



ПОЛИТЕХ

Санкт-Петербургский
политехнический университет
Петра Великого

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ: СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА, ОЦЕНКА

Презентацию подготовили
Студенты группы №237332/0005
Кранина А.Д.
Авдеев С.В.

13.11.2017

1

Интеллектуальный капитал – это знания, информация, опыт, организационные возможности, информационные каналы, которые могут быть конвертированы в стоимость, другими словами, это сумма всего того, что знают и чем обладают работники и что формирует конкурентоспособность организации. Интеллектуальный капитал трудно точно идентифицировать и еще труднее эффективно применять.



Важно!

Стоит различать
«интеллектуальный капитал» и
«интеллектуальную
собственность».
Во-первых, интеллектуальная
собственность является не
знанием, а продуктом
интеллектуального капитала, а во-
вторых, является юридической
категорией, в то время как
рассматриваемое понятие —
скорее социальной.



Особенности интеллектуального капитала:

- приоритетность развития интеллектуального капитала как основного фактора экономического роста;
- накапливаемость интеллектуального капитала в виде знаний, навыков, опыта;
- высокая затратность формирования и использования интеллектуального капитала;
- сочетание высоких рисков и высоких прибылей от использования интеллектуального капитала;
- высокая эффективность инвестирования в интеллектуальный капитал;
- использование интеллектуального капитала контролируется индивидом независимо от источника инвестиций в его развитие

Интеллектуальный капитал как часть ресурсного портфеля компании



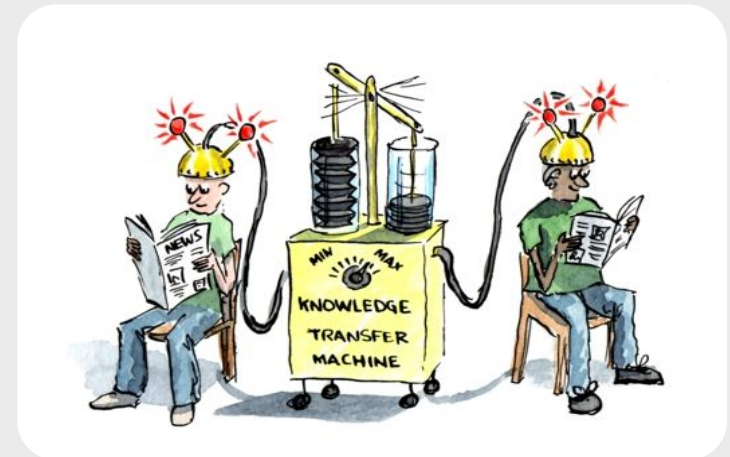


Человеческий капитал – та часть интеллектуального капитала, которая имеет непосредственное отношение к человеку. Это знания, практические навыки, творческие и мыслительные способности людей, их моральные ценности, культура труда. Человеческий капитал важен при проведении инноваций и любого обновления.



Организационный капитал – та часть интеллектуального капитала, которая имеет отношение к организации в целом. Это процедуры, технологии, системы управления, техническое и программное обеспечение, оргструктура, патенты, брэнды, культура организации, отношения с клиентами. Он отвечает 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 купли–продажи.



Организационный капитал важен с точки зрения обеспечения максимально эффективного взаимодействия сотрудников внутри компании. Важнейшая его составляющая — корпоративная культура фирмы.

Если она выстроена в систему, появляется значимый ресурс, позволяющий менеджменту осуществлять развитие интеллектуального капитала в целом и его отдельных элементов.

Корпоративная культура — совокупность норм поведения сотрудников и их взаимодействия между собой, которые передаются от одних специалистов к другим в исходном виде или же улучшенном с точки зрения применимости в различных внутрикорпоративных отношениях.

Потребительский или клиентский капитал – это капитал, который складывается из связей и устойчивых отношений с клиентами и потребителями. Одна из главных целей формирования потребительского капитала – создание такой структуры, которая позволяет потребителю продуктивно общаться с персоналом компании.



Основные компоненты потребительского капитала:

- Степень известности бренда, под которым фирма присутствует на рынке.
- Уровень сервиса, который компания показывает при взаимодействии с клиентами.
- Технологичность каналов взаимодействия с клиентом, уровень их доступности для потребителя.



Важно!

Прибыль фирмы напрямую определяется объемами отмеченных компонентов потребительского капитала. Чем более известен бренд, чем выше уровень сервиса в компании, чем технологичнее ее каналы взаимодействия с покупателями, тем более высокими могут быть цены на ее продукцию, тем более интенсивным будет спрос на нее.

Если конкурирующая фирма продает те же товары или услуги, но интеллектуальный ее капитал в контексте ресурсов взаимодействия с потребителями окажется ниже, то она будет менее успешной на рынке.

Интеллектуальный капитал не аддитивен. Его в принципе нельзя разложить на составляющие так, чтобы сумма их оценок была равна общей оценке всего интеллектуального капитала организации.

Так, например, не всегда чисто человеческая компонента достаточна для формирования мощного интеллектуального капитала. Для этого необходимо высокую компетентность работников дополнить

соответствующими элементами
структурного капитала в виде
соответствующей оргструктуры,
информационных технологий и т.д.



Главная цель оценки интеллектуального капитала – обеспечение устойчивого развития организации.

Интеллектуальный капитал представляет собой основу для будущего роста. Поэтому его оценка помогает формировать долгосрочную стратегию организации в постоянно меняющейся внешней обстановке и используется как инструмент коммуникаций.



- формирование стратегии компании;
- мониторинг выполнения стратегии;
- помочь в принятии решений о диверсификации и расширении;
- основа для вознаграждения;
- сигнализирование акционерам, инвесторам, кредиторам об ожидаемом росте фирмы за счет ее интеллектуальных активов



Методология, предложенная компанией «Скандиа», считается первой значимой попыткой оценить все значимые составляющие интеллектуального капитала. Однако многие исследователи отмечают существенные недостатки данной методологии.

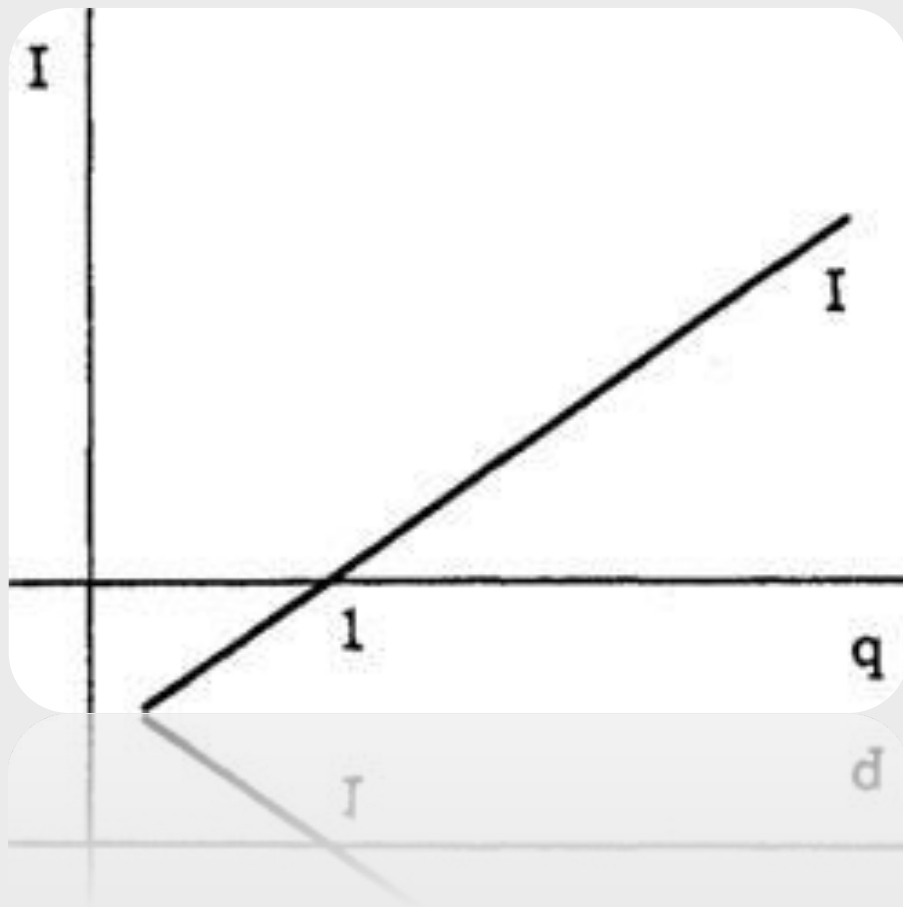
Первоначальный отчет об ИК компании «Скандиа» включал 91 новых показателей и 73 традиционных показателя. Затем разработчики данной модели пересмотрели показатели и в конечном итоге предложили 112 индексов для оценки интеллектуального капитала организации. Чтобы получить денежную оценку интеллектуального капитала, Эдвинссон и Малоун (1997) посоветовали снизить количество используемых индексов до 21.

Для интегральной стоимостной оценки величины интеллектуального капитала применяется *коэффициент Тобина*.

Это соотношение стоимости капитала, оцененной фондовым рынком, и рыночной цены приобретения капитала(зданий, сооружений, оборудования и запасов). Рыночная цена компании наиболее достоверно проявляется лишь при реальной покупке ее другой компанией.

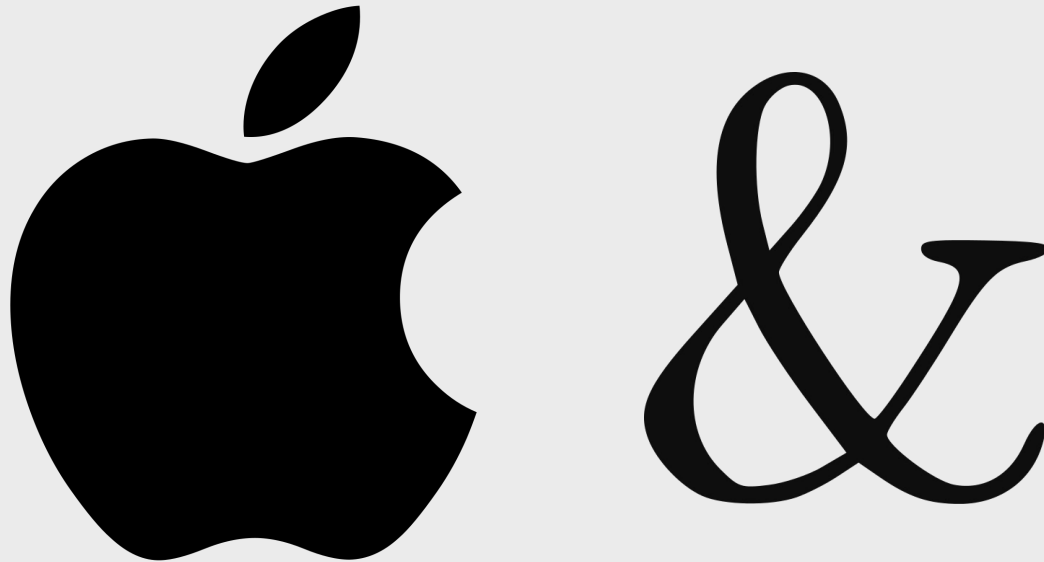
$$q = \frac{P}{C}$$

- Если $q > 1$, то это означает, рыночная оценка капитала выше, чем просто его стоимость возмещения. Участники фондового рынка положительно оценивают перспективы развития компании и ее возможности по получению прибыли.
- Если же $q < 1$, то, вероятно, фирма испытывает трудности или по крайней мере оценка ее деятельности фондовым рынком довольно низка.



- Качество менеджмента.
- Результативность совершенствования продуктов.
- Сила маркетинговой позиции.
- Корпоративная культура.
- Политика оплаты труда в отношении высшего менеджмента.
- Качество коммуникаций с инвесторами.
- Качество продуктов и услуг.
- Удовлетворение потребностей клиентов.

Tesla переманила из Apple больше людей, чем из какой-либо другой компании, причем обратно возвращаться никто не спешит. Из недавних примеров можно вспомнить уход из Apple Дуга Филда, занимавшего в компании пост вице-президента отдела разработки технического обеспечения Mac.



- Зачем автомобильной компании переманивать инженеров и программистов, создающих компьютеры, смартфоны и софт для них? Дело в том, что 10 лет назад ПО составляло лишь 10% ценности автомобиля, а теперь — это все 60%, что особенно актуально в случае с электрокарами Tesla.
- Ведь в них вы управляете практически всеми системами автомобиля с 17-дюймовой сенсорной консоли, причем прошивка машины время от времени обновляется «по воздуху», как в современных портативных гаджетах. Более того, новое ПО не только решает обнаруженные проблемы и недоработки, но и добавляет новые фишки. В Tesla P85D таким образом появился режим «Сумасшедшего старта», когда по нажатию одной кнопки машина с места стартует на максимуме своих возможностей и разгоняется до 100 км/ч за 3,3 секунды

Интеллектуальный капитал представляет собой многогранное явление, формирующееся как результат взаимодействия человеческого, организационного, эмоционального капиталов и капитала отношений, что обуславливает получение новых знаний и активизацию инновационной деятельности на всех уровнях экономики.

Несмотря на то, что интеллектуальный капитал становится ведущим фактором экономического роста компаний, регионов и стран, традиционная экономическая теория и управленческая практика продолжают делать главные акценты на физических активах и материальных продуктах труда. Новые подходы к развитию фирм и организаций требуют переноса акцента управленческих воздействий на интеллектуальный капитал, применения новых подходов и методов.

1. Г. П. Журавлева. Экономическая теория. Макроэкономика, Метаэкономика. Экономика трансформация: Учебник/Под общ. ред. заслуженного деятеля науки РФ, гжроф., д. э. н. Г. П. Журавлевой. — 3-е изд. — М., 2014. — 920 с.. 2014
2. Интернет-ресурс: <https://www.iphones.ru/iNotes/401247>
3. Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. Интеллектуальный капитал: практика управления. Изд-во «Высшая Школа Менеджмента», СПб., 2008
4. Багов В.П. Управление интеллектуальным капиталом: учеб. пособие. – М.:ИД «Камерон», 2006
5. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001
6. Интернет-ресурс:
<https://businessman.ru/new-intellektualnyj-kapital-organizacii-ponyatie-struktura-formy-vidy-resursy-ocenka-upravlenie-razvitiem.html>



ПОЛИТЕХ

Санкт-Петербургский
политехнический университет
Петра Великого

Спасибо за внимание!