



УДК 378.091

**УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ В ВУЗЕ****В.Б. ТАРАБАЕВА***Белгородский  
государственный  
национальный  
исследовательский  
университет**e-mail: tarabaeva@bsu.edu.ru*

В статье рассматриваются вопросы производства интеллектуальных знаний в вузе и проблема управления интеллектуальным капиталом в системе высшего профессионального образования.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, воспроизводство, знания, управление, вуз.

Способность использовать интеллектуальные ресурсы и создавать новые решения для удовлетворения человеческих потребностей начинает занимать центральное место в экономике, основанной на знаниях. Несмотря на то, что исторически практическое использование определённых форм, образующих интеллектуальный капитал, связано с началом производственной деятельности человека, в научный оборот понятие «интеллектуальный капитал» введено сравнительно недавно. Чаще всего это понятие обозначает нематериальные активы, стоимость которых составляет разность рыночной цены фирмы и стоимости её материальных активов. Вместе с тем категория интеллектуального капитала должна определяться выделенным К. Марксом фундаментальным свойством категории «капитал» как самовозрастающей стоимости. К. Маркс, моделируя трансформацию денежной и товарной форм стоимости, выделяет эффект её самовозрастания в процессе производства, где она «изменяет свою величину, присоединяет к себе прибавочную стоимость, или возрастает. И как раз это движение превращает её в капитал»<sup>1</sup>. Согласно определению К. Маркса, «Развитие основного капитала является показателем того, до какой степени всеобщее общественное знание [Wissen, knowledge] превращается в непосредственную производительную силу, и отсюда — показателем того, до какой степени условия самого общественного жизненного процесса подчинены контролю всеобщего интеллекта и преобразованы в соответствии с ним»<sup>2</sup>.

Попытки анализа феномена знания в бизнесе прослеживаются на всех этапах его развития. Ф. У. Тейлор в своей школе «научного управления» начал формализовывать опыт и навыки рабочих в объективное и научное знание, не осознавая при этом, что решение рабочего было источником нового знания<sup>3</sup>. Честер Барнард изучал значение «поведенческого знания» в процессах управления. П. Друкер, вводя термин «интеллектуальный работник», позже утверждал, что в «обществе знания» базисным экономическим ресурсом уже являются знания, а не капитал, природные ресурсы или рабочая сила. В дальнейшем он отмечал, что «знание стало ключевым экономическим ресурсом и доминантой — и возможно даже единственным источником конкурентного преимущества»<sup>4</sup>. Это следует из его утверждения, что увеличение производительности на основе знания представляет большую задачу менеджмента XX века, наравне с инновациями и увеличением производительности при сплошной индустриализации процессов ручного труда. Знанию отдаёт приоритет и А. Маршалл, утверждая, что капитал составляют в большей части знания и организация, и знание является самым мощным двигателем производства<sup>5</sup>.

Сегодня считается, что интеллектуальный капитал — это знания, навыки и производственный опыт конкретных людей и нематериальные активы, включающие патенты, базы данных, программное обеспечение, товарные знаки и др., которые производительно

<sup>1</sup> Маркс К. Капитал. Т. 1, кн. 1. М.: Политиздат, 1988. С. 161.

<sup>2</sup> Маркс К. Экономические рукописи 1857-1859 годов. // Соч. 46, ч. II. С. 215.

<sup>3</sup> Тейлор Ф. «Принципы научного менеджмента» // монография, 1911. С. 125.

<sup>4</sup> Drucker P. Beyond the Information Revolution // The Atlantic Monthly, October 1999. — Vol. 284., № 4.

<sup>5</sup> Managing Industrial Knowledge: Creation, Transfer and Utilization. — Sage Publications, 2001. — p. 138.

используются в целях максимизации прибыли и других экономических и технических результатов.

В работах отечественных авторов и переводах зарубежных публикаций совокупность объектов, включаемых в состав интеллектуального капитала, называют активами, так же как в структуре материальных и финансовых ресурсов в бухгалтерском балансе. Вместе с тем за термином «актив» закреплены определённые экономические и правовые атрибуты, какими не обладает доминирующий ресурс интеллектуального капитала — знания. Поэтому интеллектуальный капитал включает и материальные авуары, и активы типа патентов, торговых марок, операционных технологий и компьютерных программ, и неосязаемые ресурсы — знания, технические навыки, компетентность и деловые возможности сотрудников.

Ресурсы интеллектуального капитала объединены в три группы: человеческие ресурсы, структурные и рыночные ресурсы и активы<sup>6</sup>. Человеческие ресурсы включают совокупность индивидуальных и коллективных знаний персонала фирмы, компетенцию — знание и опыт в конкретной области, творческие способности, технологические и управленческие навыки и т. п. Рыночные активы и ресурсы связаны непосредственно с операциями на рынке и обеспечением конкурентных преимуществ фирмы. Структурные активы обеспечивают успешное функционирование основного производства.

Среди человеческих ресурсов в первую очередь обычно называют «знания», но гносеологические и онтологические атрибуты этого понятия не конкретизируются. При этом фактически происходит отождествление понятий «знание», «информация» и «базы данных». Таким образом, рассматриваются только субстантивные аспекты «знания», а процедурные аспекты подразумеваются только на технологическом уровне ноу-хау. Вследствие этого в структуру интеллектуального капитала не включены общенаучные, экономические и математические методологии и методы. Эти методологии и методы не имеют отраслевых ограничений (как ноу-хау) и ограничений, связанных с правами собственности. Они являются результатом прошлого исключительно интеллектуального труда (в большинстве случаев — неоплаченного). Приобретение и использование этого интеллектуального ресурса не связано с какими-либо издержками и, соответственно, в отличие от традиционных факторов производства они не переносят свою стоимость на вновь созданный продукт и не увеличивают его себестоимость. Эти ресурсы вследствие своей неограниченной распространённости не обладают ликвидностью и имущественными правами, их наличие в той или иной форме не может оказать влияние на рыночную стоимость фирмы. Тем не менее, они являются ресурсом и производственным фактором. По своей экономической сущности знания являются идеальным возобновляемым ресурсом, производство и эксплуатация которого также является идеальным. При соответствующих условиях их применения они обеспечивают извлечение дополнительной экономической выгоды. Эти новые стоимости создаёт интеллектуальный труд менеджеров.

Таким образом, общенаучные, экономические и математические методологии и методы обладают основным свойством капитала — производить новые стоимости — и должны быть включены в структуру интеллектуального капитала. Формально эти ресурсы образуют базу методологических знаний, которая в равной мере может включаться в состав человеческих и структурных ресурсов интеллектуального капитала.

Гносеологические и онтологические концепции структуризации знаний определяются тем, что они являются ядром интеллектуального капитала. В общенаучном, философском аспекте знание — проверенный общественно-исторической практикой и удостоверяемый логикой результат процесса познания действительности, адекватное её отражение в сознании человека в виде представлений, понятий, суждений, теорий. При этом структура знаний имеет гносеологическую основу в зависимости от природы их формирования — научные, житейские, художественные и др. Вместе с тем имеет основное и онтологический подход к структуризации знания и близких к нему категорий по направлению их использования. В случае интеллектуального капитала для этих целей можно применить понятие «корпоративные знания» в следующем определении: корпоративные знания — совокупность общенаучных и специальных знаний, производствен-

<sup>6</sup> Стюарт Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Пер. с англ. В. Ноздриной. М.: Поколение, 2007. 368 с.



ного опыта и навыков, баз знаний и данных, используемых в интеллектуальном капитале фирмы для получения экономических и технологических результатов. В общем случае в корпоративных знаниях следует выделить нормативные знания — руководства по использованию средств и предметов труда, know-how, технологические инструкции и т. п. Другую группу знаний — дескриптивных, образуют общенаучные и специальные знания.

В корпоративных знаниях можно выделить следующие типы специальных знаний: экономические, математические, отраслевые и технологические знания. При этом общенаучное знание «пронизывает» все виды специальных знаний. Особые свойства экономического знания в интеллектуальном капитале заключаются в том, что в отличие от общенаучных, оно рассматривает достаточно узкий диапазон искусственных систем и деятельность человека как экономического агента, вместе с тем и по тем же причинам захватывают более широкую область, чем традиционные технологические и отраслевые знания. Сгруппированные по конкретным признакам названных научных и технологических знаний на твердых или электронных носителях, они образуют тематические базы знаний (библиотеки).

В рамках интеллектуальной экономики человеческий интеллект принимает форму интеллектуального потенциала, творческое применение которого в воспроизводственном процессе обеспечивает создание интеллектуальных жизненных благ. Интеллектуальный потенциал, реализуемый в созидательной деятельности субъекта, принимает форму интеллектуального капитала. Исследованию интеллектуального капитала в целом, а также интеллектуального капитала современной организации посвящается работа Б.В. Салихова<sup>7</sup>.

Особое место здесь отводится рассмотрению интеллектуальных знаний, расширенное воспроизводство которых составляет основу развития интеллектуального капитала субъекта.

Таким образом, знание — это сознательно и целенаправленно актуализированная, обобщенная, систематизированная, структурированная и скоординированная информация, представляющая собой проверенный практикой и относительно истинный результат познания действительности. Если к приведенному определению добавить такие характеристики, как «созидательность» и «ноосферность», то возникнет интеллектуальное знание. Важнейшим выводом из приведенного определения сущности знания является то, что обобщающий характер знания объективно предопределяет системность поиска и выявления нового знания. Производство новейших знаний не может быть фрагментарным: нужна систематизированная процедура их формирования и позиционирования в более общей системе уже существующих знаний.

Очевидно, что способность создавать знания должна формироваться в процессе подготовки специалистов. И именно в этом заключается основная задача вузов.

Создание (производство) знания — это процесс выявления из соответствующих источников определенной востребованной информации и формирование на этой основе требуемого нового знания. Либо это процесс сознательной генерации нового знания в ходе экономического дискурса, осуществляемого, например, в рамках организации, некоего профессионального сообщества и т.д. Производство нового знания, таким образом, может заключаться в систематизации ранее существующей информации, а также представлять собой результат целенаправленного дискурса, где на основе существующих знаний создается новое знание<sup>8</sup>.

И. Нонака и Х. Такеучи<sup>9</sup> разработали методологию, предлагающую четыре способа приобретения и создания знаний: социализация, экстернализация, интернализация и комбинация. Эта методология описывает четыре состояния знаний в процессе управления ими на этапе создания и трансформации двух типов знаний — явных и неявных.

Социализация знаний заключается в предоставлении знаний в общее пользование или превращение неявных знаний. В этом случае происходит расширение поля или

<sup>7</sup> Салихов Б.В. «Интеллектуальный капитал организации (Сущность, структура и основы управления)» Дашков и К. 2009. 265 с.

<sup>8</sup> Салихов Б.В., Нейматова Б.А. Интеллектуальное предпринимательство в сфере производства корпоративных знаний / Б.В. Салихов, Б.А. Нейматова // Креативная экономика — 2009, № 1(25).

<sup>9</sup> Nonaka T., Takeuchi H. Knowledge — Creating Company. New York: Oxford University Press, 1995.



числа собственников неявных знаний. В процессе социализации осуществляется невербальная передача скрытого знания от одного человека к другому, в том числе и путём наблюдения. Последнее широко используется в социальном научении.

Экстернализация знаний – это превращение неявных знаний в явные представления. Такой перевод скрытых знаний в формализованные И. Нонака предлагает осуществлять поэтапно через метафоры, аналогии и формирование интеллектуальной модели или представления о новом знании.

Комбинация или соединение разных знаний осуществляется с целью создания новых знаний или имеет целью превращения явных знаний в другие явные знания. Завершающим этапом этого процесса являются создаваемые исследователями концепции и теории. Передача явных, кодифицированных знаний от одних людей к другим происходит преимущественно вербально. Здесь также могут быть использованы электронные носители, книги и т.д.

Интернализация знаний или их усвоение представляет собой воплощение – превращение явных знаний в неявные знания. Происходит это путём освоения опыта и обогащения интуитивного знания. Превращение явного знания на основе индивидуального восприятия в скрытую форму обычно осуществляется в ходе выполнения какой-либо работы.

Вербализация и усвоение передаваемых знаний не могут происходить без активного участия человека, без его личной заинтересованности. И. Нонака уверен, что «человек хочет учиться/ научиться и усвоить/ передать свои знания»<sup>10</sup>. Эти этапы приобретения и создания знаний можно проследить в деятельности преподавателей и студентов вуза.

Однако, не только передача и усвоение знаний характерно для вуза. Необходимо, на наш взгляд, дополнить ещё один этап – этап обогащения и появления новых знаний. В ходе применения тех или иных знаний в конкретной ситуации происходит их обогащение. «Усваивая и применяя знания, человек, с одной стороны, максимально использует имеющиеся у него явные знания, а с другой – добавляет к этому нечто личностное, известное только ему, создавая в каждом конкретном случае неявные знания. В результате начальные знания поднимаются на новый уровень, т.е. появляются новые знания»<sup>11</sup>. Таким образом, вуз непосредственно связан с производством новых знаний. Фактором такого производства является уже созданный интеллектуальный капитал вуза, материализованный в созидательных свойствах членов коллектива вуза и представленный системой знаний. Ранее отмечалось, что существует «внутреннее» интеллектуальное производство, направленное на развитие интеллектуальных сил и способностей членов коллектива вуза. Фактором этого интеллектуального производства является, как известно, интеллектуальный капитал.

Кадровое и институциональное обеспечение процесса производства интеллектуальных знаний – основное направление деятельности руководства вуза. Сегодня широкое распространение в вузах получила проектная деятельность, в том числе области производства новых знаний. Задача руководства здесь состоит в том, чтобы, во-первых, обеспечить «точечность» использования кадров в рамках организуемых проектов (возглавлять созидательные проекты должны руководители, способные неординарно мыслить и умеющие организовать и возглавить «мозговые штурмы», что и есть способ производства знаний).

Кадровая стабильность, особенно в среде руководителей проектных групп, их обеспеченность всем необходимым для креативной деятельности, развитая система поощрений и «беспредельность» стратегических исследовательских перспектив позволят создать устойчивость и предсказуемость в расширенном воспроизводстве интеллектуальных знаний, а, значит, в осуществлении проектов в вузе. Предметом особого внимания руководителя вуза является создание норм, регулирующих и координирующих развитие лидерских качеств у руководителей проектных групп, да и у всего персонала вуза.

Во-вторых, менеджмент интеллектуального капитала вуза должен интенсифицировать кадровую и информационную «подпитку извне», что оградит персонал от созидательных повторов. Отмеченная «подпитка извне» может заключаться в найме «целевых»

<sup>10</sup> Нонака И. Компания – создатель знания // Управление знаниями (серия «Классика Harvard-BusinessReview»): пер. с англ. М: Альпина Бизнес Букс, 2006.

<sup>11</sup> Наумов А.И., Взоров В.Н. Концепция управления знаниями и практика компании IBM // Вестник Московского университета. Серия 24. Менеджмент. – 2012. – №2. – С. 53.



сотрудников – носителей требуемых знаний. Кроме того, вуз может осуществить патентный поиск и приобрести лицензию на использование ранее произведенных знаний. Однако, в контексте расширенного воспроизводства знаний, приобретенные знания «со стороны» предназначены не столько для непосредственного использования, сколько для генерации новых интеллектуальных знаний.

В-третьих, менеджмент интеллектуального капитала вуза призван создать благоприятные социально-экономические условия для расширенного воспроизводства интеллектуальных знаний. Практика показывает, что эффективность созидательной деятельности персонала вуза определяется их морально-материальной заинтересованностью. По сути, речь идет о развитости системы собственности каждой личности на свой интеллектуальный капитал.

В-четвертых, производство интеллектуальных знаний должно осуществляться в рамках определенной институциональной инфраструктуры. В связи с этим, институциональное знание сотрудников вуза может иметь ключевое значение для интеллектуального производства. Практика свидетельствует, что «институты имеют значение» (по Д. Норту)<sup>12</sup> не в абстрактной постановке, а с точки зрения обеспечения скорости осуществления внутренних и внешних трансакций. Отсюда императивом современного интеллектуального предпринимательства все более становится предпринимательство институциональное, призванное обеспечить, в том числе, высокоэффективную трансформацию неявных знаний – в знания явные.

В рамках вуза могут действовать, например, открытость и доступ любого сотрудника к имеющимся базам знаний, что способствует «открытости» и самого сотрудника; пример формального или неформального лидера в распространении «добытых» знаний (любой пример всегда заключает в себе институциональный потенциал); демонстрация успешности и система поощрений для тех, кто не «скупится» на свои знания и осуществляет их формализацию; внедрение правила, связанного с требованием к каждому сотруднику иметь индивидуальную базу знаний; введение и развитие «совещательности» и дискуссионности и др.

Механизм производства интеллектуальных знаний в вузе можно определить как взаимосвязанное и развивающееся единство источников, условий, факторов и способов, обеспечивающих синергетический результат в форме создания новейших знаний в рамках дискурсивного созидательно-энергетического пространства. Задача руководителя вуза заключается в «наладке» данного механизма и обеспечении его «бесперебойной» работы.

В результате, можно сделать следующие умозаключения. Во-первых, управление процессом производства интеллектуальных знаний в вузе должно быть системным. Только в этом случае обеспечивается оптимизация явных и неявных знаний, а также «внутреннего» и «внешнего» интеллектуального капитала вуза.

Во-вторых, исходным звеном деятельности менеджеров в сфере обеспечения высокой эффективности управления знаниями в вузе является определение общественной потребности в интеллектуальном продукте, что позволяет осуществить адекватный экономический выбор в использовании интеллектуального потенциала вуза. Для решения задачи необходимо развивать маркетинг интеллектуальных продуктов, который должен работать на опережение, формируя в сознании реальных и потенциальных потребителей образ «товарных замыслов», заключающих в себе ключевые свойства инновационных продуктов.

В-третьих, результаты интеллектуально ориентированного маркетинга менеджеров интеллектуального капитала «внедряет» в дискурсивное пространство вуза. Недостаток требуемых знаний актуализирует управление дополнительным их производством в рамках обмена-общения. Очевидно, что не существует опасности «перепроизводства» интеллектуальных знаний, поскольку возникающее в процессе творческой деятельности и дискуссий «попутное знание» может пригодиться в будущем. Созданные новые знания, материализуются в конечном рыночном продукте и в этой своей «оболочке» переходят в сферу рынка, где и тестируются на предмет их доходности. Чем выше уровень качества произведенных новых знаний, тем на больший объем интеллектуальной ренты может рассчитывать предприятие.

---

<sup>12</sup>Норт Дуглас. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Пер. с англ. А.Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б.З. Мильнера. М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. 180 с.



В-четвертых, ключевым звеном управления знаниями является активизация «внутреннего» интеллектуального капитала вуза. Конкретика этого управления непосредственно увязывается с созданием благоприятных социально-экономических и институциональных условий. Речь идет о развитии системы интеллектуальной корпоративной собственности, а также о создании инновационных институтов, обеспечивающих сокращение транзакционных издержек, интенсифицирующих обмен-общение.

Особое внимание должно быть уделено формам доходности от интеллектуального предпринимательства в вузе. В условиях одноименного производства базовой формой доходности является не опосредованная товарно-денежными транзакциями потребительская удовлетворенность от творческой самореализации участников созидательного процесса. В процессе такой самореализации осуществляется действительное развитие преподавателя или сотрудника вуза как творца-интеллектуала, что и является для него основным результатом интеллектуально-инновационной деятельности.

В-пятых, сферой особого исследовательского внимания и практического использования является синергетическая эффективность социально-экономических внутривузовских взаимодействий. Данная эффективность является функцией интенсивности дискурсивных транзакций. При этом любые проявления администрирования и внутренней бюрократизации приводят к разрушению пространства развивающего обмена-общения.

Дискурсивное пространство созидательных транзакций следует рассматривать как интеллектуальный важнейший базовый актив вуза. Существующие характеристики созидательных сил дискурсивного пространства часто трактуются как «творческий корпоративный дух», или «благоприятная атмосфера для делового сотрудничества» и т.д. Руководству вуза необходимо заботиться о том, как произвести и сохранить эту атмосферу, обладающую потенциалом созидания новых идей и знаний.

#### Список литературы

1. Маркс К. Капитал. Т. 1, кн. 1. — М.: Политиздат, 1988. — С. 161.
2. Маркс К. Экономические рукописи 1857—1859 годов // Соч. 46, ч. II, с. 215.
3. Наумов А.И., Взоров В.Н. Концепция управления знаниями и практика компании IBM//Вестник Московского университета. Серия 24. Менеджмент. — 2012. — №2 — С.53.
4. Нонака И. Компания — создатель знания // Управление знаниями (серия «Классика HarvardBusinessReview»): пер. с англ. — М: Альпина Бизнес Букс, 2006.
5. Норт Дуглас. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики/ Пер. с англ. А.Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б.З. Мильнера. — М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. — 180с.
6. Салихов, Б.В. «Интеллектуальный капитал организации (Сущность, структура и основы управления)» — Дашков и К., 2009. — 265 с.
7. Салихов Б.В., Нейматова Б. А. Интеллектуальное предпринимательство в сфере производства корпоративных знаний / Б.В. Салихов, Б.А. Нейматова // Креативная экономика, 2009, № 1(25).
8. Стюарт Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Пер. с англ. В. Ноздриной. — М.: Поколение, 2007. — 368 с.
9. Тейлор Ф. «Принципы научного менеджмента» : монография, 1911. — С 125.
10. Drucker P. Beyond the Information Revolution // The Atlantic Monthly, October 1999.— Vol. 284, № 4.
11. Managing Industrial Knowledge: Creation, Transfer and Utilization. — Sage Publications, 2001. — P. 138.
12. Nonaka, T., Takeuchi, H. Knowledge — Creating Company. New York: Oxford University Press, 1995.

### MANAGEMENT OF THE INTELLECTUAL CAPITAL IN HIGHER EDUCATION INSTITUTION

**V.B. TARABAEVA**

*Belgorod National  
Research University*

*e-mail: tarabaeva@bsu.edu.ru*

The article discusses the questions of production of intellectual knowledge and the intellectual capital management in higher education institution.

Keywords: intellectual capital, reproduction, knowledge, management, higher education institution.