

## ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА КАК ПОКАЗАТЕЛЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**И.М. РАЗДОРСКАЯ  
Я.Ю. ЛУЦЮК**

*Курский государственный  
медицинский университет*

*e-mail: razdorski @ yandex.ru*

В статье представлена методика оценки интеллектуального капитала (ИК) фармацевтической организации. Менеджмент ИК является новой областью организационного управления, требующей разработки методик качественного и количественного измерения управляемого актива. Определены три группы контролируемых индикаторов в соответствии с составляющими ИК: структурный капитал, человеческий и потребительский капитал. Разработан перечень индикаторов для количественного измерения в дискретных баллах потребительского и человеческого капитала.

Ключевые слова: рыночная капитализация, удовлетворенность трудом, компетенции, ценность покупателя, устойчивость клиентской базы, компетентность персонала.

В экономической, социально-политической и философской литературе последних десятилетий пристальное внимание ученых приковано к исследованиям социально-экономических процессов, характеризующих трансформацию индустриального общества в постиндустриальное, информационное общество. В результате сформирован ряд концепций развития экономики и общества, учитывающих как новые знания о предмете исследования, так и современные мировые тенденции. Одна из таких концепций – концепция менеджмента интеллектуального капитала.

Менеджмент интеллектуального капитала – это новая область организационного управления, обеспечивающая процесс возникновения, накопления, сохранения, производства и распространения интеллектуального капитала и его компонент, рассматривающая интеллектуальный капитал в виде управляемого актива, обеспечивающего развитие. Разработка специализированных механизмов, управленческих приемов менеджмента интеллектуального капитала направлена на поддержание ресурсного подхода, утверждающего, что организация в большей степени зависит от человеческих ресурсов, интеллектуального капитала и знаний, чем от материальных ресурсов.

Долгие годы в экономических и бизнес-науках индустриальной эпохи господствовали концепции максимизации доходов и прибыли. Именно размер дохода (прибыли) считали главным критерием успешности бизнеса, а его увеличение – главной целевой установкой любой компании. Однако в последние десятилетия эту установку уверенно теснит другая – максимизация размера капитализации или рыночной стоимости фирмы.

Одним из факторов успешности фирмы становится степень развития ее интеллектуального капитала.

Понятие «интеллектуальный капитал» (далее – ИК) используется в основном менеджерами при управлении персоналом и нематериальными активами, при создании благоприятного образа фирмы с целью привлечения инвестиций и при оценке бизнеса, основанного на знаниях, с целью его купли или продажи. Оно шире, чем более привычные понятия «интеллектуальная собственность» и «нематериальные активы».

Большая часть внутренних факторов (корпоративная культура, эффективность менеджмента, технология, интеллектуальный потенциал сотрудников) является интеллектуальными ресурсами фирмы, которые формируют конкурентные преимущества фирмы и обеспечивают ее конкурентоспособность на рынке.

Современная эпоха во многих экономически развитых странах стала эпохой радикальных изменений в самом базисе существования и развития человеческого общества. Отдача, которую приносят нематериальные активы, не идет ни в какое сравнение с традиционной рентабельностью активов материальных. Относительно небольшие



усилия, приложенные в точно определенных областях бизнеса, или принятие топ-менеджерами верного стратегического решения способны обеспечить стремительный взлет оборотов и прибыли организации.

Интеллектуальные ресурсы являются уникальными вследствие их особенностей. Интеллектуальные ресурсы – это экономические ресурсы, формируемые знаниями и информацией. Основная особенность интеллектуальных ресурсов заключается в способности к самовозрастанию, или капитализации. Это значит, что при увеличении объемов производства продукции с использованием интеллектуальных ресурсов их стоимость увеличивается, а не амортизируется.

Эффективность интеллектуальных ресурсов определяют следующие характеристики:

- *неимитируемость* – то есть степень защищенности от использования конкурентами;
- *незаменяемость* – опасность его замены, не зависящей от фирмы, но имеющей решающее значение для ценности ресурса;
- *способность к увеличению добавленной стоимости* – конкурентным преимуществом обладают лишь те ресурсы, которые способствуют созданию добавленной стоимости на рынке.

В последнее время особый интерес и актуальность приобретает проблема воздействия интеллектуального капитала на финансовые показатели деятельности компаний. Большинство авторов (С. Харрисон, Е. Шерман и др.) доказывают необходимость введения результатов интеллектуальной деятельности в экономические отношения.

Аптечный бизнес – прибыльный бизнес, вопросы купли-продажи аптек и аптечных сетей возникают постоянно. И, как следствие этого – вопросы их оценки, проблемы измерения как материальных, так и нематериальных – интеллектуальных ресурсов [3].

*Целью наших исследований явилась* разработка методики оценки рыночной капитализации фармацевтических организаций в денежном выражении, а также разработка методики оценивания структурных частей интеллектуального капитала аптечных организаций (человеческого, структурного, потребительского капитала);

Нами разработана методические подходы оценивания интеллектуального капитала аптечных организаций (см. рис.). Методика комплексной оценки эффективности деятельности коммерческого аптечного предприятия предусматривает определение трех групп контролируемых индикаторов в соответствии с составляющими интеллектуального капитала: структурный капитал, человеческий капитала и потребительский капитал. В оценке используются десять индикаторов: рыночная капитализация, рентабельность; оборачиваемость товарных запасов; объем реализации на рубль затрат; удовлетворенность коллектива трудом; профессиональные качества сотрудников; компетенции сотрудников; потенциал ценности каждого покупателя; недостаточная компетентность персонала, коэффициент устойчивости клиентской базы.

Первым (достаточно спорным и не единственным) признаком интеллектуальной компании является ее рыночная капитализация, превышающая бухгалтерскую стоимость основных фондов, материальных и финансовых средств. Превышение над бухгалтерской стоимостью формируется как раз за счет интеллектуальных фондов: новизны и перспективности предлагаемых продуктов или услуг, рыночных ожиданий на новых его сегментах, предполагаемой прибыли от патентов, торговой марки (престижа), контроля над бизнесом, взаимоотношений с потребителями и т. д.

На основании бухгалтерского баланса определяется объем реализации, прибыль и рентабельность сети аптек за отчетный период. Затем определяется средняя рентабельность по данной аптечной сети и величина прибыли, которую могла бы получить каждая аптека при среднем уровне рентабельности. Далее определяется разница между действительным и среднестатистическим размером прибыли, а также отношение стоимости нематериальных активов к чистой прибыли для каждой аптеки. Полученное значение и есть та самая величина, которая характеризует степень наличия ИК в аптеке (табл. 1). Аналогично подсчитываем рентабельность для всех исследуемых аптек.

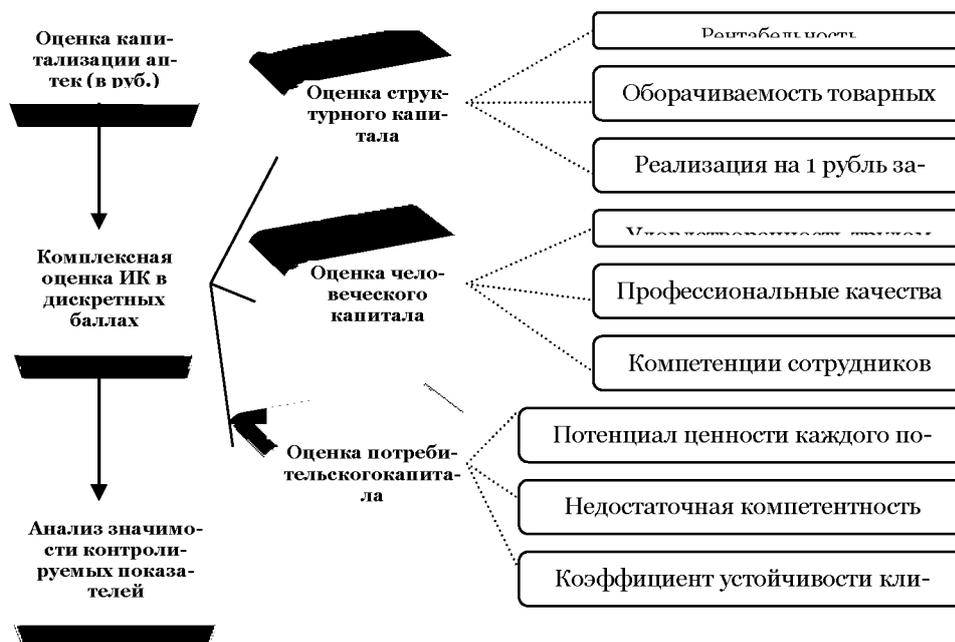


Рис. Концепция измерения интеллектуального капитала в стоимостном выражении

Возможную прибыль при средней рентабельности определяем, выразив ВП из формулы:

$$ВП \text{ (Возможная прибыль)} = СР \text{ (средняя рентабельность)} \times ОР \text{ (объем реализации)}.$$

Таблица 1

**Расчет рыночной капитализации аптек в стоимостном выражении**

Аптека	№1	№6	№7	№9	№8	№10	№11	№12
Объем реализации	18744,6	26087, 1	28219,8	12098,2	35279,9	26573,3	17880,2	82886
Чистая прибыль	154	225,8	1,3	270,2	138,3	1,2	124,5	246,4
Рентабельность	0,82	0,87	0	2,23	0,39	0	0,70	0,30
Средняя рентабельность	0,66%							
Возможная прибыль при средней рентабельности	123,71	172,17	186,25	79,85	232,85	175,38	118,01	547,05
СНМАК (тыс. руб.)	30,29	53,63	-184,95	190,35	-94,55	-174,18	6,49	-300,6

Разница между реальной (154 тыс. руб.) и теоретической (123,7 тыс. руб.) прибылью и есть интеллектуальный капитал в стоимостном выражении, или СНМАК (стоимость нематериальных активов компании).

Достоинство данной методики в том, что она позволяет сравнивать между собой однотипные организации или структурные подразделения, при условии их принадлежности к одной отрасли. Кроме того, определив данные показатели для аптеки за несколько лет, можно сделать вывод о способности организации пользоваться нематериальными фондами. Уменьшающаяся СНМАК служит признаком того, что компания уделяет мало внимания кадровой политике и вкладывает недостаточно средств в поддержание имиджа аптеки. И, наоборот, растущая величина СНМАК означает, что организация в будущем может ожидать увеличение прибыли.



Для более детального изучения инновационного потенциала и возможностей его более полного использования и увеличения нами разработана методика комплексной оценки интеллектуального капитала с использованием дискретных баллов. Использована система показателей с агрегированием результатов многофакторного количественного анализа.

Перечень индикаторов для количественного измерения разработан нами для потребительского и человеческого капитала. Измерение структурного капитала проводилось с использованием методики оценки эффективности хозяйственной деятельности аптечного предприятия [1]. Для каждого контролируемого индикатора определены дискретные баллы по мере возрастания их значимости (от 0 до 9).

Оценка интеллектуального капитала аптечной организации проводилась по совокупности показателей, характеризующих структурный, человеческий и потребительский капитал. Для оценки применялась обычная пятибалльная система с отметками от 1 до 5 баллов, по мере возрастания значимости. Одно из несомненных достоинств такой системы – ее простота.

Количественная оценка человеческого капитала согласно разработанной нами концепции включает измерение удовлетворенности трудом сотрудников аптек, оценку их профессиональных качеств и компетенций.

Для разработки методики оценки человеческого капитала по показателю «Удовлетворенность коллектива трудом» необходимы средние значения контролируемых показателей. Для их определения мы провели социологическое исследование среди работников сети аптек г. Курска. В специально разработанной анкете респондентам было предложено оценить удовлетворенность своим трудом по пятибалльной шкале по тринадцати параметрам. В анкетировании приняло участие 60 провизоров и фармацевтов. Результаты приведены в табл. 2.

Таблица 2

**Средние показатели удовлетворенности трудом  
фармацевтических работников аптечной сети «N»**

№	Вопросы анкеты	Средний показатель
1	Как часто бывают у Вас ситуации, в которых вы испытываете глубокую удовлетворенность своим трудом?	3,40
2	Бывают ли у вас случаи, когда вы настолько увлеклись работой, что не замечаете, как проходит время?	3,88
3	Задумываетесь ли Вы над полезностью вашего труда для общества?	3,82
4	В какой мере вы удовлетворены графиком работы (сменность, время работы)?	3,61
5	В какой мере вы удовлетворены возможностями карьерного роста?	3,42
6	В какой мере вы удовлетворены безопасностью труда?	3,75
7	В какой мере вы удовлетворены стилем руководства, характерным для вашей организации?	3,74
8	В какой мере вы удовлетворены вашими отношениями с коллективом?	4,4
9	В какой мере вы удовлетворены отношениями с руководством?	3,98
10	В какой мере вы удовлетворены уровнем организации работы в вашей организации?	3,65
11	Как часто вы испытываете потребность в повышении уровня своего профессионализма?	3,54
12	Как вы оцениваете свой вклад в создание благоприятного климата в своем коллективе?	3,82
13	В какой мере Вы удовлетворены своей заработной платой?	2,93
	Средний суммарный показатель	3,7

Чем выше уровень удовлетворенности своим трудом у коллектива аптеки, тем более высокий индекс она получит. В данной ситуации среднему суммарному показателю 3,7 балла соответствует индекс 8 (табл. 3), который будет использован в суммарной оценке ИК аптеки.



Таблица 3

**Дискретные баллы показателя «Удовлетворенность трудом»**

Показатель «удовлетворенность трудом»	2,94 и менее	2,95-3,05	3,06-3,15	3,16-3,25	3,26-3,35	3,36-3,45	3,46-3,55	3,56-3,65	3,66-3,75	3,76 и более
Индекс	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

С целью оценки профессиональных качеств сотрудников в рамках нашего исследования респондентам предлагалось оценить свои профессиональные качества по пятибалльной шкале. В опросе по разработанной нами анкете, состоящей из 32 вопросов, приняло участие 60 сотрудников аптечных организаций г. Курска.

Далее подсчитывается среднее значение по каждому вопросу и суммарный средний балл для всего коллектива (табл. 4). В данной ситуации среднему суммарному баллу 4,1 соответствует индекс 6, который будет использован в дальнейшем при комплексной оценке интеллектуального капитала аптеки.

Таблица 4

**Дискретные баллы показателя «Профессиональные качества»**

Показатель «профессиональные качества»	3,57 и менее	3,58-3,67	3,68-3,77	3,78-3,87	3,88-3,97	3,98-4,07	4,08-4,17	4,18-4,27	4,28-4,37	4,38 и более
Дискретный балл	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Профессиональная компетенция — способность успешно действовать на основе практического опыта, умения и знаний при решении задач профессионального рода деятельности. Совокупность компетенций каждого специалиста (профиль компетенций) представляется нам как один из возможных факторов, необходимых для количественной оценки человеческого капитала сотрудников. Компетентностный подход к управлению персоналом позволяет сделать процесс управления более эффективным, способствующим увеличению интеллектуального капитала, переходу к системе управления знаниями. Нами разработана модель компетенций для руководителей фармацевтических организаций (четыре оценочных кластера), а также для работников отделов рецептурно-производственного и безрецептурного отпуска (девять оценочных кластеров) [ 4 ].

Модель компетенций специалиста провизора включает индикаторы производственного поведения, демонстрирующие (описывающие) проявление этих компетенций в профессиональной деятельности. Определенные компетенции фармацевтических работников представлены пятью уровнями (от отрицательного до идеального), которые характеризуются соответствующими индикаторами поведения сотрудников.

Сотрудники аптеки оценивают свои компетенции методом 360 градусов – проводится оценка компетенций аптечным работником, его коллегой и руководителем. Затем определяется среднее значение для отдела аптеки или всей аптеки – т. е. для провизорского и фармацевтического персонала и определяется дискретный балл для показателя «Компетенции сотрудников» (табл. 5). Аналогично возможна оценка компетенций руководителя.

Таблица 5

**Дискретные баллы показателя «Компетенции сотрудников РПО»**

Показатель компетенции сотрудников	1 балл и менее	2-3	4-6	7-9	10-12	13-15	16-18	19-21	22-24	27
Дискретный балл	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9



Количественная оценка потребительского капитала согласно разработанной нами концепции включает измерение потенциала ценности каждого покупателя, недостаточную компетентность персонала, коэффициент устойчивости клиентской базы [2].

Потенциал ценности каждого покупателя характеризует стабильность и конкурентоспособность фармацевтической организации.

Потенциал ценности каждого покупателя (ПЦКП) – показывает, насколько ценен каждый покупатель, а также дает возможность рассчитать, сколько покупателей из общего числа клиентов фармацевтической организации дают прибыль. Этот показатель является мотиватором как для работников первого стола, так и для руководителя фармацевтической организации.

Расчет проводится по формулам:

$$\text{ПЦКП} = \frac{\text{ПП}}{\text{СП}}, \text{ где}$$

СП – средняя стоимость одной покупки,

$$\text{ПП} = \frac{\text{ЧП}}{\text{КЧ}}, \text{ где}$$

ПП – прибыль от одной покупки, ЧП – чистая прибыль,

КЧ – количество чеков (количество покупателей за отчетный период).

После определения ПЦКП аптека определяет для себя дискретный балл (табл. 6), разработанный нами с учетом среднего значения ПЦКП.

Таблица 6

**Дискретные баллы показателя «Потенциал ценности каждого покупателя»**

Показатель ПЦКП	Менее 0,01	0,01-0,02	0,03-0,04	0,05-0,06	0,07-0,08	0,09 – 0,1	0,11-0,12	0,13-0,14	0,15-0,16	0,17 и более
Дискретный балл	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Политику участия производственного персонала в получении прибыли наглядно демонстрирует показатель «Недостаточная компетентность персонала (НКП)», индикатором которого является процент сокращения прибыли. НКП может быть рассчитана с помощью следующей формулы:

$$\text{НКП} = \frac{\text{Кол-во покупателей, не совершивших покупку}}{\text{Общее число посетителей}}$$

Для данного показателя также разработана дискретная шкала баллов, которые будут использованы в дальнейшем при комплексной оценке интеллектуального капитала (табл. 7).

Таблица 7

**Дискретные баллы показателя «Недостаточная компетентность персонала»**

Значение НКП	0,2 и более	0,19-0,17	0,16-0,14	0,13-0,11	0,10-0,08	0,07 – 0,06	0,05-0,04	0,03-0,02	0,01-0,005	0,005 и менее
Дискретный балл	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Анализировать потребительское поведение клиентов и оценить прогресс в переходе к ориентированной на клиента стратегии позволяет коэффициент текучести клиентской базы (КТКБ), который рассчитывается по формуле:

$$\text{КТКБ} = \frac{\text{Кол-во совершенных покупок за отчетный период}}{\text{Среднее кол-во покупок за год}}$$



Значению КТКБ соответствует определенный дискретный балл (табл. 8).

Таблица 8

**Дискретные баллы показателя «Коэффициент текучести клиентской базы»**

Показатель КТКБ	0,5 и менее	0,6 - 0,65	0,66- 0,69	0,7 - 0,75	0,76- 0,79	0,8- 0,85	0,86- 0,89	0,9- 0,99	1-1,1	1,2 и выше
Дискретный балл	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Для количественного определения интеллектуального капитала аптеки необходимо умножить присвоенный дискретный балл по каждому показателю на определенный весовой коэффициент (табл. 9).

Таблица 9

**Распределение весов значимости контролируемых показателей**

Индикатор	Вес значимости
<b>Структурный капитал (заимствованная методика)</b>	
Рентабельность	10
Оборачиваемость товарных запасов	10
Реализация на 1 рубль затрат	15
<b>Человеческий капитал</b>	
Удовлетворенность коллектива трудом	10
Профессиональные качества коллектива	15
Компетенции сотрудников	10
<b>Потребительский капитал</b>	
Потенциал ценности каждого покупателя	10
Коэффициент текучести клиентской базы	5
Недостаточная компетентность персонала	15
<b>Итого:</b>	<b>100</b>

Человеческий капитал, его надежность становится главной ценностью фармацевтических организаций, является определяющим фактором экономического роста. По соотношению полученных значений структурного, потребительского и человеческого капитала существует возможность найти слабые стороны в работе аптек и определить направления по укреплению и расширению конкурентных преимуществ.

**Литература**

1. Гришин, А.В. Комплексная оценка эффективности хозяйственной и инновационной деятельности аптечного предприятия / А.В. Гришин, Е.А. Тельнова, Л.В. Устинова // Новая аптека. – 2009. – № 1. – С. 70-79
2. Раздорская, И.М. Управление взаимоотношениями с покупателями: новые количественные показатели / И.М. Раздорская, С.В. Григорьева // Кластерные подходы в современной фармации и фармацевтическом образовании : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 20-21 ноября 2008 г.). – Белгород, 2008. – С. 122-126.
3. Раздорская, И.М. Интеллектуальный капитал: возможности оценки / И.М. Раздорская, Ю.С. Салова, С.В. Григорьева // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – М., 2010. – С. 82-83.
4. Раздорская, И.М. Компетентностный подход к оценке персонала фармацевтической организации : метод. рекомендации / И.М. Раздорская, О.А. Артемова, И.А. Филина // Курск, 2011. – 89 с.

**EVALUATION OF THE COST OF INTELLECTUAL CAPITAL AS AN INDICATOR OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF A PHARMACY**

**I.M. RAZDORSKAYA  
Ya.Yu. LUTSYUK**

*Kursk State Medical University  
e-mail: razdorski@yandex.ru*

The article describes the methods of evaluation of intellectual capital (IC) of a pharmacy. IC management is a new field of an organization's management demanding working out the methods of quantitative and qualitative change of the active being managed. Three groups of the indicators under control were defined according to the IC constituents: structural capital, human and consumer capital. The list of indicators for the quantitative change in discrete points of consumer and human capital was worked out.

Key words: market capitalization, job satisfaction, competences, values of a consumer, stability of the clients' base, personnel's competence.