

М.Э.Пулатов,  
кандидат экономических наук,  
ТГЭУ

## РАЗУМ СТАНОВИТСЯ ИМУЩЕСТВОМ

В нашей стране в последние годы вопросам инновационной активности и создания четко очерченной инновационной системы уделяется все большее внимание. В качестве небольшого отступления стоит упомянуть, что в целом экономическое развитие страны осуществляется в соответствии с провозглашенным Президентом Узбекистана принципом централизованного регулирования, реализующимся через государственную политику. Значимый элемент этой политики - переход к инновационному типу развития, в том числе это касается и научно-технологической области. Так, в докладе на заседании Кабинета Министров 29 января 2010 года важнейшим приоритетом реализации экономической программы на 2010 год была определена политика дальнейшего углубления структурных преобразований экономики для обеспечения роста конкурентоспособности страны, включающая высокие темпы модернизации, технического и технологического обновления производства, расширение выпуска наукоемкой продукции с высокой добавленной стоимостью, в том числе ориентированной на экспорт. Выбранная стратегия подтверждает безусловный факт, что Узбекистан выбрал инновационный путь развития экономики.

Следующий важный документ – постановление Президента Республики Узбекистан № 916 **«О дополнительных мерах по стимулированию внедрения инновационных проектов и технологий в производство»** от 15 июля 2008 года, которым открываются реальные возможности для развертывания масштабных работ по активизации инновационной деятельности, усилению интеграционных процессов между наукой и производством. Тем самым государство провозглашает, что повышение уровня производительных сил и благосостояния нации связано не только с реализацией своих природных, но и интеллектуальных ресурсов.

Информационно-аналитическое обеспечение конкурентоспособности играет принципиально важную роль, так как способствует принятию обоснованных решений. В ближайшем будущем в любой профессиональной деятельности решающую роль будет играть интеллектуальный капитал (ИК).

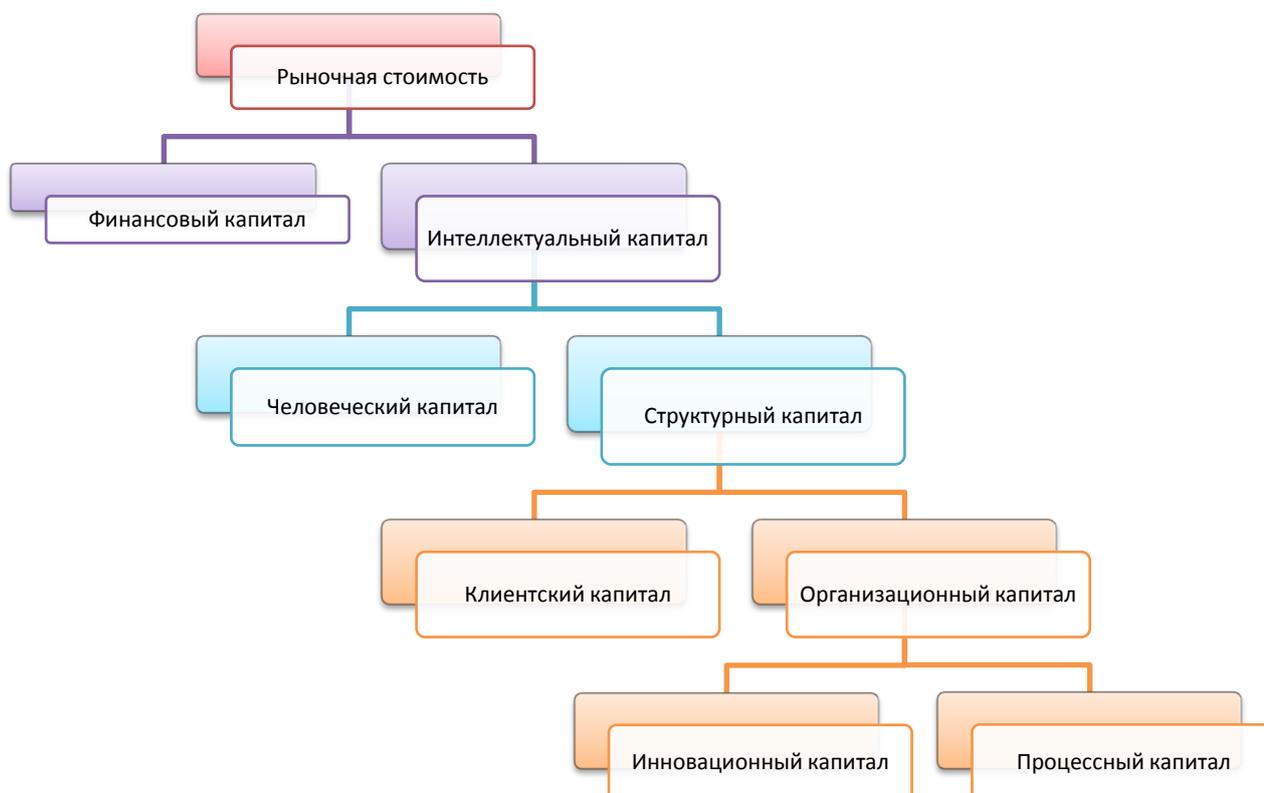
Современные представления о неосязаемых факторах производства новой стоимости воплощаются в понятие «интеллектуальный капитал». Менеджеры, управляющие стоимостью компаний, практически едины в своем мнении относительно названия этого явления, его содержания, а также в том, что современная бухгалтерия не в состоянии учитывать эти новые активы (компетентность сотрудников, отношение клиентов, компьютерные и административные системы, базы данных и др.). Некоторые исследователи даже утверждают, что для учета интеллектуального капитала требуется новая финансовая и управленческая концепция. Финансисты же ведут дискуссии о

том, стоит ли изменять традиционные бухгалтерские термины (нематериальные активы, деловая репутация), а также о возможности стоимостной оценки нового показателя, его учета и отражения в отчетности.

Различные модели и теории интеллектуального капитала представляют собой обобщение практики управления факторами стоимости в конкретных компаниях, и это в настоящее время признается и исследователями, и практиками. По этой причине каждая модель уникальна и отражает специфику своей компании. Вместе с тем, накопление опыта и знаний об интеллектуальном капитале к началу текущего десятилетия позволило определить общие подходы, выработать более или менее единую структуризацию интеллектуальных активов компаний. Практически все исследователи этого вопроса и менеджеры выделяют три составляющих интеллектуального капитала:

- 1) **человеческий капитал (human capital);**
- 2) **структурный или организационный капитал (structural capital);**
- 3) **клиентский капитал (customer capital).**

Каждая модель по-своему обосновывает выделение элементов и взаимоотношения между ними. Ниже представлена Структура интеллектуального капитала в одной из наиболее известных моделей «Skandia Value Scheme», разработанной Л. Эдвинссоном для шведской страховой компании Skandia (рис.).



Источник: Leif Edvinsson. [www.intellektualcapital.se](http://www.intellektualcapital.se)

Рис. Структура интеллектуального капитала в модели «Skandia Value Scheme»

В данной схеме **человеческий капитал** рассматривается, как компетенция и способности персонала компании. Эта часть интеллектуального капитала покидает компанию вместе с работниками после окончания рабочего дня. **Структурный капитал** - это то, что остается в компании после окончания рабочего дня и ухода работников. Он делится на клиентский и организационный капитал. **Клиентский капитал** представляет собой ценность, заключенную в отношениях с клиентами. **Организационный капитал** делится на инновационный и процессный капитал. **Инновационный капитал** состоит в основном из законных прав (патентов, лицензионных соглашений), а также из того, чему трудно дать точное определение, но что в большой степени определяет стоимость компании (идеи, торговые марки). **Процессный капитал** - это инфраструктура компании (информационные технологии, рабочие процессы и т.д.).

В связи со сложностью рассматриваемых явлений необходимо также учитывать взаимодействие элементов между собой и их неодинаковую роль в создании стоимости компании. Такая попытка сделана другим шведским исследователем - К.Э. Свейби (Sveiby).

Его модель «The intangible assets monitor» (табл.) также широко известна<sup>1</sup>. К.Э. Свейби предпочитает употреблять заимствованное у бухгалтерского учета название «нематериальные активы», хотя в общепринятом смысле речь идет об интеллектуальном капитале.

Таблица

**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 (лет) 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 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

<sup>1</sup> <http://www.sveiby.com.au/IntangAss/denosyni.htm>.

Каждый из показателей в модели К.Э. 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 результатов (например, добавленная стоимость, удовлетворенность клиентов) или внешних проявлений деятельности менеджеров по увеличению стоимости компании (например, затраты на обучение и образование сотрудников). В отчетах об интеллектуальном капитале не разъясняется порядок расчета показателей, даже таких, которые не имеют общепринятых подходов к расчету (индекс удовлетворенности клиентов и др.). Кроме того, сравнение отчетов одной компании за несколько лет приводит к выводу, что состав показателей достаточно произвольно и без объяснений изменяется, в связи с этим информация становится мало сопоставимой и плохо пригодной для принятия инвестиционных решений.

Ряд показателей из представленных моделей, безусловно, можно стандартизировать. Однако проблема в том, что смысл показателей должен отражать специфику деятельности компании, иначе интеллектуальный капитал нельзя раскрыть. Поэтому полная стандартизация в данном случае невозможна, и в этом показатели интеллектуального капитала проигрывают бухгалтерским показателям, порядок расчета которых известен всем (и составителям, и пользователям отчетности). Этот порядок един для всех компаний, независимо от отрасли, вида деятельности и других особенностей. Это обеспечивает сопоставимость показателей во времени и в пространстве.

Оценка уровня интеллектуального капитала по нескольким элементам сложна для интерпретации, поэтому существуют и модели, предлагающие один обобщающий показатель. Наиболее известным является **ИС-индекс (IC-index)**<sup>1</sup>, который автор называет **показателем 2-го поколения** в отличие от показателей 1-го поколения, дающих информацию только об отдельных элементах интеллектуального капитала. **ИС-индекс представляет собой коэффициент, увязывающий финансовые** (в частности, экономическую добавленную стоимость и оценку стоимости фирмы) **и нефинансовые** (стратегия, компетенция и др.) **измерители**.

В представленных моделях больше общего, чем различий. Подавляющее 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 активами: брэнд, гудвилл, интеллектуальная собственность, нематериальные активы, расходы на исследования и разработки. Какова взаимосвязь этих терминов с понятием интеллектуального капитала? Упорядочение и систематизация этих терминов становится актуальным вопросом, от которого, в частности, будет

---

<sup>1</sup> Roos, J. Measuring the future. 1998. <http://www.unisys.com/execmag/1998-03/journal/viewpoints2.htm>.

зависеть способ отражения неосязаемых активов в отчетности, принятый и признанный бухгалтерскими организациями.

В имеющейся литературе и нормативных актах сущность неосязаемых активов рассматривается с разных точек зрения. Поэтому наблюдается большое разнообразие подходов к определению как сущности, так и структуры неосязаемых активов. Для обозначения неосязаемых активов используются разные названия, каждое из которых отражает, как принято, преследуемую цель и стремление исследователя отделить рассматриваемое явление от уже существующих. С этой точки зрения, вопрос, на который необходимо ответить, следует сформулировать так: **почему в 90-е годы прошлого столетия появился новый термин - интеллектуальный капитал, - на первый взгляд, по своему содержанию практически совпадающий с понятием неосязаемых активов?** Сделаем два альтернативных предположения относительно причин этой ситуации:

1) имеющиеся к тому времени в бухгалтерском учете и оценочной деятельности термины «неосязаемые (нематериальные) активы», «бренд», «гудвилл», «интеллектуальная собственность» не охватывали всего смысла, который необходимо было вложить в новое понятие;

2) по содержанию понятие интеллектуального капитала можно было описать имеющимися терминами, но новое название было необходимо, чтобы указать на новую область применения изучаемых явлений. Речь идет об использовании неосязаемых активов как объекта управления со стороны менеджеров, и основная цель этой деятельности - рост акционерной стоимости за счет вовлечения ранее не используемых резервов: знаний, компетенции, организационных структур, информационных технологий, удовлетворенности клиентов и др.

Содержание нематериальных активов, рассматриваемых в бухгалтерском смысле, и интеллектуальной собственности определено в нормативных актах. **Интеллектуальный капитал шире, чем более привычные понятия интеллектуальной собственности и нематериальных активов.** Понятие интеллектуального капитала нигде в мире не закреплено ни одним законодательным актом, и это позволяет исследователям высказывать самые неожиданные точки зрения без оглядки на юридические ограничения. **Если учесть, что большинство авторов сходятся во мнении о том, что исследования интеллектуального капитала находятся на самой начальной стадии, то отсутствие законодательных ограничений является, с одной стороны, полезным для продолжения исследований, с другой - объяснимым, поскольку отсутствует единый подход, необходимый для стандартизации понятий.**

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. 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 нематериальные 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<sup>1</sup>. 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<sup>2</sup>.** 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. Так, общий размер интеллектуального капитала, если его

---

<sup>1</sup> Багриновский К. А., Бендиков М.А., Фролов И.Э., Хрусталева Е.Ю. Научно-инновационный сектор экономики России: состояние и особенности развития. - М.: ЦЭМИ РАН, 2001. - 120 с. - С. 84; Joia, Luis A. Measuring intangible corporate assets. Linking business strategy with intellectual capital. Journal of Intellectual Capital. Vol. 1. Number 1, 2000, pp. 68-84; Козырев А.Н., Макаров В.Л. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. - М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. - 368 с. - С.198.

<sup>2</sup> Roslender R., Fincham R. Thinking critically about intellectual capital accounting. Accounting, Auditing & Accountability Journal, 2001, Vol. 14, No 4, pp. 383-399.

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.

### **Проведенный обзор позволяет сделать следующие выводы:**

1) понятие интеллектуального капитала используется в узком и широком смысле. В узком смысле под интеллектуальным капиталом понимаются активы компании, которые представляют собой совокупность знаний ее персонала и результат воплощения этих знаний в других неосязаемых активах: внутрифирменных структурах, клиентском капитале и др. В широком смысле интеллектуальный капитал - это совокупность всех неосязаемых активов компании, в том числе тех, которые не являются результатом мыслительной деятельности;

2) понятие неосязаемых активов используется в узком и широком смысле. В узком смысле неосязаемые активы - это совокупность активов организации, удовлетворяющая критериям признания активов в бухгалтерском учете. В состав этих активов включается интеллектуальная собственность (патенты, зарегистрированные товарные знаки и др.), деловая репутация приобретенных компаний, расходы на обучение, исследование и разработки при соблюдении критериев признания. Признание этих активов регулируются международными и национальными стандартами финансовой отчетности. Эти активы имеют определенную денежную оценку. В русском переводе Международных стандартов финансовой отчетности неосязаемые активы называются нематериальными активами. В широком смысле неосязаемые активы - 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. В узком смысле под гудвиллом понимают бухгалтерский актив, удовлетворяющий критериям стандартов финансовой отчетности. Признается лишь приобретенный гудвилл; внутренне созданный гудвилл запрещено отражать в балансе. Величина гудвилла определяется как разница между стоимостью приобретения компании и балансовой стоимостью ее материальных, нематериальных и денежных активов, а также обязательств. В русском переводе МСФО эта разница названа деловой репутацией. В широком смысле гудвилл - это совокупность всех неосязаемых активов компании.

Полученный в результате терминологического исследования материал позволяет ответить на поставленный нами вопрос: «С какой целью в экономике возникло новое понятие - интеллектуальный капитал?». Причина в том, что до этого, действительно, не существовало приемлемого термина для определения той части неосязаемых активов фирмы, которая объясняет причины роста стоимости компании. Как мы видим, не существовало (и не существует) единого понимания ни неосязаемых активов, ни гудвилла. Неосязаемые активы,

если не принимать в расчет бухгалтерское значение, рассматривались как нечто неопределенное, неизмеряемое, скорее всего, неделимое. В английском языке для этого часто используется прилагательное «intangible» во множественном числе («intangibles») в смысле «неосязаемое», «неосязаемая сфера». Поскольку «неосязаемое» означает еще «неопределенное, неуловимое». В лучшем случае, из них выделяли нематериальные активы, признаваемые бухгалтерским учетом, и гудвилл компании, который признается только в случае приобретения компании по рыночной стоимости, превышающей справедливую стоимость ее чистых активов. Однако и гудвилл - величина неделимая; остаток, вбирающий в себя все активы, стоимость которых не удастся подсчитать прямыми методами. Поэтому появление термина «интеллектуальный капитал» представляет собой развитие концепции неосязаемых активов в сторону их большей измеряемости и прозрачности. В то же время следует отметить, что нельзя назвать интеллектуальный капитал явлением, которого раньше не существовало; и компетенция персонала, и внутренняя организация, и клиенты у компаний были, но не рассматривались раньше как определяющие факторы роста их стоимости и не нуждались в особых подходах к изучению.