p>Играет важную роль в формировании нематериальных активов компании, в т.ч. объектов интеллектуальной собственности и управленческих решений</p>
3.	Капитал компетенций	<p>Совокупность практических знаний и навыков, которые используются в профессиональной деятельности сотрудниками компании</p>	<p>Оказывает непосредственное влияние на производительность труда, а, следовательно отражается на доходе компании. Для обеспечения опережающего роста эффективности компании может активно использоваться привлеченный капитал компетенций (консалтинг, аутсорсинг)</p>
4.	Капитал профессионального опыта	<p>Приобретенные в ходе профессиональной деятельности компетенции и знания, которые потенциально способны приносить доход</p>	<p>В отличие от квалификации может включать в себя широкий набор знаний по использованию имеющихся ресурсов, что оказывает влияние на скорость принятия управленческих и производственных решений, качество конечного продукта, развитие делового сотрудничества. Данный вид капитала обладает максимальной способностью к самовозрастанию без целенаправленных дополнительных инвестиций в него</p>

Продолжение табл. 1

№	Наименование элемента интеллектуального капитала	Определение	Примечание
5.	Капитал профессиональной и личной репутации	Сформировавшиеся в профессиональной среде, к которой относятся персонал компании, стереотипы в отношении его личных и деловых качеств	Личная репутация как своеобразный рейтинг достижений и квалификации сотрудника определяет характер и интенсивность его взаимодействия с другими членами профессионального сообщества как внутри организации, так и за ее пределами, что обеспечивает получение дополнительного дохода компании и преумножение других элементов интеллектуального капитала (клиентский, имиджевый капитал). Является неотчуждаемым от его носителя – сотрудника организации
6.	Капитал здоровья	Инвестиции в человека, необходимые для формирования, поддержания и совершенствования его здоровья и работоспособности [15]	Физическое и психологическое здоровье сотрудников оказывает непосредственное влияние на интенсивность труда, способность раскрытия творческого потенциала (отношений)
7.	Имиджевый капитал	Репутационный капитал (капитал мнения о рыночной деятельности организации. Сумма ожиданий клиентов в отношении деятельности компании, может включать в себя несводимые к сумме своих частей составляющие, такие как экономическое, социальное, экологическое и другие измерения [30])	Благоприятный имидж способствует развитию делового сотрудничества, повышает конкурентные преимущества продукции и стоимость компании. На имидж организации может оказывать влияние рекламная деятельность, а также организация работы, напрямую не связанной с получением прибыли – благотворительность, участие в решении социально значимых проблем и т.д. Оказывает существенное влияние на преумножение других элементов интеллектуального капитала – капитала бренда, профессиональной и личной репутации, покупательского капитала и др.
8.	Клиентский капитал	Уровень взаимодействия с потенциальными и текущими потребителями продукции/услуг, который характеризуется наличием обратной связи, степенью привлечения клиентов к разработке решений, влияющих на свойства и качество конечного продукта/услуги, сокращением количества жалоб клиентов, количеством заключенных соглашений и партнерств	Обеспечивает закрепление на сегменте рынка за счет покупательской приверженности

Продолжение табл. 1

№	Наименование элемента интел- лектуального капитала	Определение	Примечание
9.	Капитал бренда	Добавленная ценность, которой бренд наделяет товар, включает 3 компонента: образ бренда, сила бренда и стоимость бренда («гудвилл»). Образ бренда – устойчивое целостное представление потребителей и партнеров организации о различных аспектах ее рыночной и рыночной деятельности. Образ бренда включает 3 компонента: корпоративный имидж, имидж потребителя (то есть поведенческие, имущественные и иные характеристики потенциального потребителя продукции) и имидж продукции/услуги (положение на рынке, используемые технологии, качество и др.) [19]. Сила бренда – степень приверженности потребителей бренду. Стоимость бренда («гудвилл») – общая стоимость бренда как самостоятельного актива, в случае если он продан или отражен в бухгалтерском балансе [10]	В отличие от имиджа учитывает внешние аспекты деятельности организации. Кроме того, входит в структуру нематериальных активов
10.	Корпоративная культура	Индустриальный капитал Сформировавшаяся система взаимоотношений и моделей поведения в трудовом коллективе, разделяемая всеми его членами. Включает в себя следующие составляющие: коммуникационная система; трудовая этика; ценности и нормы, «мифология»; корпоративные взаимоотношения; использование рабочего времени; развитие и самореализация; внешний вид [1; 5]	Призвана наладить коммуникационные связи между членами коллектива на различных уровнях отношений, включая формальные, неформальные и неформальные, обеспечить высокую мотивацию к труду, повысить эффективность системы управления персоналом. Корпоративная культура является неотъемлемым атрибутом компании и с учетом синергии от влияния на результаты деятельности отдельных компонентов способна обеспечивать опережающий рост добавленной стоимости продукции за счет эффективной мотивации сотрудников, а также преумножать репутационный капитал компании

Окончание табл. 1

№	Наименование элемента интеллектуального капитала	Определение	Примечание
11.	Бизнес-модель	Служит для описания основных принципов создания, развития и успешной работы организации [11]	Повышает доверие потенциальных партнеров и инвесторов к компании, обеспечивает эффективное управление бизнес-направлениями, что является ключевым фактором перспективного роста стоимости компании и текущих финансовых результатов
12.	Объекты интеллектуальной собственности	Капитал интеллектуальной собственности	Входят в число активов, обеспечивающих рыночную капитализацию компании. Являются самостоятельным источником получения дохода в сочетании с эффективно функционирующей системой управления интеллектуальной собственностью

Таблиця 2. Типологія інтелектуального капіталу, авторська розробка

Основание классификации по возможности истолковать источник извлечения дохода	Виды интеллектуального капитала	Комментарий
по принадлежности	<ul style="list-style-type: none"> - самостоятельный; - комплементарный 	Отдельные виды интеллектуального капитала могут приносить доход компании самостоятельно, например, интеллектуальная собственность, в то время как другие элементы – капитал бренда, имиджевый, клиентский капитал и др. – способны приносить исключительно дополнительный доход, включенный в стоимость реализации продукции.
по принадлежности	<ul style="list-style-type: none"> - собственный; - привлеченный 	Интеллектуальный капитал может быть привлечен компанией для целей увеличения прибыли и стоимости бизнеса, например, использование консалтинговых услуг или услуг экспертов других организаций, выпуск продукции по франшизе и т.д.
по степени отчуждаемости	<ul style="list-style-type: none"> - атрибут компании; - атрибут работника компании 	Интеллектуальный капитал может быть отчуждаемым – атрибут компании, т.е. работник в случае увольнения не сможет им воспользоваться для извлечения дохода в других компаниях (капитал бренда, имиджевый, клиентский капитал), а также неотчуждаемым (капитал знаний, капитал здоровья и т.д.), который полностью или частично является атрибутом конкретных работников и в случае их увольнения из штата компании означает навсегда потерянные инвестиции.
по форме получения дохода	<ul style="list-style-type: none"> - денежный; - неденежный 	Интеллектуальный капитал может содействовать приумножению доходов компании, ее стоимости, капитала как в денежной форме (получение прямого дохода от предоставления прав на интеллектуальную собственность, дополнительная прибыль от степени узнаваемости бренда и т.д.), так и в неденежной форме, чаще всего в форме новых видов интеллектуального капитала, которые в дальнейшем содействуют росту денежных доходов (капитал здоровья способствует росту капитала знаний, который, в свою очередь, может стать источником развития инфраструктурного капитала и, как следствие, сократить издержки компании и увеличить прибыль).
по степени влияния на результирующие показатели компании	<ul style="list-style-type: none"> - прямого влияния; - косвенного влияния 	В структуре интеллектуального капитала могут быть выделены т.наз. целевые элементы, являющиеся факторами прямого влияния на результирующие показатели и объектами управления в случае каждой конкретной компании.
по срокам окупаемости	<ul style="list-style-type: none"> - с коротким сроком окупаемости; - с длительным сроком окупаемости 	Интеллектуальный капитал формируется посредством инвестиций в денежной и неденежной формах, при этом степень отдачи и сроки окупаемости различны для качественно однородных структурных его элементов.
по способности к самовозрастанию	<ul style="list-style-type: none"> - самовозрастающий; - стабильный 	Уровень самовозрастания (синергии) интеллектуального капитала зависит от возможности его пополнения без прямых инвестиций со стороны компании. Так, опыт работы сотрудников является примером самовозрастающего интеллектуального капитала, в данном случае ключевой задачей компании является сохранение имеющегося кадрового потенциала, опыт которого растет с течением времени.
по ключевому источнику формирования	<ul style="list-style-type: none"> - внешний; - внутренний 	Интеллектуальный капитал может формироваться исключительно внутри компании (человеческий, инфраструктурный капитал) или быть зависимым от внешней среды и не всегда в полной мере поддаваться прямому управлению (капитал бренда, клиентский капитал и др.)

ставляет собой некий потенциал, который при наличии и эффективном использовании других компонент интеллектуального капитала может участвовать в формировании добавленной стоимости продукта и повышении рыночной стоимости субъекта экономики. При этом отмечается усиливающаяся роль репутационного капитала как источника формирования сверхприбылей и существенного повышения стоимости компаний вследствие широкой известности бренда, доверия клиентов, которые и являются ключевым источником получения дохода.

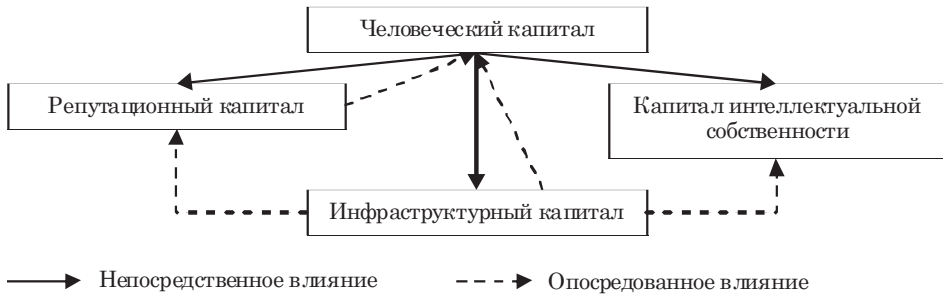


Рис. 3. Детерминанты основных компонентов интеллектуального капитала, авторская разработка

Ввиду сложной природы компонентов интеллектуального капитала с точки зрения реализации прав собственности представляется важным проанализировать механизмы их взаимодействия сквозь призму теории диффузии инноваций.

Согласно «Руководству Осло», диффузия – это способ, каким инновации распространяются по рыночным или нерыночным каналам от места их первой реализации различным потребителям – странам, регионам, отраслям, рынкам и предприятиям [13]. Выделяют два способа диффузии инноваций – трансфер инноваций (платная или возмездная операция) и спилловер инноваций (безвозмездная операция) [4].

Механизм трансфера может быть использован при формировании различных компонентов интеллектуального капитала. Например, человеческого и клиентского капитала посредством аутстаффинга, инновационного – трансфера технологий, процессного – приобретения прав на использование систем защиты информации, документооборота и т.д. Аналогично действует механизм спилловера: проведение и участие в научно-практических мероприятиях с целью обмена опытом повышает потенциал человеческого капитала, способствует развитию внешних связей и оказывает благоприятное воздействие на деловую репутацию.

Таким образом, основные составляющие интеллектуального капитала имеют качественные и количественные измерения. В этой связи разработка инструментария оценки интеллектуального капитала требует использования не только статистических методов, но и проведения социологических исследований, в особенности для определения репутационного капитала.

Выводы. Проведенное исследование демонстрирует наличие пробелов и неточностей в теоретических основах управления интеллектуальным капита-

лом, что является причиной возникающих сложностей при формализации процесса для целей поиска эффективных форм и инструментов для осуществления управленческих воздействий. Детальное изучение сущностных характеристик, классификации и структуры интеллектуального капитала позволило предложить авторскую трактовку понятия, а также структурировать его составляющие для обеспечения по недублирующим друг друга группам. Расширение теоретических представлений об интеллектуальном капитале предлагается положить в основу исследования его приложения к объектам инновационной и научной инфраструктуры ввиду его определяющей роли именно для структур, создающих и обеспечивающих диффузию новых знаний, продуктов, технологий.

1. Аксакова А.Н. Организационная культура корпоративных стандартов: понятие, структура, особенности // Управление персоналом.— 2009.— №13.— С. 53–56.
2. Байбурина Э.Р., Яцак Д. Влияние интеллектуального капитала на стоимость компании: эмпирическое исследование возможностей и ограничений роста в странах БРИКС // regconf.hse.ru.
3. Дудяшова В.П., Кипень Н.А. Взгляд на интеллектуальный капитал с позиции экономики знаний // Научный вестник Костромского государственного технологического университета // vestnik.kstu.edu.ru.
4. Дятлов С.А., Марьяненко В.П., Селищева Т.А. Информационно-сетевая экономика: структура, динамика, регулирование: Монография. — СПб.: Астерион, 2008. — 416 с.
5. Ильшенко С.Н., Шипулина Ю.С. Интеллектуальный капитал и корпоративная культура в инновационном обществе: аспекты на уровне региона // Украина и ее регионы на пути к инновационному обществу: Монография. — Донецк: Юго-Восток, 2011. — Т. 1. — С. 454–463.
6. Иноземцев В.Л. К теории постэкономической общественной формации. — М.: Academia, 1995. — 195 с.
7. Интеллектуальные активы и инновации: проблемы оценки, учета и управления / Под ред. В.В. Платонова. — СПб., 2008. — 161 с.
8. Козырев А.Н. Экономика интеллектуального капитала (Серия: Научные доклады. №7(R)-2006). — СПб.: НИИ менеджмента СПбГУ, 2006. — 30 с.
9. Мидлер Е.А. Генерирование и трансфер инноваций в современной российской экономике: методология исследования, инструментарий и инфраструктура управления: Автореф. дис... докт. экон. наук: 08.00.05, 08.00.01. — Ростов-на-Дону, 2011 // www.famous-scientists.ru.
10. Муравский Д.В., Смирнова М.М., Алканова О.Н. Капитал бренда в современной теории маркетинга (Серия: Научные доклады. №7(R)-2012). — СПб.: ВШМ СПбГУ, 2012. — 47 с.
11. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и инноватора. — М., 2012. — 288 с.
12. Решетникова И.И. Репутационный капитал как фактор обеспечения конкурентоспособности российского бизнеса: теория, методология исследования, проблемы формирования и управления в условиях глобализации рынков: Автореф. дис... докт. экон. наук: 08.00.05 / Волгоградский государственный технический университет. — Волгоград, 2011 // www.lib.ua-ru.net.
13. Руководство Осло: рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям: Совместная публикация ОЭСР и Евростата. — 3-е изд. — Томск: Центр исслед. и статистики науки, 2011. — 107 с.
14. Стюарт Т.А. Богатство от ума. — Минск: Парадокс, 1998. — 352 с.
15. Ткаченко А.В. Здоровье как один из важнейших факторов воспроизводства человеческого капитала // vladstdivu.ru.
16. Фасхиев Х.А. Интеллектуальный капитал — основа инновационного развития предприятия // Инновации.— 2011.— №6.— С. 31–44.
17. Vaxteger, R., Matear, S. (2004). Measuring intangible value in business-to-business buyer-seller relationships: An intellectual capital perspective. *Industrial Marketing Management*, 33: 491–500.
18. Bradley, K. (1997). Intellectual capital and the new wealth of nations. *Business Strategy Review*, 8: 53–62.

19. Brand equity & advertising: advertising's role in building strong brands. Ed. by David A. Aaker, Alexander L. Biel. 432 p.
20. Bronisz, U., Heijman, W., Ophem, J. (2012). The assessment of Intellectual Capital in Polish Regions. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 6(1–2): 101–106.
21. Brooking, A. (1996). *Intellectual capital*. London: Intellectual Thomson Business Press. 224 p.
22. Burr, R., Girardi, A. (2002). Intellectual Capital: More Than the Interaction of Competence x Commitment. *Australian Journal of Management*, 2(Special): 87.
23. Daun, J.H. (2002). *Intangible Assets*. Bonn: Galileo Press.
24. Dumay, J., Garanina, T. (2013). Intellectual capital research: a critical examination of the third stage. *Journal of Intellectual Capital*, 14(1): 10–25.
25. Edvinsson, L., Malone, M.S. (1997). *Intellectual capital: Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*. New York, NY: Harper Business Press. 240 p.
26. European Commission (2006). *Reporting Intellectual Capital to Augment Research, Development and Innovation in SMEs*, Report to the Commission of the High Level Expert Group on RICARDIS, June, 2006. 106 p.
27. Harris, L. (2000). A Theory of Intellectual Capital. *Advances in Developing Human Resources*, 22(2): 22–37.
28. Health capital and sustainable socioeconomic development. Ed. by Patricia A. Cholewka, Mitra M. Motlagh. Boca Raton: CRC Press, 2008. 280 p.
29. Kinne, P. *Integratives Wertemanagement: Eine Methodik zur Steuerungsoptimierung immaterieller Ressourcen in mittelständischen Unternehmen*. 160 s.
30. Leaniz, P.M.G., Bosque, I.R. Intellectual capital and relational capital: The role of sustainability in developing corporate reputation // www.intangiblecapital.org.
31. Lin, C., Edvinsson, L. (2008). National intellectual capital: comparison of the Nordic countries. *Journal of Intellectual Capital*, 9(4): 525–545.
32. Mehraliana, G., Rasekha, H.R., Akhavanb, P., Ghataric, A.R. (2013). Prioritization of intellectual capital indicators in knowledge-based industries: Evidence from pharmaceutical industry. *International Journal of Information Management*, 33: 205–215.
33. Pasher, E. (1999). *The Intellectual Capital of the State of Israel: A Look to the Future – The Hidden Values of the Desert*. Kal, Herzlia Pituach. 180 p.
34. Saint-Onge, H., Armstrong, C. (2004). *The Coductive Organization*. Oxford, Elsevier Inc.
35. Stewart, T.A. (1994). Your company's most valuable asset: Intellectual capital. *Fortune*, 10(1): 68–74.
36. Sveiby, K.E. (1997). *The new organizational wealth: Managing and measuring knowledge-based assets*. New York: Berret-Koehler. 275 p.
37. Sydler, R., Haefliger, S., Pruksa, R. (2014). Measuring intellectual capital with financial figures: Can we predict firm profitability? *European Management Journal*, 32: 244–259.
38. The Intellectual Capital of the State of Israel // Ministry of Industry, Trade and Labor. // www.moital.gov.il.
39. Ulrich, D. (1998). Intellectual capital.competence.commitment. *Sloan Management Review*, 39(2): 15–26.
40. Web of Science // Thomson Reuters // thomsonreuters.com.
41. Young, C., Su, H., Fang, S., Fang, S. (2009). Cross-country comparison of intellectual capital performance of commercial banks in Asian economies. *The Service Industries Journal*, 29(11): 1565–1579.

Стаття надійшла до редакції 27.08.2014.