

**Угурчиева Ася Мурадовна**

студентка

Научный руководитель

**Сутулова Юлия Олеговна**

ассистент кафедры

ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»

г. Нижневартовск, ХМАО-Югра

## **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ: ВЛИЯНИЕ ЗНАНИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ**

***Аннотация:** в статье исследуется важность знаний и интеллектуального капитала в современном бизнесе. Интеллектуальный капитал включает навыки сотрудников, интеллектуальную собственность, репутацию, бренд, бизнес-процессы, деловые связи и инновационный потенциал. Эти нематериальные активы существенно влияют на рыночную стоимость компании, часто составляя значительную её часть. Знания способствуют созданию уникальных продуктов и услуг, повышению качества и эффективности бизнес-процессов, что позволяет компаниям устанавливать конкурентоспособные цены и занимать лидирующие позиции на рынке. В статье рассматриваются различные методы оценки интеллектуального капитала, включая прямое измерение, рыночную капитализацию, отдачу на активы. Особое внимание уделяется влиянию интеллектуального капитала на ценообразование, стратегическому значению управления нематериальными активами для долгосрочного успеха и устойчивого роста компании.*

***Ключевые слова:** интеллектуальный капитал, знания, цена, стоимость компании.*

Интеллектуальный капитал сегодня является ключевым активом для бизнеса в условиях быстро меняющегося рынка. Он представляет собой совокупность неосязаемых активов бизнеса, включая знания, навыки, опыт, инновации, бренд,

связи и отношения с клиентами. Ценообразование в бизнесе напрямую зависит от управления интеллектуальным капиталом и правильного учета его стоимости.

Т. Стюарт, основатель концепции интеллектуального капитала, рассматривает понятие интеллектуального капитала как интеллектуального материала, состоящего из знаний, опыта, информации и интеллектуальной собственности. Многие исследователи интеллектуального капитала разделяют схожие взгляды на данное понятие [2].

Интеллектуальный капитал (ИК) тесно взаимосвязан с ценообразованием, поскольку определяет уникальность продуктов и услуг, добавленную стоимость и конкурентные преимущества компании. Интеллектуальный капитал состоит из трех основных компонентов: человеческого, структурного и клиентского капитала, которые помогают компаниям формировать ценовую политику, отражающую качество, инновации и удовлетворение потребностей клиентов [5].

Человеческий капитал (ЧК) – это совокупность знаний, навыков, опыта и компетенций сотрудников компании. Он тесно связан со стоимостью компании, клиентами и ценообразованием [1]. Компании, которые вкладывают ресурсы в развитие и поддержку человеческого капитала, получают конкурентные преимущества за счет улучшения качества продуктов и услуг, укрепления отношений с клиентами и возможности устанавливать более высокие цены. Инвестиции в ЧК являются долгосрочной стратегией для повышения стоимости бизнеса и улучшения его рыночных позиций.

Второй компонент интеллектуального капитала включает в себя внутренние процессы, технологии, системы управления, базы данных, патенты [5]. Он играет ключевую роль в взаимодействии с клиентами, формировании стоимости компании и установлении стратегий ценообразования. Развитие структурного капитала создает устойчивые конкурентные преимущества, которые способствуют увеличению стоимости компании и ее способности устанавливать прибыльные цены на продукцию и услуги.

Взаимосвязь клиентского капитала со стоимостью, потребителями и ценообразованием показывает, что успешные компании активно используют свои

знания о клиентах для создания добавленной стоимости, укрепления клиентской базы и формирования эффективных ценовых стратегий [1]. Компании, которые понимают важность потребительского капитала и инвестируют в него, получают конкурентные преимущества, повышают свою стоимость на рынке и создают устойчивые потоки доходов.

Таким образом, интеллектуальный капитал играет основную роль в стратегии ценообразования компаний. Чем выше уровень человеческого, структурного и клиентского капитала, тем больше возможностей для установления высоких цен благодаря уникальным предложениям, высокой эффективности и пониманию потребностей клиентов. Компании, которые эффективно используют интеллектуальный капитал, могут не только поддерживать высокие цены на свои продукты и услуги, но и увеличивать лояльность клиентов, формируя долгосрочные конкурентные преимущества [4]. Для получения наибольшей эффективности управления ИК стоит правильно выбирать модели и методы, которые влияют на стоимость и конкурентноспособность компании. Выбор модели управления позволяет компании структурировать свои знания и ресурсы таким образом, чтобы максимально и результативно использовать их для ценообразования [3].

В России существует множество компаний и отраслей, где повышение квалификации и знаний сотрудников приводит к росту цен на товары и услуги.

В качестве примера можно привести сферу ИТ, где чем выше квалификация разработчиков, аналитиков и инженеров, тем сложнее и технологичнее становятся продукты и решения. Например, компания «1С» может повысить цены на свои программные продукты и услуги, если внедряет более сложные технологические решения, разработанные высококвалифицированными специалистами. Также это касается кастомизации решений для крупных корпораций, где нужны глубокие экспертизы.

В сфере образования рост квалификации преподавателей и внедрение новых образовательных методик ведет к увеличению стоимости программ обучения. Например, образовательные курсы в «Нетологии» или «Skillbox» могут подорожать по мере улучшения качества контента и преподавателей с большим опытом.

Также не стоит забывать о фрилансерах и работниках сферы красоты, каждое повышение квалификации, пройденные мастер-классы напрямую воздействуют на уровень и качество выполнения предоставляемых услуг, а в дальнейшем и на увеличение стоимости оказания услуг.

Репутационное преимущество может быть достигнуто в результате грамотного управления интеллектуальным капиталом и знаниями: совершенствования бренда и обеспечения высокого уровня лояльности к нему, а также установления доверительных и взаимовыгодных отношений с партнёрами [4].

Операционная эффективность достигается благодаря развитию компонентов человеческого капитала, повышению компетентности персонала, его умственных способностей и способности к обработке информации, а также интеллектуальной гибкости, позволяющей адаптироваться к инновациям и изменениям [4].

Таким образом, интеллектуальный капитал становится важным фактором, напрямую влияющим на рыночную стоимость компании и ее возможности для создания долгосрочной прибыли. Компании, обладающие значительным интеллектуальным капиталом, могут устанавливать более высокие цены на свои товары и услуги, поскольку они предлагают уникальные продукты или решения, основанные на высоком уровне экспертизы и инноваций. Рост знаний и квалификации сотрудников увеличивает ценность нематериальных активов компании, что способствует устойчивому конкурентному преимуществу, высокой рыночной капитализации и способности удерживать премиальные цены.

### ***Список литературы***

1. Байбурина Э.Р. Роль интеллектуального капитала в создании стоимости российских компаний / Э.Р. Байбурина, И.В. Ивашковская // Финансы: теория и практика. – 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <file:///C:/Users/home%20pc/Downloads/rol-intellektualnogo-kapitala-v-sozdanii-stoimosti-rossiyskih-kompaniy.pdf> (дата обращения: 12.12.2024).

2. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т. Стюарт; пер. с англ. В. Ноздриной. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.

3. Сутулова Ю.О. Управление интеллектуальным капиталом: модели и методы / Ю.О. Сутулова // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – Т. 1. №4 (145). – С. 133–139. DOI 10.36871/ek.up.p.r.2024.04.01.017. EDN SKZTJK

4. Турова Э.Ю. Интеллектуальный капитал как фактор роста стоимости компании / Э.Ю. Турова // Вестник Московского университета. Сер. 21. Управление (государство и общество). – 2011. – №3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: file:///C:/Users/home%20pc/Downloads/intellektualnyy-kapital-kak-faktor-rosta-stoimosti-kompanii.pdf (дата обращения: 12.12.2024). EDN OFPMNP

5. Устинова Л.Н. Интеллектуальный капитал: понятие, сущность, свойства / Л.Н. Устинова // Финансовая аналитика: проблемы и решения практика. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/3FGriq> (дата обращения: 12.12.2024).