

СТРАТЕГИЯ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ



А.Л. Гапоненко

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ: НОВЫЙ ИСТОЧНИК БОГАТСТВА ГОСУДАРСТВ И ОРГАНИЗАЦИЙ

В последнее время в мировой экономической литературе широко используется понятие «интеллектуальный капитал».¹ Наряду с данным термином применяются сходные: «нематериальные активы», «интеллектуальный потенциал», «активы знаний» и т.д.

Интеллектуальный капитал – это знания, информация, опыт, организационные возможности, информационные каналы, которые можно использовать для создания богатства. Другими словами, это сумма всего того, что знают и чем обладают работники и что формирует конкурентоспособность организации.

Интеллектуальный капитал трудно идентифицировать и еще труднее эффективно применять.

Новое понятие «интеллектуальный капитал» ввел в научный оборот Дж. Гэлбрейт, который употребил этот термин в письме к экономисту М. Калеки в 1969 г. Первым, кто подробно обосновал и широко популяризировал данное понятие, был Т. Стюарт. В статье «Сила интеллекта: как интеллектуальный капитал становится наиболее ценным активом Америки» он определил интеллектуальный капитал как сумму всего того, что знают работники компании и что дает конкурентное преимущество компании на рынке. В дальнейшем определение интеллектуального капитала уточнялось другими авторами и обогащалось дополнительными аспектами.

Одним из первых отечественных исследователей, рассматривающих проблему интеллектуального капитала, стал В.С. Ефремов, который определил, что интеллектуальный капитал – это знания, которыми располагает организация, выраженные в ясной, недвусмысленной и легко передаваемой форме, например, в форме программного обеспечения.²

Гапоненко Лука Степанович – заведующий кафедрой общего и специального менеджмента Российской Академии государственной службы при Президенте РФ, доктор экономических наук, профессор.

Согласно традиционным представлениям, капитал делится на постоянный и переменный, что соответствует затратам на средства производства и рабочую силу. В соответствии с этим делением можно сказать, что интеллектуальный капитал — это преимущественно постоянный капитал.

Интеллектуальный капитал во многом схож с физическим капиталом. Оба капитала возникают как результат вложений ресурсов (денег, материальных средств, знаний, квалификации) для производства товаров и услуг. Оба капитала приносят своему обладателю доход. Оба капитала подвергаются моральному износу, причем интеллектуальный капитал даже в большей степени (обесценивается и программное обеспечение, и любые знания). Оба нуждаются в «ремонте», то есть требуют затрат на свое поддержание. В то же время между ними наблюдаются и различия (табл.1).

Физический капитал имеет материальную природу, его можно потрогать, пощупать, увидеть. Интеллектуальный капитал имеет нематериальную природу, поэтому его иногда называют невидимым активом.

Физический капитал — это результат определенных действий в прошлом. Интеллектуальный капитал также представляет собой результат прошлых инвестиций, но в то же время он в большей мере ориентирован в будущее. Основой для оценки физического капитала являются затраты, которые уже сделаны. Основа для оценки интеллектуального капитала — стоимость, которая формируется на базе оценок его будущего использования.

Физический капитал оценивается с помощью преимущественно стоимостных показателей, в то время как интеллектуальный капитал — с помощью как стоимостных, так и нестоимостных показателей. Для физического капитала эта оценка имеет периодический характер, а для интеллектуального — в большей степени непрерывный. Нематериальные активы дают результаты не только материальные (прежде всего финансовые), но и нематериальные в виде конкурентоспособности, высокой компетенции работников, маркетинговых возможностей, имиджа организации, квалификации сотрудников и пр.

Компании и организации не владеют интеллектуальным капиталом полностью. Они владеют им совместно с наемными работниками (если речь идет о человеческом капитале), и совместно с потребителями и другими контрагентами (если речь идет о потребительском капитале).

Таблица 1

Различия физического и интеллектуального капитала

Физический	Интеллектуальный
Материальная природа	Нематериальная природа
Результат действий в прошлом	Оценка действий в будущем
Аддитивный	Неаддитивный
Преимущественно финансовая оценка	Комбинация стоимостных и нестоимостных оценок
Организация владеет всем капиталом	Организация владеет капиталом лишь частично

Перечисленные в данной таблице особенности интеллектуального капитала дают представление об интеллектуальном капитале как системе отношений, возникающих в процессе производства. Эти отношения возникают между собственниками интеллектуального капитала, работниками и потребителями продукции.

Компании сегодняшнего дня сильно отличаются от компаний прошлого — прежде всего новой структурой капитала. Сегодня не материальные запасы определяют этот капитал, не основные фонды, а информация, знания, то есть интеллектуальный капитал. Основу деятельности традиционной компании составляет совокупность основных фондов, которые находятся в собственности владельцев компании. Эти владельцы несут ответственность за их сохранность и нанимают работников для приведения их в действие. Современная компания — это прежде всего интеллектуальный капитал, который не имеет материальной формы, и его определенная часть не принадлежит полностью капиталисту.

Страховая компания *Скандия* стала одной из первых коммерческих организаций, которая на практике применила концепцию интеллектуального капитала и предприняла попытку измерить отдельные его составляющие. Начиная с 1996 г., в своем годовом отчете она представляет собственный интеллектуальный капитал, который, по ее интерпретации, состоит из человеческого, организационного и клиентского капитала (рис. 1). При этом организационный и потребительский капитал в классификации *Скандия* объединяется в один вид, который носит название структурного капитала. Величина интеллектуального капитала в компании определяется как разница между рыночной оценкой стоимости компании и ее физическими активами.



Рис. 1. Структура интеллектуального капитала

Именно данное представление основных составляющих интеллектуального капитала и данная терминология в дальнейшем стали весьма распространенными в научной литературе, посвященной проблемам формирования и использования интеллектуального капитала. Именно эта классификация основных составляющих интеллектуального капитала использована в фундаментальном труде Т. Стюарта, одного из основоположников современной теории интеллектуального капитала.³

Человеческий капитал – та часть интеллектуального капитала, которая имеет непосредственное отношение к человеку. Это знания, практические навыки, творческие и мыслительные способности людей, их моральные ценности, культура труда. Человеческий капитал важен при проведении инноваций и любого обновления.

Организационный капитал – та часть интеллектуального капитала, которая имеет отношение к организации в целом. Это процедуры, технологии, системы управления, техническое и программное обеспечение, оргструктура, патенты, бранды, культура организации, отношения с клиентами. Организационный капитал – это организационные возможности фирмы ответить на требования рынка. Он отвечает за то,

как человеческий капитал используется в организационных системах, преобразуя информацию. Организационный капитал в большей степени является собственностью компании и может быть относительно самостоятельным объектом купли-продажи.

Потребительский (или клиентский) капитал — это капитал, который складывается из связей и устойчивых отношений с клиентами и потребителями. Одна из главных целей формирования потребительского капитала — создание такой структуры, которая позволяет потребителю продуктивно общаться с персоналом компании.

Человеческий, организационный и потребительский капитал взаимодействуют друг с другом. Недостаточно инвестировать в каждый из них по отдельности. Они должны поддерживать друг друга, создавая синергетический эффект, и тогда происходит перекрестное влияние одних видов активов на другие. Так, например, внешняя структура может укреплять престиж, способствовать приобретению новых потребителей. Внутренняя структура с помощью трансфера знаний снижает зависимость организации от человеческого фактора. Компетенция работников способствует разработке новых идей и новых проектов. Потребительский (клиентский) капитал трансформируется в финансовый капитал посредством взаимодействия со структурным и человеческим капиталом.

Известный ученый в области менеджмента Питер Друкер в своей статье «От капитализма — к обществу познания» выделяет три важных этапа в развитии современного человечества — промышленную революцию (1700–1900 гг.), революцию в производительности труда (1900–1980 гг.) и революцию в области управления (начавшуюся в 80-х гг. XX столетия и продолжающуюся в настоящее время).

По мнению Друкера, суть промышленной революции состояла в том, что знания прикладывались к технологическим процессам и продуктам. На второй стадии развития, начавшейся в 80-е гг. XIX столетия и достигшей своего кульминационного развития в годы второй мировой войны, знания более широко использовались в производственной деятельности, что привело к истинной революции в уровне производительности труда.

Последняя стадия развития началась после второй мировой войны, а более ярко стала проявляться в 80-е гг. XX в. Знания стали прикладываться к собственно знаниям. Наступила эра управленческой революции. Знания, относительно обособляясь от своего носителя — человека, стали быстро превращаться в один из самостоятельных факторов производства, дополняя капитал и рабочую силу. Может быть, пока преждевременно называть наше общество «обществом знания», однако

новые тенденции в общественном развитии, новые закономерности в экономике, изменения в обыденной жизни дают для этого полное основание.

На протяжении всей истории человечества знания всегда были важным фактором его постоянного интеллектуального и экономического развития. Однако именно в последние годы новые знания изменили процесс получения самого нового знания. Произошли драматические изменения, сильно трансформировавшие процессы возникновения нового; инновации проникли в сам инновационный процесс.

В развитых странах наступление нового тысячелетия совпадает с началом периода серьезных социальных изменений, стимулирующих внимание к интеллектуальному капиталу. Материальное производство в определенном смысле становится вторичным по отношению к производству информации и знаний. Естественно, происходят значительные изменения и в структуре занятости; главной производственной силой становится неизвестная доселе категория — работники знаний (*knowledge worker*), занимающая место, принадлежавшее прежде индустриальным работникам или крестьянам.

В наши дни становится все более очевидным, что не только и не столько труд или капитал являются источником прибыли предприятия, а, скорее, вся система, в которой производится и потребляется его продукция. А в этой системе есть и коммерческие идеи, и знания, и информация. Более того, сам труд, идеи, знания и информация могут иметь отношение не только к процессу производства продукта, но и к процессам организации предприятия, обмена, конкуренции и привлечения инвестиций. В связи с этим интеллектуальный капитал еще в большей степени обособляется в относительно самостоятельный объект экономических и управленческих отношений.

Современная фирма — это производитель не столько товаров, сколько знаний. Это означает, что работники занимаются производством знаний, организации становятся обучающимися, инновации становятся источником вновь созданной стоимости.

Конкурентное преимущество в виде новых продуктов и технологий уже не является неизменным. В этих условиях интеллектуальный капитал в большей мере, чем физические активы или финансовый капитал, становится единственным устойчивым конкурентным преимуществом.

Организации и компании начинают осознавать тот факт, что наиболее ценным капиталом, которым они располагают, являются знания и опыт работающих у них сотрудников. Интеллектуальный капитал может дать и уже дает многим из них значительное конкурентное пре-

имущество. Организации пытаются найти способы и пути использования знаний и богатого опыта своих сотрудников как внутри организации, так и за ее пределами, включая взаимоотношения с клиентами и акционерами.

Все чаще высокие результаты деятельности организаций обусловлены удачно найденными решениями в сфере управления интеллектуальным капиталом. Это управление направлено в том числе на то, чтобы идеи, возникающие у работников, разделялись другими работниками фирмы, чтобы постоянно генерировались новые решения актуальных проблем данной организации.

Традиционное отношение к распространению знаний и ноу-хау обычно ассоциируется с патентами, лицензиями и связанными с ними процедурами ограничения передачи знаний. Идея интеллектуального капитала, напротив, связана с практикой *открытой и широкой* передачи данных, знаний и ноу-хау внутри организации. В связи с этим управление интеллектуальным капиталом направлено, прежде всего, на создание инфраструктуры передачи знаний и создание легко передающихся форм информации. Важным аспектом является формирование специальной культуры организации, способствующей формированию нового знания. Еще одним аспектом стратегического управления интеллектуальным капиталом становится мониторинг и оценка интеллектуального капитала.⁴

От того, как организации используют свой интеллектуальный капитал, зависит не только их успех, но и способность выжить в жестких условиях конкуренции. То же можно сказать и об отдельных составляющих интеллектуального капитала, в частности, о человеческом капитале. Насколько важным для многих видов деятельности становится человеческий капитал, свидетельствует современная практика. Масовое переманивание специалистов-носителей человеческого капитала достигло таких размеров, что уже известны факты рассмотрения споров в суде. Американская торговая компания Wall Mart подала в суд на Amazon.com, обвинив ее в злоумышленном переманивании специалистов.

В России Гута-банк был первым, создавшим у себя Интернет трейдинговую систему. В марте 2000 г. сотрудникам этого передового подразделения Альфа-банк предложил лучшие условия. И специалисты (разработчики, менеджеры), а также те, кто непосредственно работал с клиентами, перешли к конкуренту — в Альфа-банк. В результате развитие данного направления в Гута-банке замедлилось, а конкурент получил хорошую команду специалистов.⁵

Аналогичных случаев много. Все они свидетельствуют о том, что методы конкуренции активно затрагивают интеллектуальный капитал. В частности, в конкуренции используется то обстоятельство, что человеческим капиталом фирма не может владеть полностью. В значительной степени таким капиталом владеют люди – его носители. Когда земля была основным активом и фактором производства, государства боролись за этот актив с помощью войн. То же происходит теперь с переманиванием талантливых людей.

Характерная черта современного производства – наличие компонента знаний в каждом продукте и услуге. Интеллектуальная работа, специальные знания и коммуникации становятся факторами не только создания добавленной стоимости, но и конкурентоспособности, экономического развития организаций. Для многих видов продукции большая часть стоимости создается на стадии не столько материального производства, сколько маркетинга, сбыта и НИОКР, а также в рамках планирования, транспортировки, продажи и обслуживания. Источником новой добавленной стоимости выступает сейчас дизайн, контроль качества, маркетинг и обслуживание.

Знания и информация обладают рядом специфических черт, отличающих их от традиционных ресурсов (табл.2). Эти различия изменяют всю современную экономику.

Таблица 2

Свойства информационного ресурса

Традиционный ресурс	Информационный ресурс
Материальные потоки и запасы	Нематериальные потоки и запасы
В процессе использования уменьшается	В процессе использования увеличивается
Частное благо	Общественное благо
Ограниченный	Неограниченный
Тиражируемый с большими затратами	Тиражируемый с малыми затратами
Убывающая предельная полезность	Сетевые эффекты и возрастающая предельная полезность

Сопоставление традиционных ресурсов с информационными показывает, что первые характеризуются, как правило, материальными потоками и запасами, в то время как для знаний и информации характерны нематериальные потоки и запасы.

Кроме того, знания увеличиваются, если они передаются, тиражируются и используются и, наоборот, если знания не используются, то они уменьшаются и разрушаются. Этим они отличаются от физических элементов капитала, которые чем больше используются, тем в большей мере изнашиваются, уменьшая свою стоимость.

Традиционный ресурс обычно представляет собой частное благо, то есть такое благо, потребление которого одним потребителем исключает его потребление другим потребителем. Информационный ресурс чаще всего выступает как общественное благо, потребление которого одним потребителем не исключает его потребления другими. Иначе говоря, знания, информация неотчуждаемы. По мере того, как современное производство расширяет использование знаний, информации, в него втягивается все большее количество общественных благ. Эта фундаментальная характеристика современного мира заставляет по-новому осмыслить многие традиционные представления экономической теории и классические методы управления.

Традиционные ресурсы носят преимущественно ограниченный характер. Информационные ресурсы, воспроизводимые людьми, часто неограниченны. Ярким примером неограниченного информационного ресурса может служить Интернет.

Традиционные ресурсы могут тиражироваться с большими затратами: чтобы сделать еще один автомобиль, необходимо затратить почти столько же труда и капитала, сколько было затрачено на производство предыдущего автомобиля. При этом затраты на производство первого экземпляра, распределенные на совокупный выпуск всей серии, в расчете на один автомобиль, составляют относительно небольшую величину. При тиражировании информационного ресурса ситуация обратная: стоимость процесса копирования информации, как правило, ничтожна. В связи с этим особое значение в новой экономике приобретает вопрос хранения, систематизации и эффективного использования уже накопленной информации с тем, чтобы от каждого элемента знаний получить максимум вновь созданной стоимости и полезного эффекта.

Использование информационных ресурсов характеризуется так называемым эффектом сетевого взаимодействия. Он обусловлен тем, что многие единицы современной техники (компьютеры, факсы, телефоны) работают совместно в рамках разветвленной сети. Сети характеризуются положительным внешним эффектом (экстерналией). В обычных условиях ценность каждого отдельного аппарата или устройства определяется его индивидуальными свойствами и практически не зависит от того, насколько распространены аналогичные аппараты. В слу-

чае с сетью это не так. Чем больше элементов в сети, тем больше оказывается полезность и соответствующий экономический эффект каждого отдельного аппарата.

В частности, чем больше узлов в Интернете, тем лучше (это касается и многих видов программного обеспечения). Вспомним первую современную факс-машину, созданную в 1965 г. На то, чтобы ее придумать и создать, ушли миллионы долларов, но, будучи в единственном экземпляре, она не обладала практической пользой. Вторая факс-машина немедленно придала первой определенную ценность. Появилась возможность передавать документы по факсу. В дальнейшем расширение парка факс-машин увеличивало ценность уже уставленных экземпляров. Так и теперь: каждый, приобретая новый факс для своих нужд, увеличивает стоимость всех остальных факсов.

Эффект в данном примере состоит в том, что чем больше узлов в сети, тем более ценной она становится. Этот принцип отличается от знакомых закономерностей традиционной экономики, среди которых соотношение ценности и редкости. Действительно, в традиционной экономике ценность определяется редкостью: алмазы, золото, нефть и дипломы университетов ценны, поскольку они редки. При этом когда чего-то становится много, оно обесценивается: ковры полностью потеряли ценность, когда их стали изготавливать на станках. Однако логика сети переворачивает эти традиционные представления. В сетевой экономике ценность вырастает из изобилия и увеличивается от повсеместного распространения.

В условиях новой экономики эффект масштаба приобретает новые формы. Традиционно он проявляется в том, что с увеличением масштаба уменьшаются издержки на производство единицы продукции, но при этом растут издержки, связанные с координацией все более сложных процессов. В результате можно выявить оптимальные размеры производства. Именно по такому принципу определяются размеры производства металлургических и автомобильных заводов, нефтеперерабатывающих комбинатов и пр.

Сетевой эффект взаимодействия порождает новое явление возрастающей предельной полезности и возрастающей предельной производительности. Чем больше масштаб деятельности в этих условиях, тем больше эффективность использования дополнительно вовлекаемых ресурсов. Это относится, прежде всего, к программному обеспечению и к техническим устройствам сетевого взаимодействия. Особенно ярко эффект масштаба проявляется в рамках сети, которая использует выработанные ею стандарты. Именно в связи с этим стандарты в новой экономике приобретают роль основного фактора конкурентоспособности.

Примером может служить история конкуренции двух систем записи на видеомэгнитофоны – Бета и VHS. Несмотря на лучшие технические параметры системы Бета, победила в этой конкуренции система VHS. Уже на первой стадии ей удалось обеспечить большее распространение в мире и впоследствии она стала универсальным стандартом для бытовой видеотехники. Аналогична история с операционными системами Macintosh и продукцией фирмы Microsoft. И в первом, и во втором случаях главным инструментом конкуренции стало не техническое совершенство и не цена, а наиболее быстрое распространение с целью утверждения нового стандарта для отрасли.

Ярким примером новых экономических отношений служит продукция фирмы Netscape: она распространяется бесплатно, но если на ее базе создан программный продукт, то за него приходится платить. Точно такая же ситуация на рынке с языком программирования Java: он бесплатен, но за готовую продукцию, созданную с его помощью, создателю приходится платить.

В настоящее время каждая организация или фирма постоянно испытывает ощутимые воздействия внешней среды. Эти воздействия могут носить различный характер: конкуренты начали производить такую же услугу по новой технологии с меньшими издержками; появилась новая аналогичная услуга, обеспечивающая у потребителя больший эффект; изменился курс валют; инфляция обесценила всю полученную прибыль; учетная ставка процента внезапно повысилась и т.д. Быстрые и подчас непредсказуемые изменения внешней среды заставляют каждое предприятие быстро приспосабливаться к постоянно меняющимся условиям. Адаптация, приспособляемость стали жизненно важными необходимыми свойствами любой организации.

Высокая скорость перемен в современной экономике заставляет фирмы быстро обновлять свою продукцию. Так, например, если в 1980 г. у фирмы Siemens объем продаж товаров, которые находились на рынке менее пяти лет, составлял 48%, то в 2000 г. уже 75%.⁶ Поведение фирм — производителей наукоемкой продукции очень похоже на рассказ Белой Королевы о своей стране в известной книге Льюиса Кэрролла «Алиса в Зазеркалье»: «Надо очень быстро бежать, чтобы оставаться на одном месте, а уж для того, чтобы двигаться вперед, надо бежать как минимум, вдвое быстрее».

Главной чертой фирмы-лидера становится гибкость, умение быстро реализовывать нововведения, быть в состоянии перманентной реорганизации и реконструкции и в то же время обеспечивать высокую прибыльность. Гибкость — это обязательное свойство лидера.

Еще в 500 г. до н.э. Гераклит сказал: «Ничто не вечно, кроме перемен». Сегодня «вечные перемены» в экономической жизни стали происходить настолько стремительно, что внешняя среда для любого участника производства может представляться как хаос.

Ускорение внешних перемен происходит из-за комплекса причин, среди которых — глобализация экономических процессов. По мере того, как отечественная экономика становится все более открытой, этот фактор набирает силу и в нашей стране. Глобализация финансовых операций, постоянная возможность появления новых конкурентов делают непредсказуемыми цены и валютные курсы. Более того, сокращение средних размеров производства, освоение новых информационных технологий и новые возможности современных электронных средств труда сокращают цикл «идея — готовый продукт» и делают возможным для большого числа производителей всех стран мира быстрое освоение и выход на рынок с любой новой продукцией. Все это затрудняет деятельность, не способствует сохранению лидерства. Современный рынок и тем более рынок будущего — это уже не рынок массовой продукции со снижающейся себестоимостью, а рынок максимально дифференцированной в соответствии с запросами потребителей и постоянно обновляющейся массы продуктов и услуг. Новая техника устанавливается не столько для того, чтобы экономить живой труд, сколько для того, чтобы обеспечить сроки разработки новой продукции, улучшение качества, повышение гибкости производства.

Последние исследования показали, что инвестиции в человеческий капитал, в информационные технологии и в другие составляющие интеллектуального капитала многих организаций стали главным и ведущим фактором их экономического успеха и экономического роста.

...Эндрю Карнеги в свое время сказал, что единственный незаменимый капитал, которым обладает организация, — это знания и способности людей этой организации. Производительность данного капитала зависит от того, как, насколько эффективно люди разделяют и передают друг другу знания.

Как будет происходить развитие организаций в XXI веке? Этот вопрос пока остается открытым. Однако ясно одно: XXI век — это век интеллектуального капитала.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. *Stuart T.A. Intellectual Capital: The New Wealth of Organisations.* — London, — 1997; *Rethinking the Future.* L., 1997. *Quinn, J.B. Intellect Enterprise. A Knowledge and Service Based Paradigm for Indus-*

- try. – L. – 1992; *Cope M.* Know your value? Value what you know. L., 2000. Knowledge Horizons: the present and the promise of knowledge management. – Boston. – 2000.
2. Ефремов В.С. Бизнес-системы постиндустриального общества. О труде, капитале и прибыли коммерческого предприятия. // Менеджмент в России и за рубежом. – 1999. – №5.
 3. T.A. Stuart. Intellectual Capital: The New Wealth of Organisations. – London. – 1997.
 4. Klein D., editor. The strategic management of intellectual capital. – Woburn. – 1998.
 5. Сваровский Ф. Секретное оружие // Ведомости. – 2000. – 28 августа.
 6. Эксперт. – 2001. – 9 июля. – С.45.