

СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ “ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ”

© 2012 А.Г. Пшеничников*

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, информация, свойства знаний.

Рассматриваются сущность и содержание понятия “интеллектуальный капитал”. Анализируются истоки рассматриваемого понятия, виды и место интеллектуального капитала в деятельности современных организаций.

Становление информационного общества неразрывно связано с развитием интеллектуального капитала. В настоящее время интеллектуальные ресурсы, наряду с территорией, численностью населения, богатством недр, ресурсосберегающими и экологичными технологиями многоотраслевой индустрии, формируют потенциал экономического роста, определяют уровень жизни, обеспечивают мировое лидерство, служат показателем стратегического уровня экономической мощи страны, ее национального статуса.

Средством производства интеллектуальной экономики служат знания и информация. Интеллектуальный ресурс является той непрерывно воспроизводящейся, разрастающейся и усложняющейся средой и одновременно основой, на фундаменте которой и из которой строится конструкция новой экономики, при этом многие ее особенности обусловлены свойствами конструкционного материала¹. К основным свойствам знаний и информации как специфического ресурса новой экономики можно отнести следующие: знания являются всеобщим достоянием; знаниями можно только пользоваться, они не расходуются; сколько бы знания ни использовались, они не перестают быть полезными; поскольку запас знаний не убывает, каждый может ими воспользоваться без опасения, что ему не хватит; знания не имеют проблемы товарного дефицита - продавец знаний при их продаже не лишается последних, он остается их владельцем и может продавать одни и те же знания многократно (в отличие от материальных вещей); “себестоимость” получения знаний не зависит от их “тиражирования” и числа пользователей; знания не ограничены пространством, они мо-

гут восприниматься одновременно во многих местах; некоторые виды знаний чувствительны ко времени - они устаревают, иногда мгновенно; устаревая, знания не исчезают без следа; замедление, тем более прекращение процесса получения знаний, консервация таким образом запаса знаний ведут к их обесцениванию; знания как экономическая категория (по аналогии с деньгами и оборудованием) приобретают ценность только в контексте конкретной стратегии их применения; чем больше знаний, тем они, как правило, дороже и качественнее (в мире вещей наоборот: чем их меньше, тем они дороже и лучше по качеству); объем знаний непрерывно увеличивается (в отличие от невозполнимых материальных ресурсов, прежде всего - минерально-сырьевых); любая экономическая деятельность порождает больший объем знаний (информации), чем потребляет; процесс воспроизводства новых знаний непредсказуем - результаты исследований не всегда зависят или совсем не зависят от величины вложенных в их получение средств; доведение знаний до потребителей может осуществляться мгновенно, в реальном времени (так, например, компьютерная программа, информационный или иной файл - музыка, изображение и т.п. - через Интернет поступают к пользователю); накладные расходы по воспроизводству знаний незначительны по сравнению с полной стоимостью затрат на получение знаний, где эта стоимость и концентрируется (в противоположность миру вещей, где процесс тиражирования и доведения до потребителя стоит дороже их создания); знания при их тиражировании демонстрируют “возрастающую доходность” в отличие от материальных продуктов, которые

* Пшеничников Алексей Геннадьевич, аспирант Самарского государственного экономического университета. E-mail: vestnik@sseu.ru.

с ростом тиража и по мере насыщения рынка имеют “убывающую доходность”; наконец, знания обладают уникальной способностью, не присущей другим ресурсам и тем более их совокупности. Их можно представить, хранить, передавать и некоторые даже использовать (например, компьютерные программы) в унифицированном, единообразном виде – в цифровых кодах. Представить материальные и иные экономические ресурсы в столь же универсальном виде теория познания материки, возможно, и позволяет (в виде, допустим, каких-то элементарных частиц), но она не позволяет ими пользоваться в повсеместной практике.

Несмотря на разнообразие трактовок терминов “информация” и “знание”, в них есть нечто общее, позволяющее при всех различиях рассматриваемых категорий объединить их в единый инновационный ресурс современного развития, основными характерными особенностями которого, на наш взгляд, являются его глобальность, неисчерпаемость, нематериальность, изменчивость, универсальность представления, инвариантность к способам применения, энтропийность получения и т.д. На этих свойствах ресурсного и конструкционного материалов строится экономика информации. На получении знаний, на исследованиях и разработках, на применении их результатов в производстве растет наукоемкая промышленность.

Таким образом, можно отметить, что основой интеллектуального капитала являются знания, а использование знаний определяет уровень развития и информационной экономики. Впервые термин “интеллектуальный капитал” был использован старшим редактором журнала “Fortuna” Т. Стюартом. До него многие авторы в книгах и статьях поднимали вопросы неосязаемых активов, нового типа конкуренции – конкуренции, основанной на навыках и знаниях, в их числе: Мэчап (Machup, 1984), Итами (Itami, 1987), Дракер (Drucker) и др. В 1990-х гг. термин “интеллектуальный капитал” стал общеизвестным, распространяясь одновременно с расширением интереса к вопросу значения неосязаемых активов в экономической деятельности. В то же время общеупотребительное слово “знание” приобрело специальный смысл, вследствие чего оно стало использоваться как синоним интел-

лектуального капитала. Такого мнения, например, придерживается К. Тейлор, полагая, что “интеллектуальный капитал складывается из опыта сотрудников, уникальной организационной структуры предприятия и интеллектуальной собственности, а это есть не что иное, как знания”². Т. Стюарт определяет интеллектуальный капитал как сумму знаний всех работников компании, обеспечивающую ее конкурентоспособность³. Таким образом, на первый взгляд, содержание понятий “знания” и “интеллектуальный капитал” кажется одинаковым. Но несмотря на близость рассматриваемых категорий, различие между ними заключается в том, что понятие интеллектуального капитала включает в себя гораздо больше составляющих, чем “знание” (в частности, зарегистрированную интеллектуальную собственность в виде патентов и авторских прав, компьютерные сети, позволяющие быстро передавать информацию внутри и вне компании, деловое сотрудничество и обмен опытом между компанией и ее клиентами, упрочивающие связи между ними). В итоге *интеллектуальный капитал* – это “все, что позволяет создавать ценности. Это коллективная умственная энергия”⁴.

Стюарт, а следом за ним (иногда и параллельно с ним) другие исследователи данной проблемы верно заметили, что только знания работников – как кодифицированных, зафиксированных и охраняемых (интеллектуальная собственность), так и неявных – еще недостаточно для повышения прибыльности. Необходимы соответствующая организация труда, инфраструктурная поддержка (системы передачи и хранения информации), наличие спроса на имеющиеся у компании знания, т.е. клиенты, и многое другое. Поэтому Стюартом очерчены две ипостаси существования интеллектуального капитала. “Прежде всего, это *полупостоянная совокупность знаний*, вырастающая вокруг некоей задачи, человека или организации”⁵. Это могут быть навыки и связи руководства, знания технологии производства, правильные представления о нуждах потребителей и т.п. Второй вид интеллектуального капитала – это *инструменты*, при помощи которых можно *увеличить совокупность знаний*⁶.

Используя данный подход, Стюарт выделил три составляющие интеллектуального

капитала: а) человеческий капитал; б) структурный капитал; в) потребительский капитал. Человеческий капитал - это "способность предлагать клиентам решения"⁷, т.е. это наличие знаний, во-первых, и умение использовать их для удовлетворения потребностей клиентов, во-вторых. В этом определении кроется различие между *интеллектом* и *интеллектуальным капиталом*, очень важное в условиях рыночной экономики: если интеллект как таковой - это умственная деятельность, накопленные знания, то превращение его в капитал означает способность получать доход путем коммерческого использования интеллекта.

Структурный капитал - это формы, методы, структуры, позволяющие эффективно осуществлять сбор, тестирование, организацию, фильтрацию, сохранение и распределение существующего знания. Он позволяет привести имеющиеся знания сотрудников в систему и использовать их наиболее эффективно, сделать знания отдельных сотрудников доступными для всех, хранить и передавать информацию с необходимой скоростью, достичь синергического эффекта от совместной деятельности: "Работая сообща, люди создают нечто, стоящее больше простой суммы их индивидуальных усилий"⁸. В отличие от человеческого капитала - знаний, принадлежащих каждому отдельному сотруднику, - структурный капитал принадлежит организации в целом. Его можно воспроизводить, выявлять долевое участие в нем. В состав структурного капитала Стюарт включает технологии, изобретения, базы данных, публикации, процессы и т.д., которые могут быть документально оформлены и юридически защищены; также сюда относятся стратегия и культура организации, структуры и системы, организационные процедуры и т.п. Стюарт особо отмечает, что структурный капитал может принимать самые разные формы в зависимости от конкретной компании.

Потребительский капитал - это отношения организации с потребителями ее продукции. Зарубежные исследователи почти всегда выделяют отношения с потребителями как часть интеллектуального капитала, поскольку именно в этих отношениях интеллектуальный капитал превращается в деньги, приносит реальный доход. Анализируя структуру

интеллектуального капитала, Стюарт на протяжении всей работы подчеркивает важность оптимального баланса между всеми ее элементами, ибо гипертрофированное развитие отдельных может привести не к росту производительности, а, напротив, к ее снижению.

Британская исследовательница интеллектуального капитала Э. Брукинг подходит к его классификации еще более детально, выделяя в нем четыре составные части: а) рыночные активы; б) интеллектуальную собственность как актив; в) человеческие активы; г) инфраструктурные активы⁹.

Рыночные активы - это тот потенциал, который обеспечивается нематериальными активами, связанными с рыночными операциями. *Интеллектуальная собственность* как актив представляет собой узаконенный инструмент для защиты различных корпоративных активов. *Человеческие активы* - это совокупность коллективных знаний сотрудников предприятия, их творческих способностей, умения решать проблемы, управленческих, руководящих и предпринимательских качеств, поведения в различных ситуациях. *Инфраструктурные активы* - это технологии, методы и процессы, делающие знания доступными.

Близость понятий "интеллектуальный капитал" и "нематериальные активы" приводит к отождествлению этих категорий. В частности, К.Э. Свейби определяет интеллектуальный капитал как единое нескольких составляющих (внешняя структура; внутренняя структура; индивидуальная компетентность, понимаемая как способность людей действовать в различных ситуациях).

Внутренняя структура фирмы состоит из внутренних переменных фирмы, к которым относятся цели, задачи, модели, технологии, компьютерные и административные системы. Они созданы служащими и, таким образом, находятся в собственности организации. К внутренней структуре относятся также неформальные организации, внутренние сети, "культура", или "дух", организации. Внутренняя структура и люди вместе составляют то, что вообще называют "организацией".

Внешняя структура фирмы состоит из связей с заказчиками и поставщиками, из конкурентов, торговых марок, репутации, или "имиджа".

На наш взгляд, рассмотренные методы классификации интеллектуального капитала объединяет вопрос целесообразности включения в его состав “потребительского капитала”. В данном случае под “потребительским капиталом” имеются в виду портфель договоров с потребителями продукции и услуг, многообразные связи с конечными потребителями продукции. Нет сомнения в том, что ориентация на клиента является важнейшим условием успеха в рыночной экономике. Однако, по нашему мнению, все составляющие потребительского капитала в большей степени определяют маркетинговый капитал компании и в какой-то степени его экономический потенциал. Кроме того, клиентская база формирует капитал связей компании, который, в свою очередь, определяет социальный капитал. В этом случае достаточно часто происходит смешение понятий социального и интеллектуального капитала. Это обуславливается тем, что социальный статус и социальные связи человека можно считать важной характеристикой его интеллектуального капитала. Лишь на уровне компании понятие социального капитала приобретает самостоятельные формы существования.

Интересная трактовка интеллектуального капитала предложена Л. Эдвинсоном. По его мнению, интеллектуальный капитал образовывается структурным и человеческим капиталом. *Человеческий капитал* определяется как “совокупность знаний, практических навыков и творческих способностей служащих компании, приложенная к выполнению текущих задач. Другие его составляющие - моральные ценности компании, культура труда и общий подход к делу”. *Структурный капитал* - это “все, что остается в компании, когда служащие уходят домой”. В это “все” включаются, в свою очередь, *капитал потребителей* и *организационный капитал*. Капитал потребителей, или клиентов, складывается из базы потребителей, характера связей с ними и их потенциала.

В данном случае возникает вопрос относительно того, что включается в состав объектов или прав интеллектуальной собственности. Частью интеллектуальных ресурсов являются, на наш взгляд, права интеллектуальной собственности и те ее объекты, которые

не могут быть включены в состав материальных активов.

Определенные формы интеллектуальной собственности, такие как патенты, лицензии, авторские права, а также вещные права, связанные с пользованием и распоряжением чужим имуществом, традиционно включаются в состав нематериальных активов. При этом право приобретает самостоятельную стоимость, отличную от объекта этого отношения.

Правовая защита обеспечивает монопольное использование интеллектуального капитала, предотвращает его несанкционированное использование, но практически не влияет на его стоимость. Стоимость объекта права определяется оценкой его полезности потребителями, их готовностью заплатить за него определенную сумму. Лицензия на производство определенного продукта является частью интеллектуального капитала, тогда как продукт, произведенный на ее основе, становится элементом материальных активов предприятия. Право на актив интеллектуальной собственности и любое вещное право предприятий имеют самостоятельные формы существования, так как могут быть проданы.

Изобретение может патентоваться, охраняться как коммерческая тайна, оно может лицензироваться, но во всех этих случаях его стоимость будет определяться возможностью его коммерциализации. Парадокс состоит в том, что нарушение авторских прав, уменьшая частный доход от использования изобретения, зачастую значительно увеличивает социальный эффект, расширяя границы его практического использования. Однако этот макроэкономический эффект лишает фирму монополиста ее рыночных преимуществ и обесценивает ее нематериальные активы. При этом сам объект интеллектуального права сохраняется в стоимости интеллектуальных ресурсов, по крайней мере, до тех пор, пока затраты, связанные с расходами на его создание или приобретение, полностью не амортизируются.

Если исходить из более детальной структуры интеллектуальных ресурсов и выделять из их состава социальный капитал, то право собственности следует отнести именно к категории социального капитала, который в данном случае обеспечивает защищенность интеллектуальных ресурсов.

Вместе с тем включение соответствующих элементов интеллектуального капитала, например изобретения, в деятельность фирмы осуществляется через приобретение патента, лицензии или авторского права. В данном случае правовая форма интеллектуального продукта становится формой его включения в мир товарных ценностей, в процессы формирования стоимости производимых продуктов и оборота капитала. Таким образом, вопросы определения и правовой оценки элементов интеллектуального капитала остаются открытыми.

Целый ряд авторов, как представляется, обоснованно интерпретируют интеллектуальный капитал с уровнем конкурентоспособности предприятия (в разрезе которого чаще всего и оценивается эта категория). Действительно, можно согласиться с этим мнением. Однако здесь возникает вопрос: какие из знаний сотрудников следует относить к интеллектуальному капиталу в связи с тем, что они должны определять конечную конкурентоспособность предприятия. Соответственно остается открытым и вопрос относительно составляющих интеллектуального капитала и факторов, его определяющих.

К интеллектуальному капиталу ряд авторов относят нематериальные рыночные активы, активы интеллектуальной собственности и инфраструктуры и гуманитарные активы.

Данный подход к анализу структуры интеллектуального капитала фирмы воспринят полностью и российскими учеными. Так, Институт сертификации и оценки интеллектуальной собственности и бизнеса выделяет в структуре интеллектуального капитала (ИК) три части: человеческий, клиентский и организационный капитал.

Таким образом, если не принимать в расчет узко специальных определений интеллектуального капитала, то многообразие его трактовок можно свести в следующие три группы. В первой группе интеллектуальный капитал понимается как инновационный фактор развития, сформированный из составляющих обеспечения конкурентоспособности субъекта в мировом информационном про-

странстве. Во второй группе интеллектуальный капитал раскрывается через знания и способности сотрудников, обеспечивающих потенциал развития любого предприятия. В третьей акцент делается на современные возможности организации формировать и преобразовывать информацию организационными, материальными и трудовыми ресурсами, т.е. посредством совокупности структурного, человеческого и материального капитала.

Каждое определение выделяет особые черты интеллектуального капитала, хотя между ними есть нечто общее, а именно сущность интеллектуального капитала как экономической категории. Очевидно, что на первом плане в употребляемых определениях - внешние признаки и элементный состав интеллектуального капитала. Определение интеллектуального капитала через его элементы и их функции приводит к произвольному, субъективному выделению различных граней, отражающих суть, но не характеризующих интеллектуальный капитал в полном объеме.

С нашей точки зрения, термин "интеллектуальный капитал" является обобщающим понятием, отражающим существенные признаки особого ресурса, по природе интеллектуального, капитализация которого приводит к возможности получения сверхприбыли.

¹ *Ашмарина С.И., Погорелова Е.В.* Формирование системы целей управления знаниями на объектах микроэкономики // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2012. □ 8 (94). С. 15-21.

² *Тейлор К.* Интеллектуальный капитал // Computerworld. 2001. □ 13. С. 10-14.

³ *Стюарт Т.* Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций : пер. с англ. М., 2007.

⁴ *Гаврилова Р.А.* Особенности функционирования интеллектуального капитала в информационно-сетевой экономике // Креативная экономика. 2012. □ 9 (69). С. 35-40.

⁵ *Стюарт Т.* Указ. соч. С. 119.

⁶ Там же. С. 120.

⁷ Там же. С. 126.

⁸ Там же. С. 169.

⁹ *Брукинг Э.* Интеллектуальный капитал. М., 1999.

Поступила в редакцию 17.07.2012 г.