

Санкт-Петербургский государственный университет
Научно-исследовательский институт менеджмента

НАУЧНЫЕ ДОКЛАДЫ

О.М. Удовиченко

**Понятие, классификация,
измерение и оценка
нематериальных активов
(объектов) компании:
подходы к проблеме**

№ 13(R)–2007

Санкт-Петербург

2007

О.М.Удовиченко. Понятие, классификация, измерение и оценка нематериальных активов (объектов) компании: подходы к проблеме. Научные доклады № 13(R) – 2007. СПб.: НИИ менеджмента СПбГУ, 2007

Данная работа посвящена систематизации и обобщению разнообразных подходов и методик в определении, классификации, измерении и оценке нематериальных активов. Собственно, в работе оспаривается сама возможность применения единого термина *нематериальные активы* ко всему разнообразию объектов, имеющих отношение к этому понятию, поэтому автор предлагает выделение трех основных структурных частей данного понятия и дает определение каждой из них. В работе также систематизируются все многообразие существующих классификаций нематериальных активов, и показывается возможность применения разных классификаций для разных целей. Измерение и оценка нематериальных активов в работе также рассматривается с позиции целей оценки, причем автор показывает, что в зависимости от того, какая из составных структурных частей объектов нематериального характера оценивается, возможно применение тех или иных методик оценки.

Удовиченко Ольга Михайловна, к.э.н., старший преподаватель кафедры теории финансов Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета., директор программы Executive MBA.
e-mail: olga.udovichenko@som.pu.ru

St. Petersburg State University
Institute of Management

DISCUSSION PAPER

Olga Udovichenko
**DETERMINATION, CLASSIFICATION,
MEASURING AND VALUING OF
INTANGIBLES:
APPROACHES TO THE PROBLEM**

№13(R)–2007

Saint Petersburg

2007

Udovichenko O.M. Determination, Classification, Measuring and Valuing of Intangibles: Approaches to the Problem. Discussion Paper #13(R)–2007. Institute of Management, Saint Petersburg State University: St. Petersburg, 2007.

The paper is devoted to systematization and rounding of different approaches and methods to determination, classification, measuring and valuing of intangibles assets. Actually, the author is arguing with the fact of possibility to use a single definition to the whole range of intangibles and that is the reason why the author suggests to determine three main structural parts of intangibles and gives separate definition to each of them. The paper also systematize the variety of different classifications of intangibles, showing that each of them can be used depending on the company's purpose. Measurement and valuation of intangibles is also the subject for matching it with the aims and objectives of the company as well as the methods of valuation used strongly depend on the type and characteristics of that structural part of intangibles to which they are applied.

Udovichenko, Olga M. — Senior Lecturer, Department of Finance Theory, Graduate School of Management, St. Petersburg State University, Executive MBA Program Director.

e-mail: olga.udovichenko@som.pu.ru

Содержание

Введение	6
Понятие НМА.....	7
Состав и классификация НМА	17
Подходы к измерению и оценке НМА	20
Литература.....	31

Введение

Нематериальные активы играют все большую роль в формировании прибыли компании. В условиях глобальной экономики, при практически неограниченном доступе к мировым материальным и финансовым ресурсам, конкурентные преимущества отдельных компаний определяются главным образом наличием специфических нематериальных ресурсов, которые, в отличие от материальных активов, уникальны. В значительной мере поэтому, по общему мнению теоретиков менеджмента, последнее десятилетие показало невероятный рост интереса к нематериальным активам [Roos, Pike, Fernstrom, 2005]. Для многих компаний ценность навыков сотрудников, информационных систем и организационной культуры намного превышает стоимость материальных ресурсов [Kaplan, Norton, 2004]. Высказываются даже такие суждения, что будущий мир — это мир нематериальных активов. Безусловно, нематериальные активы появились не вчера. Научные изобретения всегда вызывали взрыв появления новых нематериальных активов (интеллектуального капитала, запасов знаний и т.д.). Однако именно в последние два десятилетия наблюдается их невероятный рост. Б. Лев считает, что причиной тому является уникальная комбинация двух взаимосвязанных экономических сил: усилившейся деловой конкуренции и прихода новых информационных технологий [Лев, 2003]. Эти два направления фундаментального развития коренным образом изменили структуру корпораций и выдвинули нематериальные активы на роль главного потенциала стоимости бизнеса в развитых экономика. Н. Бонтис уверяет, что к 2010 году мировые запасы кодифицированного знания будут удваиваться каждые 11 часов [Bontis, 2001]. Отдача, которую приносят нематериальные активы не идет ни в какое сравнение с традиционной рентабельностью активов материальных. Относительно небольшие усилия, приложенные компанией в точно определенных областях бизнеса или принятие топ-менеджерами верного стратегического решения способно обеспечить стремительный взлет оборотов и прибыли компании.

Таким образом, будущий главный источник ценности бизнеса лежит в сфере нематериальных активов. Но, с другой стороны, именно нематериальные активы наиболее трудно поддаются оценке. Более того, нет даже четкого понимания того, что включается в эту категорию. Несмотря на огромное количество публикаций, охватывающих исследования по данной тематике, в настоящее время нет ни единого, систематизированного подхода к описанию нематериальных объектов,

ни стандартизованных методик измерения и оценки. По сути, вообще остается открытым вопрос о возможности какой-либо стандартизации применительно к объектам, основной чертой которых является уникальность. Тем не менее, необходимость в такой стандартизации очевидно назрела, поскольку создается впечатление, что в последние годы дальнейшее развитие данного направления в литературе по учету и менеджменту тормозится именно большим количеством разнообразных подходов и точек зрения.

Настоящая работа посвящена систематизации подходов к определению, классификации и оценке нематериальных активов. В ней приведен обзор существующих определений нематериальных активов и схожих с ним терминов, таких, как интеллектуальный капитал, запасы знаний и других, также используемых для описания данного понятия, и свойств, которые их характеризуют. В результате становится очевидной неоднородность понятия нематериальных активов, и, как следствие, невозможность формулирования единого определения, полностью описывающего данный феномен. Поэтому автор представляет свое определение с одновременным выделением трех основных структурных частей этого понятия. Представляется что такое определение, во-первых, позволяет примирить существующие весьма разноречивые точки зрения, а во-вторых, очень логично позволяет применять разные подходы к оценке разных структурных частей. Это имеет исключительно важное значение, поскольку именно неоднородность понятия является главным препятствием в применении стандартных методов оценки, которые обычно используются как для оценки отдельных активов компании, так и при определении ценности всего бизнеса. В работе также показывается, что предложенное определение позволяет использовать разнообразные подходы к классификации собственно объектов нематериального характера.

Понятие НМА

Определение НМА в бухгалтерском учете

Нужно отметить, что детальное определение НМА было дано именно в теории бухгалтерского (финансового) учета. Поскольку бухгалтерский учет требует стандартизации, то даже такой «нестандартный» актив как НМА был четко прописан по следующим направлениям: что относится к категории НМА, как организация оценивает НМА при принятии к учету, как этот актив амортизируется и как выбывает из учета.

И российские (РСБУ) и международные (МСФО) стандарты схожи в определении того, какими признаками должен обладать некий актив, чтобы иметь право относиться к категории НМА.

Прежде всего, этот актив не должен иметь вещественной (материальной) структуры. Именно поэтому он и называется нематериальным¹. Во-вторых, актив должен отвечать критерию идентифицируемости. В соответствии с МСФО 38 «Нематериальные активы» [МСФО 38] «Актив удовлетворяет критерию идентифицируемости в контексте определения нематериального актива, когда он: (а) может быть отделен от организации для последующей продажи, передачи, лицензирования, сдачи в аренду или обмена, либо в индивидуальном порядке, либо вместе с соответствующим договором, активом или обязательством; или (b) возникает из договорных или других юридических прав, вне зависимости от того, являются ли эти права передаваемыми или отделяемыми от данной организации или других прав и обязанностей». Другими словами, нематериальный актив должен основываться на правовой природе его приобретения или отделения. Подобный подход совершенно естественен для финансового учета, который в основе своей базируется на принципе экономической обособленности имущества и обязательств организации — юридического лица или группы лиц.

В-третьих, нематериальный актив компании должен удовлетворять критерию наличия будущих экономических выгод и достоверности оценки: «Нематериальный актив должен признаваться, если и только если: (а) вероятно, что будущие экономические выгоды, относящиеся к этому активу, будут поступать в организацию и (b) стоимость актива поддается достоверной оценке». Международные стандартные учета предлагает две модели оценки НМА после его признания — либо модель учета по себестоимости, либо модель переоценки (по справедливой стоимости)

Российские бухгалтерские стандарты предлагают несколько отличающееся от международных стандартов определение, однако такие существенные моменты, как отсутствие материально-

¹ Нужно отметить, что английское слово intangible определяющее НМА, в буквальном переводе имеет несколько другой оттенок — неосозаемый, т.е не просто не имеющий материальной структуры, но «то, что нельзя осознать с помощью органов чувств» — увидеть, потрогать, услышать и т.д. Второе «языковое» отличие заключается в том, что в английском языке есть устоявшееся словосочетание tangible assets обозначающее категорию активов долгосрочного характера: основные средства, незавершенное строительство и т.д. В русском языке словосочетание «материальные активы» в теории учета не используется для обозначения какой-либо конкретной категории активов, а, скорее, применяется для обозначения характеристики актива — наличия материально-вещественной структуры.

вещественной структуры, возможность идентификации, способность приносить экономические выгоды в будущем, наличие у организации исключительных прав на актив, в РСБУ присутствуют [ПБУ 14/2000], что делает состав нематериальных активов в российском и международном учете если не совпадающим, то очень похожим. В соответствии с этими определениями основную часть нематериальных активов составляют законодательно защищенные права компаний на товарные знаки, патенты, лицензии, ноу-хау, т.е. то, что называется интеллектуальной собственностью.

Не содержат существенных отличий и определения НМА, приведенные в бухгалтерских стандартах США и Великобритании [Tollington, 2006]. Нужно отдать должное этим определениям. В течение многих лет они отражали один из основополагающих принципов бухгалтерского учета — принцип консерватизма, что обусловило требования к составу бухгалтерской информации: она должна быть одновременно и надежной и релевантной. Поскольку НМА не имеют вещественной структуры, то единственно возможным способом проверки их надежности является правовое подтверждение их наличия и принадлежности определенной организации. Однако в последние десятилетия бухгалтерские стандарты подвергаются нещадной критике именно в части определения и оценки нематериальных активов [Eckstein, 2004]. Выяснилось, что жесткость бухгалтерских стандартов не является панацеей от искажений в отчетности и обмана собственников, ярким примером чему явились скандалы с банкротством компаний Enron и WorldCom в США и НН и One.Tel в Австралии. Специалисты считают, что именно завышенная бухгалтерская стоимость НМА явилась причиной недостоверной отчетности этих компаний [Whitwell, Lukas, Hill, 2007]. Многие сходятся во мнении, что бухгалтерские стандарты находятся на пороге глобальных изменений, но мало кто может сейчас уверенно говорить, как и когда они изменятся.

Подводя итог, можно утверждать следующее: в соответствии с бухгалтерскими стандартами в учете и отчетности организаций отражается только часть нематериальных активов, удовлетворяющая определенным критериям, главными из которых являются отделимость актива от организации, его способность приносить экономические выгоды в будущем и возможность достоверной оценки данного актива. Причем в качестве достоверной оценки актива чаще всего рассматривается либо совокупность затрат по его созданию (приобретению), либо результат его переоценки по справедливой (чаще всего рыночной) стоимости, что опять же является следствием предположения о возможности отделения, в т.ч. продажи, актива от

организации. Поэтому, при использовании бухгалтерского учетного подхода к определению НМА имеется существенный риск неполного учета объектов НМА и их искаженной оценки, способствующих принятию неверных управленческих решений.

Определение НМА в теории менеджмента

Возрастающая роль нематериальных активов в создании конкурентного преимущества и повышении эффективности деятельности компании, а также кризис бухгалтерского подхода к учету и оценке НМА привели к появлению множества теорий, нашедших свое отражение в многочисленных научных статьях, посвященных проблеме идентификации и оценки нематериальных активов. Необходимо отметить, что довольно часто авторы избегают давать точное определение НМА, а описывают данное понятие путем перечисления (классификации) объектов, относящихся, по их мнению, к нематериальным активам. Среди тех, кто все-таки рискует дать свое определение можно выделить две основные группы: те, кто остается в рамках подхода к НМА с позиции ***актива*** компании и те, кто выходит за рамки данного понятия.

К числу первых безусловно относится появившееся в 2001 году полномасштабное исследование Баруха Лева [Lev, 2001] по нематериальным активам, выполненное по заказу Брукингского института (Brookings Institution). Книга содержит детальное описание природы и свойств нематериальных активов, а также предложения автора по внесению изменений в отчетность компаний для предоставления инвесторам более полной информации о создании и управлении НМА. При этом автор озабочен не столько проблемами бухгалтерского учета НМА, сколько сбором информации для более эффективного управления ими, поэтому одна из центральных тем книги — связь НМА с инновационной деятельностью компании. Б. Лев дает следующее определение: «нематериальные активы являются неимущественными источниками стоимости, которые порождаются инновациями, уникальными организационными проектами или практикой управления человеческими ресурсами» [Лев, 2003, с. 9]. По мнению самого Б. Лева одной из первых содержательных книг по нематериальным активам, до сих пор остающимся превосходным источником на эту тему, является книга Т. Стюарта посвященная интеллектуальному капиталу [Stewart, 1997]. По мнению Т. Стюарта интеллектуальный капитал — это интеллектуальный «материал», который может быть использован для создания благосостояния компании.

Направление определения методики оценки НМА, развиваемое в Высшей Школе Менеджмента СПбГУ также следует отнести к первому подходу. В соответствии с [Volkov, Garanina, 2007], к нематериальным активам относятся объекты, удовлетворяющие определению актива в теории учета [Волков, 2006а] и либо признаваемые таковыми в соответствии с бухгалтерскими стандартами, либо не соответствующие этим требованиям. Исследовав различные определения нематериальных активов, знаний (запасы знания) и интеллектуального капитала Д.Волков и Т.Гаранина также приходят к выводу, что в большинстве случаев эти понятия используются как синонимы [Volkov, Garanina, 2007], а разница в использовании часто объясняется принадлежностью той или иной статьи или книги к определенному типу литературы: литература по бухгалтерскому учету, по менеджменту, праву и т.д. [Lev, 2001]. Неизменным в этих определениях остается требование отсутствия у актива вещественно-материальной структуры и способность приносить будущие экономические выгоды.

Примером второго подхода к понятию НМА, в частности, является определение, приведенное в [Berry, Sakakibara, 2006], в соответствии с которым к НМА относятся ресурсы и способности, стратегические по натуре, сложные для имитации и влияющие на формирование уникальных возможностей конкретной компании. К числу таких НМА авторы этой статьи относят опыт работы на рынках других стран, подчеркивая, что наличие или отсутствие такого опыта влияет на рентабельность зарубежных инвестиций. Р.Каплан и Д.Нортон также упоминают, что нематериальные активы крайне сложно поддаются имитации, что делает их важным источником устойчивых конкурентных преимуществ. [Kaplan, Norton, 2004].

Рассуждая о специфике деятельности научно-исследовательских организаций, Карл-Хейнц Лейднер и Кэмпбелл Уорден [Leitner, Warden, 2004] используют термин «ресурсы компании, основанные на знаниях» (knowledge-based resources), считая, что именно они вносят наибольший вклад в создание ценности, хотя в подавляющем большинстве случаев не могут называться активами.

Нужно отметить, что прослеживается прямая связь между определением автором понятия нематериального актива и его позицией в отношении подходов к определению результатов деятельности компании. Как известно, существующие два подхода к определению того, что является целью компании [Wallace, 2003], приводят к различным системам измерителей результатов деятельности компании [Волков, 2006б]. При первом подходе считается, что основной целью компании является максимизация ее (стоимости) ценности путем фокусирования принятия управленческих решений на ключевых

драйверах создания ценности [Коупленд, 1999]. В качестве основных классов моделей оценивания используются модели дисконтирования дивидендов, денежных потоков и остаточной прибыли. Несмотря на то, что только модели, использующие дисконтирование прибыли, традиционно относятся к классу моделей, основанных на бухгалтерских показателях, тем не менее, все три класса в той или иной мере используют если не непосредственно бухгалтерские показатели, то, по крайней мере, понятие активов компании, основывающееся на бухгалтерском (учетном) подходе. Очевидно, что при таком подходе нематериальный актив должен, прежде всего, удовлетворять классическому определению актива, в противном случае он создает массу противоречий при моделировании, вплоть до невозможности применения этих моделей к деятельности ряда компаний. Правда, нужно отметить еще две категории авторов использующих понятие актива. Это экономисты, поскольку основу их исследований составляют понятия товар, услуга, продажа, следовательно, все что не может отчуждаться от компании не укладывается в экономические теории [Козырев, 2006] и юристы, поскольку имеют дело исключительно с объектами, на которые можно оформить права в юридическом понимании — владения, пользования, распоряжения и т.д.

Второй подход предполагает многокритериальную систему оценки эффективности деятельности компании, причем финансовые показатели не всегда являются определяющими. Поэтому сторонники этого подхода проявляют определенное равнодушие к таким ключевым (для первого подхода) показателям как стоимость активов, затраты, прибыль. Чтобы не вступать в конфликт с представителями первого подхода, многие из них даже не употребляют термин нематериальные активы, а оперируют понятиями «интеллектуальный капитал» [Edvinsson, Malone, 1997], «знания» или «нематериальные ресурсы» [Bontis, Dragonetti, Jacobsen, Roos, 1999], «человеческий капитал» [Mayo, 2001] и т.д.

В конечном итоге, можно выделить ряд признаков, которые используются для описания таких объектов как НМА, знания, интеллектуальный капитал, и которые в той или иной комбинации присутствуют в большинстве определений:

- Отсутствие у объекта материально-вещественной структуры
- Способность объекта приносить компании экономические выгоды в будущем (объект является источником прироста ценности бизнеса)
- Объект является источником устойчивых конкурентных преимуществ компании;

- Объект является следствием совершенных компанией ранее транзакций
- Объект поддается оценке или измерению
- Объект может быть отчужден от компании
- Оформленные права собственности на объект, либо охраняемые каким-либо другим образом права компании на использование данного объекта
- Объект неким образом формализован (особенно применительно к знаниям)
- Объект связан со стратегией компании;
- Объект предназначен для долгосрочного использования
- Объект сложно поддается имитации (по крайней мере, в течение непродолжительного периода времени)

Очевидно, что объектов, которые бы удовлетворяли всем этим критериям очень немного. Чаще всего, объект удовлетворяет только нескольким из этих критериев. В то же время разнообразие подходов, как к определению нематериального актива, так и к его свойствам создает невероятную неразбериху в научной и деловой литературе по данному вопросу. Исследовав все многообразие мнений, автор приходит к выводу, что причина подобной неразберихи в попытке объединить в одну группу (и под одним названием) совершенно разнородные по своим признакам объекты. Другими словами, единого определения для всех объектов, относящихся к категории нематериальных нет и не может существовать, кроме определения отсутствия материальной (вещественной) структуры. В попытке систематизировать как применяемую терминологию, так и признаки объектов, автор предлагает следующий вариант терминологического аппарата, описывающий возможные варианты объектов, относимых к категории нематериальных. При общем определении всего нематериального как «**нематериальные объекты — НМО**» (аналог *intangibles*) их состав можно разбить на три основные группы.

Нематериальные Активы (НМА). Объект идентифицируется как нематериальный актив если он не имеет материальной структуры, принадлежит организации, может быть отделен от организации для последующей продажи или прочего распоряжения и является источником будущих экономических выгод.

Нематериальные Ресурсы (НМР). Объекты не имеющие материальной структуры, контролируемые компанией, являющиеся следствием совершенных организацией ранее операций или понесенных

расходов и способные приносить организации экономические выгоды в будущем.

Нематериальные Факторы (НМФ). Неформализованные и неконтролируемые способности компании по созданию новых ценностей, обеспечивающие ей конкурентное преимущество.

Схематично подобное разделение представлено на Рис. 1.

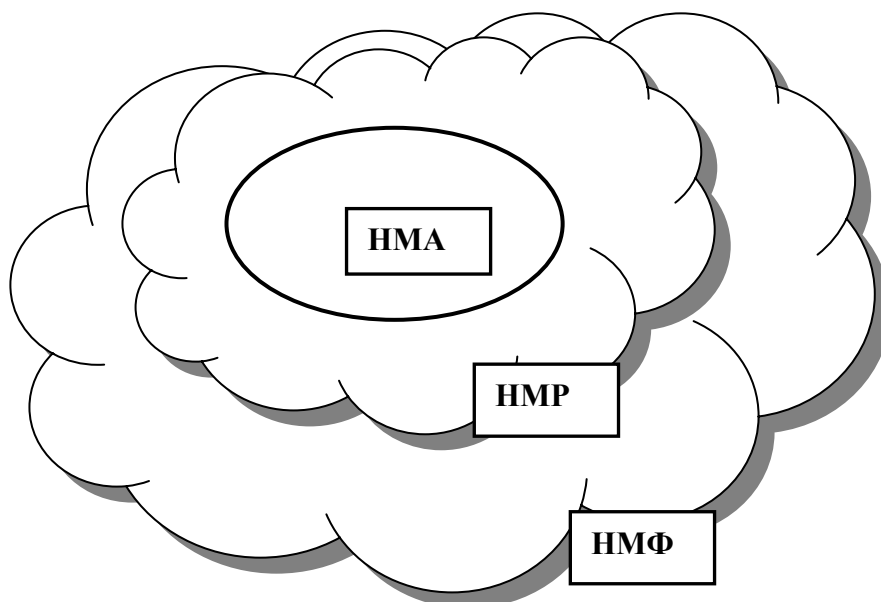


Рис.1

Рассмотрим на примере любой организации, работающей в области «высоких технологий». У такой компании чаще всего имеется определенное количество зарегистрированных патентов, которые компания может использовать сама, может продавать или предоставлять право другим организациям пользоваться патентом в течение определенного периода времени. Патенты, безусловно, относятся к нематериальным активам (причем даже в наиболее жестком, бухгалтерском понимании этого термина). С другой стороны, работая в определенном научном направлении компания получила исключительно ценный опыт и знания в этой сфере, которые невозможно каким-либо образом зарегистрировать (за исключением некоторой части формализованных ноу-хау), но которые позволяют компании более эффективно использовать имеющиеся патенты, быстрее создавать новые, т.е. в конечном счете, увеличивать свою стоимость. Эти знания и опыт компании являются следствием ранее затраченных

на научные исследования средств. Они неотделимы от компании и не могут быть проданы, но они контролируются компанией и являются источником будущих экономических выгод. Такие объекты, в соответствии с предложенной классификацией, следует называть нематериальными ресурсами. Наконец, вследствие либо сознательных действий компании, а зачастую и случайных обстоятельств, в компании работают сотрудники, которые в силу своих природных качеств способны генерировать новые знания, делать открытия и т.д. Компания, безусловно, пытается неким образом контролировать этих сотрудников, например, путем создания им уникальных условий для работы, но, в целом, в отношении этого нематериального объекта можно говорить о том, что он, с одной стороны способен приносить компании выгоду (т.е. создавать добавленную стоимость), но с другой стороны, слабо контролируется компанией, не подлежат формализации (в отношении знаний чаще используется термин «кодификация») и не всегда являются следствием ранее совершенных компанией операций. Такие объекты могут быть отнесены к категории нематериальных факторов.

Свойства каждой из обозначенных категорий нематериальных объектов представлены в Таблице 1.

Подобная классификация, очевидно, не является слишком оригинальной. Более того, она, по сути, представляет собой гибрид учетного подхода, который покрывает понятие НМА и НМР и управленческого подхода, который чаще всего оперируют категориями объектов, относящихся к НМФ и, частично, к НМР. Действительно, такие, постоянно упоминаемые в экономической, юридической и учетной литературе, объекты как интеллектуальная собственность, патенты, лицензии, зарегистрированные торговые марки, относятся к категории НМА. Инновации, созданные в компании знания, описываемые в литературе по менеджменту, принадлежат к категории НМР. А вот активно обсуждаемые в литературе по менеджменту «динамические способности» компании [Тис, Пизано, Шуен, 2003] не имеют никакого отношения к активам и в соответствии с классификацией автора должны быть отнесены к НМФ. Используемый для обозначения части нематериальных объектов термин «ресурс», также не является новым для теории менеджмента. Его, как понятие предмета, который способен генерировать добавленную стоимость, ввели Г. Хамел К. Прахалад, в своей книге, которая посвящена ресурсной стратегии фирмы [Hamel, Prahalad, 1994]. Ресурсная стратегия предлагает рассматривать фирму, как комплекс уникальных ресурсов, на основе которых создаются устойчивые конкурентные преимущества. Термин «ресурс» в свою очередь отражает существование некоего уникального объекта, способного генерировать

дополнительную прибыль через создание устойчивого конкурентного преимущества. В данной работе автор применяет этот термин только к части нематериальных объектов, обладающих определенными признаками.

Таблица 1

Свойство объекта	Нематериальные активы	Нематериальные ресурсы	Нематериальные факторы
Возможность отделения от компании либо для самостоятельного использования, либо с другим активом	+		
Наличие зарегистрированных (защищаемых государством или обществом) прав на объект	+		
Объект может быть оценен (измерен) с достаточной степенью точности	+	+	
Объект формализован (кодифицирован)	+	+	
Наличие в компании объекта является результатом прошлых операций, совершенных компанией	+	+	
Объект контролируется компанией	+	+	
У объекта отсутствует материально-вещественная структура	+	+	+
Объект способен приносить компании экономические выгоды в будущем (создает компании конкурентное преимущество)	+	+	+
Объект сложно поддается имитации	+	+	+

Основным достоинством предложенной классификации, как будет показано далее, автор считает то, что она хорошо соответствует существующим классификациям методов и целей оценки нематериальных объектов. Так, например, затратный метод оценки может быть применен только к той категории нематериальных объектов, которые являются следствием понесенных компанией затрат (вытекают из совершенных компанией операций), т.е. к двум из трех предложенных категорий — к НМА и НМР.

Состав и классификация НМА

К настоящему времени в научной и бизнес-литературе приведено достаточное количество классификаций нематериальных объектов. Собственно их накопилось уже столько, что пора говорить о необходимости обобщения самих классификаций. Сложность здесь заключается в том, что, в силу использования различного терминологического аппарата разными авторами, классификация и описание объектов часто перемешиваются. Так, например, существуют различные точки зрения по вопросу о том, является ли интеллектуальный капитал частью нематериальных активов, или нематериальные активы есть часть интеллектуального капитала, или это эквивалентные понятия. Естественно, что в зависимости от точки зрения автора предлагаются и различные варианты структуры этого неоднородного понятия. Попытка систематизировать предлагаемые классификации приведена в Таблице 2. При этом, с целью избежания путаницы, будем называть все попадающие под классификацию как нематериальные объекты, а круг объектов интеллектуального капитала считать примерно совпадающим с кругом НМО, если только данное предположение не влияет на классификацию.

Приведенный перечень не исчерпывает всего многообразия классификаций, однако показывает наиболее характерные из них. Прочие встречающиеся в литературе классификации чаще всего являются разновидностью уже приведенных. Так, например, Р. Каплан и Д. Нортон выделяют три составляющие интеллектуального капитала: человеческий капитал, информационный капитал и организационный капитал [Kaplan, Norton, 2004]. Такая классификация близка к классификации по функциональным областям менеджмента. Вообще, нужно признать, что последняя является наиболее популярной в научной литературе по теории менеджмента и экономике, в то время как поэлементный подход более характерен для работ по теории учета и юридической литературы.

Таблица 2

Тип классификации	Виды нематериальных объектов	Авторы, предложившие/использующие классификацию
По отношению к компании	<ul style="list-style-type: none"> • Внешние структурные (Бренды, заказчики, поставщики) • Внутренние структурные (R&D, программы, структура, управление) • Индивидуальные компетенции (образование, опыт) 	К. Свейби [Sveiby, 1997]
По отношению к человеческому фактору	<ul style="list-style-type: none"> • Структурные (базы данных, ПО, патенты, торг.марки, орг.структура) • Человеческие (знания, навыки, инновационность, способность выполнять поручения) 	Лейф Эдвинссон, Майкл Мэлони [Edvinsson, Malone, 1997]
По отношению к функциональным областям менеджмента	<ul style="list-style-type: none"> • Организационные (инфраструктура, информ. системы, ноу-хау, интеллект. собственность) • Человеческие (знания, навыки) • Рыночные/клиентские/отношенческие (бренды, знаки обслуживания, деловая репутация, сбытовая сеть, отношения с поставщиками) 	Ник Бонтис [Bontis, 2001], Горан Рус [Roos, Pike, Fernstrom, 2005], МСФО [IFAC. 1998],
По отношению к источнику активов	<ul style="list-style-type: none"> • Изобретения • Организационная деятельность • Человеческие ресурсы 	Барух Лев [Lev, 2001]
По элементам объектов	<ul style="list-style-type: none"> • Контрактные нематериальные активы • Нематериальные активы авторских прав • Клиентские нематериальные активы • Нематериальные активы обработки данных • Гудвилл • Нематериальные активы человеческого капитала • Нематериальные активы земельного участка • Нематериальные активы маркетинга • Технологические нематериальные активы 	Роберт Рейли, Роберт Швайс [Рейли, Швайс, 2005]

Проведенный анализ различных подходов к классификации нематериальных объектов показывает, что все они имеют право на существование и их применение зависит от целей. Представляется, что компания может использовать одновременно различные классификаторы в зависимости от того, для решения каких управленческих задач ей потребовалась та или иная классификация. Необходимо также отметить, что для любой из приведенных классификаций возможно применение идеи разделения нематериальных объектов на активы, ресурсы и факторы. В Таблице 3 представлено применение этой трехкатегорийной структуры к классификации нематериальных объектов по функциональным областям менеджмента.

Таблица 3

	Организационные	Человеческие	Рыночные
Нематериальные активы	Патенты, лицензии, ноу-хау технологического и организацион. характера	Отсутствуют	Бренды, торговые марки, знаки обслуживания, лицензионные и франчайзинговые соглашения
Нематериальные ресурсы	Уникальные бизнес-процессы или системы управления ими, информ. системы, корпор. культура, мотивационные системы	Эффекты от командной работы, лояльность персонала, образовательный и профессиональный уровень персонала, явные знания	Лояльность клиентов, альянсы и партнерства с компаниями, каналы сбыта, клиентские базы данных
Нематериальные факторы	Отсутствуют	Способности к обучению, генерированию новых знаний, Наличие сотрудников, способных к стратегическому мышлению или <i>неявной конструктивной интуиции</i> ²	Инсайдерские связи, внешние сетевые и рыночные эффекты, эффект от наличия сотрудников, пользующихся признанием в проф.или научных кругах (обществ. известностью)

² Термин неявная конструктивная интуиция описан А.В. Бухваловым в [Бухвалов, 2004б] и предполагает умение топ-менеджера без знания и проектирования технических деталей реализации предсказывать и направлять...создание ресурсов и компетенций в области деятельности компании.

Как видно из таблицы, в той или иной мере все три составляющих (НМА, НМР и НМФ) могут быть использованы для описания структурного, человеческого и рыночного капитала. Нужно отметить, что предложенный вариант распределения различных видов объектов не является догмой. В частности, эффект от наличия в компании сотрудников, пользующихся признанием во внешних (по отношению к компании) кругах, обычно относят к человеческому капиталу, хотя автору данного исследования представляется правильнее отнести его к рыночному, т.к. речь идет не столь об особенностях данных сотрудников, сколько об их восприятии внешним окружением (рынком).

Подходы к измерению и оценке НМА

Оценка нематериальных активов — это то, что заботит всех, кто так или иначе исследует нематериальные активы, или правильнее сказать нематериальные объекты. Наиболее расхожим тезисом, который при этом декларируется, является тезис о том, что невозможно эффективно управлять тем, что нельзя измерить. А поскольку роль нематериальных объектов года от года все возрастает и постепенно становится ключевым фактором в определении конкурентных преимуществ компании, то, соответственно, возрастает и значение правильной оценки всего нематериального. В то же время, представляется, что мы сейчас также далеки от истины, как и в начале 90-х годов, когда этот вопрос еще только появлялся в повестке актуальных проблем менеджмента. Р.Каплан и Д.Нортон считают, что для теории учета измерение ценности нематериальных активов сродни поиску «Святого Грааля» [Kaplan, Norton, 2004]. Барух Лев, приводя определение нематериальных активов, пишет, что решительно соглашается с международным словарем Вебстера, что их невозможно исчислить с достаточной степенью точности. Может быть, истины в этом вопросе и вовсе не существует? А если не существует, то есть ли смысл пытаться ее найти? Ник Бонтис в [Bontis, 2001] рассуждая на тему, нет ли научной парадигмы в том, что мы пытаемся определить и измерить совершенно новую сущность традиционными способами, приходит к выводу, что в настоящее время измерение нематериальных объектов проходит так называемую «экспериментальную» фазу, когда появляется и апробируется бесчисленное количество всевозможных способов, методик, концепций, и что, в результате, из этого хаоса возможно и возникнет новое знание. Тем не менее, по этой же причине

Второй момент на котором необходимо остановиться, это вопрос **целей** измерения оценки. Общепринятым является представление о процедуре оценки, как о некотором действии (совокупности действий) по окончании которого появляется некоторый результат, который мы называем ценностью (или стоимостью – если речь идет о затратном подходе) оцениваемого объекта. В управленческом учете есть лозунг: «разные затраты для разных целей». Смысл его в том, что информация, которую мы будем собирать о затратах кардинально зависит от того, какие управленческие задачи мы собираемся решать с помощью этой информации. Аналогично этому имеет полное право на жизнь симметричный лозунг: «разные измерения и оценки для разных целей».

Приводимые в литературе цели измерения и оценки актива обычно очень различны. Один из наиболее подробных перечней целей оценки приведен в [Рейли, Швайс,2005]. Этот перечень включает в себя следующие цели:

- Выделение совокупной цены приобретения бизнеса для целей финансового учета и учета налога на прибыль
- Оценка стоимости бизнеса перед его приобретением
- Приобретение отдельных нематериальных активов
- Формирование капитала за счет долгового финансирования
- Анализ при реорганизации и банкротстве
- Установление надлежащих ставок роялти для лицензий на нематериальные активы
- Установление справедливой межфирменной трансфертной цены
- Налоговое планирование и соблюдение требований в области уплаты налога на прибыль
- Поддержка при ведении судебных разбирательств и урегулировании споров
- Формирование и ликвидация бизнеса
- Корпоративное планирование и управление

Несмотря на столь длинный перечень, очевидно, что если из представленного списка удалить цели, связанные с бухгалтерским (финансовым) учетом, вопросами исчисления налогов и правовыми решениями, то окажется, что оценка проводится с одной из двух целей: мы либо хотим оценить нечто с целью определения «справедливой» цены при покупке-продаже либо нас интересует оценка этого нечто с точки зрения управления им. Нужно отметить, что отдельные активы (основные средства, запасы, финансовые активы) чаще оцениваются для принятия решений, связанных с продажей или покупкой, в то время, как такие комплексные активы, как компания или бизнес довольно часто оцениваются для того, чтобы иметь некий ориентир для определения

эффективности управленческих воздействий. Очевидно, что как бы высоко мы ни оценивали актив или компанию, но если на нее в данный момент нет покупателя, то и результат нашей оценки к ценности этого актива отношения не имеет.

Все вышесказанное имеет самое непосредственное отношение к оценке НМО. Если мы говорим о НМА как учетной категории, то такие активы продаваемы, что очевидно следует из их определения (в противном случае их нельзя было бы назвать нематериальными активами). В отношении таких НМА есть смысл говорить об оценке с целью определения цены (стоимости). Однако значительная часть нематериальных объектов (а в перспективе — подавляющая часть) либо неотделима от компании, либо даже вообще не контролируется ею. Таким образом, именно то, что создает ценность бизнеса, само по себе ценности не имеет, поскольку не может быть объектом купли-продажи. Поэтому, каким бы образом мы ни проводили оценку нематериальных объектов (речь идет, прежде всего, о НМР и НМФ), полученный нами показатель не является ценностью собственно нематериального объекта или их совокупности, а характеризует их вклад в ценность бизнеса.

Рассматриваемые нами цели довольно тесно связаны с вопросом, что правильнее делать с нематериальными объектами: измерять или оценивать (*measuring and valuing*). Результат оценки — это некий числовой показатель, являющийся результатом финансовой системы измерения. Но финансовые системы измерения не единственно возможные, соответственно можно получить результаты измерения и не в финансовых показателях. Чаще всего, их будет много, т.е. нефинансовые системы оценки, как правило, многокритериальны, и, в том числе, могут включать в себя финансовые системы. Получается, что в отношении измерения нематериальных объектов действуют те же подходы, что и в уже упоминавшихся дискуссиях о целевой функции фирмы [Волков, 2005а,б]. Но, необходимо отметить одно существенное различие: фирма (бизнес) продаваема практически всегда, в то время, как такие нематериальные объекты как НМР и НМФ не продаваемы. Это приводит к ограничению целей оценки. Если в отношении НМА мы можем говорить о целях измерения и оценки, как с целью продажи, так и с целью управления, то в отношении НМР и НМФ — только с целью управления. Причем, если НМА измеряются с целью продажи, то результатом может быть только финансовый показатель, который будет служить определенным ориентиром для принятия управленческого решения о продаже. Если же мы говорим об управлении активом, то тогда разовое абсолютное значение некоего финансового показателя для управленческого решения не является релевантной информацией.

Обобщенный результат зависимости вида нематериальных объектов, целей и методов измерения и оценки представлен в Таблице 4.

Таблица 4

Вид НМО	Возможные цели измерения и оценки	Возможные применяемые методы измерения и оценки	Ценность абсолютных показателей для принятия управленческих решений
НМА	<ul style="list-style-type: none"> • Продажа • Контроль • Управление 	<ul style="list-style-type: none"> • Финансовые • Финансовые и/или многокритериальные • Финансовые и/или многокритериальные 	<p>Очень высока</p> <p>Невысока</p> <p>Невысока</p>
НМР	<ul style="list-style-type: none"> • Контроль • Управление 	<ul style="list-style-type: none"> • Финансовые и/или многокритериальные • Финансовые и/или многокритериальные 	<p>Невысока</p> <p>Невысока</p>
НМФ	<ul style="list-style-type: none"> • Перспективы управления (Понять есть ли объект на текущий момент и какова его ценность для компании) 	<ul style="list-style-type: none"> • Финансовые и/или многокритериальные 	<p>Невысока</p>

Строго говоря, и продажа и контроль также являются разновидностями функции управления объектом (контроль — вообще одна из функций менеджмента), но в данном случае они приводят к разным последствиям для компании, поэтому и показываются отдельно. Как видно, абсолютные значения финансового показателя ценности релевантны только для случая продажи объекта. Если же целью является управление им, то ценность для топ-менеджера информации о значении некоего показателя в данный момент времени невысока. Управлять объектом можно только имея информацию о динамике тех или иных показателей, т.е. не столь важна оценка объекта на текущий момент, сколько информация о том, как она меняется с течением времени. Конечно, в случае бенчмаркингowego управления интересно сравнивать показатели с аналогичными по другим компаниям, но для этого нужна полная стандартизация процедуры оценки, а это опять же применимо только к НМА. Совершенно особый случай представляют собой нематериальные факторы (НМФ). Поскольку эти объекты не только не могут быть отделены от компании, но и не контролируются ею, то

говорить об управлении такими объектами невозможно. И, хотя, любой компании интересно, какую дополнительную ценность ей создает временное обладание этими факторами, но нужно понимать, что использовать эту информацию для управления ими компания не может. Другой вопрос, что всеобщая тенденция в управлении знаниями и построении обучающейся организации [Нонака, Такеучи, 2003] — это именно попытка наладить управление процессом и, тем самым, переместить часть нематериальных объектов из категории НМФ в НМА.

Анализируя описанные в литературе разнообразные подходы к измерению и оценке нематериальных активов, можно выделить два основных направления, весьма схожие с теми, что были описаны в данной работе ранее. Сторонники определения нематериальных объектов как «активов» компании чаще всего предлагают варианты финансовых систем измерения и оценки, те, кто от понятия «актива» отходят, широко используют многокритериальные. Так, например, Ник Бонтис в [Bontis, 2001] предлагает следующие методы измерения нематериальных объектов: навигатор «Скандия»³, определение индекса интеллектуального капитала (IC-Index), «технологический брокеридж», предполагающий составление опросных листов, мониторинг нематериальных активов и использование добавленной экономической стоимости (EVA). Подробно рассматривая достоинства и недостатки каждого, Н.Бонтис не находит явных преимуществ у какого-либо из этих методов. Обобщая разнообразие предложенных в научной литературе за последние 10–15 лет методологий и подходов, используемых для измерения и оценки нематериальных объектов [Luthy, 1998] и [Williams, 2000] выделяет четыре основных категории методов измерения и оценки нематериальных объектов. Рассмотрим эти четыре метода, дополняя каждый из них коротким анализом о его применимости к трем выделенным структурным частям нематериальных объектов — НМА, НМР и НМФ: Два из них — методы рыночной капитализации и возврата на активы следует отнести к

³Шведская компания Скандия была одной из первых компаний, которые начали публиковать отчеты о состоянии и развитии интеллектуального капитала. Начиная с 1994 г. Скандия даже делала специальное приложение финансовой отчетности. Отчет об ИК компании строился на основании динамической модели, разработанной Лейфон Эдвинссоном. Подробнее о навигаторе «Скандия» можно посмотреть в [Edvinsson, Malone, 1997]. Несмотря на шумный успех этой модели, небезосновательным является мнение о том, что это был скорее маркетинговый ход, чем стратегия управления [Козырев, 2006], доказательством чего может служить тот факт, что именно в период публикации отчетов акции компании сильно подросли в цене.

финансовым, метод системы показателей — к многокритериальным, метод прямого измерения либо использует стандартные процедуры оценки, аналогичные оценке материальных активов, либо может использовать любой из вышеперечисленных финансовых.

Методы прямого измерения интеллектуального капитала (Direct Intellectual Capital Methods — DIC). В эту категорию включаются все методы, основанные на идентификации и денежной оценке отдельных объектов. После оценки всех активов выявляется итоговая ценность всех нематериальных объектов, либо путем арифметического сложения, либо более сложными расчетами, учитывающими синергетические эффекты. Часто при оценке отдельных объектов используется затратный подход. Эти методы, безусловно, могут быть применены к категории нематериальных активов, когда каждый отдельный объект имеет четкие, иногда даже юридически очерченные границы. Но, большинство нематериальных объектов (например, НМР и НМФ), не имеет четкого обозначения его границ. Так, например в [Sherry, Teese, 2004] авторы справедливо замечают, что очень часто в литературе путают понятия инновации и оформленного ее результата в виде объекта интеллектуальной собственности. Само понятие инновации намного шире и ее ценность (value of innovation), как правило, существенно превышает ценность ее результата — патента, лицензии или другим образом оформленного объекта интеллектуальной собственности (value of the intellectual property rights). Более того, зачастую весьма ценная для компании инновация не имеет выхода в виде интеллектуальной собственности или другого сопутствующего актива. Как отмечают Е. Шерри и Д. Тис только незначительная часть инноваций пригодна для патентования, еще меньшая — реально патентуется. Таким образом, четкое выделение объекта измерения или оценки возможно только для той части нематериальных объектов, которые в соответствии с предложенной структурой были определены как нематериальные активы (НМА). К их числу, в частности, и относится результат инновации, оформленный как интеллектуальная собственность. И именно эта категория объектов отделима от компании, в т.ч. «продаваема». Остальная же часть объектов, особенно нематериальные факторы, вообще не может быть точно идентифицируема, поэтому в отношении ее можно говорить не об оценке самого объекта, а об оценке совокупности объектов, или, скорее, об оценке влияния совокупности нематериальных объектов на результаты деятельности компании. Последнее, конечно, весьма далеко отходит от классических представлений лежащих в основе методов прямого измерения и ближе к другой категории методов — методам возврата на активы.

Методы дохода/возврата на активы (Return on Assets Methods — ROA). Предполагается, что доходность материальных активов внутри отрасли относительно неизменна, поэтому разницу в доходности активов различных компаний можно объяснить наличием у компании специфических нематериальных объектов. Вычислив эту дополнительную доходность, можно определить и саму стоимость нематериальных объектов. При применении этих методов мы оцениваем практически всю совокупность нематериальных объектов (включая НМА, НМР и НМФ). Полученная итоговая величина вряд ли может быть использована для управления нематериальными объектами, поскольку не содержит (и не может содержать детализацию по видам объектов). Более того, сама эта величина сильно зависит либо от примененного коэффициента капитализации, который можно выявить для НМА, реже для НМР и практически никогда для НМФ, поскольку появление этих объектов у компании не сопровождалось несением каких-либо расходов. Если же использовать дисконтирование будущих прибылей, то в отношении НМФ это также неприменимо, поскольку не работает допущение о динамике прогнозных значений остаточной прибыли. Рассмотрим последний тезис подробнее, поскольку он имеет отношение не только к данной категории моделей, но также и к классу моделей, основанных на методах рыночной капитализации, если в них используется не балансовая, а расчетная величина собственного капитала (ценность собственного капитала). Дж. Олсен предлагает⁴, что ценность собственного капитала (P) складывается из балансовой стоимости собственного капитала (E), линейной функции текущих остаточных прибылей (RE) и скалярной переменной, представляющей прочую небухгалтерскую информацию v .

$$P_t = E_t + \alpha_1 RE_t + \alpha_2 v_t$$

Причем прогнозные ожидаемые значения переменных, включенных в эту модель, основываются на фактических значениях бухгалтерских переменных и прочей, небухгалтерской информации в настоящем. В отношении компании, основную доходность которой определяют материальные активы, это допущение безусловно действует. Возникает вопрос, насколько можно на него полагаться в отношении нематериальных объектов. Рассмотрим категорию собственно нематериальных активов (НМА). Те из них, которые являются активами в бухгалтерском (учетном) понимании очевидно формируют как

⁴ Подробнее описание моделей оценки собственного капитала, в т.ч. использующие модели остаточной прибыли см. в [Волков, 2005б] и [Волков, Березинец, 2006].

балансовую стоимость собственного капитала, так и поток будущих прибылей, достаточно хорошо прогнозируемых из текущей бухгалтерской информации. Прочие, небухгалтерские, нематериальные активы (соответствующие определению НМА), также могут быть оценены как минимум прямым образом, что может быть отражено либо в собственном капитале, сделав его «квазибухгалтерским», либо в будущем прогнозном потоке прибылей. Расчет прогнозных значений прибылей, формируемых нематериальными ресурсами (НМР), может быть отсчитан от текущих значений уже с куда меньшей долей достоверности, однако его можно учесть в т.н. небухгалтерской информации, поскольку эти ресурсы: а) вытекают из прошлых транзакций компании, и б) контролируются ею. Но вот что касается нематериальных факторов, то это, по сути, лишь способности генерировать будущие прибыли, которые осуществляются лишь при определенных обстоятельствах, и эти будущие прибыли никак не определяются ни текущей информацией о прибылях компании, ни даже небухгалтерской информацией, поскольку почти целиком определяется уникальной способностью компании (а точнее отдельных ее топ-менеджеров), предсказывать будущее развитие событий. Причем, поскольку факторы не контролируются компанией, нет никаких гарантий того, что завтра этот топ-менеджер будет работать в компании.

Таким образом, в формуле Олсона НМА могут быть учтены в первой и второй составляющей, НМР — во второй и третьей, что касается НМФ, то они не могут быть учтены в этой формуле, поскольку не вытекают из предшествующей деятельности компании и не контролируются ею. Получается, что чем выше значение нематериальных объектов для деятельности компании, и чем больше доля нематериальных факторов в общем объеме НМА, тем менее достоверные результаты будут получены в результате использования методов дохода на активы для измерения и оценки НМО. В качестве примера такой компании можно Microsoft. Описывая требования, предъявляемые к современному топ-менеджеру, А.В. Бухвалов определяет среди основных составляющих невероятного успеха Microsoft прежде всего менеджерскую гениальность Билла Гейтса и создание им обучающейся организации [Бухвалов, 2004б]. Таким образом, несмотря на наличие у Microsoft значительного числа дорогостоящих нематериальных активов – патентов, авторских прав, товарных знаков и проч., основной поток прибылей генерируют нематериальные объекты категории НМР (обучающаяся организация) и НМФ (гениальность Билла Гейтса), поэтому предсказать поведение будущих прибылей для такой организации на базе текущей информации крайне трудно. Проведенный в [Whitwell, Lukas, Hill, 2007] анализ

различных исследований взаимосвязи между нематериальными активами и ценностью собственного капитала, соглашаются, что прямая связь присутствует, однако она доказана лишь для отдельных конкретных активов — бренды, лояльность потребителей, партнерства, распределительные сети и т.д. Добавим, что большинство из перечисленных объектов исследования относились, в соответствии с нашей классификацией к НМА, отдельные объекты — к НМР. Исследований взаимосвязи нематериальных объектов категории НМФ и собственного капитала обнаружить не удалось.

Методы рыночной капитализации (Market Capitalization Methods — МСМ) позволяют рассчитать ценность нематериальных объектов (интеллектуального капитала) компании как разность между рыночной капитализацией компании и собственным капиталом. Оставив в стороне тот очевидный факт, что такой метод применим только к компаниям, котирующим свои акции на открытом рынке, отметим, что и в этом случае мы получаем только показатель ценности всей совокупности нематериальных объектов — т.е. величину малоприменимую как для целей управления объектами, так и для продажи как отдельных активов, так и бизнеса в целом. Но при применении данной категории методов возникает еще одно обстоятельство, не позволяющее говорить о высокой достоверности этого метода. Если у компании существуют уникальные бизнес-процессы, системы управления и т.д., которые предоставляют ей мощные конкурентные преимущества, то ценность такой компании должна возрасти. Однако, до тех пор, пока внешнему окружению (рынку) не известно об этих преимуществах, рыночная стоимость данной компании не будет меняться, следовательно, используя подход к оценке нематериальных объектов путем выявления разницы между рыночной и расчетной ценностью компании, мы выявляем не ценность самих нематериальных объектов (ресурсов и факторов), а ценность знания представителей внешнего окружения (рынка) об особенностях компании. Уже упомянутый пример с компанией Скандия — наглядное тому подтверждение. Как только мы сообщаем рынку о появлении у нас уникального нематериального актива, ресурса или фактора — цена акций компании растет. При отсутствии информации — хотя все те же активы, ресурсы и факторы продолжают появляться — цена акций не меняется.

Методы системы показателей эффективности (Scorecard Methods — SC) не предполагают получение денежной оценки, поэтому они не могут применяться для оценки чего-либо — актива или бизнеса — с целью продажи. Однако они более продуктивны для целей управления различными нематериальными объектами, поскольку

позволяют характеризовать объект с разных точек зрения. В защиту данных методов измерения также может служить довод о том, что в отличие от финансовых и физических активов, нематериальные активы (объекты) обладают различной ценностью для разных компаний и разных видов бизнеса. Р.Каплан и Д.Нортон справедливо считают [Kaplan, Norton, 2004], что инвестиции в человеческие ресурсы и информационные технологии должны быть взаимосвязаны и согласованы с корпоративной стратегией, если компания стремится реализовать свой потенциал полностью. Организация не может приписать финансовую ценность такому активу как «мотивированный и подготовленный персонал», в условиях вакуума, поскольку этот актив (в терминах применяемой в данной работе классификации правильнее было бы сказать «ресурс»), имеет ценность только в связи с реализацией определенной стратегии. Поэтому Р.Каплан и Д.Нортон предлагают составление стратегических карт, определяющих, каким образом нематериальные объекты определяют эффективность ключевых внутренних процессов. Уже упомянутый навигатор «Скандия» также относится к числу методов системы показателей. Приведенный в [Roos, Pike, Fernstrom, 2005] подробный перечень методик, используемых для измерения и оценки нематериальных объектов свидетельствует, что в настоящее время большинство из предлагаемых методик относится к категории систем показателей. Однако, нужно отметить, что хорошо отражая специфику деятельности конкретной компании, эти методы с трудом поддается стандартизации и, как правило, требуют значительных средств на внедрение и поддержку.

Исследуя разнообразные подходы и методики измерения и оценки нематериальных объектов, можно сделать вывод, что преобладающих в использовании методик в настоящее время не существует, а наличие большого количества подходов свидетельствует о неудовлетворенности как научного и преподавательского сообщества, так и топ-менеджеров компаний предлагаемыми вариантами. Можно с уверенностью утверждать что и ближайшие годы вопрос разработки и выбора оптимальных методик измерения и оценки будет занимать исключительно важное место в научных трудах по менеджменту.

Среди направлений дальнейших разработок представляются важными и интересными следующие:

1. Исследование на исторических данных зависимости между ценностью собственного капитала и величиной нематериальных объектов для компаний, относящихся к группе тех, для которых конкурентные преимущества определяются прежде всего наличием факторов нематериального характера. При этом необходимо исключить

из рассмотрения влияние нематериальных активов в традиционном понимании этого термина.

2. По результатам предыдущего исследования рассмотреть возможность использования финансовых методов, базирующихся на оценке собственного капитала, для измерения и оценки нематериальных ресурсов и факторов.

3. Исследовать условия и методы управления, способствующие переводу нематериальных факторов в структурную группу нематериальных ресурсов, позволяющих говорить о контролируемости компанией данного объекта.

Литература

- Андреева Т.Е., Чайка В.А. 2006. Динамические способности фирмы: что необходимо, чтобы они были динамическими? Научные доклады №2 (R)–2006 СПб.: НИИ менеджмента СПбГУ.
- Бухвалов А.В., Волков Д.Л. 2005. Исследование зависимости между фундаментальной ценностью и рыночной капитализацией российских компаний//Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент.
- Бухвалов А.В. 2004а. Реальные опционы в менеджменте: Введение в проблему. Российский журнал менеджмента. 2 (1): 3–32.
- Бухвалов А.В. 2004б. Реальные опционы в менеджменте: Классификация и приложения. Российский журнал менеджмента. 2 (2): 27–56.
- Бухвалов А.В. 2004в. Теория фирмы и теория корпоративного управления. Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. Менеджмент. (4):99–117.
- Волков Д.Л. 2005а. Показатели результатов деятельности: использование в управлении стоимостью компании// Российский журнал менеджмента. 3 (2): 3–42.
- Волков Д.Л. 2005б. Управление ценностью: показатели и модели оценки// Российский журнал менеджмента. 3 (4): 67–76.
- Волков Д.Л. 2006. Финансовый учет: теория, практика, отчетность организации. СПб.: Издат.дом С.-Петербургского университета)
- Волков Д.Л., Березинец И.В. 2006. Управление ценностью: анализ основанный на бухгалтерских показателях моделей оценки собственного капитала. Научные доклады №3 (R)–2006 СПб.: НИИ менеджмента СПбГУ.
- Козырев А.Н. 2006. Экономика интеллектуального капитала. Научные доклады №7 (R) – 2006. СПб.: НИИ менеджмента СПбГУ.
- Коупленд Т., Колер Т., Мурин Дж. 1999. Стоимость компаний: оценка и управление. 2-е изд. – М.: Олимп-Бизнес.
- Лев Б. 2003. Нематериальные активы: управление, измерение, отчетность. – М.: Квинто-консалтинг, 2003. (В оригинале: Lev B., 2001, Intangibles: management, measurement, and reporting, Brookings Institution Press, Washington, D.C., 2001)
- МСФО 38. Нематериальные активы. Международный стандарт финансовой отчетности. Ххххх.
- Ноака И., Такеучи Х. 2003. Компания – создатель знания. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес».

Рейли Р., Швайс Р. 2005. Оценка нематериальных активов; Пер. с англ. Бюро переводов Ройд. – м.: ИД «КВИНТО-КОНСАЛТИНГ». -792с.

Тис Д., Пизано Г., Шуен Э. 2003 Динамические способности фирмы и стратегическое управление. Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент (4): 133–185.

Berry H., Sakakibara M. 2006. Resource Accumulation and Overseas Expansion by Japanese Multinationals // *Journal of Economic Behavior and Organization*. xx: xx–xx

Bontis N., Dragonetti N.C., Jacobsen K., Roos G. 1999. The Knowledge toolbox: a Review of the Tools Available to Measure and Manage Intangible Resources. *European Management Journal*, 17. 391–401.

Bontis N. 2001. Assessing knowledge assets: a Review of the Models Used to Measure Intellectual Capital. *International Journal of Management Reviews*. 3 (1): 41–60

Eckstein C. 2004. The Measurement and Recognition of Intangible Assets: Then and Now // *Accounting Forum*. 28: 139–158.

Edvinsson L., Malone M.S. 1997. *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Brainpower*. New York: HarperBusiness.

Hamel, G. and Prahalad, C. K. 1994. *Competing for the Future*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

IFAC. 1998. *Measurement and Management of Intellectual Capital*.

Kaplan R.S., Norton D.P. 2004. Measuring the strategic readiness of intangible assets // *Harvard Business Review*. 82 (2): 52–63. (Русский перевод: Каплан Р.С., Нортон Д.П. 2004. Измерение стратегической готовности нематериальных активов// *Российский журнал менеджмента*. 2 (3): 85–104

Leitner K.-H., Warden C. 2004. Managing and Reporting Knowledge-Based Resources and Processes in Research Organizations: Specifics, Lessons Learned and Perspectives // *Management Accounting Research*. 15: 33–51.

Lev B., 2001, *Intangibles: management, measurement, and reporting*, Brookings Institution Press, Washington, D.C., 2001. (Русский перевод: Лев Б., Нематериальные активы: управление, измерение, отчетность. – М.: Квинто-консалтинг, 2003.)

Luthy, D.H. 1998. *Intellectual Capital and Its Measurement*. Proceedings of the Asian Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference (APIRA), Osaka, Japan.

- Mayo A. 2001. *The Value of the Enterprise: Valuing People as Assets – Monitoring, Measuring, Managing*, London: Nicholas Brealey Publishing.
- Roos, G., Pike, S. and Fernsrom, L. 2005. Valuation and reporting of intangibles – state of the art in 2004 // *Int. J. Learning and Intellectual Capital*. Vol.2, No. 1: 21–48.
- Sherry E.F., Teece D.J. 2004. Royalties, Evolving Patent Rights, and the Value of Innovation. // *Research Policy*. **33** (2004) 179–181
- Stewart Thomas. *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. 1997. Doubleday.
- Sveiby, K.E. 1997, *The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge- Based Assets*, Berrett-Koehler, New York, NY.
- Tollington, T. 2006. UK goodwill and intangible asset structuration: The FRS10 Rule Criation Cycle.// *Critical Perspectives on Accounting* 17 (2006) 799–826.
- Volkov D., Garanina T. 2007. *Intellectual Capital Valuation: Case of Russian Companies*. Discussion Paper #9(E) – 2007. Institute of Management, Graduate School of Management, Saint Petersburg State University, St.Petersburg.
- Wallace J. 2003. Value Maximization and Stakeholder Theory: Compatible or Not?// *Journal of Applied Corporate Finance*. 15(3): 120–127.
- Whitwell G. J., Lukas B. A., Hill P.2007. Stock analysts' assessments of the shareholder value of intangible assets\\ *Journal of Business Research*, 60 (1): 84–90.
- Williams, M. 2000. Is a company's intellectual capital performance and intellectual capital disclosure practices related? Evidence from publicly listed companies from FTSE 100. Paper presented at McMasters Intellectual Capital Conference, January 2001, Hamilton, Ontario.