

УДК 330.142:005.33:005.94

С.В. Комаров, А.Н. Мухаметшин

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАТЕГОРИИ «НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ»

Рассматриваются основные теоретические подходы к изучению экономической категории «нематериальный капитал». В рамках этого уточняются основные модели и теории интеллектуального капитала: модель Эдвинссона «Skandia Value Scheme», модель Свейби «The intangible assets monitor», трехлистая модель FiMIAM. Проводится терминологический анализ дефиниций «неосязаемых активов»: деловая репутация (гудвилл), нематериальные активы и нематериальный капитал, интеллектуальный капитал.

Ключевые слова: *нематериальный капитал, интеллектуальный капитал, гудвилл, нематериальные активы, неосязаемые активы, неосязаемые факторы производства.*

В экономике в последние годы произошли некоторые изменения. К этим изменениям относится тот факт, что все больше и больше уменьшается значение традиционных факторов производства, таких как владение оборудованием и сырьем или наличие дешевой рабочей силы [11]. Это связано, прежде всего, с переходом к постиндустриальному обществу. Подтверждение этому можно найти в определении К. Маркса: «Экономические эпохи различаются не тем, что производится, а тем, как производится, какими средствами труда».

В этой связи значимость отдельных видов ресурсов изменяется по мере перехода от доиндустриальной к индустриальной, от нее – к постиндустриальной технологии [21]. В доиндустриальном обществе приоритет принадлежал природным и трудовым ресурсам, в индустриальном – материальным, в постиндустриальном – нематериальным ресурсам.

В итоге в современной экономике наряду с материальным и финансовым капиталом на передний план выходит нематериальный капитал как ключевой фактор создания рыночной стоимости компании. В современных усло-

---

© Комаров С.В., Мухаметшин А.Н., 2011

Комаров Сергей Владимирович – д-р филос. наук, проф. кафедры менеджмента и маркетинга. ФГБОУ ВПО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», e-mail: komarov@pmc.edu.ru

Мухаметшин Артем Наилевич – аспирант кафедры менеджмента и маркетинга. ФГБОУ ВПО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», e-mail: Pascal-89@mail.ru

виях рыночная стоимость компании в большей степени определяется величиной ее нематериального капитала, что хорошо прослеживается на примере американских компаний. Материальные активы компаний вначале 1980-х годов составляли 62 % их рыночной стоимости. Через 10 лет материальные активы компаний составляли лишь 38 % их рыночной стоимости. На основе новых исследований материальные активы компаний составляют только 5–15 %, причем у лидеров они ниже – 10 %.

Исходя из вышесказанного, в крупных западных компаниях нематериальный капитал уже стал главным объектом управления. Такие иностранные компании, как Microsoft, Hewlett-Packard, Coca-Cola и др., чья капитализация является одной из самых высоких на протяжении многих лет, уже давно оценили стратегическую значимость нематериального капитала в современной конкурентной борьбе.

Итак, оценив важность и актуальность вопроса исследования нематериального капитала, вернемся к определению его сущности. В сегодняшней литературе и нормативных актах при исследовании категории «неосязаемые активы» вводятся следующие понятия, относящиеся по своему содержанию к категории «неосязаемого»: «нематериальный капитал», «интеллектуальный капитал», «гудвил»<sup>1</sup>. Данные понятия рассматриваются с разных точек зрения, поэтому наблюдается большое разнообразие подходов к определению сущности этих понятий. Все это приводит к путанице в определениях, что влияет на понимание сущности явлений и методы управления ими. Цель настоящей работы – разобраться в понятийном аппарате и четко разграничить вышерассмотренные определения «неосязаемого». *Современные представления о неосязаемых факторах производства новой стоимости воплощаются в понятии «интеллектуальный капитал».*

Рассмотрим основные модели и теории интеллектуального капитала: модель Эдвинссона «Skandia Value Scheme», модель Свейби «The intangible assets monitor», трехлистную модель FiMIAM.

**Модель Свейби «The intangible assets monitor».** Впервые обратил внимание окружающих на ценность «нематериальных активов» компании – стоимость бренда компании, ее репутации, компетенции сотрудников и др. – шведский исследователь Карл Эрик Свейби. В 1986 году он опубликовал результаты своих исследований в книге «Невидимый балансовый отчет», введя в широкое употребление понятие «интеллектуальный капитал».

Согласно Свейби, интеллектуальный капитал включает в себя все, что знает организация. Это могут быть идеи, различные типы знаний, инновации. Главный пункт, однако, в том, что это те знания, которые организация может превратить в прибыль.

---

<sup>1</sup> От англ. good will – добрая воля.

Свейби в общем смысле предпочитает употреблять заимствованное у бухгалтерского учета название «нематериальные активы», хотя в общепринятом смысле речь идет об интеллектуальном капитале.

Нематериальные активы Свейби делит на компетенцию сотрудников, внутреннюю и внешнюю структуру компании [20].

*Внешняя структура* может рассматриваться как семейство или система нематериальных взаимоотношений с покупателями и поставщиками, которая формирует основу репутации (имиджа) компании. Некоторые из этих взаимоотношений могут быть преобразованы в законную интеллектуальную собственность, такую как торговая марка и название бренда. На ценность этих нематериальных ресурсов, главным образом, влияет то, насколько хорошо компания решает проблемы покупателя, который действует как элемент неопределенности. Репутация и взаимоотношения могут быть хорошими и плохими, а также могут изменяться с течением времени. В некоторой степени они не зависят от людей и их компетенций.

Когда люди направляют свои действия внутрь компании, они создают *внутреннюю структуру*. Система внутренней структуры содержит патенты, концепции, модели, шаблоны, компьютерные системы и прочие административные, более или менее явные, процессы. Они создаются сотрудниками и, главным образом, «принадлежат» компании. Однако компания, в действительности, обладает лишь небольшой частью внутренней структуры. Неформальная деятельность, внутренние сети, «культура» или «дух» организации также могут быть признаны принадлежащими внутренней структуре. В категорию внутренней структуры также полезно включать личные компетенции обслуживающего персонала, бухгалтерии, IT- и HR-отделов, управленческого персонала, поскольку невозможно отделить внутреннюю структуру от ее создателей. Внутренняя структура, таким образом, частично зависит и частично не зависит от людей. Даже если наиболее ценный человек оставит компанию, сильно зависящую от его компетенций (например, в консалтинговой компании), по крайней мере часть как внутренней, так и внешней структур (название бренда, к примеру) останется и может служить основой для нового старта.

Категория *персональных (индивидуальных) компетенций* состоит из компетенций профессионально-технического персонала, экспертов, специалистов отделов исследований и разработок (НИОКР), продаж и маркетинга, производственных рабочих – короче говоря, всех кто напрямую связан с покупателями и чья работа напрямую влияет на мнение покупателей о компании. Различие между профессионально-техническим и управленческим персоналом сделано для того, чтобы показать их роли как в отношениях друг с другом, так и во взаимодействиях с внешним миром. Такая классификация полезна для формулирования стратегии и плана действий. Различие между

профессиональными экспертами и административным персоналом в компаниях, интенсивно работающих со знаниями, подтверждается отсутствием передачи знаний между ними.

Каждый из трех нефинансовых показателей оценивается с точки зрения роста и инноваций, эффективности и стабильности, данные элементы наглядно показаны в матрице Свейби (табл. 1).

Таблица 1

Матрица К.Э. Свейби

	<b>Компетенция сотрудников</b>	<b>Внутренняя структура</b>	<b>Внешняя структура</b>
<b>Рост и инновации</b>	Длительность работы в данной профессии. Уровень образования. Затраты на обучение и образование сотрудников. Внутрифирменный оборот персонала. Клиенты, повышающие компетенцию	Инвестиции в информационные технологии. Клиенты, улучшающие структуру	Прибыль на одного клиента. Рост числа клиентов. Клиенты, улучшающие имидж компании
<b>Эффективность</b>	Доля специалистов. Добавленная стоимость на одного занятого. Добавленная стоимость на одного специалиста. Прибыль на одного занятого. Прибыль на одного специалиста	Доля обслуживающего персонала. Индекс «ценности/отношение персонала»	Индекс удовлетворенности клиентов. Продажи на одного клиента. Индекс «выигрыш / потери»
<b>Стабильность</b>	Текучесть специалистов. Средняя заработная плата. Средний трудовой стаж	Срок жизни организации. Текучесть обслуживающего персонала. Доля новых сотрудников	Доля крупных клиентов. Структура клиентов по длительности партнерских связей. Частота повторяющихся заказов

В данной модели обращает на себя внимание тот факт, что многие показатели трудно интерпретируемы без дополнительных разъяснений, например, «клиенты, улучшающие компетенцию (внутреннюю/внешнюю структуру)», «ценности/отношение персонала»). Каждый из показателей в модели Свейби имеет свою единицу измерения (проценты, коэффициенты, стоимость в денежных единицах, удельные показатели и т.д.).

Очевидно, что представленная система показателей дает не прямую, а косвенную оценку интеллектуального капитала компании, в виде результа-

тов (например, добавленная стоимость, удовлетворенность клиентов) или внешних проявлений деятельности менеджеров по увеличению стоимости компании (например, затраты на обучение и образование сотрудников).

Рассматривая подход Свейби, нельзя не обратить внимание на его достаточно известную модель «The intangible assets monitor» (табл. 2). Монитор нематериальных активов (Intangible Assets Monitor), разработанный в середине 1980-х годов шведским ученым, доктором Карлом Эриком Свейби, имеет немало общего с появившейся несколько позже сбалансированной системой показателей. Он определяет три основных направления анализа нематериальных активов компании: внешнюю структуру, внутреннюю структуру, а также компетентность людей, – которые очень напоминают потребительский аспект, аспект внутренних бизнес-процессов и аспект обучения и развития сбалансированной системы показателей, и все же между двумя этими методами есть несколько принципиальных различий [1].

Таблица 2

## Показатели монитора нематериальных активов

Индикаторы НА	Показатели	2008	2009	2010
<i>Индикаторы внешней структуры предприятия</i>				
I. Рост	Прирост валовой прибыли, %	11,85	12,29	12,28
II. Обновление/инновации	Продажи новым покупателям, руб.	127 589	142 645	159 477
III. Эффективность	Объем продаж на 1 покупателя, руб.	227	240	253
IV. Риск/стабильность	Доля удовл. клиентов от всех клиентов, %	92,00	93,00	93,50
<i>Индикаторы внутренней структуры предприятия</i>				
I. Рост	Инвестиции во внутреннюю структуру, руб.	200 000	100 000	0
II. Обновление/инновации	Доля новых товаров, %	5	4	0
III. Эффективность	Доля обслуживающего персонала, %	3,33	3,33	3,33
IV. Риск/стабильность	Текучесть персонала, %	0	0	0
<i>Индикаторы квалификации (компетенции)</i>				
I. Рост	Индекс квалификации, %	70	74	80
II. Обновление/инновации	Гендерное разнообразие, доля жен.	58	58	58
III. Эффективность	Прибыль на 1 специалиста, руб.	1 515 009	1 701 247	1 910 118
IV. Риск/стабильность	Текучесть специалистов, %	0	0	0

Одно из различий состоит в том, что, как убежден Свейби, прибыль для организации создают только люди. Это допущение не входит в круг идей сбалансированной системы показателей (ССП). Фактически СПП, рассматривает людей скорее как затраты, чем как создателей дохода. В отличие от СПП монитор нематериальных активов Свейби не предполагает использования финансовых показателей. И это результат исходного убеждения автора в том, что «человеческие знания имеют очень мало отношения к деньгам, и очень мало кто знает, как обращаться с деньгами».

Сходство между сбалансированной системой показателей и монитором нематериальных активов привело к известной путанице среди специалистов по системам оценки знаний. Некоторые рассматривают модель «Skandia Navigator» как прямой результат исследований Свейби, другие считают, что это метод, объединяющий две системы в одну. Как бы то ни было, нет никакого сомнения в том, что и СПП, и монитор нематериальных активов сыграли огромную роль в том, что сегодня, оценивая стоимость своих компаний, управляющие стараются оценивать не только финансовые показатели, а также ряд других.

Свейби рекомендует поделить всех работников на две категории: профессионалы и обслуживающий персонал. Профессионалы – это те, которые планируют, производят или представляют продукт или решение и кто напрямую связаны с работой с клиентами. Только эти сотрудники принимаются во внимание при оценке третьего неосязаемого актива: компетенций персонала. Все остальные работники заняты больше во внутренней структуре, чем во внешней, то есть которые работают в бухгалтерии, администрации, секретариате и т.п., вносят вклад во внутреннюю структуру организации и должны оцениваться в этой категории. Все сотрудники центра, за исключением администратора являются профессионалами [6].

*Модель Эдвинссона «Skandia Value Scheme».* Рассмотрим подход шведского ученого Л. Эдвинссона. В статье «Перспективы неосязаемых активов и интеллектуального капитала – 2000» в журнале «Интеллектуальный капитал», он отмечает, что новая сфера создания стоимости в новой экономике – это «так называемая неосязаемая сфера, или сфера интеллектуального капитала» [8].

Л. Эдвинссон разработал для шведской страховой компании Skandia одну из наиболее известных моделей «Skandia Value Scheme». Эдвинссон начал работать над вопросами человеческого капитала в Skandia в 1991 году. Он разработал матрицу, получившую название навигатора фирмы Скандия (Skandia Navigator), – инструментарий, позволивший выявить и увеличить интеллектуальный капитал в подразделении (табл. 3). Навигатор показывает, как человеческий капитал создает финансовую ценность компании. Обычно данная модель используется для планирования бизнеса. Он предлагает общие

перспективы на основе прошлого (ориентация на финансовые показатели), настоящего (ориентация на потребителя, процессы и человеческий фактор) и будущего (ориентация на обновление и развитие) компании.

Таблица 3

## Показатели «навигатора Скандия» (%)

Проекция	Показатель	2008	2009	2010
Финансовая	Доля выручки от новых клиентов	3,99	5,65	5,56
	Прирост валовой прибыли	11,85	12,29	12,28
Клиентская	Прирост клиентов	4,16	5,99	5,88
	Прирост «повторных» клиентов	4,16	6,99	8,27
Процессная	Доля всех «сбоев» от всех посещений	2,50	2,00	1,50
Нововведений и развития	Доля удовл. клиентов от всех клиентов	92,00	93,00	93,50
Человеческого капитала	Текучесть кадров	0	0	0
	Индекс квалификации	70	74	80

С помощью навигатора Скандия компания может представить свои цели в виде более конкретных факторов, а затем измерить эти факторы на уровне отдельных сотрудников, группы, направления деятельности и на корпоративном уровне. Изучая степень реализации каждого из определяющих успех факторов на каждом уровне, Скандия может легко выявить то, что является источником финансовых показателей организации.

Эдвинсон утверждает, что капитал компании состоит из двух компонентов: капитала финансового и капитала интеллектуального. Финансовый капитал адекватно отражается в годовом отчете, который служит также его документальным подтверждением; интеллектуальный капитал, напротив, нередко образован «скрытыми ценностями», и поэтому его так трудно подсчитать [1].

Основанная на этих идеях модель «навигатора Скандия» акцентирует внимание на пяти аспектах деятельности компании. Во-первых, таким аспектом является финансовый – тот, что отражается в традиционном балансовом отчете компании и ее отчете о прибылях и убытках с их детальными показателями работы компании в прошлом. Далее идет потребительский аспект, который охватывает все вопросы, касающиеся клиентов компании. Третий аспект – процессный (процессы, благодаря которым компания может продолжать свою деятельность и добиваться повышения ее эффективности). Четвертый – это аспект обновления и развития (инновации, исследования и разработки, творчество и изобретательство, которые необходимы, чтобы компания могла успешно функционировать и в будущем). Пятый аспект – это человеческий капитал [1].

Важнейшая предпосылка данной модели – интеллектуальный капитал образуется в результате интеграции человеческого и структурного капиталов. Человеческий капитал, по мнению компании Skandia, есть сумма знаний и навыков сотрудников организации, их стремления к нововведениям и способностей к выполнению задач. Человеческий капитал организации не принадлежит. Человеческий фактор имеет особое значение для любой компании, так как они в большей степени создают интеллектуальный капитал. Таким образом, человеческий аспект служит связующим звеном между четырьмя другими [6].

**Трехлистная модель FiMIAM.** Оценки интеллектуального капитала (и соответствующие модели) могут довольно значительно отличаться в разных компаниях. Поэтому сложившаяся основная структура интеллектуального капитала постоянно дополняется новыми подходами и попытками точнее учесть нефинансовые факторы роста стоимости. В данной модели в наибольшей степени учтено взаимодействие между элементами интеллектуального капитала. Трехлистная модель FiMIAM приведена на рис. 1.

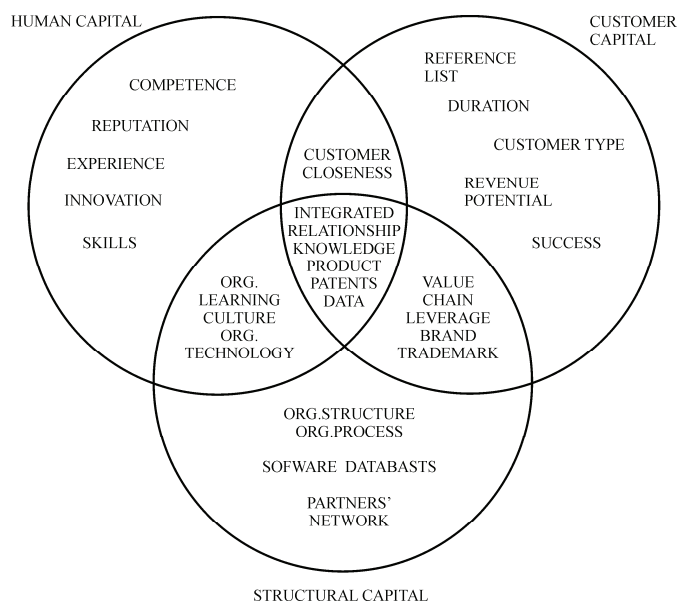


Рис. 1. Модель «Финансового метода измерения неосязаемых активов» (FiMIAM) [18]

При пересечении кругов возникают новые элементы интеллектуального капитала, содержание каждого из которых описывается авторами с целью, как можно точнее учесть влияние элементов на стоимость компании. В четырехлистную модель включен такой элемент, как стратегический альянс, или партнерский капитал, который рассматривается как отношения между акцио-



нерами. Уход партнера также может привести к потере доходов компании. Основное же достоинство этой модели в том, что авторами построена шкала структурированности элементов интеллектуального капитала (их всего 15, как число различных сочетаний четырех основных элементов), на которой наиболее структурированным (следовательно, полностью принадлежащим компании) является структурный капитал, наименее – клиентский капитал; структурированность человеческого капитала рассматривается ниже среднего уровня. Такой элемент, как, например, «структурный капитал плюс человеческий капитал», рассматривается как знания, компетенция и умения сотрудников, вовлеченные в структуру компании и которые не могут быть потеряны из-за ухода работника. Этот показатель помещен в середину шкалы структурированности интеллектуального капитала.

В рассмотренных моделях больше общего, чем различий. Большинство авторов признают наличие самостоятельных элементов интеллектуального капитала – человеческого, организационного, клиентского, как бы они ни назывались. Вместе с тем в настоящее время существует множество терминов, так или иначе связанных с неосязаемыми факторами производства: деловая репутация (гудвилл), нематериальные активы и нематериальный капитал, интеллектуальный капитал. Далее рассмотрим, что понимается под выделенными выше понятиями различными учеными и исследователями в рамках определения сущности понятия «интеллектуальный капитал», поскольку современные представления о неосязаемых факторах производства новой стоимости определяются именно понятием «интеллектуальный капитал».

***Экономическая сущность неосязаемых факторов производства.*** Рассмотрим подход к определению интеллектуального капитала Т. Стюарта. Том Стюарт, один из первых исследовавший данную проблематику, дал следующее определение интеллектуального капитала: «интеллектуальный капитал – это накопленные полезные знания», «интеллектуальный материал, который сформирован, закреплен за компанией и используется для производства более ценного имущества. Разум становится имуществом, когда под влиянием свободно действующей силы мозга создается нечто полезное, имеющее определенную форму: перечень сведений, база данных, описание процесса и т.д.» [19]. В этом определении подчеркивается интеллектуальное происхождение: интеллектуальный капитал рассматривается как результат работы мысли, результат знаний. Можно сказать, что, по Стюарту, интеллектуальный капитал – это знания, воплощенные в более осязаемую, чем мысль, форму.

Аналогичный подход предлагает и другой исследователь проблематики К. Багриновский (в соавт.): «Определение интеллектуального капитала носит достаточно общий характер и обычно подразумевает сумму тех знаний

всех работников компании, которая обеспечивает ее конкурентоспособность» [2. С. 83].

Однако Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) поддерживает другой подход, приняв во внимание тот факт, что неосязаемые активы создаются не только интеллектуальными (мыслительными) усилиями. Отсюда следует, что не всегда они могут называться интеллектуальным капиталом. Более того, существуют такие неосязаемые активы, как улучшение арендованного имущества, организационные расходы и т.д.

Ряд авторов считают предложенное ОЭСР определение интеллектуального капитала наиболее практическим и работающим: «Интеллектуальный капитал – это экономическая ценность двух категорий неосязаемого имущества компании: организационный (структурный) капитал и человеческий капитал» [13]. Состав каждого компонента уточняется следующими примерами: к структурному капиталу относятся собственные системы программного обеспечения, организация распределения, каналы сбыта и снабжения. К человеческому капиталу относятся человеческие ресурсы внутри организации (то есть ресурсы персонала), а также внешние человеческие ресурсы организации (то есть ресурсы покупателей и поставщиков).

Такой подход заслуживает особого внимания, потому как здесь интеллектуальный капитал рассматривается как часть, а не синоним неосязаемых активов («неосязаемого имущества»). Напомним, что раньше различие между неосязаемыми активами и интеллектуальным капиталом не было четко определено [9].

Стоит отметить, что есть вещи нематериальной природы, которые не являются логической частью интеллектуального капитала компании. Например, Р. Петти и Дж. Гутри [13] выдают за такую вещь репутацию компании, которая может стать сопутствующим продуктом (результатом) разумного использования интеллектуального капитала фирмы, но не является частью ее интеллектуального. Такой подход можно изобразить в виде схемы на рис. 2.

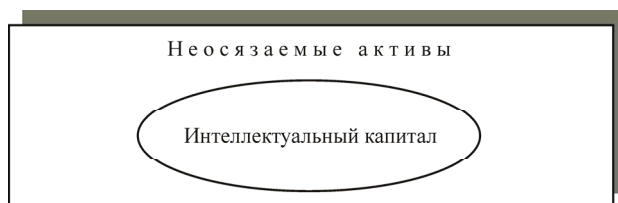


Рис. 2. Понятие интеллектуального капитала «в узком смысле»

Взгляд на интеллектуальный капитал, противоположный предыдущему, предлагают А.Н. Козырев и В.Л. Макаров [5], трактуя понятие «шире, чем более привычные понятия интеллектуальной собственности и нематери-

альных активов» (рис. 3). Авторы данного подхода подчеркивают, что понятие интеллектуального капитала нигде в мире не закреплено ни одним законодательным актом, что позволяет исследователям высказывать самые неожиданные точки зрения без оглядки на юридические ограничения. Большинство авторов полагают: сейчас исследования интеллектуального капитала находятся на самой начальной стадии, соответственно отсутствие законодательных ограничений является, с одной стороны, полезным для продолжения исследований, с другой – объяснимым, поскольку отсутствует единый подход, необходимый для стандартизации понятий.



Рис. 3. Интеллектуальный капитал «в широком смысле» [5]

Соглашаясь с тем, что интеллектуальный капитал вбирает в себя более широкий круг активов, чем признаваемые в бухгалтерском учете нематериальные активы, уточним, что, исходя из предыдущего подхода, не все из признаваемых в учете нематериальных активов можно отнести к интеллектуальному капиталу. Кроме того, существуют и не признаваемые стандартами учета активы, которые также нельзя отнести к результатам интеллектуальной деятельности.

Различие между интеллектуальным капиталом и неосязаемыми активами объясняется иначе в подходе А. Уайлмана и И. Кади [21, 22]. Так, если исходить из того, что существуют измеряемые и неизмеряемые, или «жесткие» и «мягкие», активы, можно выделить интеллектуальные активы, основным признаком которых является их нахождение «за пределами прямого измерения», и неосязаемые активы. Последние, напротив, представляют собой активы, обладающие целым набором юридических прав, а также способностью приносить экономическую выгоду для организации, которая может быть измерена (через увеличение продаж либо снижение издержек, либо увеличение стоимости материальных активов). При этом рабочая сила может рассматриваться только как интеллектуальный актив, поскольку точную количественную оценку будущей прибыли, создаваемой рабочей силой, получить невозможно. Таким образом, сложность определения приемлемой рыночной цены актива следует рассматривать как важный индикатор интеллектуального актива [7]. В этом подходе «мягкие» (неизмеряемые) неосязаемые активы рассматриваются как самостоятельный актив (интеллектуальный),



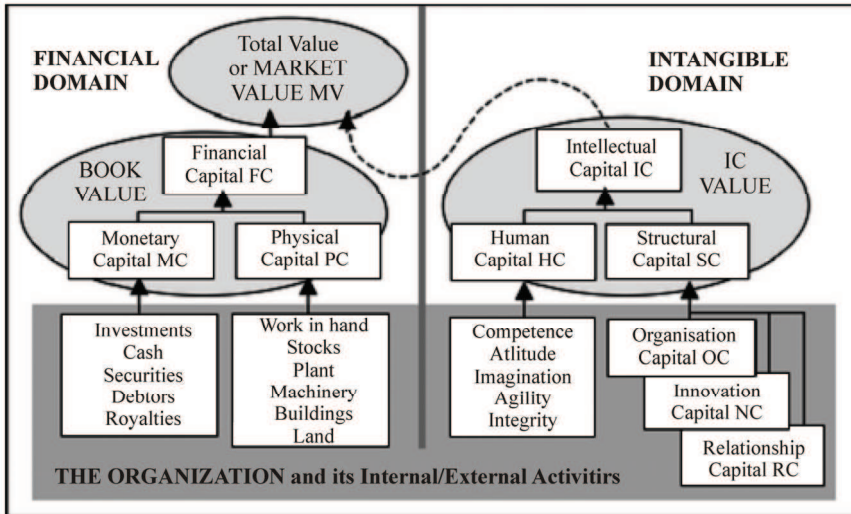


Рис. 5. Интеллектуальный капитал как единственное воплощение «сферы неосязаемого» [12]

$$\text{Предприятие} = \text{Материальные активы} + \text{Интеллектуальный капитал}$$

Рис. 6. Исходная концепция интеллектуального капитала Э. Брукинг

Принципиальное совпадение терминов «неосязаемые активы» и «интеллектуальный капитал» имеет место и в том случае, когда в качестве причины имеющих разных названий рассматриваются различные области их применения. Часто считается, что термин «неосязаемые активы» является бухгалтерским термином и ориентирован на баланс, понятие интеллектуальных активов отражает те же явления, но используется в другой области – человеческих ресурсов [17].

П. Санчез приводит подборку исторических названий, предшествовавших появлению понятия интеллектуального капитала: невидимые активы, знания, базисная компетенция, стратегические активы, базисные возможности, неосязаемые ресурсы, организационная память и др. Концепция базисных знаний К. Прахалада<sup>2</sup> стала классической и общепризнанной; компетенция рассматривается как «базис» организации, потому что трудно воспроизводима, и это делает ее недоступной для конкурентов [14]. Каково бы ни было название этого феномена, представляет он собой совокупность неосяз-

<sup>2</sup> Prahalad C.K., Hamel G. The core competence of the corporation (1990).

заемых ресурсов (активов), рассматриваемых в широком смысле: права на интеллектуальную собственность, торговые марки, информационные технологии, базы данных, сети, навыки, способности и компетенция (человеческий капитал) и т.д. [10]. На рис. 7 представлена схема данного подхода.



Рис. 7. Сфера «неосязаемого» как единый объект исследования [14]

Такой подход поддерживается и некоторыми российскими экономистами [4]. Однако приведенные выше мнения кажутся нам более убедительными. Поиск содержания каждого из понятий, то есть интеллектуального капитала и неосязаемых активов, а также точек их пересечения более продуктивны, чем их простое отождествление. Очевидно, в данном подходе учитывается то, что в бухгалтерских стандартах используют понятие гудвилла для тех неосязаемых активов, которые невозможно измерить прямыми методами. Но в учете признается только гудвилл приобретенных компаний, а созданный в данной компании гудвилл признается существующим, но не отражается в учете. Поэтому бухгалтерский подход является объективно более узким, чем требуется для адекватного понимания интеллектуального капитала.

Также особого внимания заслуживает вопрос о соотношении понятий интеллектуального капитала и деловой репутации (гудвилла), поскольку возникновение первого связано с попыткой экономистов объяснить растущую разницу между рыночной капитализацией компаний и балансовой стоимостью их активов. Поначалу эта разница возникла в высокотехнологичных компаниях и рассматривалась как их отличительная черта. В настоящее время превышение рыночной стоимости компании над стоимостью ее активов, отраженных в балансе, наблюдается в любой компании, имеющей какие-либо конкурентные преимущества (например, компания SGL Carbon, производитель электродов для черной металлургии, имеет двукратное превышение рыночной капитализации над балансовой стоимостью активов). Причиной имеющегося разрыва экономисты считают наличие у компании не отражаемых в балансе активов, или ее интеллектуального капитала. Поэтому речь идет не о том, что инвесторы переплачивают при покупке перспективной компании, а о том, что они платят как за материальные, так и за нематериаль-

ные активы. Правила бухгалтерского учета позволяют отражать в балансе лишь небольшую часть неосязаемых активов, все остальные учтены в деловой репутации, или гудвилле, одной суммой. Следовательно, интеллектуальный капитал выступает содержанием гудвилла и объясняет его внутреннюю структуру. В этом смысле понятие интеллектуального капитала представляет собой прогресс по сравнению с существовавшим несколько веков единственным понятием – гудвилла компании.

Вопрос заключается в том, понимают ли интеллектуальный капитал только как конкретизацию величины гудвилла, поскольку он имеет определенную внутреннюю структуру и позволяет увидеть, что является главным преимуществом компании: ее персонал, клиенты или внутренняя организация – или есть концептуальные отличия между этими терминами. На этот счет существуют две точки зрения. Сторонники первой считают, что превышение над бухгалтерской стоимостью формируется как раз за счет интеллектуальных активов, поэтому последний позволяет увидеть, из чего состоит репутация компании, и управлять ею. Суть этого мнения можно интерпретировать так: то, что раньше бухгалтеры называли гудвиллом, сейчас называют интеллектуальным капиталом. Однако «котловой» метод расчета стоимости гудвилла в этом случае уже не подходит, поскольку требуется отразить каждый элемент интеллектуального капитала, причем не только приобретенный при слиянии бизнесов, но и внутренне созданный. Поэтому изменение названия требует принципиально новых подходов к учету. На наш взгляд, невозможность учета интеллектуального капитала существующими методами и является причиной существования противоположного мнения относительно соотношения гудвилла и интеллектуального капитала: интеллектуальный капитал – это «новый» гудвилл, новый вид активов компании, относящийся к неосязаемым активам, но отличающийся от имеющихся ранее активов [16]. Основные отличия в том, что этот актив очень быстро изменяется и создает конкурентные преимущества. Кроме того, поскольку гудвилл определяется как разность между рыночной стоимостью компании и балансовой величиной ее чистых активов, то величина самого гудвилла зависит от оценки материальных активов и обязательств [15]. Так, общий размер интеллектуального капитала, если его приравнять к гудвиллу, окажется намного меньше, если компания имеет большие обязательства перед кредиторами. Следует согласиться, что ни стоимость материальных активов, ни стоимость обязательств не должна оказывать влияния на размер интеллектуального капитала. Последний должен определяться независимо, а остаточный способ этому требованию не удовлетворяет.

В завершение приведем противоречивые мнения относительно происхождения интеллектуального капитала. Как мы уже отметили, Р. Рослендер и Р. Финчем считают интеллектуальный капитал «новым и загадочным» яв-

лением [16]. В то же время Э. Брукинг пишет, что «интеллектуальный капитал существовал издавна: он появился, когда первый бродячий торговец установил хорошие отношения с покупателем. Тогда это называлось “доброе имя”» [3].

Для ответа на поставленные выше вопросы результаты обзора подходов к определению сущности «неосязаемых активов» ниже систематизированы в табл. 4.

Таблица 4

## Подходы к определению «неосязаемых активов»

№ п/п	Автор	Содержание	Примечание
1	Т. Стюарт, 1997; ОЭСР, 1999	ИК (интеллектуальный капитал) включает только интеллектуальные активы, возникшие как результат знаний и компетенции персонала. ИК рассматривается как часть более широкого понятия – нематериальных активов	Нематериальные активы рассматриваются в широком смысле, как «сфера неосязаемого» организации
2	А.Н. Козырев, В.Л. Макаров, 2003	Понятие ИК шире, чем нематериальные активы и интеллектуальная собственность, и не регламентируется нормативными актами. Содержание нематериальных активов жестко регулируется правовыми документами и бухгалтерскими стандартами	Нематериальные активы рассматриваются в узком (бухгалтерском) смысле
3	А. Уайлмен, 1999; И. Кадди, 2000	ИК объединяет ту часть нематериального, которая принципиально не может иметь прямой денежной оценки и неотделима от создавшей их компании в отличие от неосязаемых активов, которые могут быть измерены в денежных единицах и существовать за пределами организации. ИК относится к «мягким» активам, нематериальные активы – к «жестким»	Нематериальные активы рассматриваются в узком смысле как активы, регулируемые юридическими и бухгалтерскими документами
4	Л. Эдвинссон, 2000; Э. Брукинг, 2001; К.Э. Свейби, 1998	Понятие ИК совпадает с понятием нематериальных активов и рассматривается как необходимое условие конкурентоспособности компании	И нематериальные активы, и ИК рассматриваются в наиболее широком смысле как воплощение всего «неосязаемого», которым обладает организация



№ п/п	Автор	Содержание	Примечание
5	К. Прахалад, 1992; П. Санчез, 2000	Понятия ИК и нематериальных активов полностью совпадают, но первое используется менеджерами, второе – бухгалтерами	Понятие нематериальных активов используется в широком смысле как совокупность всех неосязаемых явлений организации
6	Л. Джойя, 2000; К.А. Багриновский (в соавт.), 2001	ИК – это тот же гудвилл, но исследуется менеджерами, а не бухгалтерами. Имея внутреннюю структуру, ИК конкретизирует понятие гудвилла и объясняет причины его возникновения	ИК и гудвилл приравниваются к понятию неосязаемых активов в широком смысле
7	Р. Рослендер, Р. Финчем, 2001	ИК – это новый актив, которого раньше не было, поэтому не совпадает ни с неосязаемыми активами, ни с гудвиллом	ИК является новым активом с точки зрения бухгалтера, поскольку требует иных подходов к его учету, чем активы, признаваемые сегодня в бухгалтерском учете
8	И. Родов, Ф. Лельерт, 2002	ИК не совпадает с гудвиллом, поскольку на расчет гудвилла оказывает влияние балансовая оценка материальных активов	Гудвилл рассматривается в узком бухгалтерском смысле, а не как совокупность всех неосязаемых активов

Вышеприведенная таблица является убедительным свидетельством того, насколько, во-первых, глубоки расхождения исследователей во взглядах на сущность интеллектуального капитала, во-вторых, насколько глубоким и многогранным является содержание самого исследуемого явления.

В научном сообществе относительно понятий «нематериальный капитал», «интеллектуальный капитал», «гудвилл» существуют различные точки зрения:

1. *Понятие «интеллектуального капитала» используется в узком и широком смысле:*

а) в узком смысле это активы компании, которые представляют собой совокупность знаний ее персонала и результат воплощения этих знаний в других неосязаемых активах: внутрифирменных структурах, клиентском капитале и др.;

б) в широком смысле это совокупность всех неосязаемых активов компании, в том числе тех, которые не являются результатом мыслительной деятельности.

2. Понятие «нематериальный капитал» используется в узком и широком смысле:

а) в узком смысле это совокупность активов организации, удовлетворяющая критериям признания активов в бухгалтерском учете;

б) в широком смысле это совокупность всех неосязаемых активов, включая те, которые не удовлетворяют требованиям стандартов учета: рабочая сила, внутрифирменная структура, списки клиентов и др.;

3. Понятие гудвилла используется как в узком, так и широком смысле:

а) в узком смысле это разница между стоимостью приобретения компании и балансовой стоимостью ее материальных, нематериальных и денежных активов, а также обязательств. В российском бухгалтерском учете и в русском переводе МСФО эта разница названа деловой репутацией;

б) в широком смысле это совокупность всех неосязаемых активов компании.

Проведенный анализ позволяет сделать несколько **выводов**:

1) под «интеллектуальным капиталом» следует понимать активы компании, которые представляют собой совокупность знаний ее персонала и результат воплощения этих знаний в других неосязаемых активах. Это активы, представляющие собой мысленные знания, то есть не отделимые от сотрудников, и знания, воплощенные в результатах мыслительной деятельности (структурах, интеллектуальной собственности, клиентах и др.);

2) под «нематериальным капиталом» следует понимать всю совокупность неосязаемых активов в наиболее широком смысле. К ним относятся:

а) интеллектуальный капитал и активы, не являющиеся результатом интеллектуальной деятельности;

б) измеряемые и неизмеряемые прямыми методами активы;

в) нематериальные активы, признаваемые стандартами финансовой отчетности и отражаемые в бухгалтерском балансе, и неосязаемые активы, не отвечающие критериям признания и не отражаемые в балансе.

3) под «гудвиллом» следует понимать разницу между стоимостью приобретения компании и балансовой стоимостью ее материальных, нематериальных и денежных активов, а также обязательств. Понятие «гудвилл» должно пониматься так, как оно трактуется и признается стандартами бухгалтерского учета, то есть превышение цены покупки фирмы над стоимостью отраженных в ее балансе чистых активов. Следовательно, говорить о гудвилле действующей компании можно только в значении, отличающемся от бухгалтерского. Примерный смысл этого значения передают термины репутация, деловая репутация, бренд компании.

Из трех представленных определений наиболее общим и включающим в себя два других понятия является понятие «нематериальный капитал».

## Список литературы

1. Андриссен Д., Тиссен Р. Невесомое богатство. Определите стоимость вашей компании в экономике нематериальных активов. – М.: Олимп-Бизнес, 2004.
2. Научно-исследовательский сектор экономики России: состояние и особенности развития / К.А. Багриновский, М.А. Бендииков, И.Э. Фролов, Е.Ю. Хрусталев. Центр. экономико-матем. ин-т, РАН. – М., 2001. – 120 с.
3. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.
4. Кельчевская Н.Р., Павлов М.Е. Сущность интеллектуального капитала // Тр. Всерос. симп. по экономической теории / Ин-т экономики УрО РАН. – Екатеринбург, 2003. – С. 203–205.
5. Козырев А.Н., Макаров В.Л. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / РИЦ ГШ ВС РФ. – М., 2003. – 368 с.
6. Мельников О.Н. Управление интеллектуально-креативными ресурсами наукоемких производств. – М.: Креативная экономика, 2004.
7. Caddy I. Intellectual capital: recognizing both assets and liabilities // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1, № 2. – P. 129–146.
8. Edvinsson L. Some perspectives on intangibles and intellectual capital – 2000 // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1, № 1. – P. 12–16.
9. Guthrie J. The management, measuring and reporting of intellectual capital // Journal of Intellectual Capital. – 2001. – Vol. 2, № 1. – P. 27–41.
10. Hall R. The strategic analysis of intangible resources // Strategic Management Journal. – 1992. – № 13. – P. 135–144.
11. Pawlowsky P. Wissensmanagement: Erfahrungen und Perspektiven. – Wiesbaden, 1998.
12. Pherson Ph. M., Pike S. Accounting, empirical management and intellectual capital // Journal of Intellectual Capital. – 2001. – Vol. 2, № 3. – P. 246–260.
13. Petty R., Guthrie J. Intellectual Capital Literature Review. Measurement, reporting and management // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1, № 2. – P. 155–176.
14. Sanchez P., Chaminade C., Olea M. Management of intangibles – An attempt to build a theory // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1, № 4. – P. 312–327.
15. Rodov Ph.L. FiMIAM: financial method of intangible assets measurement // Journal of Intellectual Capital. – 2002. – Vol. 3, N. 3. – P. 323–336.
16. Roslender R., Fincham R. Thinking critically about intellectual capital accounting // Accounting, Auditing & Accountability Journal. – 2001. – Vol. 14, № 4. – P. 383–399.

17. Sanchez P., Chaminade C., Olea M. Management of intangibles – An attempt to build a theory // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1, № 4. – P. 312–327.

18. Schäfer M. Gestaltung von Lernenden Unternehmen unter Einsatz von multimedialen Technologien. – Stuttgart, 1997.

19. Stewart T.A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. – New York: Currency Doubleday, 1997. – P. 67.

20. Sveiby K.E. Wissenskapital. Das unentdeckte Vermögen. – Lech., 1998.

21. Wileman A. A capital idea // Management Today. – 1999. – № 97.

22. Caddy Ian. Intellectual capital: recognizing both assets and liabilities // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1, № 2. – P. 129–146.

Получено 25.12.2011

**S.V. Komarov, A.N. Muhametshin**

#### THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE ECONOMIC CATEGORIES OF INTANGIBLE ASSETS

The article reviews the main theoretical approaches to the study of the economic category «intangible capital». In this connection the basic models and theories of intellectual capital (Edvinsson's model «Skandia Value Scheme», Sveiby's model «The intangible assets monitor», a three-component model FiMIAM) are explained. Terminological analysis is carried out of «intangible assets» definitions, namely, goodwill, intangible property and capital, intellectual capital.

**Keywords:** intangible capital, intellectual capital, goodwill, intangible assets, fixed assets, intangible factors of production.