*Аль-Д. Хайдер Мохаммед Жасим   
аспирант, 3 курс   
направление 38.06.01 экономика   
Южно-Уральский государственный университет,   
Россия, Челябинск*

**Факторы, влияющие на формирование информации о величине интеллектуального капитала организаций**

**Аннотация.** Целью данного исследования является уточнение понятия интеллектуального капитала и факторов, влияющих на формирование интеллектуального капитала в организациях. В статье дается определение авторской концепции интеллектуального капитала, а также его роли в развитии организаций. Основное внимание в исследовании уделено внутренним и внешним факторам формирования интеллектуального капитала в организациях, а также стоимости нематериальных активов, которые в настоящее время считаются реальной стоимостью продукции, способствуют успеху.

**Ключевые слова:** интеллектуальный капитал, внутренним и внешним факторам формирования интеллектуального капитала.

С развитием современных экономических взаимоотношений между хозяйствующими субъектами, знания обретают большую значимость как фактора производства. Для предприятия любой отрасли, интеллектуальный капитал становится главным конкурентным преимуществом, с одной главной целью: оживление инновационной деятельности в национальной и мировой экономике. В связи с этим, возникает необходимость основательного и фундаментального исследования самого интеллектуального капитала как экономической и учетной категории, которая становится основным источником увеличения рыночной стоимости крупных российских и иностранных компаний.

Известно, что на сегодняшний день в современной российской практике учета, интеллектуальный капитал предприятия оценивается как нематериальные активы, в соответствии с разделом «Учет нематериальных активов», положения бухгалтерского учета и правовых документов по вопросам охраны прав интеллектуальной собственности. В современной зарубежной практике учета, интеллектуальный капитал предприятия оценивается как нематериальные активы, в соответствии с МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы». На основании этого можно утверждать, что такой подход определяет стоимостную оценку объектов интеллектуальной собственности как оценку затрат на их создание с учетом морального старения и изменением индекса цен от момента создания объектов интеллектуальной собственности к моменту оценки их стоимости [1].

Для выявления основных факторов, влияющие на формирование информации о величине интеллектуального капитала, необходимо выявить определение самой величины интеллектуального капитала. Данный вопрос был освещен в научных работах таких известных, на мировом уровне, ученых как К.Э. Свейби, Б.Б. Леонтьев, В.Л. Иноземцев и др.[2, 3, 4].

Но, на наш взгляд интересным является определение самой величины интеллектуального капитала, таким ученым как А.Е. Плахин[5]. В своих трудах он определяет величину интеллектуального капитала как: «превращение его в товар, иными словами: возможность получения дохода от владения исключительными правами. Интеллектуальный капитал образован «скрытыми ценностями», поэтому трудно дать однозначную оценку его стоимости».

Тем не менее, по нашему мнению, изучив научные труды, нами были выявлены о обобщены факторы, влияющие на формирование информации о величине интеллектуального капитала, которые условно можно представить как внешние и внутренние. Систематизируя внутренние факторы формирования интеллектуального капитала на уровне предприятий и компаний, представим общее обобщение взаимодействий элементов интеллектуального капитала и его динамики, используя абстрактно-логистическую схему воспроизводства, рисунок 1.

Человеческий капитал

Организационный капитал

Клиентский капитал

Экономика предприятия

Положительная связь между структурными элементами

Положительное влияние состояния одного элемента на эффект другого

Положительное воздействие инвестиций в формирование элементов интеллектуального капитала

Рисунок 1 – Абстрактно-логическая модель воспроизводства интеллектуального капитала [6, 7]

В результате, представленной модели, четко прослеживаются зависимости двух видов:

Первый вид зависимости можно охарактеризовать как «воздействие на элемент» – один из элементов интеллектуального капитала является фактором формирования другого: человеческий капитал способствует генерированию организационного, организационный – клиентского и человеческого.

Второй вид зависимости можно охарактеризовать как «воздействие на связь» – то есть один из элементов интеллектуального капитала является фактором, который воздействует на эффект другого элемента, это прослеживается воздействием интеллектуального капитала на внешнюю среду при этом не затрагивая взаимосвязи внутри системы интеллектуального капитала.

По сути, данная модель (рисунок 1), показывает внешние факторы формирования интеллектуального капитала как инвестиции в элементы интеллектуального капитала в обобщенной форме. Однако, при формировании клиентского капитала, мы наблюдаем отсутствие подтвержденной связи между «инвестициями в отношения» и конечным результатом. Данный факт можно объяснить теоретическим положением, заключающего в том, что клиентский капитал во многом находится под контролем внешней среды, а не самой системы-носителя интеллектуального капитала[8].

В результате, проведенных нами рассуждений, сформируем внешние факторы формирующих интеллектуальный капитал в разрезе его элементов, таблица1.

Таблица 1 – Внешние факторы формирования интеллектуального капитала

|  |  |
| --- | --- |
| Структурный элемент ИК | Факторы |
| Человеческий капитал | – уровень образования  – моральные ценности |
| Организационный капитал | – уровень развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)  – работа научно-исследовательских структур  – институциональная среда: совокупность основополагающих политических, социальных и юридических правил, образующих базис для производства, обмена и распределения  – культурные установки населения |
| Клиентский капитал | – сложившийся имидж  – история взаимоотношений с клиентами |

Таким образом, перечень внешних факторов формирования интеллектуального капитала доказывает следующее:

– факторы не являются равнозначными: часть из них рассматривается как приоритетная, сосредоточение основных усилий происходит на развитии системы образования и институциональной среды, другая часть просто принимается к сведению, так как имеют незначительный вес в итоговой оценке интеллектуального капитала, но не находят отражения в практических инициативах, сюда можно отнести культурные установки или имидж;

– факторы носят многоаспектный характер: например, культурные установки могут рассматриваться с позиций доверия и теории социального капитала[7], с позиций концепции Г. Хофстеде [9].

– факторы носят системный характер и могут быть декомпозированы на составляющие, что зачастую и наблюдается в практике управления и оценки интеллектуального капитала: например, уровень развития ИКТ рассматривается в разрезе подсистем мобильной связи, сети Интернет и т.д.

Если рассматривать факторы по элементам, на формирование которых они влияют, то список факторов формирования клиентского капитала меньше и включает слабо поддающиеся влиянию факторы (культурные установки, сложившийся имидж и отношения).

Состав внутренних факторов влияющих на формирование информации о величине интеллектуального капитала, также как и внешние факторы, целесообразно рассматривать в разрезе его структурных составляющих.

По нашему мнению, внутренние факторы следует разбить на следующие категории, таблица 2:

 качественные показатели;

 количественные финансовые показатели;

 количественные нефинансовые показатели.

Таблица 2 – Внутренние факторы, влияющие на формирование информации о величине интеллектуального капитала

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Структурные элементы | Количественные | | Качественные |
| Финансовые | Нефинансовые |
| Человеческий капитал | – заработная плата  − выручка на сотрудник  – прибыль на сотрудника | – численность персонала  − стаж работы | – образование  − квалификация  − гендерный состав  − владение акциями |
| Организационный капитал | − расходы на НИОКР  − изменение основных средств  − изменение дивидендов  − нематериальные активы | – возраст компании  − количество патентов, лицензий, торговых марок  − доля инновацион-ных продуктов | – информационные технологии  − базы данных  − внедрение стратегии развития |
| Клиентский капитал | – коммерческие расходы | – доля рынка  − частота упоминания компании в прессе  − количество посещений вебсайта | – бренд  − характеристики собственников  − количество стран, в которых осуществля-ется деятельность  − местонахождение компании  − отношения с партнерами и конкурентами |

Таким образом, мы видим, что большинство факторов человеческого и клиентского капитала являются качественными и нефинансовыми. Организационный капитал, напротив, может содержать как финансовые так и нефинансовые факторы, что объясняется его особенностями, позволяющими измерить его количественно (значительная часть находит отражение в балансе предприятия – как нематериальные активы). Однако, существует немаловажный факт, большинство количественных факторов ограничены как величины, это связано с неточностью их балансовых значений.

Список использованной литературы

1. Ступникер Г. Формирование и оценка интеллектуального капитала предприятия / Г. Ступникер. // Экономический анализ, 2010. – № 5. – С. 189-192.

2. Иноземцев В.Л. К теории постэкономической общественной формации. – М.: Academia, 1995. – 340 с.

3. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. – М.: Акционер, 2002. – 101 с.

4. Sveiby K.E. The Intangible Assets Monitor. URL: <http://www.sveiby.com/articles/companymonitor.html>.

5. Плахин А.Е. Управление интеллектуальным капиталом: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 27 апреля 2012 г.) / [отв. за вып. М.В. Федоров, Э.В. Пешина, А.Е. Плахин]. – Екатеринбург: Урал. гос. экон. ун-т, 2012. – 248 с.

6. Bontis, N. National Intellectual Capital Index: а UN initiative for the Arab region / N. Bontis // Journal of Intellectual Capital. – 2004. – № 1. – P. 13-39.

7. Weziak D. Measurement of National Intellectual Capital: Application to EU Countries / D. Weziak // IRISS Working Paper. – 2007. – № 13.

8. Орлова Т.М., Гапоненко А.Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал. – М.: Эксмо, 2008. – 550 с.

9. Hofstede G. Cultural cоnstraints in management theories // Academy of Management Executive. – 1993. – № 7 (1). – P. 81-94.

(© Аль-Д. Хайдер Мохаммед Жасим, 2019)