

УДК 658.3

А.Г.ГОЛЬДФАРБ, канд. экон. наук  
*Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

## **ОЦЕНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Рассмотрены необходимость и основные методики оценки интеллектуального капитала.

Розглянуто необхідність та основні методики оцінки інтелектуального капіталу компанії.

Necessity and basic procedures of the estimation of intellectual capital are examined.

*Ключевые слова:* интеллектуальный капитал, финансовая стоимость, нематериальный актив, создание стоимости компании.

В настоящее время все большее значение для успешной деятельности предприятия представляет интеллектуальный капитал. Именно благодаря ему генерируется прибыль предприятия. В успешных компаниях именно интеллектуальный капитал составляет наибольшую стоимость. Однако инструменты, позволяющие определить, показать, формализовать стоимость интеллектуального капитала, а значит и стоимость компании, на сегодняшний день не достаточно развиты.

В современной экономике у все большего числа компаний меняется структура основных средств: в их составе все больше становится нематериальных активов и все меньше материальных. Многие компании считают нецелесообразным вкладывать огромные суммы в основные средства, предпочитая брать их в аренду. Такая политика позволяет высвободить денежные ресурсы, а также повысить гибкость предприятия. В то же время все большие средства предприятия вкладывают в интеллектуальный капитал. Если нематериальные активы в принципе можно оценить, то прочие составляющие интеллектуального капитала на сегодняшний день остаются неоцененными. То есть деньги в интеллектуальный капитал вложены, а отражения данные вложения не имеют. Таким образом, возникает ситуация, когда предприятие формально имеет низкий удельный вес собственного капитала в структуре совокупного капитала фирмы. Такое положение вещей может сделать предприятие непривлекательным заемщиком, снизить курс его акций, и вообще отрицательно отразиться на имидже фирмы. Таким образом, на сегодняшний день предприятия нуждаются в методике, позволяющей оценить и отобразить размер интеллектуального капитала.

Проблеме оценки интеллектуального капитала посвящено множество работ отечественных и зарубежных ученых-экономистов [1-5]. Авторы приводят множество методик оценки интеллектуального капи-

тала, каждая из которых обладает своими достоинствами и недостатками.

На сегодняшний день у руководителей компаний нет четкого представления о существующих методах оценки интеллектуального капитала и о необходимости такой оценки.

Целью данной статьи является рассмотрение основных методик оценки интеллектуального капитала для дальнейшего изучения возможности разработки предприятием конкретной методики оценки интеллектуального капитала с учетом своих особенностей.

Сразу необходимо отметить, что предложить какую-то универсальную методику оценки и управления интеллектуальным капиталом, стопроцентно подходящую для всех предприятий, на наш взгляд, невозможно. Это связано с тем, что интеллектуальный капитал полностью «впитывает» в себя особенности своего предприятия. Если, например, основные и оборотные средства четко поддаются управлению и оценке независимо от предприятия, то интеллектуальный капитал, основной составляющей которого является человеческий капитал, то есть работники предприятия, очень сложно «привести к общему знаменателю». Как каждый человек индивидуален, обладает своими особенностями, так и интеллектуальный капитал каждого предприятия тоже индивидуален и требует особенного подхода к его оценке и управлению. Но, несмотря на это, на сегодняшний день существует ряд методик, позволяющих оценить интеллектуальный капитал. К.И. Свэйби определяет двадцать пять методов измерения интеллектуального капитала. Все эти методы он группирует в четыре группы [1].

Первая группа – это методы прямого измерения интеллектуального капитала (Direct In-tellectual Capital methods) (DIC). В эту группу входят методы, позволяющие дать денежную оценку отдельных составляющих интеллектуального капитала компании. Осуществив такую оценку, выводится интегральный показатель интеллектуального капитала. Способы расчета интегрального показателя могут быть различными в зависимости от компании. К данной группе методов относятся три подхода к оценке интеллектуального капитала:

- подход оценки интеллектуального капитала на основе бухгалтерского баланса. То есть оцениваются нематериальные активы предприятия, нашедшие отражение в балансе предприятия. Однако следует понимать, что далеко не все составляющие интеллектуального капитала являются нематериальными активами, отраженными в отчетности предприятия. Таким образом, львиная доля компонентов интеллектуального капитала может остаться неоцененной;

- затратный подход. Учитывается сумма затрат предприятия, необходимых на создание, сохранение или замещение нематериального актива. Однако сумма затрат на нематериальный актив может совершенно не соответствовать реальной стоимости актива с учетом той пользы, которую он приносит предприятию.

Вторая группа – это методы рыночной капитализации (Market Capitalization Methods) (МСМ). Сущность данных методов заключается в нахождении разницы между рыночной капитализацией компании и стоимостью ее собственного капитала. Эта разница и является стоимостью интеллектуального капитала компании. Данная группа методов включает в себя два подхода:

- подход, основанный на соотношении рыночной и балансовой стоимости компании (market-to-book ratio) (МВР). Стоимость интеллектуального капитала определяется как разница между рыночной и балансовой стоимостью акционерного капитала компании. Данный подход прост в расчете, но его точность является весьма сомнительной. Дело в том, что разница между рыночной и балансовой стоимостью компании далеко не всегда связана с использованием интеллектуального капитала [2];

- подход, использующий мультипликатор Тобина. Согласно этому подходу рыночная стоимость активов компании сравнивается со стоимостью их замещения. Если такое соотношение больше 1, то можно сделать вывод, что предприятие зарабатывает больше, чем требуемая акционерами доходность от инвестиций. Предполагается, что такое соотношение достигается за счет эффективного использования интеллектуального капитала. Однако на практике рассчитать стоимость замещения активов компании довольно проблематично, поэтому и использование данного показателя является неудобным [2].

Третья группа – это методы отдачи на активы (Return on Assets methods) (ROA). Основной смысл данной группы методов сводится к расчету отношения прибыли компании до налогообложения к среднегодовой стоимости основных и оборотных фондов и сравнение данного показателя со средним по отрасли. Превышение данного показателя над среднеотраслевым уровнем дает возможность оценить интеллектуальный капитал компании.

Также к данной группе можно отнести подход, позволяющий оценить эффективность менеджмента компании (как одного из основных компонентов интеллектуального капитала) [3]. Сущность методики заключается в том, что сумма актива и пассива баланса определяются исходя из текущей стоимости ожидаемых денежных потоков. То есть данная модель ориентирована на будущее. В ней не имеет значе-

ния, были ли созданы денежные потоки с использованием материальных или интеллектуальных ресурсов. Значение имеет окончательная сумма ожидаемой выгоды, без учета того, какие ресурсы были использованы для ее получения – материальные или интеллектуальные. Другими словами, данная методика оценивает не эффективность использования тех или иных ресурсов, а эффективность принимаемых решений, то есть эффективность менеджмента.

Четвертая группа – это методы подсчета очков (Scorecard Methods) (SC). Применение данных методов не предполагает денежной оценки составляющих интеллектуального капитала. Компоненты интеллектуального капитала приобретают качественную оценку, которая может выражаться в виде индексов, оцениваться по определенным шкалам и так далее. Основными методами в данной группе являются:

- система сбалансированных показателей [4]. Стратегические карты, построенные на основе системы сбалансированных показателей, дают полное представление о положении компании, отражая не только финансовые возможности компании, но и ее отношения с потребителями, организацию внутренних бизнес-процессов, перспективы развития и обучения, то есть составляющие интеллектуального капитала;

- интегральные методы оценки интеллектуального капитала (второе поколение методов оценки интеллектуального капитала) [2]. К таким методам можно отнести IC Index и IC Rating. Эти методики предполагают расчет интегрального показателя интеллектуального капитала компании, который включает в себя основные компоненты интеллектуального капитала с учетом их весов. При этом веса каждой составляющей интеллектуального капитала могут меняться, что влечет за собой изменение интегрального показателя. Таким образом, интегральный показатель интеллектуального капитала компании может меняться в динамике, что дает возможность менеджерам принимать соответствующие управленческие решения;

- метод целостной оценки стоимости интеллектуального капитала (HVA) принадлежит к третьему поколению методов оценки интеллектуального капитала. Этот метод относится к моделям оценки стоимости бизнеса. Основой метода является оценка стоимости финансовых и нематериальных активов и определение их вклада в полную стоимость компании. Проще говоря, в зависимости от целей акционеров формируются цели организации и стоимости, которые создаются в зависимости от этих целей. Затем определяются пути создания этих стоимостей, после чего определяются ключевые показатели (индикаторы) эффективности для различных стоимостей (целей). Затем все стоимости объединяются в общую стоимость, которая состоит из финансовой и не-

финансовой частей. Вычисление нефинансовой стоимости является довольно сложным процессом, в котором используются комбинаторные правила, некоторые положения теории оценки и теории ценности. На заключительном этапе происходит объединение финансовой и нематериальной стоимости в общую модель и определяется вклад нематериальных активов в формирование денежных потоков.

Следует отметить, что по своей сущности близкими являются методы первой и четвертой групп (методы DIC и SC) и методы второй и третьей групп (методы MCM и ROA). В двух первых группах оцениваются отдельные компоненты интеллектуального капитала, а в двух вторых группах – оценивается эффект от использования интеллектуального капитала.

Также, помимо четырех групп методов оценки интеллектуального капитала, предложенных К. И. Свэйби, можно предложить еще модели оценки стоимости человеческих ресурсов (HRA) [5]. Эти модели позволяют определить степень вклада человеческих ресурсов в работу предприятия. Сущность этих моделей сводится к тому, что затраты на оплату труда относят не к расходам предприятия, а включают в активы организации.

Таким образом, в статье были рассмотрены основные подходы к оценке интеллектуального капитала. К сожалению, применение всех данных подходов не находит отражения в официальной внешней отчетности предприятия. В дальнейшем, в связи с постоянно увеличивающейся долей интеллектуального капитала в структуре активов предприятия, является логичным пересмотр форм отчетности предприятий с точки зрения возможности включения в них информации об интеллектуальном капитале.

1. Романтеев П.В. Аналитический обзор методик оценки интеллектуального капитала // Экономика, предпринимательство и право. – 2011. – № 3. – С. 36-48.
2. Интеллектуальный капитал. Практика управления. Йоран Руус, Стивен Пайк, Лиза Фернстрем / Пер. с англ. – М.: Высшая школа менеджмента, 2010. – 436 с.
3. Стюарт Т. Богатство от ума / Пер. с англ. – Мн.: Парадокс, 1998. – 870 с.
4. Каплан Роберт, Нортон Дэйвид. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – М.: Издательство «Олимп-Бизнес», 2005. – 304 с.
5. Стюарт Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организации / Пер. с англ. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.

*Получено 10.06.2013*

УДК 338.48

В.В.НОСКОВА

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

## **ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Розглядаються особливості використання економіко-математичних моделей для моделювання та оптимізації діяльності туристичних підприємств та ухвалення рішень.

Рассматриваются особенности применения экономико-математических моделей для моделирования и оптимизации деятельности туристических предприятий и принятия решений.

The article examines the peculiarities of applying the mathematical economic models for modeling and optimization of the tourist business enterprises activities and the process of decision making.

*Ключові слова:* математичні моделі, інформаційні технології, туризм, туристичні послуги, економіка.

Туризм виступає однією з найбільш динамічних та перспективних галузей світової економіки.

Туристична галузь – важливий чинник підвищення якості життя в Україні, утворення додаткових робочих місць, поповнення валютних запасів держави та підвищення її авторитету на міжнародній арені.

Економічне реформування й значний рівень конкуренції в секторі туризму зумовили необхідність розробки економіко-математичних моделей, що враховують особливості туристичного ринку, ринкові елементи в туристичній діяльності України, процеси реінвестування і реконструкції об'єктів та інші соціальні чинники для збалансованого розвитку вискоєфективного і конкурентоспроможного туристичного ринку, підвищення потенціалу національної економіки та її платоспроможності в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Актуальною проблемою ефективного використання математичних моделей в даній області є недостатньо вивчені особливості розвитку туристичного ринку, його кон'юнктури та динаміки.

Аналіз математичних методів та інформаційних технологій, які використовуються у світовій практиці для дослідження, оптимізації та управління туризмом свідчить про те, що у цій галузі дійсно існує низка задач, розв'язування яких потребує сучасного формулювання та розробки нових методів і засобів математичного моделювання.

Оптимальне управління розвитком і функціонуванням туристично-рекреаційного комплексу вимагає використання різноманітної інформації про рекреаційні ресурси, наявність та вартість послуг, розвиток інфраструктури та т.д. Система туризму є складною адаптивною