УДК 130.1
JEL D 24

Федулова І.В., д.е.н., професор
Національний університет харчових технологій

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ І СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛИ ТА ЇХ СПІВВІДНОШЕННЯ

При визначенні інтелектуального і соціального капіталів відбувається дублювання окремих складових. Це вносить деяку плутаницю у зміст і структурне наповнення визначених видів капіталів Інтелектуальний капітал розглядається як сукупність знань, досвіду і ключових компетенцій персоналу і результат втілення цих знань в уречевлених і неуречевлених активах, що є результатом інтелектуальної діяльності людини і виступає об'єктом інтелектуальної власності. Це сукупність людського капіталу і інтелектуальної власності як капіталу. Соціальний капітал підприємства розглядається як нематеріальний актив, що створюється організацією через систему соціальних взаємовідносин на внутрішньоорганізаційному, міжорганізаційному й організаційно-інституціональному рівні за рахунок створення унікальних конкурентних переваг, які виступають ключовими факторами успіху на ринку в отриманні доданої вартості. Він складається із організаційного (структурного, інфраструктурного) капіталу і споживчого (ринкового, клієнтського, маркетингового, марочного) капіталу.

Ключові слова: *інтелектуальний капітал, соціальний капітал, людський капітал, споживчий капітал, організаційний капітал, структурний капітал*

Постановка проблеми. Характерною рисою сучасної економіки розвинених країн є збільшення частки нематеріальних компонентів в процесі створення продукції. Цей процес залежить від інтелектуальних ресурсів, якими володіє організація: імідж, репутація, бренд, компетенції співробітників, організаційна культура тощо. В якості одного з підходів, що дозволяють конкретизувати економічний зміст інтелектуальних ресурсів є концепція інтелектуального капіталу. Концепція виникла у зв'язку з посиленням інтересу до нематеріальних ресурсів організації та посиленням їх ролі в розвитку. Її ідея виходить з передумови про існування сукупності переважно нематеріальних факторів, які впливають на розвиток підприємства, але при аналізі або не розглядаються, або розглядаються частково і не системно. Значний вплив на розвиток підприємства здійснюють професійні компетенції, знання, нові технології управління, рівень розвитку ринкової інфраструктури, тощо. Ці елементи нової економіки є складовими інтелектуального капіталу та істотно впливають на ринкову вартість компанії.

Аналіз останніх публікацій. Проблемам визначення сутності інтелектуального капіталу присвячено значна кількість досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, окрема це Дж. К. Гелбрейт, Т.Стюарт, Л. Едвінссон і М. Мелоун, В. Зінов, Н. Казакова, В. Л. Іноземцев, Б. Б.Леонтьев, Є.Н.Сєлєзньов, Е. Брукінг, О. Кендюхов [1-10]. Проблемами формування соціального капіталу займалось багато вчених, серед яких окремо виділимо П.Бурдьє і Коулман Дж. [11-12]. Основними питаннями, які розглядаються, є: сутність капіталу, його складові, питання оцінки та управління та інші.

Інтелектуальний і соціальний капітали - це поняття, яке не має чітко визначених меж ідентифікації, вони схильні як до об'єктивної, так і суб'єктивної оцінки, їх структура дуже тісно пов'язана із іншими різними видами капіталу підприємства, нечітко простежується

взаємозв'язок окремих структурних елементів. Думки авторів в цих питаннях не мають чіткого визначення. Дана обставина, безумовно, потребує конкретизації змісту і структури інтелектуального і соціального капіталів, подальше дослідження підходів і методів його оцінки, формування та управління.

Невирішені частини проблеми. Беручи до уваги неоднорідність інтелектуального і соціального капіталів, складність його ідентифікації, оцінки, структурування і можливості здійснювати ефективне управління, виникають питання розуміння змісту, структури і процесу управління.

Результати дослідження. Введення в економічний оборот поняття «інтелектуальний капітал» у 60–70 роках XX ст. було пов'язано з необхідністю пояснення різниці між балансовою та ринковою вартістю підприємств. Цей аспект спричинив інтерес до неуречевленого активу, який став основою для визначення інтелектуального капіталу. Передові розвинуті країни світу поступово перебудовують економіку своїх країн на формування та використання інтелектуального капіталу.

Вперше у 1969 р. поняття «інтелектуальний капітал» запропонував Дж. К. Гелбрейт, яке включало інтелект людини та пояснювало його вплив на діяльність [1].

Т.Стюарт в роботі «Інтелектуальний капітал» визначив його як суму знань всіх працівників компанії, яка забезпечує її конкурентоздатність [2, с. 7]. Однак Т.Стюарт не ототожнює знання працівників із інтелектуальним капіталом і цілком вірно вважає, що тільки знань недостатньо для забезпечення розвитку підприємства, потрібні відповідна організація праці, інфраструктурне забезпечення (системи передачі, зберігання і відбору інформації), наявність попиту на наявні знання. Таким чином, Т.Стюарт виокремив два погляди на існування інтелектуального капіталу: «насамперед, це напівпостійна сукупність знань, що виростає навколо деякої задачі, людини або організації і інструменти, за допомогою яких можна збільшити сукупність знань» [2, с. 119-120].

Т. Стюарт розглядає три складові інтелектуального капіталу: людський капітал, структурний капітал і споживчий капітал. Людський капітал – це «властивість пропонувати клієнтам рішення» [2, с. 126], а саме не тільки наявність знань але й можливість їх застосовувати і використовувати з метою задоволення потреб споживачів.

Структурний капітал – це форми, методи і структури, які забезпечують збір, тестування, організацію, фільтрацію, зберігання і розподіл наявного знання. Він пропонує під структурним капіталом розуміти «організаційні здібності організації відповідати потребам ринку» [2, с.127]. На відміну від людського капіталу – знань, які належать кожному співробітнику, – структурний капітал належить організації в цілому. Склад всіх елементів структурного капіталу Т.Стюарт поділяє на дві групи: електронні і соціальні. Під електронними він розуміє технології, винаходи, бази даних, публікації, процеси тощо, які можуть бути документально оформлені і юридично захищені. Під соціальними розуміє ті, що виростають із особистого спілкування людей – норми відносин, життєвий досвід. Споживчий капітал - це відносини організації зі споживачами. Це та частина інтелектуального капіталу, де він перетворюється в гроші і приносить прибавочну вартість.

У 1993 році з'явився звіт шведської страхової і фінансової компанії Scandia AFS, який був складений Л. Едвінссоном і М. Мелоуном, із спеціально розробленим додатком,

в якому вперше була зроблена спроба поряд із матеріальними активами здійснити оцінку інтелектуального капіталу [3]. Звіт про інтелектуальний капітал компанія “Scandia AFS” пов’язує з процесом стратегічного планування, а тому до складу інтелектуальних ресурсів були включені ті, що, на думку менеджерів, мають найбільший вплив на досягнення стратегічних цілей.

Вони запропонували розглядати інтелектуальний капітал за такими складовими: людський і структурний капітал (технічне і програмне забезпечення, організаційна структура, патенти, торгові марки і все те, що дозволяє працівникам компанії реалізувати свій виробничий потенціал, а також відношення, які склалися між компанією і її крупними клієнтами). Структурний капітал в свою чергу поділяється на організаційний капітал та капітал взаємовідносин із клієнтами. А організаційний капітал і свою чергу поділяється на інноваційний капітал і процесний капітал [3].

Однак, між клієнтським та людським капіталом існує декілька спільних рис: по-перше, клієнтський капітал також не є власністю підприємства, але кошти та зусилля менеджменту, що вкладаються в нього, дають не меншу віддачу; по-друге, він не має будь-якого матеріального відображення, при цьому є запорукою розуміння споживачів і постачальників. Стабільні відносини з постачальниками та споживачами, їх прихильність до товарів певного підприємства чи торгової марки, тісне співробітництво між ними є джерелом додаткового доходу.

Розглянута модель була розроблена у 1991-1996 роках, коли концепція інтелектуального капіталу тільки набувала розвитку у науковому середовищі розвинених держав, тому вона не позбавлена деяких методологічних неточностей та суперечностей. Вони стосуються таких положень:

1. Організаційний капітал розглядається в тому числі як компетентність співробітників, але це більше стосується людського капіталу;
2. Людський капітал визначається кількістю інвестицій у навчання, але це звужує уявлення про природу людського капіталу;
3. Організаційний капітал розглядається як здатність компанії здійснювати інвестиції, до створення капіталу, що згідно сучасних підходів логічно розглядати у складі людського капіталу;
4. Визначення організаційного капіталу як суми інноваційного і процесного капіталів не розкриває його сутності і не показує відмінностей між цими складовими організаційного капіталу;
5. Процесний капітал визначається за змістом як частина матеріальних активів, які не можуть виступати частиною інтелектуального капіталу.

Підходи Л. Едвінсона, М. Мелоуна і Т. Стюарта близькі і в окремих положеннях співпадають. Структурування інтелектуального капіталу згідно з підходом Т.Стюарта вважається більш детальним і адаптованим до умов ринкової економіки. По-перше, він виділяє відносини зі споживачами як окрему і важливу частину інтелектуального капіталу, оскільки саме в цих відносинах інтелектуальний капітал приносить реальний дохід. Відносини зі споживачами виконують дві ролі у забезпеченні конкурентоздатності підприємства: з боку організації і з боку споживачів. Вони залежать не лише від організації і тому Л. Едвінсон і М. Мелоун в своєму баченні структурного капіталу об’єднують дві різнорідні його частини. З однієї сторони вони виділяють внутрішні

елементи: організаційну структуру, торгові марки, патенти, а з іншої зовнішні елементи: відношення з клієнтами.

На думку В. Зінова і Н. Казакової було б більш доцільно віднести культуру праці і моральні цінності компанії до структурного капіталу, ніж до людського, оскільки основа цих елементів – підвищення продуктивності і ефективності індивідуальної праці співробітників за рахунок створення синергетичного ефекту, а задача людського капіталу – безпосереднє створення цінностей [4; 5]. В. Л. Іноземцев розглядає інтелектуальний капітал як «колективний мозок», що акумулює наукові та буденні знання працівників, інтелектуальну власність і накопичений досвід, спілкування й інформаційну структуру, інформаційні мережі й імідж підприємства [6]. Б. Б.Леонтьев [7] під інтелектуальним капіталом підприємства розглядає вартість сукупності інтелектуальних активів, що є у нього, включаючи інтелектуальну власність, інтелектуальні здібності та навики персоналу, а також накопичені бази знань і корисні стосунки з іншими суб'єктами. У зв'язку з цим автор відзначає, що одна з основних функцій інтелектуального капіталу полягає у прискоренні приросту прибутку за рахунок формування й реалізації необхідних підприємству систем знань, речей і стосунків, які, у свою чергу, забезпечують його високоефективну господарську діяльність.

Є.Н.Сєлєзньов [8] поділяє інтелектуальний капітал на кадровий капітал і інтелектуальну власність. В якості кадрового капіталу тут розуміються людські активи (знання, досвід, особистий потенціал) і структурні активи (корпоративна культура, управлінська система). Інтелектуальна власність поділяється на виробничі активи (ноу-хау, патент, авторське право) і маркетингові активи (постійні клієнти, торгова марка, репутація).

Він не виділяє споживчий капітал, хоча його складові відносяться до маркетингових активів, які є частиною інтелектуальної власності. Це цілком справедливо для торгової марки і репутації, але важко розуміти у цій частині складову «постійні клієнти».

Е. Брукінг виділяє в інтелектуальному капіталі чотири складові: ринкові активи, людські активи, інтелектуальна власність як актив, інфраструктурні активи [9, с. 131].

Ринкові активи – це той потенціал, який забезпечується нематеріальними активами, які пов'язані з ринковими операціями (марки товарів, споживча прихильність, корпоративне ім'я, портфель замовлень тощо). Інтелектуальна власність являє собою інструмент для захисту різних корпоративних активів і включає ноу-хау, патенти, авторські права, виробничі і торгові секрети тощо. Людські активи – це сукупність колективних знань співробітників підприємства, їх творчих здібностей, управлінських і підприємницьких якостей, поведінки в різних ситуаціях. Інфраструктурні активи – це технології, методи і процеси, які роблять роботу підприємства можливою, а саме: корпоративна культура, методи оцінки ризику, фінансова структура, бази даних тощо.

Класифікація інтелектуального капіталу по Е.Брукінгу найбільше детальна і обґрунтована, ніж описані вище. Вона чітко розрізняє активи, які мають ринкову орієнтацію – марки товарів, канали розподілу і інші, й активи, які виступають результатом висококваліфікованої інтелектуальної праці.

О. Кендюхов за типами інтелектуальний капітал поділяє на: персоніфікований (пов'язані з роботою знання й уміння, творчі здібності, освіта, професійна кваліфікація, лояльність, ціннісні та психометричні настанови персоналу); інфраструктурний (інформаційні технології, організаційна структура, філософія управління, корпоративна

культура і ділове співробітництво); клієнтський (відносини з покупцями, контракти, портфель замовлень, франшизи та ліцензійні замовлення); марочний (торгові марки, товарні знаки, корпоративна марка і марки обслуговування); формалізована інтелектуальна власність (патенти, авторське право, виробничі секрети, оригінальне програмне забезпечення, ноу-хау, права на дизайн і бази даних) [10, с. 130].

Інтелектуальні ресурси підприємства включають інтелектуальний капітал, інтелектуальну працю та інтелектуальні продукти, які у свою чергу також можуть бути використані як засоби виробництва. Таким чином, інтелектуальні ресурси трансформуються у інтелектуальний капітал, який, в свою чергу, виступає інтелектуальним ресурсом для нового обороту капіталу. Інтелектуальні ресурси виступають основою для визначення інтелектуального потенціалу.

Соціальний капітал і визначення його ролі в економічному розвитку суспільства використовуються в науковій літературі не так давно. Вперше поняття соціального капіталу як наукової категорії ввів П.Бурдьє [11]. Він зазначає, що соціальний капітал є одним із капіталів, постає як сукупність потенційних або реальних ресурсів, що накопичуються у індивідуума або групи завдяки наявності стійкої мережі більш-менш інституціоналізованих зв'язків або відносин визнання. Під «визнанням» тут розуміється довіра.

Для аналізу соціального капіталу дозволяє П.Бурдьє виділити такі найважливіші структурні компоненти, завдяки яким агенти мають доступ до інших агентів в спілкуванні; обсяг і якість досягнутих ресурсів агентів в спілкуванні; відносини взаємності обміну. Аналіз праць П.Бурдьє дозволяє зробити висновок про те, що соціальний капітал найбільш тісно пов'язаний з іншими формами капіталу, а саме його існування передбачає обов'язкову присутність інших капіталів.

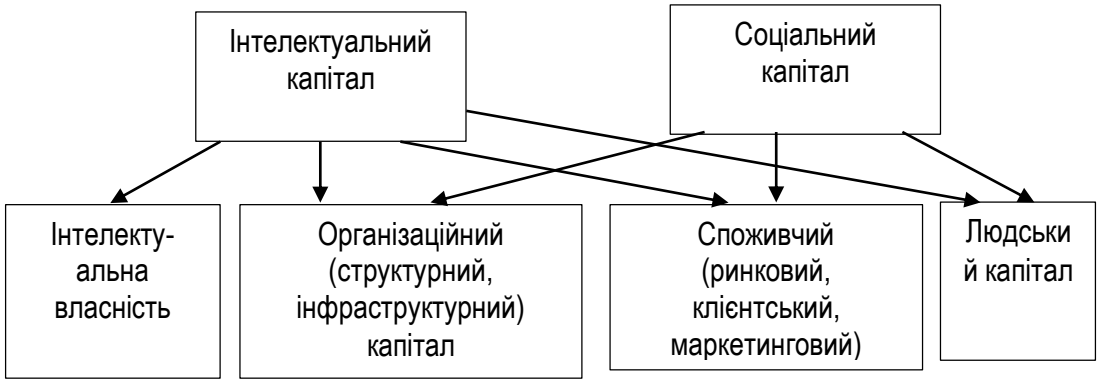


Рис. 1. Структурні компоненти інтелектуального і соціального капіталів
Джерело: складено автором на основі власних досліджень

На рис. 1 показано як співвідносяться соціальний і інтелектуальний капітал підприємства. Як можна побачити, вони тісно взаємопов’язані і виникає потреба виокремити їх складові окремо.

Таблиця 1

Наявність (+) або відсутність (-) відповідної складової у капіталі

Складові капіталу	Інтелекту-альна власність	Організа-ційний капітал	Споживчий капітал	Людський капітал
ТМ, Бренди, Фірмові назви	+			
Інформаційні ресурси	+			
Методики роботи, інструкції, організаційна структура, тип управління		+		
Систематизовані знання, в тому числі ноу-хау	+			+
Патенти, винаходи, ліцензії, корисні моделі, промислові зразки	+			
Знання, навички і досвід працівників, інтелектуальна гнучкість, поведінкові особливості, соціальний інтелект, вимогливість				+
Корпоративна соціальна відповідальність, зв'язки з громадськістю		+		
Ділова репутація, відносини із клієнтами (постачальниками, партнерами, споживачами), суспільством, регулюючими органами, групами впливу засобами масової інформації, тощо			+	
Корпоративні відносини, корпоративна культура		+		

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Дж. Коулман зазначає, що соціальний капітал визначається своїми функціями. Він включає в себе безліч різних складових, які характеризуються двома основними властивостями. По-перше, вони складаються з кількох соціальних структур, по-друге, полегшують визначення дії агентів всередині самої структури.

Отже, основу соціального капіталу складає приналежність до групи і внутрігрупову довіру. Так, якщо всередині групи існують повна надійність і довіра її членів один до одного, то така структура володіє великими потенційними можливостями і може досягти більшої результативності, ніж група, в якій немає таких якостей [12]. Причому, чим сильніше розвинена соціальна мережа особистих відносин, тим вище досягнення певних цілей і тим вище відтворення не тільки соціального, а й інших форм капіталу.

В табл.1 показані складові капіталу, які зустрічаються в дослідженнях в різних його видах. Як можна побачити, в деяких видах капіталу відбувається дублювання окремих складових. Це вносить деяку плутаницю у зміст і структурне наповнення визначених видів капіталів, які сьогодні здійснюють вагомий внесок у створення доданої вартості підприємства.

Висновки. Інтелектуальний капітал потрібно розглядати не окремо, а в контексті формування загального капіталу підприємства. Сьогодні з'явилася нова концепція соціального капіталу, елементи і складові якої можуть дублювати складові

інтелектуального капіталу. А соціальний і інтелектуальний капітали разом із фізичним і фінансовим в поєднанні становлять загальний капітал підприємства.

Інтелектуальний капітал формують матеріальні та нематеріальні складові. В нього включають не тільки здібності, знання, навики та досвід співробітників, що залежить від мотивації людини до самонавчання, але й результат цієї діяльності оформлений у вигляді об'єктів інтелектуальної власності, що дозволяє реалізувати можливості компанії до освоєння інвестицій.

Під інтелектуальним капіталом потрібно розуміти сукупність знань, досвіду і ключових компетенцій персоналу і результат втілення цих знань в уречевлених і неуречевлених активах, що є результатом інтелектуальної діяльності людини і виступає об'єктом інтелектуальної власності. Інтелектуальна власність може бути відображена на балансі підприємства як нематеріальний актив у відповідності із «Положенням про організацію бухгалтерського обліку та звітності в Україні», затвердженому постановою Кабінету Міністрів України і реалізованому у Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» та Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств». Цими документами регламентується порядок операцій із нематеріальними активами на підприємстві.

Структурно інтелектуальний капітал потрібно розглядати як сукупність людського капіталу і інтелектуальної власності як капіталу. Людський капітал – це знання, навички і досвід працівників, інтелектуальна гнучкість, поведінкові особливості, включаючи соціальний інтелект, вимогливість.

Соціальний капітал підприємства можна визначити як нематеріальний актив, що створюється організацією через систему соціальних взаємовідносин на внутрішньоорганізаційному, міжорганізаційному й організаційно-інституціональному рівні за рахунок створення унікальних конкурентних переваг, які виступають ключовими факторами успіху на ринку в отриманні доданої вартості . Підприємство є носієм певного соціального капіталу, який неможна відокремити і передати. Соціальний капітал підприємства проявляється у двох видах взаємодій, а саме між співробітниками у системі внутрішнього середовища організації та зовнішньої взаємодії організації з суб'єктами зовнішнього середовища. Соціальний капітал складається із двох типів капіталів в означеннях, які зустрічаються в літературних джерелах, із організаційного (структурного, інфраструктурного) капіталу і споживчого (ринкового, клієнтського, маркетингового, марочного) капіталу.

Структурний капітал включає інформаційні ресурси, методики роботи, інструкції і організаційну систему. До нього відносяться систематизовані знання, в тому числі ноу-хау, які можна відокремити від працівників і від підприємства. Таким чином, ноу-хау виступає як частина людського і структурного капіталу. Споживчий капітал включає бренди, фірмові найменування, ділову репутацію, відносини із клієнтами (постачальниками, партнерами, споживачами), суспільством, регулюючими органами, групами впливу, засобами масової інформації, тощо, він визначає зв'язки з клієнтами, споживчу прихильність, інформацію про клієнтів, історію взаємовідносин з ними, пов'язані з ринковими операціями відносини з покупцями, контракти, портфель замовлень, франшизи та ліцензійні замовлення.

Його важливість разом із інтелектуальним капіталом важко оцінити, але його існування сьогодні задовольняє всім вимогам існування капіталу і основній з них – це створення доданої вартості підприємства.

Література.

1. Гелбрейт Д. К. Экономические теории и цели общества [Текст] / Д. К. Гелбрейт. – М. : Прогресс, 1979. – 406 с. – (рос. мовою).
2. Stewart T.A.TheIntellectual Capital. The New Wealth of Organizations. N.-Y.-L., 1997. – 270 p.
3. Эдвинсон Л. Интеллектуальный капитал: определение истинной стоимости компаний / Л. Эдвинсон, М. Мэлоун //Новая постиндустриальная волна на Западе; под ред. В. Иноземцева. – М.:Academia, 1999. – 640 с.
4. Зинов В. Г. Менеджмент инноваций: кадровое обеспепечение : [учеб. пособие] / В. Г. Зінов. – М. : Дело, 2005. – 496 с.;
5. Казакова Н. В. Некоторые подходы к управлению знаниями и интеллектуальным капиталом в современной экономике / Н. В. Казакова // Инновации. – 2003. – № 1. – С. 54-60.
6. Иноземцев В. Л. К теории постэкономической общественной формации / В. Л. Иноземцев. – М. : Academia, 1995. – 452 с.
7. Леонтьев Б. Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Б. Б. Леонтьев. – М. : Акционер, 2002. – 225 с.
8. Селезнев Е.Н. Интеллектуальный капитал как объект управления / Е.Н.селезнев. // Справочник экономиста 2007. - №2 / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.profiz.ru/se/2_2007/intelkapital/
9. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с.
10. Кендюхов А. В. Интеллектуальный капитал как новая экономическая категорія / О.Кендюхов // Економіка промисловості. – 2002. – № 3. – С. 129 – 133.
11. Bourdieu P. The forms of capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. – N.Y.: Greenwood, 1985. – P. 241–258.; Bourdieu P. Social Critique of the Judgement of Taste / P. Bourdieu, A. Distinction. – London :Routledge and Kegan Paul. – 1984. – P. 234.
12. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – 2001. – №3. – С. 121–139.

References.

1. Gelbreyt D. K. Ekonomicheskie teorii i tseli obschestva [Tekst] / D. K. Gelbreyt. – M. : Progress, 1979. – 406 s.
2. Stewart T.A.TheIntellectual Capital. The New Wealth of Organizations. N.-Y.-L., 1997. – 270 p.
3. Edvinson L. Intellektualnyiy kapital: opredelenie istinnoy stoimosti kompaniy / L. Edvinson, M. Meloun //Novaya postindustrialnaya volna na Zapade; pod red. V. Inozemtseva. – M.:Academia, 1999. – 640 s.
4. Zinov V. G. Menedzhment innovatsiy: kadrovoe obespepechenie : [ucheb. posobie] / V. G. ZInov. – M. : Delo, 2005. – 496 s.;
5. Kazakova N. V. Nekotoryie podhodyi k upravleniyu znaniyami i intellektualnyim kapitalom v sovremennoy ekonomike / N. V. Kazakova // Innovatsii. – 2003. – # 1. – S. 54-60.
6. Inozemtsev V. L. K teorii postekonomicheskoy obschestvennoy formatsii / V. L. Inozemtsev. – M. : Academia, 1995. – 452 s.
7. Leontev B. B. Tsena intellekta. Intellektualnyiy kapital v rossiyskom biznese / B. B. Leontev. – M. : Aktsioner, 2002. – 225 s.
8. Seleznev E.N. Intellektualnyiy kapital kak ob'ekt upravleniya / E.N.seleznev. // Spravochnik ekonomista 2007. - #2 / http://www.profiz.ru/se/2_2007/intelkapital/
9. Bruking E. Intellektualnyiy kapital / E. Bruking; per. s angl. – SPb. : Piter, 2001. – 288 s.
10. Kendyuhov A. V. Intellektualnyiy kapital kak novaya ekonomicheskaya kategorlya / O.Kendyuhov // EkonomIka promislovostI. – 2002. – # 3. – S. 129 – 133.

11. Bourdieu P. The forms of capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. – N.Y.: Greenwood, 1985. – P. 241–258.; Bourdieu P. Social Critique of the Judgement of Taste / P. Bourdieu, A. Distinction. – London :Routledge and Kegan Paul. – 1984. – P. 234.
12. Koulman Dzh. Kapital sotsialnyiy i chelovecheskiy // Obschestvennyie nauki i sovremennost. – 2001. – #3. – S. 121–139.

Ирина Федулова, д.э.н., профессор
Национальный университет пищевых технологий

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛЫ И ИХ СООТНОШЕНИЕ

При определении интеллектуального и социального капиталов происходит дублирование отдельных составляющих. Это вносит некоторую путаницу в содержание и структурное наполнение определенных видов капиталов Интеллектуальный капитал рассматривается как совокупность знаний, опыта и ключевых компетенций персонала и результат воплощения этих знаний в овеществленных и неовеществленных активах, являющихся результатом интеллектуальной деятельности человека и выступает объектом интеллектуальной собственности. Это совокупность человеческого капитала и интеллектуальной собственности как капитала. Социальный капитал предприятия рассматривается как нематериальный актив, создается организацией через систему социальных взаимоотношений на внутриорганизационном, межорганизационном и организационно-институциональном уровне за счет создания уникальных конкурентных преимуществ, которые выступают ключевыми факторами успеха на рынке в получении добавленной стоимости. Он состоит из организационного (структурного, инфраструктурного) капитала и потребительского (рыночного, клиентского, маркетингового, марочного) капитала.

Ключевые слова: *интеллектуальный капитал, социальный капитал, человеческий капитал, потребительский капитал, организационный капитал, структурный капитал*

Iryna Fedulova, Ph. D, professor
National University of Food Technology

INTELLECTUAL AND SOCIAL CAPITAL AND THEIR CHARACTERISTICS

The article deals with the definition of the content and structure of intellectual and social capital, their characteristics and core elements.

There is duplication of some components in the definitions of intellectual and social capitals. It causes some confusion in the essence and structure of considered types of capitals. Intellectual capital is defined as set of knowledge, experience and key personnel competence and result of their embodiment in fixed assets and invisible assets that are the result of human intellectual activity and can be considered as an object of intellectual property. It is set of human capital and intellectual property as capital. Social capital of the company is considered as an invisible asset, created by the organization through a system of social relations at the corporate, inter-organizational and organizational-institutional level due to creation of unique competitive advantages that are the key success factors at the market to obtain added value. It consists of institutional (structural, infrastructural) capital and consumer (market, client, marketing, branded) capital.

Keywords*: intellectual capital, social capital, human capital, consumer capital, organizational capital, structural capital.*