

УДК 330.1

ВНУТРИФИРМЕННЫЙ РОСТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

ДАЙНЕКО Елена Юрьевна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры философии, экономики
и социально-гуманитарных дисциплин,
Воронежский государственный педагогический университет

ДАЙНЕКО Владимир Григорьевич,

кандидат экономических наук, доцент кафедры общей экономической теории,
Воронежский государственный университет

АННОТАЦИЯ. В этой статье рассмотрены основные направления роста интеллектуального капитала на предприятиях в инновационной экономике. Приоритетным является накопление интеллектуального капитала работников высокого качества, производственные внутрифирменные факторы увеличения интеллектуального капитала. Раскрываются вопросы влияния отношений управляющих и работников на рост интеллектуального капитала.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: интеллектуальный капитал, интеллектуальные продукты, стимулы интеллектуального труда.

DAYNEKO E.Yu.,

Cand. Econom. Sci., Docent of the Department of Philosophy, Economics, Social Sciences and Humanities,
Voronezh State Pedagogical University

DAYNEKO V.G.,

Cand. Econom. Sci., Docent of the Department of General Economic Theory,
Voronezh State University

INTERCOMPANY INTELLECTUAL CAPITAL GROWTH

ABSTRACT. Principal directions of intellectual capital growth in enterprises in the light of innovation economy are analyzed. Formation of highly skilled employees' intellectual capital, incompany production factors of intellectual capital growth are top-priority. Issues relating to the influence of manager-employee interaction on intellectual capital growth are considered.

KEY WORDS: intellectual capital, intellectual products, intellectual work incentives.

Экономическое развитие предприятий в постиндустриальную эпоху все в большей степени зависит от нового фактора производства – интеллектуального капитала, от качества и полноты знаний менеджеров и специалистов, необходимых для принятия эффективных управленческих решений. Интеллектуальный капитал фирм становится основным конкурентным преимуществом в современной экономике [1]. Вхождение большинства стран в информационное общество способствовало значительному росту информационных ресурсов, трансферу знаний в различных формах, мобильности информации в интеллектуальных системах. В настоящее время в академической среде, в кругу политиков обсуждаются проблемы, связанные с поиском конкурентных преимуществ России. Постепенно выкристаллизовывается понимание того, что будущий устойчивый и динамичный рост экономики России должен основываться не на природных ресурсах, а на интеллектуальном капитале, создании экономики, основанной на знаниях, на эффективном использовании интеллектуальной собственности.

Интеллектуальный капитал предприятий и фирм имеет свои особенности в сравнении с интеллектуальным капиталом работников. В систему интеллектуального капитала фирмы входят следующие

элементы, которые становятся объектами собственности: знания работников о технологиях организации, коллективное знание о процессах деятельности данной фирмы – ноу-хау фирмы; инновационный капитал, представленный интеллектуальными продуктами (интеллектуальной собственностью), созданными благодаря внутрифирменной кооперации интеллектуального труда работников; коммуникативный капитал, основу которого составляют разнообразные виртуальные объекты, такие как корпоративный имидж и репутация фирмы, бренды и торговые марки, обеспечивающие ей известность, лояльность и приверженность клиентов.

Рост интеллектуального капитала происходит в количественном и качественном аспектах. Его основой является процесс концентрации работников, имеющих персональный интеллектуальный капитал высокого качества, обладающих нужными компетенциями и умением создавать для организации интеллектуальные продукты.

Основными элементами механизма внутрифирменного роста интеллектуального капитала на предприятии являются: 1) система найма, подготовки и обучения персонала; 2) научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), система создания изобретений и рацпредложений работников; 3) формирование портфеля ин-

теллектуальной собственности; 4) организация внутреннего трансферта знаний и ноу-хау; 5) повышение деловой репутации фирмы (ее имиджа).

Создание механизма роста на предприятиях начинается, прежде всего, с изменения подхода к найму работников. В корпорациях созданы дорогостоящие системы отбора необходимых предприятию специалистов, которые ориентированы на привлечение работников, обладающих инновационными способностями. Например, современные компании вводят новую диверсифицированную систему критериев отбора кадров, среди которых важное значение имеют такие требования, как «интеллектуальная жизнеспособность», «уникальность личности» и «разносторонность личности». В большинстве фирм считают наиболее важными способностями работника умение думать, ориентируясь на поиск нового, инициативность.

Для привлечения фирмами квалифицированных работников используется не только внутринациональный рынок интеллектуального труда, но также и мировой рынок труда. Активный поиск в других странах – неотъемлемый и очень значимый метод конкурентной борьбы. Кроме того, предприятия организуют «переманивание» сотрудников. Появились специальные посреднические фирмы, для которых это стало основной бизнес-деятельностью. Особенно ярко подобная миграция работников проявилась во время зарождения и развития микроэлектроники. В этот период лицензионная торговля интеллектуальными продуктами хотя и играла важную роль, но была оттеснена на второй план.

Фирмы для предотвращения утечки интеллектуального капитала включают в договор о найме обязательства работника не разглашать секреты даже после увольнения. Более скрытые формы борьбы за интеллектуальный капитал, не противоречащие закону, связаны с организацией филиалов в других странах и привлечением ученых и инженеров в собственные лаборатории на стажировки, по грантам.

В современных компаниях инвестиции в человеческий капитал, в повышение квалификации работников – неотъемлемое и приоритетное направление вложений. На систематической основе созданы службы поиска одаренных, талантливых специалистов. Постоянная новаторская деятельность стала сутью стратегии компаний-лидеров.

Сами организации стали «обучающимися». Важный элемент теории обучающейся организации состоит в том, что изменения приходят с ростом личности, которая учится и переучивается. П. Сенге разработал систему обучения организации, включающую три базовых метода соединения обучения с повседневной деятельностью: интеллектуальное моделирование, обучение во время работы и переобучение. Он считает необходимым радикальное изменение внутренних интеллектуальных моделей работника, развитие у них новых концептуальных умений, овладение системным мышлением. Этот процесс он назвал «метаноией», что обозначает форму изменения сознания, отказ от шаблонов и стереотипов [2, с. 131].

Постоянное обучение обусловлено динамизмом происходящих в экономике процессов, ростом нестабильности и неопределенности в экономической деятельности. В настоящее время ежегодно обновляется около 5% теоретических и 20% профессиональных знаний. Специалисты разработали для количественной характеристики процесса обесценива-

ния и морального старения знаний показатель, называемый периодом полураспада компетентности – продолжительность времени со дня окончания вуза, в течение которого уровень компетентности специалистов уменьшается вдвое. Если для выпускника 1940 года он составлял около двенадцати лет, то для выпускника семидесятых – пять лет [3].

В настоящее время инвестиции компании в образовательные программы и наращивание капитала стали одним из решающих факторов конкурентоспособности. Недостаточные темпы реформирования традиционной системы образования, когда вузы очень медленно реагируют на запросы рынка труда, обусловили появление в крупных корпорациях собственных учебных заведений, как правило, называемых корпоративными университетами. За последние пятнадцать лет было создано около двух тысяч таких университетов, нацеленных на профессиональную подготовку и переподготовку собственных кадров в соответствии с инновационными потребностями фирм. В перспективе корпоративные университеты станут основополагающей институциональной формой накопления интеллектуального капитала корпорации и самих работников в течение всего их периода деятельности. Также приобретает значение использование виртуальных технологий в образовании, основанных на дистанционном обучении в режиме «он-лайн», использование виртуальных библиотек. Уже созданы многочисленные виртуальные («электронные») университеты.

Для современных фирм стимулирование творческой отдачи работников интеллектуального труда стало одной из основных задач управления персоналом. Нацеливание работников на поиск нестандартных решений существенно сложнее в отношении творческих работников. Институциональная теория взаимоотношений принципала и агента (теория оптимального контракта) объясняет причины оппортунистического поведения работника (агента) в том случае, когда он располагает уникальной информацией или обладает личным интеллектуальным капиталом.

При найме работника конкретные рамки взаимодействия, описывающие содержание и условия совершаемой сделки, определяются положениями контракта. Контракт с точки зрения теории прав собственности представляет собой соглашение об обмене правомочиями и их защите. Для этого используются различные формальные и неформальные нормы. Контракт отражает осознанный выбор участниками сделки целей и условий обмена, происходящего в определенных институциональных рамках.

В отношениях управляющего и работников интеллектуального труда имеет место асимметричность информации. Внутри организации (особенно в секторе производства нового знания) качественно новой информацией обладают те члены организации, которые напрямую участвуют в ее получении и обработке. Это новое знание, как правило, может составить содержание интеллектуального капитала работника.

Работники (агенты) заинтересованы максимизировать собственную полезность, несмотря на принятые при подписании контракта о найме обязательства. Они не заинтересованы в разглашении и распространении коммерческой ценной информации, которую возможно использовать как индивидуальную интеллектуальную собственность.

Управляющий (принципал), как правило, не может организовать контроль над творческим процессом, либо это потребует слишком больших издержек. Это противоречие разрешается с помощью: 1) создания системы стимулов интеллектуального труда; 2) механизма распределения прав собственности между фирмой и работником. Формирование системы стимулов, ориентированных на предотвращение оппортунистического поведения создателей нового знания осуществляется в корпорациях на основе следующих типичных вариантов. Во-первых, развитие конкуренции между работниками; в этой ситуации их самих возможно использовать для взаимного контроля над действиями друг друга (стимулирование осуществляется на основе вознаграждения «лучшего»). Однако этот вариант имеет пределы в связи с необходимостью тесной кооперации и сотрудничества работников в производстве интеллектуальных продуктов. Во-вторых, система стимулирования, основанная на выплатах не фиксированного вознаграждения, а зависящего от результатов совместной деятельности. В-третьих, предоставление элементов предпринимательских и управленческих функций группе работников интеллектуального труда, создание ассоциативной атмосферы, т.е. доверительных отношений между ними. Это позволяет получить выгоду от кооперации не только на основе разделения труда, но и в результате слаженной «работы в команде», активного трансфера знаний между работниками. Все это важно при создании именно интеллектуальных продуктов, когда для творческого процесса необходимы взаимная поддержка и доверие, общие цели и интересы (это предполагает наличие «социального» капитала в организации).

Каждый из этих вариантов имеет свою эффективность и используется в зависимости от специфики интеллектуального труда в той или иной отрасли, особенностей фирмы и других факторов.

Интеллектуальные продукты в форме рацпредложения могут иметь не только «локальный» для данного производства характер, но и более широкий спектр областей применения. В этом случае их ценность возрастает. Меняется и характер их присвоения, поскольку работник имеет возможность реализовать эти интеллектуальные продукты в другой организации с большей выгодой. Чтобы удержать работника, фирма вынуждена менять отношения посредством иного распределения прав собственности на созданные трудом работника интеллектуальные продукты. В частности, в настоящее время в западных странах наиболее широко распространена практика оформления изобретения на имя служащего с предоставлением фирме права безвозмездного его использования (система *shop – rights*).

Перспективные, но имеющие низкую степень готовности для использования идеи и рацпредложения, созданные работниками, чаще всего доводятся до стадии коммерческого использования на основе специальных инкубаторов и финансовых средств венчурного капитала. Для этого фирма предоставляет изобретателю полномочия по исследованию и завершению проекта, при этом он получает патронирующую лицензию (*master – license*), т.е. право в течение срока ее действия получать зарплату, а после коммерциализации интеллектуальной собственности, например, в форме выпуска новой продукции, созданной на ее основе, – определенную долю прибыли, иногда достигающую половины ее величины.

В законодательстве различных государств по-разному отражены принципы взаимоотношений работодателей и работников по поводу создания коммерчески ценного нового знания. Эта область законодательства характеризуется, прежде всего, нормами, регулирующими так называемые «служебные изобретения» (это интеллектуальные продукты, созданные в связи с выполнением работником своих служебных обязательств или полученного от работодателя конкретного задания). В большинстве стран в этом случае (в том числе и в России) право собственности признается за работодателем. При этом предусматривается выплата автору вознаграждения, соразмерного той выгоде, которая получена или могла быть получена при использовании изобретения. Если это изобретение не имеет для фирмы ценности, и она не подает заявку на получение охранных документов, то автор вправе получить их на свое имя. В этом подтверждается тот принцип, отражающий частнокапиталистический тип собственности: кому принадлежат условия производства, тому принадлежит и результат.

В эпоху инноваций конкуренция фирм в современной экономике все более приобретает характер борьбы за информационно-виртуальные ресурсы, экономической формой которых выступают элементы интеллектуального капитала работников и фирм. Информационно-виртуальные ресурсы представляют потенциал для выработки модели будущего развития и алгоритма действий, являются порождением интеллектуальной деятельности, имеют нематериальную природу.

Пространство в экономике заполняется все большим количеством виртуальных продуктов, которые генерируются интеллектуальным капиталом. Они могут иметь статус частных и общественных благ. Важнейшей тенденцией в развитии инновационной экономики, основанной на знаниях, является усиление коммерческих начал, расширение рыночных отношений в виртуальном пространстве. Для этого необходимы соответствующие экономические и правовые институты [4]. Виртуальные объекты различаются по степени концентрации знаний и опыта их создателя, отражают институциональные нормы, доминирующие в общественной среде и определенной субкультуре. Особыми виртуальными объектами являются имиджевые характеристики товаров и услуг (бренды), хозяйствующих субъектов. В этом случае возникают наполненные определенными образами и смыслом торговые марки, фирменные знаки и т. д.

Эффективным инструментом внутрифирменного регулирования может стать составление профиля способностей работников по различным функциональным областям применения знаний (аналитическая, исследовательская, операционная, теоретическая). В управлении интеллектуальным капиталом усилению синергетического эффекта способствует организация трансфера знаний и ноу-хау. Возникают сетевые эффекты, результаты которых фирмы коммерциализируют [5]. Как справедливо отмечает М. Портер, «нематериальные взаимосвязи формируют конкурентное преимущество за счет передачи генерических (общих, родовых) навыков или ноу-хау по управлению определенным видом деятельности или его усовершенствованию, а также по покрытию издержек трансфертов знаний» [6].

В последние годы на российских предприятиях преобладающей тенденцией стало использование интеллектуальной собственности для усовершенст-

вованная и модернизации продукции, и относительно малая доля изобретений и полезных открытий связана с созданием качественно новой продукции. При этом в настоящее время на российских предприятиях имеется значительный потенциал по ряду направлений, где созданы принципиально новые инновационные достижения. Однако в нашей стране менее половины фирм проводят относительно масштабный НИОКР, и лишь четверть инновационно-активных предприятий тратят на инновационную деятельность более 10% средств. Особенностью сложившейся ситуации является то, что львиная доля (более 80%) средств – это собственные финансовые средства предприятий. Относительно малое количество средств выделяется на маркетинг инноваций и правовую защиту результатов НИОКР. На этапе коммерциализации инновационного продукта, в цене которого заключена стоимость интеллектуальной собственности, необходимо решить вопросы устойчивого сбыта, получения достаточного дохода, покрывающего инновационные расходы.

Рост интеллектуального капитала фирмы происходит в процессе создания базы знаний, внутрифирменного трансфера знаний, выявления скрытого (имплицитного) знания работников и его отражения на материальных носителях, генерирования новых знаний, определения конфиденциального знания и характера его защиты [7, с. 56].

Для создания новых знаний в виде изобретений, рационализаторских предложений и т.д., организации их потока необходима эффективная система вознаграждения, которая должна включать не только адекватную компенсацию, но и элементы партисипативного управления, основанного на гибкой системе распределения прав собственности на создаваемые в компании интеллектуальные продукты, участие в прибылях, а также моральные стимулы, продвижение по службе.

Система обучения рабочих и служащих различных уровней является эффективным средством накопления и перераспределения интеллектуального капитала внутри фирмы. Как показывает опыт работы компании «Форд», система обучения, построенная по принципу «передаваемой точки зрения» позволяет превращать скрытые знания в явные, является способом быстрого и эффективного распространения знаний, развития интеллектуальных способностей и лидерских качеств у работников.

Процесс расширенного воспроизводства интеллектуального капитала может происходить в соответствующей инновационной среде и при поддержке соответствующих институтов [4]. Опыт работы наиболее успешных корпораций в различных странах и сферах деятельности обнаруживает общую закономерность: чем более системным и масштабным является инновационный процесс, тем выше темпы воспроизводства интеллектуального капитала фирмы.

В ходе развития и роста интеллектуального капитала возникает необходимость его реструктуризации в соответствии с изменением стратегии и тактики фирмы. Процесс воспроизводства предполагает избавление от излишнего капитала [8], при необходимости приобретение его на внешних рынках в форме найма ценных работников, покупку прав на интеллектуальные продукты, а также акций высокотехнологических предприятий.

Возрастает значение интеллектуального капитала в инвестиционном процессе. Это проявляется многообразно. Во-первых, охраноспособные интел-

лектуальные продукты, имеющие денежную оценку, представляют форму инвестиций, в частности, используются как вклад в уставный капитал создаваемых предприятий для формирования нематериальных активов фирм посредством покупки прав на патенты, товарные знаки и т.д. Во-вторых, с помощью рынка ценных бумаг корпорации приобретают контроль над фирмами, обладающими ценным портфелем прав на интеллектуальные продукты и высококвалифицированными специалистами. Приобретение таких фирм становится, по сути, покупкой интеллектуального капитала. В-третьих, широкомасштабное инвестирование предприятий венчурным капиталом осуществляется, если имеется перспективная идея бизнес-развития, представляющая особую форму интеллектуального капитала. В-четвертых, институционализация интеллектуальной собственности, четкая защита прав на интеллектуальные продукты положительно влияет на рост прямых иностранных инвестиций. Это имеет место при наличии других привлекательных для инвестора условий (экономическая и политическая стабильность, избыток дешевой квалифицированной рабочей силы и др.). В-пятых, охраноспособные и имеющие стоимостную оценку интеллектуальные продукты становятся объектом залога при предоставлении коммерческими банками, трастовыми компаниями, правительственными институтами инвестиционных кредитов.

Таким образом, потребности фирм в обновлении и притоке интеллектуального капитала обуславливают его рост в качественном и количественном аспектах. Поэтому важнейшим условием расширенного воспроизводства интеллектуального капитала фирм является создание эффективной системы управления инновационной деятельностью, одним из элементов которой выступает управление интеллектуальным капиталом. Для успешной организации деятельности по управлению интеллектуальным капиталом необходимо формирование соответствующей управленческой структуры, включающей специалистов по стратегическому менеджменту, аудиту и мониторингу, управлению интеллектуальной собственностью.

Корпорации и предприятия осуществляют два основных вида стратегии в отношении создания и использования корпоративной интеллектуальной собственности: стратегию лидера и стратегию следования за лидером. Стратегия лидерства означает огромные затраты на интенсивные исследования, обеспечивающие технические характеристики продукта на уровне последних достижений в этой области, инвестиции в НИОКР, тщательный анализ рыночной среды и действий конкурентов. Все это, как правило, сопряжено с дорогостоящей защитой прав интеллектуальной собственности. Необходимо отметить, что стратегия лидерства связана с высокой степенью риска, т.к. большая часть разработок новых видов продуктов никогда не доходит до стадии коммерциализации. Средний срок продвижения идеи до ее коммерциализации – 6 лет.

Необходимо отметить, что стратегия лидерства связана с высокой степенью риска, т.к. большая часть разработок новых видов продуктов никогда не доходит до стадии коммерциализации. Кроме того, средний срок продвижения идеи до коммерциализации – 6–7 лет.

Использование этой стратегии обусловлено тем, что напряженность конкурентной борьбы в условиях постиндустриального развития общества застав-

ляет корпорации не только уделять внимание формированию и использованию интеллектуального капитала, но и на основе этого выстраивать стратегию и тактику, в которых интеллектуальный капитал – основной фактор обеспечения лидирующих позиций на рынке, поддержания конкурентоспособности своей продукции.

Для реализации стратегии лидера современные корпорации на внутреннем и мировом рынках используют тактику патентного блокирования, обеспечивая себе монополию на определенный способ производства, делая недоступным использование его другими фирмами.

Современные корпорации на внутреннем и мировом рынках используют с помощью концентрации интеллектуальной собственности тактику патентного блокирования, обеспечивая себе монополию на определенный способ производства, делая недоступным использование его другими фирмами. В условиях жесточайшей конкуренции любая инвестиционная программа разработки и производства конкурентоспособной продукции потерпит сокрушительный крах, если перспективный сектор товарного рынка не будет заранее защищен мощным портфелем патентов. Это совершенно иная стратегия работы на рынке, предусматривающая извлече-

ние сверхприбыли на основе использования интеллектуальной собственности.

Вторая стратегия – следование за лидером: она обусловлена более скромными техническими возможностями корпорации, требует меньших затрат на исследования. Ее главная цель и преимущество – быстрота коммерциализации интеллектуальных продуктов. Очевидны экономические преимущества этой стратегии: более низкие затраты за счет использования опыта лидера, отсутствие значительных затрат на исследования и разработки. Примером служат японские компании, которые активно закупают интеллектуальную собственность, прежде всего, у американских производителей в начале своего развития и в последующем стали лидировать в электронной промышленности, других отраслях.

Хотя жизненно важные объекты интеллектуальной собственности корпорации стремятся использовать сами, в ряде случаев с целью формирования выгодных альянсов обмениваются лицензионными правами с другими фирмами (система «перекрестных» лицензий). Но все же чаще западные корпорации активно продают так называемые «побочные патенты».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Тугускина, Г.Н. Интеллектуальный капитал как конкурентное преимущество наукоемких предприятий [Текст] / Г.Н. Тугускина // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – № 4. – С. 112–118.
2. Сенге, П. Пятая дисциплина. Искусство и практика самообучающейся организации [Текст] / П. Сенге. – М. : Олимп-Бизнес, 2003. – 384 с.
3. Ушакова, М. На пути к обучающемуся обществу [Текст] / М. Ушакова // Alma mater. – 2000. – № 4. – С. 10.
4. Яреско, И.И. Институты инновационной экономики и институциональное регулирование интеллектуального капитала [Текст] / И.И. Яреско, В.Г. Дайнеко // Современная экономика: проблемы и решения. – 2012. – № 9(33). – С. 18–22.
5. Дятлов, С.А. Сетевые эффекты и возрастающая отдача в информационно-инновационной экономике [Текст] / С.А. Дятлов // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2014. – №. 2. – С. 7–11.
6. Портер, М. Взаимосвязи бизнес-единиц [Текст] / М. Портер // Стратегический синергизм. – СПб. : Питер, 2004. – С. 104.
7. Маликова, С.Г. Управление интеллектуальным капиталом [Текст] / С.Г. Маликова // Контроллинг. – 2013. – № 4(50). – С. 54–57.
8. Баранов, В.В. Формирование системы управления интеллектуальным капиталом высокотехнологичного предприятия [Текст] / В.В. Баранов, А.В. Мурадов // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2013. – № 12. – С. 66–70.