

УДК 658.1

К.С. ЛИСЕНКОВА,

старший преподаватель

Институт экономики, управления и права (г. Казань)

ОЦЕНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА И НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье обсуждаются вопросы сущности и структуры интеллектуального капитала и нематериальных активов предприятия, а также рассматриваются методы оценки интеллектуального капитала предприятия. Рассматривается вопрос о необходимости проведения оценки интеллектуальной собственности и нематериальных активов предприятия.

Современный этап развития экономики неизбежно приводит к развитию новых сфер бизнеса, новых способов достижения коммерческих целей. Немаловажным фактором конкурентоспособности организации на рынке становятся наличие как материальных, так и неосязаемых факторов, к которым относятся интеллектуальный капитал организации и интеллектуальный потенциал персонала организации.

В настоящее время в период постиндустриальной экономики большое значение в структуре капитала компании приобретает человеческий капитал. Основа любого бизнеса – люди, причем не только умеющие с успехом создавать новые идеи и вдохновлять на их исполнение, но и степень общей вовлеченности сотрудников в деятельность компании. По Эдвинссону и Мэлоуну, «интеллектуальный капитал – это корни компании, скрытые условия развития, таящиеся за видимым фасадом ее зданий и товарного ассортимента» [1].

Поэтому для современного лидера задачей номер один является искусство управления командой и ее наиболее результативными сотрудниками. Важнейшим условием вышеназванной задачи является достижение эффективности использования человеческого потенциала.

В период постиндустриальной экономики особое значение уделяется нематериальным активам компаний, в частности человеческому капиталу как фактору роста стоимости компании.

Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов особенно важна для предприятий высокотехнологичных отраслей.

Оценка интеллектуальной собственности – установление стоимости, которая обусловлена потенциальной эффективностью нематериального актива, характеризующегося технологической и

производственной новизной. По сути, это оценка потребительной стоимости объекта, включающая такой фактор, как способность приносить дополнительную прибыль.

На современном этапе развития бизнеса для каждой компании во главе угла стоит вопрос оценки не только материальных активов, акций и ценных бумаг, но и нематериальных активов и интеллектуальной собственности.

Современные собственники и руководители предприятий знают, что оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов играет не последнюю роль в общей оценке собственности компании. Во многих крупных корпорациях Запада, да и в последнее время в России, оценка интеллектуальной собственности превышает половину оценки стоимости всей фирмы. А если говорить о компаниях, занимающихся производством программного обеспечения, компаний по рекламе или консалтинговых фирм, где основным активом является человек, его интеллект, там нематериальные активы играют ведущую роль.

В настоящее время, к сожалению, не сформировалось однозначное толкование понятия «интеллектуальный капитал», поскольку участники дискуссии, как правило, подходят к определению этого понятия с разных позиций и ставят перед собой разные цели.

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: человеческий, организационный и потребительский капиталы. Структура

интеллектуального капитала представлена ниже на рис. 1.

Организационный (структурный) капитал компании – это часть интеллектуального капитала, которая имеет отношение к организации в целом. Речь в данном случае идет об организационных возможностях компании ответить на требования рынка, ответить 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 обмена и получения дополнительного капитала.

Потребительский или клиентский капитал компании складывается из связей и устойчивых отношений с клиентами и потребителями.

К структурному капиталу относятся систематизированные знания, в том числе ноу-хау, в принципе отделяемые от физических лиц (работников) и от фирмы. Таким образом, ноу-хау оказываются частью как человеческого, так и структурного капитала.

С точки зрения Т.Н. Ромашкиной, под человеческим капиталом в экономике понимается запас знаний, навыков, способностей (в том числе творческих и мыслительных), мотивация человека к производительному труду, имеющих экономическую ценность, приобретенных благодаря обучению, образованию или на основе практического опыта, способствующих росту как благосостояния отдельного экономического субъекта, так и национального богатства страны [3].

Следует согласиться с мнением Т.Н. Ромашкиной в отношении определения понятия человеческого капитала, так как в современных условиях функционирования компаний особую значимость

приобретает человеческий капитал в виде запаса знаний, навыков и других составляющих данной категории.

Экономистами Эдвинсоном и Мэлоуном была сделана попытка в рамках экономики знаний оценить значительные инвестиции в человеческий капитал и информационные технологии. Другие экономисты делали попытки обосновать количественные оценки интеллектуального капитала, но по традиционной схеме отражения активов в балансе предприятия. Тем не менее, они не определили пассивную сторону актива «человеческого» капитала, а пассивом в данном случае выступают сами «источники» инвестиций в человеческий капитал (ссуда банка на получение высшего образования, оплата фирмой санаторно-курортного лечения, доходы домашних хозяйств и т.д.) [4].

Полный обзор методов измерения ИК представлен Карлом-Эриком Свейби на его персональном сайте (К.Е. Sveiby, 2004). Эрик Свейби выделяет 25 методов измерения интеллектуального капитала, сгруппированных в 4 категории.

К методам прямого измерения интеллектуального капитала – *Direct Intellectual Capital methods (DIC)* относятся все методы, основанные на идентификации и оценке в денежном выражении отдельных активов или отдельных компонентов интеллектуального капитала. После того, как оценены отдельные компоненты интеллектуального капитала или даже отдельные активы, выводится интегральная оценка интеллектуального капитала компании.

В рамках методов рыночной капитализации – *Market Capitalization Methods (MCM)* вычисляется разность между рыночной капитализацией компании и собственным капиталом ее акционеров. Полученная величина рассматривается как

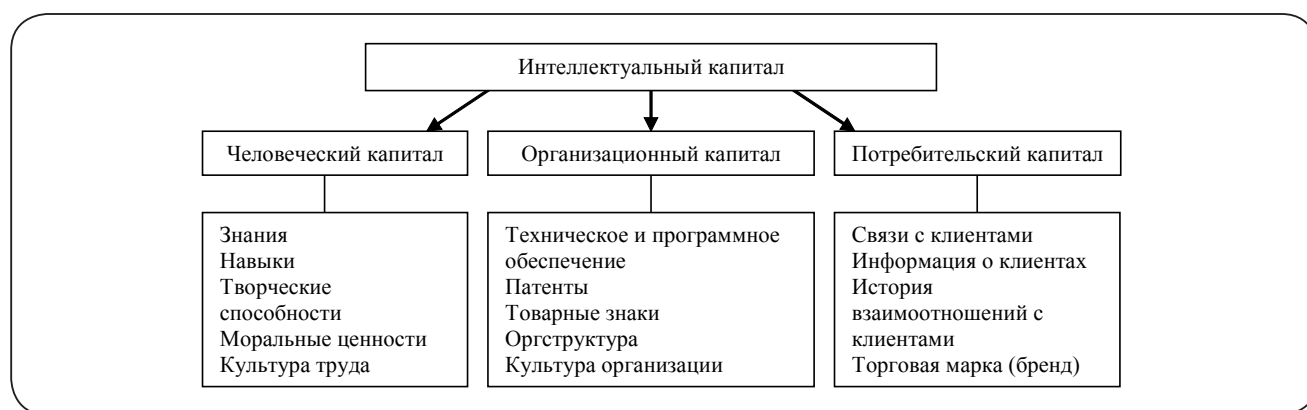


Рис. 1. Структура интеллектуального капитала [2]

стоимость ее интеллектуального капитала или нематериальных активов.

В методах оценки рентабельности активов – *Return on Assets methods (ROA)* рассчитывается отношение среднего дохода компании до вычета налогов за некоторый период к материальным активам компании – *ROA* компании. Этот показатель сравнивается с аналогичным среднеотраслевым показателем. Чтобы вычислить средний дополнительный доход от интеллектуального капитала, полученная разность умножается на материальные активы компании. Далее путем прямой капитализации или дисконтирования получаемого денежного потока можно получить стоимость интеллектуального капитала компании.

В методах подсчета очков – *Scorecard Methods (SC)* идентифицируются различные компоненты нематериальных активов или интеллектуального капитала, генерируются и докладываются индикаторы и индексы в виде подсчета очков или как графы. Применение *SC* методов не предполагает получение денежной оценки интеллектуального капитала. Эти методы подобны методам диагностической информационной системы.

Все известные методики оценки интеллектуального капитала легко распределяются по четырем перечисленным категориям. При этом следует отметить относительную близость *DIC* и *SC* методов, а также *MCM* и методов *ROA*. В первых двух группах методов движение идет от идентификации отдельных компонентов ИК, во втором – от интегрального эффекта.

Методы типа *ROA* и *MCM* методов, предлагающие денежные оценки, полезны при слиянии компаний, в ситуациях купли-продажи бизнеса. Они могут использоваться для сравнения компаний в пределах одной отрасли. Они очень хороши также для иллюстрации финансовой стоимости нематериальных активов. Наконец, они основываются на установившихся правилах учета, их легко сообщать профессиональным бухгалтерам. Их недостатки в том, что они бесполезны для некоммерческих организаций, внутренних отделов и организаций общественного сектора. Это особенно верно для *MCM* методов, которые могут применяться только к публичным компаниям.

Преимущества диагностической информационной системы и *SC* методов в том, что они применимы на любом уровне организации. Они работают ближе к событию, поэтому получаемое сообщение может быть более точным, чем чисто

финансовые измерения. Они очень полезны для некоммерческих организаций, внутренних отделов и организаций общественного сектора и для экологических и социальных целей. Их недостатки в том, что индикаторы являются контекстными и должны быть настроены для каждой организации и каждой цели, которая делает сравнения очень трудными. Кроме того, эти методы новы и нелегко принимаются обществом и менеджерами, которые привыкли рассматривать все с чистой финансовой точки зрения. А комплексные подходы порождают большие массивы данных, которые трудно анализировать и связывать.

Следует также отметить, что в Дании сделана попытка унификации подходов к отчетам об интеллектуальном капитале на государственном уровне. Издано соответствующее руководство (Mouritzen, Bukh & al, 2003), которое в 2003 г. было обновлено [2, с. 126–138].

К настоящему времени самым известным, полным и точным из опубликованных изданий по оценке интеллектуальной собственности и НМА является (G.V. Smith, R.L. Parr, 2000). Кроме того, разработаны пособия по оценке товарных знаков (G.V. Smith, 1997) и по оценке технологий на ранней стадии (R.S. Razgaitis, 1999). [5]

Основным методом установления стоимости НМА считается доходный метод в широком понимании. Метод сравнительных продаж (рыночный метод) и затратный метод могут использоваться в качестве дополнения к доходному методу.

Доходный метод имеет множество вариантов, которые часто упоминаются как отдельные методы. Основными разновидностями доходного метода являются: метод «Освобождение от роялти»; метод «Дисконтирование/капитализация преимущества в доходах»; метод «Дисконтирование/капитализация экономии затрат».

Каждый из трех основных вариантов может быть реализован в двух модификациях, обозначаемых литерами (а) и (б).

Модификация (а) основывается на капитализации усредненной прибыли или денежного потока, модификация (б) – на дисконтировании ожидаемых денежных потоков или ожидаемых прибылей.

В качестве показателя доходности в том и другом случае могут быть выбраны либо прибыль (до налогообложения или после него), либо денежный поток. Наиболее теоретически обоснованные и вместе с тем наиболее сложные модификации всех трех основных вариантов доходного метода

основаны на дисконтировании денежных потоков, наиболее простые модификации – на прямой капитализации прибыли. Выбор метода определяется как компромисс между стремлением к высокому качеству результата и разумным стремлением к простоте процедуры оценки.

Достоинство доходного подхода в том, что он универсален, теоретически обоснован и позволяет определить именно ту стоимость актива (рыночную, инвестиционную и т.п.), которая должна быть определена в соответствии с типом совершаемой транзакции и целями оценки. Основным недостатком доходного подхода – сложность получения необходимой исходной информации для расчетов.

Рыночный подход к оценке активов (в том числе НМА) – это, прежде всего, метод сравнения продаж. Кроме того, в рамках рыночного подхода обычно рассматриваются другие методы, основанные на использовании обобщенной информации о рыночных продажах, в частности использование отраслевых индексов (стандартных ставок роялти).

Рыночный подход имеет два несомненных достоинства. Во-первых, он основан на использовании рыночной информации, во-вторых, он прост в применении. Однако второе достоинство очень легко превращается в недостаток. Простота применения рыночного подхода лишь кажущаяся. Стандартные ставки роялти для определенных видов продукции, отраслевые индексы и другие показатели дают очень приблизительные ориентиры для совершения реальных сделок. Вся трудность заключается в учете индивидуальных особенностей конкретной сделки, а именно здесь рыночный подход не дает ни каких ориентиров.

В отношении затратного подхода отметим, что данный метод рассматривается в литературе как один из трех возможных подходов. Считается, что он может быть использован только как дополнение к доходному методу. Этот подход, может быть реализован в нескольких вариантах: затраты на воспроизводство (восстановление) актива, затраты на замещение.

Затратный метод имеет один, но очень существенный недостаток. Получаемая этим методом оценка, как правило, не имеет отношения к реальной ценности оцениваемого актива.

Таким образом, существует определенный разрыв между теоретическими исследованиями в области экономики знаний, среди которых есть очень глубокие, и исследованиями практиков управления ИК. При этом исследования практиков ставят под сомнения применимость некоторых фундаментальных теоретических положений.

Для преодоления противоречий между стандартами оценки, построенными на основе концепции интеллектуального капитала, и стандартами финансовой отчетности необходимы совместные усилия научного сообщества, практиков оценки интеллектуального капитала и объединений инвесторов, заинтересованных в более адекватном отражении стоимости компаний в отчетах. Эту проблему не могут решить одни только оценщики.

Список литературы

1. Крамин Т.В. Система управления стоимостью компании в институциональной экономике. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2006. – 236 с.
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.
3. Ромашкина Т.Н. Исследование взаимосвязи ценности человеческого капитала и рыночной стоимости бизнеса фирмы на основе синергетической парадигмы. – М., 2004. – 181 с.
4. Тугускина Г.В. Оценка эффективности инвестиций в человеческий капитал предприятия // Управление персоналом. – 2009. – № 3.
5. Козырев А.Н. Математический и экономический анализ интеллектуального капитала: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – М., 2002. – 48 с.
6. Букович У., Уильямс Р. Управление знаниями: руководство к действию. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 504.
7. Глухов В.В. Экономика знаний. – СПб.: Питер, 2003. – 528 с.
8. URL: <http://www.sveiby.com/>

В редакцию материал поступил 17.01.11

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, интеллектуальная собственность, нематериальные активы.