

УДК 336.71

АЛЕКСАНДРОВА Лариса Станиславовна,
кандидат экономических наук, доцент Департамента
финансовых рынков и банков ФГОБУ ВО «Финансовый
университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва (E-mail: als.007@yandex.ru)

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ФАКТОР СТОИМОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Аннотация

Предмет/тема. Роль интеллектуальной собственности банка в повышении конкурентоспособности.

Цели/задачи. Показать роль интеллектуального капитала в современной экономике как основного потенциала стоимости коммерческого банка.

Методология. В исследовании использован системный подход, а также общенаучные методы познания (индукция, дедукция, анализ, синтез, аналогия).

Вывод. В современных условиях интеллектуальный капитал становится все более важным фактором повышения конкурентоспособности кредитной организации. Относительное значение материальных активов снижается, в то время, как роль нематериальных активов, связанных с человеческим капиталом, организационным и инфраструктурным, значительно возрастает. Разумное использование нематериальных активов может обеспечить доминирующее положение банка на рынке. Ценность, которую создает компания, зависит от того, как она использует свои ресурсы и конкурентные преимущества, насколько эффективно она ими управляет. Таким образом, интеллектуальный капитал выражается не в сумме нематериальных активов, а в способности компании извлекать из них экономические выгоды.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, интеллектуальный капитал, нематериальные активы, конкурентоспособность, коммерческий банк.

JEL: G21

Larisa S. Aleksandrova, PhD in Economics, Associate Professor, Department of Financial Markets and Banks, Financial University under the Government of Russian Federation, Moscow (E-mail: als.007@yandex.ru)

INTELLECTUAL CAPITAL AS A STRATEGIC FACTOR OF THE COMMERCIAL BANK VALUE

Abstract

Rationale The following article deals with the role of the bank's intellectual property in increasing its' competitiveness.

Objectives The main goal of the conducted research was to show that intellectual capital becomes the main potential of the value of a commercial bank in the modern economy.

Methodology Within the research a systematic approach and such scientific methods of cognition as induction, deduction, analysis, synthesis, analogy have been employed.

Conclusion In modern conditions intellectual capital becomes ever more important factor in increasing the competitiveness of the credit institution. The relative importance of tangible assets is decreasing, while the role of intangible assets, associated with organizational and infrastructural human capital, has significantly increased. Reasonable usage of intangible assets ensures the dominant position of the bank on the market. The value that a company creates depends on how it uses its resources and competitive advantages and how effectively these values are managed. Thus, intellectual capital is not stated in the amount of intangible assets, but in the company's ability to extract economic benefits from them.

Keywords: *intellectual property, intellectual capital, intangible assets, competitiveness, commercial bank.*

На сегодняшний день управление финансовыми активами коммерческого банка, ранее позволявшее достичь определенной экономии на эффекте масштаба, не может выступать источником конкурентных преимуществ. Это может лишь обеспечить среднюю окупаемость инвестиций. Наряду с финансовыми активами, сверхприбыль может принести разумное использование капитала, что обеспечит доминирующее положение кредитной организации на рынке. Именно поэтому коммерческие банки в конкурентной борьбе все чаще обращаются к интеллектуальной собственности как части своего бизнеса. В современной экономике интеллектуальный капитал призван стать основным «потенциалом стоимости» коммерческого банка. И можно утверждать, что главный потенциал стоимости банка в современной экономике - интеллектуальный капитал.

В последние годы многие экономисты, как теоретики, так и практики говорят о возрастающей тенденции увеличения разницы между балансовой и рыночной стоимостью компаний. Это относится не только к производственной, но и к банковской деятельности. По экспертным оценкам рыночная стоимость западных банков более, чем в три раза превышает их балансовую стоимость.

Особую важность в этих условиях приобретают вопросы выявления нематериальных преимуществ кредитной организации и управления интеллектуальным капиталом с целью создания большей стоимости бизнеса.

В банковской деятельности в зависимости от использования и физического выражения имущества, как и в производственной деятельности, можно выделять также оборотные и основные средства, кроме того, в отдельной классификации – здания и земельные участки и другие недвижимые объекты, имущественные права (нематериальные

активы). Именно последние включают в себя нематериальные активы. Интеллектуальная собственность не может быть внесена в уставный капитал, но может быть в течение срока работы банка приобретена по договорам. В кредитных организациях к интеллектуальной собственности следует относить различные банковские технологии, информацию, базы данных и программы для ЭВМ и т.д. Их основными отличительными чертами являются отсутствие физической формы, долгосрочный характер использования, высокая степень неопределенности потенциальных возможных доходов от использования.

В экономической литературе термины, характеризующие интеллектуальный капитал (интеллектуальную собственность) появились довольно давно. Экономисты 60-х годов XX века, занимавшиеся менеджментом организации обратили внимание на роль информационно-интеллектуальных факторов, что явилось основанием для появления такого термина, как «интеллектуальный капитал». Впервые этот термин был использован в 1969 году Дж.Гэлбрейтом и сегодня он стал весьма популярным.

В российской экономической литературе высказываются различные мнения по поводу соотношения понятий «интеллектуальный капитал», «интеллектуальная собственность», «нематериальные активы». По мнению, например, Курмановой Л.Р. понятие «интеллектуальный капитал» представляется более широким, чем «нематериальные активы» и «интеллектуальная собственность». [1, с. 198]. Следует отметить, что принципиальное совпадение терминов «интеллектуальный капитал» и «неосязаемые активы» имеет место, когда в качестве причины появления различных названий рассматриваются разные области их применения. Довольно часто термин «неосязаемые активы» рассматривают как бухгалтерский термин, ориентированный на баланс, понятие же «интеллектуальные активы» хотя и отражает те же явления, однако обычно используется в области человеческих ресурсов.

В работах П. Санчеца (P. Sanchez) рассматриваются исторические названия, предшествовавшие появлению понятия интеллектуальной собственности, среди которых мы встречаем такие, как: невидимые активы, стратегические активы, знания, базисные возможности, базисные компетенции, организационная память, неосязаемые ресурсы и др. [2, с.155]. Но как бы мы ни называли это явление, оно представляет комплекс неосязаемых ресурсов (активов), которые рассматриваются как торговые марки, права на интеллектуальную собственность, базы данных, сети, информационные технологии, компетенции навыки, способности (человеческий капитал) и пр.

Взяв за основу современные модели, которые были разработаны в области интеллектуальной собственности и интеллектуального капитала, мы можем выделить наиболее важные элементы интеллектуального капитала кредитной организации:

Во-первых, это человеческий капитал, к которому относятся опыт, навыки, компетентность банка по отношению к изменчивости финансового рынка, спроса и предложения денежного рынка, изменению потребительского поведения клиентов;

Во-вторых, это организационный капитал, который включает организационную структуру банка, бизнес-процессы, инфраструктуру, т.е. все, что связано с общей организацией деятельности коммерческого банка и что способствует более полному удовлетворению запросов клиентов;

В-третьих - рыночный капитал, под которым мы понимаем способность кредитной организации взаимодействовать с внешней средой – партнерами, клиентами, вышестоящими организациями, регулятором и т.д. Т.е. все то, что понимается под «конкурентными преимуществами» организации;[3, с. 157]

И, наконец, в-четвертых, - инновационный капитал – способность кредитной организации к инновациям, улучшению и развитию неиспользованного потенциала.

Согласно современной концепции интеллектуального капитала, в том случае, если организация теряет один из названных составляющих, то это может быть чревато возникновением таких негативных явлений, как обесценивание всего интеллектуального капитала и в результате к обесцениванию самой кредитной организации. Следует подчеркнуть, что в данном случае мы имеем дело с явным нарушением принципа, в теории корпоративных финансов известного как закон сохранения стоимости, в соответствии с которым стоимость целостной единицы должна быть равной сумме стоимостей ее частей.

Сведение стоимости одного из компонентов к нулю, таким образом, сводит к нулю и стоимости всех остальных частей интеллектуального капитала. Согласно Л.Эдвинссону, новая сфера создания стоимости в новой экономике — это «так называемая неосязаемая сфера, или сфера интеллектуального капитала и стоимость составляющих компонентов интеллектуального капитала необходимо не складывать, а умножать».[4, с.12-16]

Руководители банков, а также инвесторы и банковские аналитики сейчас осознают неадекватность действующей финансовой отчетности современным требованиям, считают, что она не способна учитывать особенности современной экономической среды, где основное внимание уделяется знаниям и другим нематериальным активам, которые формируют стоимость современного бизнеса.

За последние 20 – 30 лет отмечается значительный рост нематериальных активов. Причем увеличивается не только их доля в общей структуре активов организаций, в том числе и банков, но растет и их значение в получении банковского дохода. [5, с.89]

Сами организации своими силами создают свой имидж – деловую репутацию – ГУДВИЛЛ, разрабатывают и продвигают названия печатных

изданий, торговые марки, формируют клиентскую базу данных, занимаются обучением персонала, формируют идеи обращения в виде рекламы. Все это делается с целью получения будущих экономических выгод, в том числе и повышения дохода.

Популярность банка в значительной степени зависит от его популярности, которая неразрывно связана с его брендом. Благодаря бренду банк становится более известным и узнаваемым. В банковской сфере преобладает марочная реклама, что характерно для сферы услуг. В этом направлении на сегодняшний день в большей степени преуспели такие банки, как ПАО Сбербанк и ВТБ 24. Конечно же, Сбербанк является наиболее популярным среди широких слоев населения благодаря своему советскому прошлому и сегодня его знают практически все в России. Далее в рейтинге по популярности следуют банки Русский Стандарт, Альфа-Банк, Тинькофф Банк, Россельхозбанк, Росбанк, Московский кредитный банк, Промсвязьбанк. Рейтинг определялся экспертами по количеству запросов в интернете, по количеству активов, по количеству упоминаний в интернете и в средствах массовой информации. Большую часть этих банков объединяет ориентация на рядовых клиентов. С точки зрения клиентов эти банки предоставляют более привлекательные кредиты, интересные условия по депозитам, кроме того, они отличаются высоким уровнем обслуживания, использованием новейших технологий.

Сегодня бренд становится не только одним из инструментов продаж, но он становится и основным фактором, который активно участвует в определении успеха бизнеса, если говорить о бизнесе, направленном на массового потребителя. Необходимость брендинга для любого рынка, где существует хоть какое-то подобие конкуренции, беспорна.

Марочная реклама непосредственно не связана с продвижением банковских услуг на рынке, но она работает на имидж банка как солидного экономического института, а это имеет особое значение при учете высокого уровня риска бизнеса и массы конкурентов на рынке.

Имидж как таковой, не может заменить годами складываемую репутацию и заставить клиентов вложить деньги, но он может привлечь их и создать благоприятный фон, располагающий к принятию положительной информации об организации. Клиент никогда не доверит свои сбережения непонятно кому. Правильно построенный, и, самое главное, поддерживаемый имидж может решить множество проблем, как на этапе становления бренда, так и в периоды кризиса. Чем дольше будет сохраняться положительный образ, тем меньше партнеров и клиентов может потерять банк, что, соответственно, может спасти от банкротства в момент кризиса.

На данном этапе развития рынка банковских услуг банковский менеджмент концентрирует свое внимание на интеллектуальном капитале как основном генераторе повышения стоимости компании и включает его в число важнейших факторов, которые влияют на работу банка и его

дальнейшее положение на финансовом рынке. Способы влияния интеллектуальной собственности на банковский бизнес представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Способы влияния интеллектуальной собственности на банковский бизнес

Снижение расходов банка	<ul style="list-style-type: none"> ➤ сокращение расходов на управление ➤ оптимизация бизнес-процессов ➤ сокращение операционных расходов ➤ снижение количества необоснованных решений
Повышение доходов банка	<ul style="list-style-type: none"> ➤ предоставление новых услуг (в том числе интеллектуальных) ➤ продвижение продаж ➤ поиски новых каналов сбыта

Банковская деятельность весьма специфична, что оказывает существенное влияние на создание репутации бизнеса. Для кредитных организаций поддержание ликвидности на должном уровне и надежность выступают главными факторами в создании положительной репутации.[6, с.115]

Следует отметить, что только наличие у банка ресурсов, имеющих отношение к интеллектуальному капиталу, еще не предполагает возможность создания ценности, т.е., если у него даже будет больше денежных ресурсов, увеличится клиентская база, улучшатся бизнес-процессы, то это автоматически не даст возможность создавать большую ценность. Большая ценность может быть создана только при условии эффективного управления этими ресурсами.

Компанией Price Waterhouse был предложен новый подход при формировании банковской отчетности, который ориентирует организацию на повышение ее стоимости, при этом рассматриваются не только финансовые показатели, но и нефинансовые, которые могут продемонстрировать возможности роста стоимости банка для инвесторов. Такой подход включает такие типы отчетности банка, как обзор рынка, стратегия роста стоимости, управление стоимостью, механизм инвестирования в факторы создания стоимости.

Данный подход позволит менеджерам банков и инвесторам получить более ясное представление не просто об основных факторах стоимости бизнеса, а о роли интеллектуальной собственности, играющей определяющую роль в достижении конкурентных преимуществ на рынке.

Интеллектуальный капитал в условиях современного бизнеса становится все более важным фактором в процессе создания экономической стоимости. Как и прежде, материальные активы выступают важными факторами производства продуктов и услуг. Тем не менее, их относительное значение снижается и в то же время повышается роль

нематериальных активов - интеллектуальной собственности, связанной с определенными знаниями и навыками. Доходы коммерческого банка зависят сегодня от того, как он использует не только свои ресурсы, но и конкурентные преимущества, насколько эффективно он ими управляет. Т.о., интеллектуальная собственность (интеллектуальный капитал) следует выражать не в сумме нематериальных активов, а в способности кредитной организации получать от их использования наибольший эффект.

Грамотно построенная система управления знаниями и интеллектуальный капитал способствуют принятию эффективных решений, нацеленных на максимизацию стоимости бизнеса и получение конкурентных преимуществ, которые невозможно скопировать конкурентам.

Список источников:

1. Курманова Л.Р. Интеллектуальный капитал коммерческих банков. - // Уровень жизни населения регионов России, №3, 198 – 205.
2. Sanchez, P., Chaminade, C., Olea, M. Management of intangibles - An attempt to build a theory. Journal of Intellectual Capital. Vol. 1. Number 4, 2000, pp. 312—327.
3. Матакаева С.А.. Мунуйленко В.В. Сущность интеллектуального капитала коммерческого банка. - // Научный альманах, 2016, №5-1, с.155-161.
4. Edvinsson, L. Some perspectives on intangibles and intellectual capital 2000. Journal of Intellectual Capital. Vol. 1. Number 1, 2000, pp. 12—16.
5. Актуальные направления развития банковского дела : монография / колл. авторов; под ред. проф. Н.Э. Соколинской и доц. И.Е. Шакер — М. : РУСАЙНС, 2016.
6. Денежно-кредитная и финансовая системы : учебник / коллектив авторов ; под ред. М.А. Абрамовой, Е.В. Маркиной. — М. : КНОРУС, 2016.

References:

- Kurmanova L.R. Intellectual capital of commercial banks. , [Intellektual'nyj kapital kommercheskih bankov] - // Living standards of the population of the regions of Russia = Uroven' zhizni naseleniya regionov Rossii, 2016, № 3, 198 - 205.
- Sanchez, P., Chaminade, C., Olea, M. Management of intangibles - An attempt to build a theory. Journal of Intellectual Capital. Vol. 1. Number 4, 2000, pp. 312—327.
- Matakaeva S.A., Manuilenko V.V. The essence of the intellectual capital of a commercial bank. [Sushchnost' intellektual'nogo kapitala kommercheskogo banka] - //Scientific Almanac, [Nauchnyj al'manah] 2016, №5-1, p.155-161.
- Edvinsson, L. Some perspectives on intangibles and intellectual capital 2000. Journal of Intellectual Capital. Vol. 1. Number 1, 2000, pp. 12—16.
- Aktual'nye napravleniya razvitiya bankovskogo dela = Actual directions of development of the banking industry: monografiya / koll. avtorov; pod red. prof. N.E. Sokolinskoi i dots. I.E. Shaker — M. : RUSAINS, 2016.
- Denezhno-kreditnaya i finansovaya sistemy = Monetary and financial system: uchebnik / kolektiv avtorov ; pod red. M.A. Abramovoi, E.V. Markinoi. — M. : KNORUS, 2016.