

**Акимова Елена Владимировна**

канд. экон. наук, доцент, зав. каф. «Учет и аудит»

**Василенко Мария Васильевна**

студентка гр. ОА 11-1

Донбасская государственная машиностроительная академия  
г. Краматорск, Украина

## **Определение понятия «Интеллектуальный капитал»**

***Аннотация:** в статье рассматривается определение понятия интеллектуальный капитал зарубежными и отечественными экономистами, выделяются его функции, а также составляющие структуры интеллектуального капитала.*

Проблема определения понятия «интеллектуальный капитал» и разработки методов его измерения возникла в конце XX века, когда на арену вышли мировые корпорации, специализирующиеся на инновационной, наукоемкой продукции. Возникла необходимость оценки таких активов. Дискуссии о том, какие элементы входят в состав интеллектуального капитала, а также о соотношении понятия «интеллектуальный капитал» продолжаются по сей день.

Возрастающая роль интеллектуального капитала в обеспечении экономического роста (особенно инновационного) актуализирует исследования направленные на поиск путей его эффективного использования, этой проблематике уделено внимание многих известных отечественных и зарубежных экономистов. Раскрытию сущности категории «интеллектуальный капитал» посвящены работы Э. Брукинга [3], В.М. Гееца [5], Д. Гилбрейта [6], В. Л. Иноземцева [8], М. Кастельса [9], А.Н. Козырева [10], Б.Б. Леонтьева [11], Л.Г. Мельника [12], Э. Тофлера [14] и многих других ученых. Но однозначного определения понятия так и не принято.

Главной функцией интеллектуального капитала является ускорение роста величины прибыли за счет формирования и реализации необходимых предприятию систем знаний, вещей и отношений, которые, в свою очередь, обеспечивают его высокоэффективную хозяйственную деятельность. В частности, интеллектуальный капитал предприятия определяет качество его системы управления [11]. Поэтому осознав значительную роль интеллектуального капитала, руководители предприятий и организаций достойно оценивать труд персонала, поскольку именно человек является объектом эффективных вложений и субъектом, который превращает их в производительные способности с целью дальнейшей реализации в производстве [7].

Анализ подходов отечественных и зарубежных ученых показывает, что в структуре интеллектуального капитала выделяют три составляющих:

*1. человеческий капитал:*

– знания;

- навыки;
- творческие способности;
- моральные ценности;
- культура труда.

## *2. организационный капитал:*

- техническое и программное обеспечение;
- патенты;
- товарные знаки;
- оргструктура;
- культура организации.

## *3. потребительский капитал*

- связи с клиентами;
- информация о клиентах;
- история взаимоотношений с клиентами.

*Человеческий капитал* – это часть интеллектуального капитала, который имеет непосредственное отношение к человеку (знание, практические привычки, творческие и умственные способности людей, их моральные ценности, культура работы). Человеческий капитал важный при проведении инноваций и дорогого восстановления.

*Организационный капитал* – это часть интеллектуального капитала, который имеет отношение к организации в целом (процедуры, технологии, системы управления, техническое и программное обеспечения, организационная структура, патенты, товарные знаки, культура организации, отношения с клиентами). Организационный капитал – это организационные возможности фирмы отзываться на требования рынка. Он отвечает за то, как человеческий капитал используется в организационных системах, превращает информацию. Организационный капитал в большой степени является собственностью компании и может быть относительно самостоятельным объектом купли - продажи.

*Потребительский, или клиентский капитал* состоит из связей и стойких отношений с клиентами и потребителями. Одна из главных целей формирования потребительского капитала – создание такой структуры, которая разрешает потребителю продуктивно общаться с персоналом компании. Потребительский капитал обеспечивает потребителям, клиентам возможность продуктивного, удовлетворяющего их потребности общения и взаимодействия с персоналом организации. Потребительский капитал часто понимается как «капитал отношений». В этом смысле он включает в себя контракты и соглашения, репутацию, бренд, товарные знаки, каналы распределения продукции и портфель заказов, отношения с клиентами. Так, деловая репутация организации, складывающаяся из ее этических норм и норм поведения, социальной ответственности, представляет собой рыночную категорию. Если организация пользуется доверием, она может продавать продукты по более высоким ценам, увеличивать объемы продаж, пользоваться высокой лояльностью клиентов и сотрудников, привлекать для трудоустройства лучших специалистов. Символом

деловой репутации часто выступают товарные знаки и бренды. Маркетинговая стратегия – также часть потребительского капитала организации: выбор целевых рынков, создание отличительных преимуществ, стимулирование лояльности потребителей, базы данных о клиентах и их анализ, call-центры для потребителей.

Таблица 1

Определение понятия интеллектуальный капитал зарубежными и отечественными экономистами

№	Автор	Определение
1	Симулин А.	ресурсы, которые влияют на эффективность функционирования предприятия (возможность достигать цели) и отвечают следующим признакам: - не имеют материального содержания; - представляют собой будущие экономические выгоды [1].
2	В.П. Багов, Э.Н. Селезнев, В.С. Ступаков	интеллектуальное богатство организации, которое определяет ее творческие возможности по созданию и реализации интеллектуальной и инновационной продукции [2].
	Брукинг Э.	термин для обозначения нематериальных активов, без которых компания не может существовать, усиливая конкурентные преимущества [3].
3	Ваганян О.Г.	совокупность индивидуальных и коллективных, явных и неявных знаний, информации, опыт, квалификации, мотивации персонала, его коммуникационных возможностей, которые используются организацией [4].
4	Иноземцев В.	информация и знания, которые сыграют роль «коллективного мозга», что аккумулирует знание работников, интеллектуальную собственность, накопленный опыт, организационную структуру, информационные сети, имидж предприятия [8].
5	Леонтьев Б.Б.	стоимость всех имеющихся интеллектуальных активов, включая интеллектуальную собственность, естественные и приобретенные умственные способности и привычки, а также накопленные базы знаний и полезные отношения с другими субъектами; т.е. речь идет о бренди, клиентуре, фирменном наименовании, каналах сбыта, лицензионных и других соглашениях и т.д. [11].
6	Мельник Л.	умственные способности людей в совокупности с созданными ими материальными и нематериальными средствами, которые употребятся в процессе интеллектуальной работы; таким образом, в состав интеллектуального капитала включаются как нематериальные, так и материальные активы [12].
7	Селезнев Е.Н.	интеллектуальное богатство организации, которая определяет ее творческие возможности по созданию и реализации инновационной продукции [13].
8	Л. Эдвинссон	разница между рыночной стоимостью и стоимостью предприятия по данным бухгалтерского учета, то есть как сумму скрытых активов, не отраженных в балансе фирмы.
9	П. Хофман-Банг, Х. Мартин	один из критических факторов, не отраженных в традиционном балансе, но необходимых для будущего успеха.

Тем не менее, наиболее точным и всеохватывающим определения термина «интеллектуальный капитал», по нашему мнению, – это накопленная в процессе

интеллектуальной деятельности совокупность знаний, информации, опыта, коммуникационных возможностей, которые имеют экономическую ценность и их можно использовать для увеличения дохода. Это то, чем владеет предприятие, и с помощью чего возможно его развитие.

Интеллектуальный капитал является залогом стратегического успеха корпорации, поэтому он должен стать объектом пристального внимания со стороны ее руководства.

### *Вывод*

В данной работе были изложены основные подходы к определению сущности и структуры интеллектуального капитала организации. Анализ подходов отечественных и зарубежных ученых показывает, что в структуре интеллектуального капитала выделяют три составляющих: человеческий капитал, организационный капитал и потребительский капитал. Нами было рассмотрено понятие интеллектуальный капитал с точки зрения разных авторов и выведено наиболее точное, по нашему мнению, что это накопленная в процессе интеллектуальной деятельности совокупность знаний, информации, опыта, коммуникационных возможностей, которые имеют экономическую ценность и их можно использовать для увеличения дохода.

### *Список литературы*

1. Алексей Симулин. Секрет «умной» компании. Управление интеллектуальным капиталом // TopManager. – 2002. – №17 / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edu.znate.ru/docs/index-28091921-1.html?page=25>
2. Багов В.П., Селезнев Е.Н., Ступаков В.С. Управление интеллектуальным капиталом: Учеб. пос. - М.: ВБ «Камерон», 2006. – 248 с.
3. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг, пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковачин. – СПб : Питер, 2001 - 288 с.
4. Ваганян О.Г. Менеджмент интеллектуального капитала - эффективный инструмент стратегического управления в России в условиях экономики знаний // Креативная экономика. 2007. - 320 с.
5. Геец В. М. Социально-экономические трансформации при переходе к экономике знаний / В. М. Геец / Социально-экономические проблемы информационного общества / Под ред. д.э.н., проф. Л.Г. Мельника. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2005. – С. 16-33.
6. Гилбрейт Д. Экономические теории и цели общества / Д. Гилбрейт, под ред. акад. Н. Н. Иноземцева. – М.: Прогресс, 1979. - 406 с.
7. Грішнова О.А. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук: Формування людського капіталу в системі освіти і професійної підготовки. – К., 2002. – 37 с.
8. Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / В. Л. Иноземцев. – М.: Academia. – Наука, 1988. – 640 с.
9. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
10. Козырев А. Н. Интеллектуальный капитал / А. Н. Козырев. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://revolution.allbest.ru>.
11. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Б.Б. Леонтьев. – М.: Издательский центр “Акционер”, 2002. – 200 с.

12. Мельник Л.Г. Экономика информации и информационные системы предприятия : Учебн. пособ. / Л.Г. Мельник, С.Н. Ильяшенко, В.А. Касьяненко – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2004. – 400 с.

13. Селезнев Е.Н. Интеллектуальный капитал как объект управления // Справочник экономиста. – 2007. – №2. – С. 23-26.

14. Тофлер Э. Метаморфозы власти / Э. Тофлер, пер. с англ. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. – 669 с.