

4. Конкуренция. В Республике Беларусь достаточно велико соперничество в машиностроительной отрасли. В стране функционируют несколько крупнейших предприятий по производству грузовых автомобилей, которые активно конкурируют друг с другом. Более сильные местные фирмы, закаленные внутренней конкуренцией, способны добиться успеха и за границей.

Таким образом, хотелось бы еще раз подчеркнуть, что согласно теории М.Портера на мировом рынке конкурируют не страны, а фирмы. И для успешного функционирования этих фирм, в отрасли должны соблюдаться некоторые условия. В мировой теории есть примеры, когда мы видим, что эта теория действительно работает. Так, Германия специализируется на производстве автомобилей, химреактивов, типографских машин; Италия – керамической плитки, обуви. Япония известна как производитель кондиционеров, аудиоаппаратуры, бытовой техники.

Исходя из положительного опыта этих стран в использовании теории М. Портера, можно выработать стратегию достижения конкурентных преимуществ РБ на мировом рынке. Мною была рассмотрена машиностроительная отрасль. Мы видим, что в Беларуси есть предприятия, способные конкурировать на мировом рынке (МТЗ, МАЗ, БелАЗ) и что самое главное, есть предпосылки для дальнейшего завоевания конкурентных преимуществ.

Литература

1. М.Портер Международная конкуренция. Москва, «Международные отношения», 1993.
2. <http://tractors.com.by/> Официальный сайт Минского тракторного завода.

УДК 330.341.1

Облоухова М.Н.

Научный руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

Со сложностью и неоднозначностью оценки интеллектуальных ресурсов сталкиваются многие экономисты мира. Но необходимость оценки существует. Это и необходимость контроля и оценки с целью поглощения или продажи бизнеса, и отчеты заинтересованным лицам, и поддержка принятия управленческих решений, а также визуализация скрытой стоимости (изучение компании).

В рамках экономической теории, формировавшейся от Адама Смита до Карла Маркса, заложивших основы понимания товарно-денежных отношений, существуют две известные схемы:

- А) схема воспроизводства товара Т-Д-Т;
- Б) схема воспроизводства финансового капитала Д-Т-Д.

Эти схемы подразумевают, что за товародвижением и финансовыми потоками, обозначенными в этих схемах, стоят люди с их интеллектом. Этот человеческий фактор до сих пор в них не включался ввиду того, что по своей сути он несопоставимо сложнее, чем первые два. Все его достоинства и недостатки, важные для общественного воспроизводства, нематериальны. Культура обращения с нематериальными ценностями стала появляться лишь в конце XX века [2].

Идеи, как главный продукт общественной деятельности интеллектуалов, управляющих производством и обновляющих его, из нематериального состояния преобразуются в материальное. И только после этого начинает вступать в действие традиционная схема марксовского капитала.

В современном звучании схема Маркса с включением в нее элемента «идея» (И) может читаться как многоцикличный процесс: (Д-И-Т-Д) – (Т-И-Д) – (И-Т-Д) или же (Д-И-Т-Д) – (Д-И-Т-Д).

Первая – схема расширенного воспроизводства одной и той же однородной продукции. Вторая – схема воспроизводства финансового капитала диверсифицированных производственных мощностях и рынках. Их различие – в схемах использования прибыли.

С появлением нового вида капитала можно вводить в научную теорию и практику новые формулы: ИК – ФК – МК, где ИК – интеллектуальный капитал, ФК – финансовый капитал; МК – материальный капитал [4].

Структуру интеллектуального капитала в современном понимании можно представить в виде табл.1.1.

Таблица 1.1 Структура интеллектуального капитала [1]

Интеллектуальный капитал		
Человеческий капитал	Структурный капитал	
	Организационный капитал	Потребительский капитал
Знания сотрудников Навыки Творческие способности Моральные ценности Культура труда И др.	Техническое и программное обеспечение Нематериальные активы (патенты, лицензии, гудвилл и др.) Организационная структура предприятия Стратегия управления И др.	Связи с клиентами Информация о клиентах История взаимоотношений с клиентами Бренд (узнаваемость, лояльность отношения) И др.

Как видно из вышеприведенной таблицы, нематериальные активы предприятия – это лишь элемент интеллектуального капитала. И один учет нематериальных активов не может в полной мере отразить ценность нематериальной составляющей фирмы и степень использования интеллектуальных ресурсов.

Для обеспечения полезности интеллектуального капитала организациям необходимо управлять информационными потоками между капиталами различного вида, составляющими ИК. Таким образом, управление взаимосвязями, знаниями и другими информационными потоками между всеми видами капитала и есть управление интеллектуальным капиталом.

Как только ИК ставят в одном ряду с другими факторами производства, возникает проблема его оценки.

Традиционные методы экономических оценок и измерений, базирующиеся на принципах бухгалтерского учета, перестали быть адекватными условиями сегодняшнего дня. Когда нематериальные активы учитываются по тем же правилам, что и материальные, к ним применяются нормы амортизации и производится их списание. В то же время, торговая марка или бренд в процессе их эксплуатации не только не теряют своей стоимости, но, наоборот, часто ее наращивают. А многие элементы вообще не находят отражения в бухгалтерских балансах, в частности связи с потребителями, квалификация персонала, базы знаний и др.

В последнее время появились публикации, довольно подробно исследующие проблему оценки интеллектуального капитала.

Существует более 20 методов оценки ИК, но их можно отнести к четырем основным группам:

1. Методы прямого измерения ИК (Direct Intellectual Capital methods – DIC) основываются на идентификации и оценке в денежных величинах отдельных активов или компонентов ИК, после чего выводится интегральная оценка ИК компании.

2. Методы рыночной капитализации (Market Capitalization Methods – MCM), когда вычисляется разность между рыночной капитализацией компании и собственным капиталом ее акционеров. Полученная величина рассматривается как стоимость ее интеллектуального капитала или нематериальных активов. К этой группе относится, например, коэффициент Тобина.

Одной из наиболее известных и принятых методик оценки интеллектуального капитала фирмы является Коэффициент Тобина, это отношение рыночной цены компании к цене замещения ее реальных активов (зданий, сооружений, оборудования и запасов). Они используется для интегральной стоимостной оценки величины интеллектуального капитала.

Рыночная цена компании может быть определена на основе данных о капитализации фирмы, которые основываются на оценках фондового рынка. Однако наиболее достоверно проявляется лишь при реальной покупке ее другой компанией.

Первое, на что здесь следует обратить внимание: речь идет о разности между величинами, которые далеко не всегда легко вычисляются. Поэтому на практике вместо рыночной стоимости компании используют рыночную капитализацию (цена акции, умноженная на количество акций). Таким образом, измерения становятся возможны только для публичных корпораций (акции которых котируются на бирже). Вместо восстановительной стоимости осязаемых активов также используют показатели, которые легко получить из публикуемых годовых отчетов публичных корпораций. Рассмотрим несколько примеров.

Так, компания «Filipp Morris» купила фирму «Крафт» за 12,9 млрд долл. В то же время цена принадлежавших данной фирме зданий, сооружений и запасов составила лишь 1,3 млрд долл., а оставшаяся часть цены (11,6 млрд долл.) распространялась на торговую марку, связи, маркетинговые возможности, квалификацию 51000 работников. Таким образом, нематериальная часть в цене компании составила 90% [5].

Сегодня для большинства успешных компаний значения коэффициента Тобина колеблются от 3 до 10. Для наукоемких фирм этот коэффициент еще больше. Так, в 1995 г., когда компания IBM поглотила Lotus, заплатив за нее 3,5 млрд долл., материальные активы которой оценивались в 230 млн долл., коэффициент Тобина достиг 15,2. Для отдельных компаний, действующих в сфере производства программного обеспечения и Интернет-технологий, коэффициент Тобина может достигать нескольких сотен. Это означает, что в данных компаниях материальный капитал практически не принимает участия в создании стоимости, главный производственный фактор в них - интеллектуальный капитал.

3. Методы отдачи на активы (Return on Assets methods – ROA). Отношение среднего дохода компании до вычета налогов за некоторый период к материальным активам компании - ROA компании - сравнивается с аналогичным показателем для отрасли в целом. Чтобы вычислить средний дополнительный доход от ИК, полученную разность умножают на материальные активы компании. Далее путем прямой капитализации или дисконтирования получаемого денежного потока можно определить стоимость ИК компании. В качестве примера можно привести такой метод, как определения добавленной стоимости.

4. Методы 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 получения денежной оценки ИК. Эти методы подобны методам диагностической информационной системы. Сюда относится широко известная сбалансированная система показателей.

Методы типов ROA и MCM, предлагающие денежные оценки, полезны при слиянии компаний, в ситуациях купли-продажи бизнеса. Они могут использоваться для сравнения

компаний в пределах одной отрасли, а также для иллюстрации финансовой стоимости нематериальных активов. Наконец, данные методы основываются на установившихся правилах учета, их легко сообщать профессиональным бухгалтерам. Недостатки состоят в том, что они бесполезны для некоммерческих организаций, внутренних отделов и организаций общественного сектора (особенно МСМ-методы, которые могут применяться только к публичным компаниям).

Преимущества DIC и SC методов заключаются в том, что их можно применять на любом уровне организации. Они работают ближе к событию, поэтому получаемая оценка может быть более точной, чем чисто финансовые измерения. Данные методы могут использоваться некоммерческими организациями, внутренними отделами и организациями общественного сектора и др. Их недостатки заключаются в том, что индикаторы являются контекстными и должны быть настроены для каждой организации и определенной цели. Кроме того, эти методы новы и нелегко принимаются обществом и менеджерами, которые привыкли рассматривать все с финансовой точки зрения. А комплексные подходы порождают большие массивы данных, которые трудно анализировать и связывать.

Анализ показывает, что различные методы оценки не противоречат друг другу. И ни один из них не удовлетворяет сразу всем возможным целям оценки. Поэтому наиболее эффективна интеграция нескольких методов, в зависимости от ситуации, целей и возможностей организации.

Практика западных компаний, применяющих разработанные методики оценки, выявила, что нематериальная составляющая гораздо более чувствительна к факторам, влияющим на бизнес. И при анализе компании с точки зрения ИК можно спрогнозировать и предупредить серьезный материальный кризис [3].

Таким образом, приведенные примеры ярко свидетельствуют о значимой роли интеллектуального капитала для сегодняшнего бизнеса, а также об актуальности исследуемой предметной области. Применение же целого комплекса методов оценки позволит выявить огромный потенциал для дальнейшего развития бизнеса как в пределах национальной, так и в пределах мировой экономики.

Литература

1. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал // Пер. с англ. под ред. Л.Н. Ковалина. — СПб.: Питер. — 2001. — 288 с.
2. Гапоненко А.Л. Экономика, основанная на знаниях: Учебное пособие. — М.: Щербинская типография, 2006.
3. Джанетто К., Уиллер Э. Управление знаниями. Руководство по разработке и внедрению корпоративной стратегии управления знаниями. — М.: Добрая книга, 2005.
4. Козырев А.Н. Интеллектуальный капитал: новая парадигма оценки бизнеса и нематериальных активов. — М.: ВНИЦ, 2001.
5. Коллинсон К., Парселл Д. Учитесь летать. Практические уроки по управлению знаниями от лучших организаций. — М.: ИКСИ, 2006.

УДК 330.341.1

Облоухова М.Н.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.

РАБОТА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЗАЩИТЫ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Одним из наиболее важных вопросов, касающихся интеллектуального потенциала страны, является вопрос защиты прав интеллектуальной собственности предприятиями малого и среднего бизнеса. Об актуальности данного вопроса свидетельствует проблема национальных предпринимателей, с которой они сталкиваются в этой сфере.