

І.М Зеліско, Г.Ю. Пономаренко

**УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ
ПІДПРИЄМСТВ**

МОНОГРАФІЯ

Київ - 2015

УДК 005.336.49(081)

ББК :65.9(2)261.85

346

Рецензенти:

д.е.н., професор Гудзь О.Є.,

д.е.н., професор Охріменко І.В.,

д.е.н., професор Худолій Л.М.

Рекомендовано до друку Вченою радою Київського університету імені Бориса Грінченка (протокол № 5 від 28 травня 2015р.)

Зеліско Інна Михайлівна, Пономаренко Галина Юріївна

Управління інтелектуальним капіталом підприємств [текст]: монографія /
І.М. Зеліско, Г.Ю. Пономаренко – : Київ, 2015. – 280 с.

У монографії досліджено теоретико-методологічні доміанти формування, розвитку і використання інтелектуального капіталу підприємства. Окреслено пріоритети розвитку інтелектуального капіталу підприємства в умовах економічного розвитку. Запропоновано оптимальні напрями функціонування міжсекторного партнерства та оцінено його вплив на формування соціального капіталу. Узагальнено зарубіжний досвід розвитку знань і можливості його поширення в Україні. Обґрунтовано мотивацію інтелектуалізації праці на сучасних підприємствах.

© Зеліско І.М., Пономаренко Г.Ю., 2015

Зміст

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження інтелектуального капіталу підприємств	6
1.1. Історично зумовлені типи інтелектуального капіталу.....	6
1.2. Розвиток концепції та моделей інтелектуального капіталу підприємства.....	23
1.3. Концептуальні види інтелектуального капіталу.....	58
РОЗДІЛ 2. Механізм управління інтелектуальним капіталом підприємств.....	83
2.1. Формування інтелектуального капіталу підприємств в умовах «економіки знань».....	83
2.2. Моніторинг інтелектуального капіталу підприємств: соціально-економічна доцільність і дієвість запровадження.....	97
2.3. Оцінка ефективності використання інтелектуального капіталу підприємств.....	108
2.4. Інтелектуальний капітал аграрних підприємств та його вплив на фінансові показники діяльності.....	168
РОЗДІЛ 3. Пріоритети розвитку та захисту інтелектуального капіталу підприємств	177
3.1. Мотивування працівників до підвищення рівня інтелектуалізації праці на підприємствах.....	177
3.2. Підприємницький конструктивізм як фактор формування інноваційного підприємства.....	187
3.3. Захист інтелектуального капіталу підприємства як складова фінансової безпеки підприємства.....	196
ВИСНОВКИ.....	202
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	209
ДОДАТКИ.....	247

ВСТУП

Сучасний етап економічного розвитку характеризується глобалізацією ринків, демографічними змінами, високим рівнем інноваційності, швидкими темпами прогресу інформаційних технологій, зростанням ролі знань, що визначає вектори модернізації народного господарства шляхом появи «знаннєвомістких» галузей і виробництв, виступаючи каталізатором економічного зростання і поліпшення соціального рівня розвитку громадянського суспільства, інтелектуальний капітал стає. Розвиток інтелектуального капіталу підприємства виступає основною метою його господарювання, враховуючи корисність (цінність), яку він приносить не лише для його власників, менеджерів, працівників, а й локальних громад, в середовищі яких воно функціонує, і країни загалом. Це засвідчує те, що розвиток інтелектуального капіталу перетворюється на ключовий процес в екзистенції вітчизняних суб'єктів господарювання.

Поняття інтелектуального капіталу стало об'єктом дослідження численних представників економічної науки починаючи з 1990 рр. ХХ ст.: Т. Стюарта, Р.Каплана, Д. Нортона, В. Хадсона, Р. Холла, Е. Брукінг, Г. Сант-Онжа, Л. Едвінссона, М. Меллоуна, К. Свейбі, Й. Руса, Г. Руса, Б. Ловендаля, Дж. Нагапета, С. Гошала, В. Іноземцева, П. Саллівана, М. Братніцького, Я. Стрижини, Б. Лева, Н. Бонтіса, Б. Леотньєва, Д. Добії, І. Родова, Ф. Лельрта, А. Козирєва, В.Макарова, М. Павлова, Н. Кільчевскої, К. Перехуди, М. Літшка, А. Маркома, С. Шундер, Е. Скжипек, Г. Урбанека, А. Гапоненко, Ю. Бажала, І. Булеєва, О. Бутнік-Сіверського, В. Врублевського, В. Геєця, Н. Гавкалової, А.Колота, А. Чухна, О.Кендюхова, І. Михасюка, В. Петренка, С. Ілляшенка, та ін.

Презентація концептуальних засад функціонування і окреслення векторів розвитку інтелектуального капіталу підприємств у сучасних умовах є метою представленої монографії. Складається дослідження із трьох розділів у змісті яких розкрито проблеми інтелектуального капіталу.

Перший розділ «Теоретико-методологічні засади дослідження інтелектуального капіталу підприємств» представляє оформлення термінологічного поля, враховуючи той факт, що концепція

інтелектуального капіталу підприємства є новітнім вектором розвитку сучасної економічної думки. З цього приводу, при висвітленні еволюції форм економічної категорії «капітал» представлено історичні архетипи інтелектуального капіталу визначено його функції, характерні ознаки та роль у суспільно-економічних трансформаціях. Гностично-еволюційна структуризація концепції інтелектуального капіталу підприємства свідчить про незначні розбіжності, які виникають під час наукового дискурсу між сучасними економічними школами з приводу категоріальної визначеності цього багатогранного феномену. Для вивчення теорії інтелектуального капіталу підприємства використано гностичні підходи, що суттєво збагачує синкретичне знання про його еволюцію і сутність.

Другий розділ монографії «Механізм управління інтелектуальним капіталом підприємств», в якому обґрунтовано соціально-економічну доцільність і дієвість запровадження моніторингу інтелектуального капіталу підприємства. Якісна оцінка, аспекти вимірювання і аналіз ефективності використання інтелектуального капіталу підприємства здійснені на основі виявлення переваг і недоліків наявних на сьогодні методів діагностики. Запропоновано можливості їх застосування на вітчизняних підприємствах.

Третій розділ «Пріоритети розвитку та захисту інтелектуального капіталу підприємств» вміщує досвід європейських підприємств щодо розвитку внутрішнього середовища для мотивування працівників до підвищення рівня інтелектуалізації праці. Значну увагу приділено питанням усвідомлення вітчизняними суб'єктами господарювання, органами влади і громадськими організаціями необхідності визначення шляхів міжсекторного партнерства, що сприятиме розвитку соціального капіталу в локальному середовищі функціонування підприємства. Саме це, на нашу думку, забезпечить в Україні появу соціально відповідального бізнесу.

Монографія є результатом емпіричних досліджень проблем забезпечення зрівноваженого розвитку підприємств на основі формування інтелектуального капіталу. Запропонована монографія зацікавить проблематикою інтелектуального капіталу широке коло науковців, викладачів, підприємців, державних службовців, аспірантів і студентів, тобто активізує людський чинник, який виступає ядром процесу інтелектуалізації господарського життя

у ХХІ сторіччі.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Історичні зумовлені типи інтелектуального капіталу

Сучасні підприємства, функціонуючи в умовах економічної та фінансової глобалізації, підвищення рівня турбулентності навколишнього середовища, можливості забезпечення свого зрівноваженого, динамічного розвитку все частіше пов'язують з інтелектуальним капіталом, що підтверджується ринковою капіталізацією фірм, які займають у світі панівні позиції. Додатковим підтвердженням виступають дослідження, результати яких засвідчують, що ринкова вартість найбільших світових компаній впродовж кількох десятиліть суттєво перевищує їх балансову вартість, зокрема протягом 2011–2012 рр. ріст фірми, відомих під брендами «Apple» сягнув майже 90 % (282,4 млрд. дол.), «IBM» – більше 50 % (81,1 млрд. дол.), «Intel» – майже 20 % (22,9 млрд. дол.), «Coca-Cola» – більше 15 % (22,9 млрд. дол.), «Microsoft» – 8 % (20,3 млрд. дол.), (табл. 1.1) [4,5]. Водночас, для низки фірм протягом аналізованого періоду помітним було зниження їх ринкової вартості, зокрема найбільшим значення даного показника відновуємо для «Hewlett-Packard» – 60 % (73,2 млрд. дол.), «General Electric» – більше 35 % (117,2 млрд. дол.), «Google» – 147,66 млрд. дол., «McDonalds» – 62,32 млрд. дол., «Walt Disney» – 61,03 млрд. дол. (табл. 1.1). [6].

Досліджуючи ефективність функціонування суб'єктів господарювання як у розвинених країнах, так і країнах, які зазнають трансформаційних перетворень, можемо стверджувати, що інтелектуальний капітал поступово стає ключовим фактором прогресу, зрівноваженого розвитку суб'єктів господарювання в умовах невизначених перманентних змін. При цьому, джерелом капіталізації інтелектуального капіталу підприємства виступають інтелект, знання, інформація, які дедалі більше визначають конкурентоспроможність кожного господарського суб'єкта.

Інтерес учених до проблематики інтелектуального капіталу сягає кінця першої половини ХІХ ст., коли економіст Петер Друкер (1909 –2005) вмістив у

«Концепції корпорації» (1946) результати співпраці з фірмою «Дженерал Електрик» [7].

Подальшій активізації досліджень сприяло становлення у розвинутих країнах «нової економіки», етапи зародження якої на прикладі галузей освіти, зв'язку (телекомунікацій), інформаційного сектору, використовуючи термін «індустрія знань» («*Knowledge Industry*») вдало описав учений Фріц Махлуп (1902–1983) у книзі «Виробництво і поширення знань у США» (1966), акцентуючи увагу на інтелектуальних знаннях, здатних задовільнити інтелектуальні потреби членів суспільства [8]. Даніел Белл (нар. 1919 р.) у праці «Майбутнє постіндустріальне суспільство» (1973) стверджує, що основним ресурсом «суспільства знань» поступово стають наукові кадри [9].

Особливо актуалізувався внесок інтелектуальної праці у забезпечення економічного зростання, покращення добробуту населення в економічно високорозвинутих країнах на початку ХХІ ст., зокрема у США (85 %), Великобританії (89 %), Японії (90 %) [10].

На думку Даніела Белла, подальші зміни більшою мірою стосуватимуться соціальної основи прогресу суспільства, зокрема будуть характерні для «економіки, технології та системи зайнятості» [11].

Геррі С. Беккер (нар. 1930 р.) вперше у 1962–1964 рр. у своїх працях послуговувався терміном «людський капітал» («*Human Capital*»), який став невід'ємним компонентом у концепції інтелектуального капіталу, розробленій дещо пізніше. Інший учений, Джон К. Гелбрейт (1908–2006), характеризуючи «Нове індустріальне суспільство» (1967) через призму розвитку корпорацій [12], побудованих на основі «техноструктури», що служить «апаратом для прийняття колективних рішень» [13], доводить зниження потреби у «особливо обдарованих людях», зумовленого науково-технічним опрацюванням механізму координації знань широкого кола «людей із вузькою спеціалізацією» [14], використавши поняття «інтелектуальні можливості» [15], «організовані знання» [16], «спеціальні знання» [14]. Беручи до уваги розвиток наукоємних виробництв в індустріальній економіці дослідник [18], погляди якого найбільш широко критикувалися економістами, незважаючи на те, що він був «найбільш читабельним автором в історії економічної думки» та надзвичайно цікавим лектором [19], поряд із поняттям «інтелектуальний консерватизм» використовує термін «інтелектуальні здібності» [20].

Підавши оцінці ідеї ученого, за уважимо, що дане поняття носить обмежений характер, поскільки є лише характеристикою індивідуального інтелектуального капіталу, яка виступає важливою детермінантою інтелектуального капіталу підприємства. Вважаємо за доцільне звернути увагу на напрацювання таких дослідників як Ітамі Хіроякі, який вперше вводить у наукових обіг термін «невидимі активи» («*Invisible assets*»), що формують засоби, які базуються на інформації (технологія, довіра клієнтів, марка, організаційна культура, менеджерські вміння), представляючи свої бачення у праці «Мобілізація невидимих активів» (1980) [21]; Карл Ерік Свейбі (нар. 1946 р.) у цей же період вперше послуговується поняттям «капітал знань» («*Knowledge capital*») (1980) [22], а згодом стає основоположником наукового напрямку «менеджмент знань» («*Knowledge Management*») (1990)[24].

Протягом 1980–1990 рр. у науковій літературі трапляється використання таких термінів як «нематеріальні активи» («*Intangible Assets*») у представників, зайнятих удосконаленням теоретико-організаційних аспектів бухгалтерського обліку [60; 83; 94; 144]; «інтелектуальний потенціал» («*Intellectual Potential*») – у менеджменті; «інтелектуальний капітал» («*Intellectual Capital*») – в економістів. Так, Роберт Каплан і Томас Джонсон стверджують, що на сучасних підприємствах спостерігається зниження впливу фінансових вимірників порівняно з новітніми – нематеріальними (1987)[25]; «інтелектуальні нематеріальні засоби» використовує у своїх працях Річард Холл – засновник фірми «*Omega Associates*»[26], зайнятої дослідженням вартості підприємства («*Values Technology*»), поділяючи їх на такі групи: засоби, пов'язані з інтелектуальною власністю – товарні знаки, патенти, авторські права, заявлені проекти і договори, торговельні таємниці, торговельні контакти; засоби знань і вмінь, що не знаходяться у безпосередньому розпорядженні підприємства – ноу-хау, культура (мотивація, компетенції, лояльність). При цьому автор переконаний, що на ключові компетенції впливають ноу-хау (у частині, не включеній до ліцензійних умов та патентів), технічні знання, креативність, вміння вирішувати проблеми, освіта, позиції [27,28].

В економічних публікаціях широке використання наукової термінологічної одиниці «інтелектуальний капітал» почалося недавно – з

Зважаючи на той факт, що в науковій літературі давно представлені поняття, які описують якість важливого формуючого елемента інтелектуаль-

ного капіталу – людського капіталу, зокрема таланту, вмінь, навичок, знань і освіти, то, на нашу думку, початкові корені зародження проблематики інтелектуального капіталу виправдано було б пов'язувати саме з періодом дослідження внеску людини в забезпечення економічного зростання. Зацікавленість кваліфікованою працею людини помічаємо ще в працях мислителів минулого – ранньої докласичної економічної думки, зокрема грецького філософа Ксенофонта (біля 430–354 рр. до н. е.), який стверджував, що «кваліфікований ремісник виготовить якіснішу річ, ніж звичайний виробник»[29]; меркантиліста Томаса Муна (1571–1641), який говорив про значення знань і вмінь людей у забезпеченні зростання продуктивності праці[30].

В економічній думці епохи меркантилізму (XVI ст. – перша половина XVIII ст.) виділяють два підходи до розуміння економічних аспектів людини. Перший підхід започаткований Вілямом Петті (1623–1687)[31], який вважав, що людина сама в собі становить капітал та продовжений його послідовниками у класичній економічній думці Вільямом Сеньйором (1790–1864)[32]; учнем Давіда Рікардо (1772–1823) Джоном Мак-Куллохом (1789–1864), який впровадив «економіку Рікардо» до сфери бізнесу та виступив фундатором економічних професій (вид. 1888 р.)[33]; представниками неокласичної економіки, засновником маржиналізму (напрям виник у середині XIX ст.); суб'єктивістом, розробником теорії граничної продуктивності Леоном Вальрасом (1834–1910); теорії оптимальної політики суспільного добробуту Вільфрідом Парето (1848–1923); фундатором теорії граничного аналізу Йоганном Г. Тюненом (1783–1850) дослідження якого, на думку Йозефа А. Шумпетера (1883–1950), випереджали свою епоху і базувалися на трактуванні людини як капіталу, що давало, на думку вченого, підстави до оцінки його вартості[34]. Зазначимо, що серед представників даного напрямку точилися гострі дискусії щодо доцільності трактування людини як капіталу та оцінки його вартості, зокрема між математиками Леоном Вальрасом (1834–1910), Вільфрідом Парето (1848–1923) та Ойгеном фон Бем-Баверком (1851–1914)[35].

Дослідження, здійснені Вільямом Петті (1623–1687) дали підстави стверджувати, що вартість капіталу, нагромадженого в людях в Англії на кінець XVII ст. на 70% перевищувала вартість рухомого і нерухомого матеріального майна країни [36]. Інший учений, попередник маржиналізму та

розробник теорії граничної продуктивності факторів виробництва Йоган Г. Тюнен [37] (1783–1850), наголошував, що вплив навчання на продуктивність праці повинен знаходити своє відображення у «відповідних винагородах»[38], які він співставляє з понесеними витратами на розвиток і навчання [39]. Зауважимо, що саме він дослідив залежність між витратами на навчання і рівнями винагород (заробітних плат), зокрема, чим краще підготовлений працівник, чим більші кошти витрачені на його навчання, тим вищою є продуктивність праці. Учений запропонував математичну модель, яка підтвердила, що співвідношення між рівнями заробітної плати кваліфікованої та некваліфікованої особи повинно визначатися співвідношенням їх продуктивності праці[40]. Крім того, науковець звернув увагу на той факт, що люди з низьким рівнем підготовки несвідомі у потребі навчання своїх дітей [41], тому для вирішення вказаної проблеми акцентував увагу на необхідності фінансування навчання дітей з таких сімей за держані кошти [42]. Саме такий процес організації освіти забезпечить рівний доступ до навчання і дасть можливість суттєво скоротити витрати держави на підготовку креативного працівника. На нашу думку, сучасні освітні реформи повинні характеризуватися зрозумілими, прозорими і справедливими напрямками щодо всіх членів суспільства, такими, що не підвищуватимуть рівня соціальної напруги в країні.

Другий вектор досліджень економічних аспектів людини відображений у працях представників класичної економіки, які включали людський капітал до «основного капіталу», – Адам Сміт (1723–1790), Джон С. Міль (1806– 1873), Теодор Шульц (1902–1998), Геррі С. Беккер (нар. 1930 р.) та виокремлювали «нематеріальний капітал» – класик Жан Б. Сей (1767–1832), попередник історичної школи Фрідріх Ліст (1789–1846).

Перший напрям пов'язаний із початковими згадками про значення знань і вмінь працівників для виготовлення продукції високої якості, зокрема Адамом Смітом у праці «Дослідження природи і причин багатства народів...» (1776) [43,44,45,46]. Опрацьовані Адамом Смітом наукові положення класичної економіки виражалися в окремому трактуванні людини та «основного капіталу, вміщеного в ній», представленого у якості нагромаджених умінь. Людину, яка «понесла значні витрати праці і часу для оволодіння будь-якою професією, що вимагає надзвичайних здібностей і творчості», вчений

порівнює із «дорогою машиною»[47]. Науковець стверджував, що «на основний капітал, характерною рисою якого є принесення доходу чи прибутку поза обігом чи без зміни власника,... впливають чотири головні позиції, у тому числі набуті навички. Для набуття таких кваліфікацій, враховуючи утримання їх носії змушені під час виховання і навчання здійснювати видатки, які треба вважати основним капіталом, вміщеним у даній людині.

Ці навички є частиною її майна, водночас частиною суспільного багатства, до якого належить людина» [48]. Саме Адам Сміт вперше звернув увагу на необхідність виплати вищих винагород для працівників, які володіють певними вміннями та навичками, як результату інвестування в людський капітал. Учений зауважував, що «продуктивність праці кваліфікованих працівників є вищою, ніж некваліфікованих, та стверджував, що це є результатом їх інвестування у свій капітал [49].

Джон С. Міль у праці «Основи політичної економії» підтримував поділ праці Адамом Смітом на продуктивну та непродуктивну [50], «яка не завершується створенням матеріального багатства»[51], надаючи «непродуктивній праці» корисності аналогічної продуктивній»[52]. Він аналізує кваліфікації працівників залежно від часу і витрат на навчання, звертаючи увагу на те, що винагорода (заробітна плата) більш кваліфікованих працівників повинна бути вищою ніж некваліфікованих на суму, яка дорівнює поверненню коштів, витрачених на навчання. Серед елементів забезпечення продуктивності праці вчений виділяє «... майстерність і знання ... робітників ... або управлінців»[53]. Джон С. Міль розглядає також проблему повернення понесених витрат, обумовлених нижчим рівнем оплати праці під час навчання, враховуючи відсотки, які б отримав працівник, що вчиться, якби не витрачав кошти на оплату навчання [54]. Із суспільного погляду корисність навчання він обґрунтовував збільшенням рівня інтелігентності, моральності, чесності, сумлінності, культури, знань населення. Корисність від навчання на макроекономічному рівні простежувалася у пришвидшенні темпів економічного зростання, збільшенні схильності населення до заощаджень, а на мікроекономічному – відображається у покращенні матеріального рівня домогосподарств [56]. Крім того, корисність навчання Джон С. Міль вбачає також у зниженні видатків з бюджету держави на фінансування силових органів, зокрема судів та міліції, оскільки навчання сприяє зниженню рівня злочинності [57], а, значить, може бути на сьогодні ключовим чинником

розвитку в Україні демократії і розбудови громадянського суспільства.

Жан Б. Сей, намагаючись поєднати погляди Вільяма Петті (1623–1687) та Адама Сміта у вивченні економічних аспектів людини започатковує новий напрям та зараховує капітал до матеріальних продуктів людської праці. Вчений трактує «людський капітал» як набуті та отримані вміння людини, що використовуються при матеріальному чи нематеріальному виробництві [58], а також акцентує увагу на знаннях, які передають науковці, підвищуючи таким чином продуктивність праці тих, хто отримує послуги [59]. Розроблені Жаном Б. Сеєм (1767–1832) теоретичні положення продуктивної праці, представлені у «Трактаті про політичну економію» (1803) зводяться до представлення нематеріального ефекту, адже «лекція, яку використовує студент ... є нематеріальним продуктом; проте споживання цього продукту підвищує рівень знань студента, а індивідуальні навички становлять ... вид капіталу, з якого студент отримуватиме прибутки. ...значить цінність лекції нагромаджена і перетворена в капітал» [60].

Трактуючи навчання у категоріях продуктивності, вчений стверджує, що здобуті знання є формою нагромадженого людського капіталу, який може бути лише частково, а не повністю переданий іншій людині [61]. Він вважає, що джерелом формування людського капіталу є різні форми навчання, зокрема виховання у родині, навчання в школі, навчання під час виконання праці і здобуття навичок [62]. Науковець трактує людину як «нематеріальний капітал», що в подальших дослідженнях стало основою для відокремлення факторів праці та капіталу, виділення матеріального (фізичного) капіталу. Таким чином, твердження вченого про гомогенність капіталу знайшли послідовників, що чітко відображено в економічній думці до другої половини ХХ сторіччя.

Свого розвитку теорія Жана Б. Сея набула у економічній думці представників історичної школи, яка виникла у Німеччині в середині ХІХ ст. і яку очолив Фрідріх Ліст (1789–1846). Учений відзначав ключове значення нагромаджених людиною протягом усього життя знань, умінь і здібностей у формуванні «національних можливостей виробництва», відкинувши «смітовське» представлення продуктивної праці. Фрідріх Ліст у своїй праці «Національна система політичної економії» (1841) представляє «людей науки, мистецтва ... творцями виробничого потенціалу. ... Благополуччя народу є

тим більшим, чим більш розвинутими є його продуктивні (виробничі) сили»[63]. У той же час науковець Олександр Кендюхов (нар. 1972 р.)[64] вважає, що зародження проблематики інтелектуального капіталу нерозривно пов'язане з першою згадкою у 1829 р. вченим Шарлем Фур'є [65] (1772–1837) поряд із працею і матеріальним капіталом нематеріального чинника виробництва – таланту[66]. Ми переконані у дискусійності цієї тези, оскільки сам по собі отриманий людиною талант, не доцільно вважати «інтелектуальним капіталом». Згідно наших міркувань, лише розвинутий людиною талант у результаті навчання і перманентної самоосвіти, доцільно відносити до формуючих домінант індивідуального інтелектуального капіталу. Адже, не секрет, що не завжди талановиті люди є високопродуктивним, а лише та частина, яка постійно розвиває і збагачує свій талант є успішною. Правильність даних думок знаходить підтвердження у давніх теологічних канонах, зокрема «Євангелія від Святого Матвія» («Новий заповіт») з цього приводу говорить «Притчею про таланти» [67]. Крім цього, у своїй праці «Новий світ» (1829 р.)

Шарль Фур'є (1772–1837) говорить про появу в умовах цивілізаційного суспільства можливості забезпечення гармонії в соціальних стосунках, тобто розглядає лише соціальний інтелектуальний капітал.

Важливий внесок у становлення проблематики людського капіталу зробили представники неокласичної економічної теорії – маржиналісти Альфред Маршалл (1842–1924), Артур Пігу (1877–1956), Михайло Туган-Барановський (1865–1919), Мілтон Фрідман (нар. 1942 р.) Джон Хікс (1904–1989), Пол Самуельсон (1915–2009).

Альфред Маршалл, який є основоположником кардиналістського вектора у сучасній мікроекономічній теорії, ще у 1890 р. стверджував, що «найбільш цінним з усіх капіталів є той, що заінвестований в людину»[68,69].

Проте, вчений не пов'язував формування людського капіталу з окремими особистостями, а з родинами [70,71]. На думку науковця, характерною рисою людського капіталу є неможливість його передачі від носія до іншої людини, адже «люди ... виступають одночасно і як засіб виробництва ... зберігають особисту власність на самого себе»[72,73]. Інвестування у розвиток людського капіталу Альфред Маршалл порівнював з інвестиціями у фізичний капітал, акцентуючи на тому, що мотивація

нагромадження першого у дітях шляхом інвестування у виховання і науку є аналогічною до акумуляції матеріальних засобів для майбутнього дітей[74,75]. Дослідник підкреслював значення виховання, стверджував, що «... заробітні плати мають тенденцію до тісного, хоча і непрямого зв'язку ... з витратами на відтворення, виховання, навчання і утримання продуктивних працівників»[76,77]. Альфред Маршалл особливу увагу звернув на залежність граничної продуктивності праці від рівня винагороди (заробітної плати) працівника, стверджуючи, що «заробітна плата має тенденцію до зрівняння з вартістю чистої продукції, а гранична продуктивність праці визначає ціну попиту на цю працю»[78,79]. У зв'язку з цим, звертав увагу на той факт, що матеріальний рівень добробуту впливає не лише на те, що «діти людей з низьким рівнем заробітної плати не тільки гірше одягнуті, а й мають гіршу освіту, ... брак коштів на кращу освіту є причиною неможливості розвитку своїх здібностей, що в кінцевому випадку негативно впливає на їх розвиток та продуктивність праці»[80,81]. Саме Альфред Маршалл вперше здійснив поділ на загальне навчання, яке дає можливості отримати знання, необхідні в усіх сферах життя, та спеціальне – знання і вміння, важливі лише для певних сфер діяльності, наприклад обслуговування певних виробничих процесів. Однак, дещо помилковим було його твердження, що підприємство не може отримати користі з вкладів у навчання працівника, підтвердження чого знаходимо в здійснених у другій половині ХХ ст. дослідженнях науковця Геррі С. Беккера (нар. 1930 р.).

Поява сучасної теорії людського капіталу базувалася на працях вченого Ірвінга Фішера (1867–1947), лауреата Нобелівської премії з економіки (1976), який, поділяючи погляди теорії капіталу Леона Вальраса (1834– 1910), до капіталу відносив «... людську майстерність» [83] та у процесі гострих наукових дискусій виражає свою думку на такі його характеристики, як «матеріальний зміст, грошовий вимір, тривалість і можливість повторного використання», звертаючи увагу на той факт, що всі засоби можуть бути капіталом лише за умови використання [84]. На підставі цього вчений стверджує, що працівники також можуть виступати у якості капіталу господарських суб'єктів, а «людський капітал нагромаджується так само, як фізичний» [85]. Ірвінг Фішер підкреслював, що «вміння механіка не є багатством, доданим до людини; саме кваліфікований механік повинен бути зарахованим до категорії багатства»[86]. Отже, на думку науковця, людський капітал не існує поза особистістю, не може бути відділеним від власника, а є

категорією, доданою до її носія. Саме ця характеристика – неможливість зміни власника – і відділяє людський капітал від фізичного, який, власне, у результаті обігу на ринку може змінювати власника.

Марк Блауг [87] (1927–2011) відзначаючи напрацювання методологічних позицій наукового економічного поняття «людський капітал», поширює тезу, що саме у 60-их р. ХХ ст. відбулася «революція в економіці, пов'язана з інвестуванням в людей»[88]. Вперше у науковому обігу частина створених благ у суспільстві відноситься не до споживчих благ, а розглядається як інвестиції (наприклад, видатки на освіту, охорону здоров'я). Додатковим свідченням розвитку даної проблематики вчений наводить публікацію у 1962 р. додаткового номеру «Журналу політичної економії» («*Journal of Political Economy*») [89], який вийшов під назвою «Інвестиції в людину» («*Investment in Human Being*»), матеріали якого вміщували нові статті даного наукового напрямку дослідження і перші розділи монографії вченого Геррі С. Беккера (нар. 1930 р.) «Людський капітал» («*Human Capital*»), загалом опублікованої у 1964 р.

В економічній та фінансовій думці теоретичну доктрину людського капіталу пов'язують із науковим доробком ученого Теодора Шульца (1902–1998)[90] – лауреатом Нобелівської премії з економіки у 1979 р., який сформулював основи концепції людського капіталу, використавши наукові дослідження Джейкоба А. Мінцера (1922–2006)[91] та Геррі С. Беккера (нар. 1930 р.)[92], опираючись на класичній моделі Адама Смітта, в яких досліджено залежність між вміннями, здібностями працівників та властивостями фізичного капіталу.

Теорія людського капіталу у нобеліста Геррі С. Беккера розкрита в працях, опублікованих протягом 14 років (1962, 1975, 1976), через призму реалізації інвестицій в людину, що представляв як «дії, які впливають на майбутній грошовий та матеріальний дохід через збільшення людських засобів»[93], а корисність від цього на мікрорівні виявляється тоді, коли підприємство інвестує у підвищення кваліфікації, тобто вкладає кошти у розвиток лише тих знань, умінь і навичок, які можуть бути використані в його функціонуванні [94]. Принагідно зауважимо, що дослідник наголошував на впливі рівня людського капіталу на величину можливих винагород за працю [95]. Науковець вважає, що формування людського капіталу відбувається

індивідуально, вимагає витрачання вільного часу і обмеження матеріальних потреб у зв'язку з навчанням і підвищенням рівня кваліфікації. Крім того, вчений розглядає важливість нагромадження людського капіталу протягом усього життя у контексті сім'ї, передбачаючи взаємний вплив рішень, прийнятих усіма членами родини [96]. Водночас, зауважимо, що у панорамі досліджень теорії людського капіталу саме із напрацюваннями Геррі С. Бекерра зарожується наукова дискусія. Зокрема, у публікаціях Джейкоба А. Мінцера (1958), який заперечує, що домінування дохідності інвестицій, здійснених у підвищення кваліфікації працівників, над освітніми інвестиціями [97]. Проте, сьогодні цілком зрозумілим і очевидним, зважаючи на динаміку суспільного прогресу, є твердження вченого, що дохідність інвестицій у підвищення кваліфікації працівників, незважаючи на зростання рівня плинності та мобільності кадрів, буде залишатися високою.

Дійсно, сучасному науковому простору притаманний дискурс, що в умовах «нової парадигми» забезпечення ефективності функціонування суб'єктів господарювання актуалізує інвестування у розвиток індивідуального інтелектуального капіталу. Однак, невирішеними залишаються питання щодо оптимального рівня понесених витрат, джерел їх фінансування та співвідношення. Вважаємо, що саме напрацювання відповідної методологічної електики вимірювання та оцінки інтелектуального капіталу забезпечить зрівноважений (екологічнобезпечний) розвиток сучасних інтелігентних підприємств.

Економіст Теодор Шульц стверджував, що у забезпеченні добробуту людини важливим є не лише її матеріальне становище, а й знання якими вона володіє. У своїх дослідженнях, здійснених у другій половині ХХ ст., нобеліст презентував теоретико-методологічні положення людського капіталу, які базувалися на вченні Джона С. Міля (1806–1873), зараховуючи до витрат на навчання і втрачені винагороди (заробітну плату) працівника в результаті невиходу на роботу під час навчання. Дослідник цього феномена, проникаючи глибоко у суть поняття, виділяє дві групи здібностей людини. Першу групу кожна людина отримує на основі генетики, а другу – формує протягом усього життя самостійно, систематично вдосконалюючись.

Таким чином, характеристики, які формують другу групу здібностей людини, мають властивість до самозростання, що може бути забезпечена за

допомогою відповідного інвестування в людину. І дійсно, інвестуючи у свій розвиток протягом усього життя людина шляхом підвищення кваліфікації, фахової підготовки та перепідготовки, тренінгів, семінарів, відкритих лекцій провідних науковців, покращення харчування, піклування про здоров'я, міграційних процесів (на основі грантових проектів), постійного пошуку інформації про фахові перспективи підвищує свої майбутні матеріальні та грошові доходи. Теодор Шульц наголошує на тому, що «є очевидним, що люди нагромаджують набуті вміння і знання, проте не є очевидним, що ці вміння і знання є формою капіталу. Капітал значною мірою є результатом обдуманих інвестицій і, що він збільшувався на Заході набагато швидше, ніж інша форма капіталу, а це зростання може бути потрактоване як одна з найважливіших характеристик економічної системи»[98]. Отже, саме складову набутих людських здібностей учений називав «людським капіталом», характерною рисою якого є те, «що він відображений в людині» [99], а значить виступає її невід'ємною частиною і представлений як засіб у вигляді знань, умінь, здоров'я, сили й енергії людини.

Отже, Теодор Шульц вважав, що інвестиції у розвиток людського капіталу представлені у вигляді належного виховання дітей, особистої освіти, набуття професійного досвіду, підвищення кваліфікації, розвитку умінь і навичок, а також піклування про здоров'я [100]. Зазначимо, що винятково важливими вчений вважав саме інвестиції власне у навчання та освіту дітей [101]. Аналізуючи сказане вченим, розуміємо, що на величину людського капіталу прямопропорційно не впливають ні зміна демографічного потенціалу, ні успадковані генетичні характеристики особистості. У зв'язку з цим, науковець виділяє не лише кількісні, а й якісні характеристики людського капіталу і концентрує увагу саме на «розгляді таких якісних компонентів, як уміння, знання і подібні атрибути, які впливають на людські можливості підвищення продуктивності праці»[102].

Підсумовуючи приходимо до розуміння, що вчений у своїх працях приділяв багато уваги інвестуванню саме у забезпечення якісних характеристик людського капіталу. При цьому він був переконаний, що вартість людського капіталу залежить від корисностей, яких досягає особа, інвестуючи у розвиток – підвищення продуктивності своєї праці, покращення фахових умінь і навичок, збільшення еластичності пропозиції праці,

покращення рівня задоволення споживчих потреб тощо. Науковець, використавши історичний метод дослідження, оцінив ефективність інвестицій у розвиток людського капіталу у США в 1900–1958 рр., що базувалася на здійснених інвестиціях в освіту, які в результаті позитивно вплинули на економічне зростання, забезпечили краще задоволення потреб споживачів на макрорівні та характеризувалися збільшенням винагород за працю на мікрорівні [103].

Незважаючи на те, що Теодор Шульц належав до гона тих економістів, які займалися оцінкою інвестицій в освіту на макроекономічному рівні, його праці вміщують також мікроекономічний аспект досліджень, що стосується обґрунтування понесених витрат на освіту і отриманих від цих інвестицій ефектів. Його методика розрахунку витрат на освіту базувалася на врахуванні безпосередньо витрачених коштів – оплата навчання, вартість книг та інших навчальних матеріалів, а також сума втрачених винагород за роки навчання. Учений, розрахувавши середні витрати на освіту, що припадали на 1 особу залежно від кількості років навчання, та загальну суму витрат на освіту в США у 1957 р., обґрунтував, що протягом 1900–1957 рр. сума річних витрат на освіту при незмінних цінах зросла в середньому на 34 %, а кількість навчальних годин для працездатних осіб, враховуючи кількість працюючих, зросла у 6,4 раза [105]. Згідно з підрахунками, в кінцевому результаті помітним було зростання вартості навчання працездатних осіб у 8,5 раза. Ґрунтуючи свої висновки на вищенаведеному, автор визначив, що співвідношення між зростанням вартості людського капіталу (представленого зростанням вартості навчання) та вартості реального капіталу (зростання у 4,5 раза) склало 2 : 1. При цьому дослідник звернув увагу, що позитивна тенденція у співвідношенні між цими двома показниками спостерігалася протягом усього аналізованого періоду. Науковець вважав, що витрати на навчання (у межах початкової та середньої школи), доцільно поділити на дві групи – споживчі та інвестиційні у співвідношенні 1 : 1 [105,106]. Ефективність освітніх інвестицій у розвиток людського капіталу на мікрорівні вчений оцінив впливом освітніх інвестицій на рівень винагород за працю, яка протягом 1929–1957 рр. у США збільшувалася в межах від 36 % до 70 % у розрахунку на одну особу залежно від показника дохідності від освітніх інвестицій – 9 %, 11 % та 17,3 % [107].

Методика оцінки ефективності освітніх інвестицій у розвиток людського капіталу на макrorівні представлена аналізом впливу на зростання національного доходу таких показників, як збільшення працюючих осіб та збільшення вартості навчання, що припадає на одну особу (Додаток В) [108]. У підсумку здійснених у 1929–1957 рр. досліджень, автор окреслює позитивні тенденції, зокрема, національний дохід у США зріс більш ніж у 2 рази, при цьому збільшення впливу освітніх інвестицій на рівень національного доходу спостерігалось в межах від 29 % до 50 % [109].

Важливо зосередити увагу на той факт, що результати оцінки впливу освіти на економічне зростання Теодора Шульца відрізняються від результатів отриманих Геррі С. Бекером. Це можна пояснити наявністю великої кількості чинників, які впливають на розвиток людського капіталу та його продуктивність. Так, наприклад, доцільно враховувати рівень безробіття і його вплив на дохідність з освітніх інвестицій, адже у методиці Теодора Шульца найвищим є рівень безробіття лише серед випускників загальноосвітніх середніх шкіл, ліцеїв, гімназій. Крім того, вчений передбачав, що освітні інвестиції, здійснені на рівні вищої освіти, мають винятково інвестиційний і аж ніяк не споживчий характер. Натомість, в умовах транзитивної економіки, кризового та посткризового періодів також суттєво зростає рівень безробіття, наприклад серед випускників університетів, питома вага яких є значною при моніторингу працевлаштування протягом одного року. Враховуючи це, на нашу думку, доцільно було б використати коефіцієнт, який дав би можливість брати до уваги дохідність освітніх інвестицій, враховуючи рівень безробіття та визначаючи споживчий чи інвестиційний напрям понесених освітніх витрат на різних етапах та фахових напрямках підготовки спеціалістів.

У контексті вищевикладеного, приходимо до висновків, що методика оцінки ефективності навчання Теодора Шульца може бути використана у подальших дослідженнях з метою удосконалення системи освіти в Україні, адже результати досліджень, незважаючи на низку зауважень, свідчать про активізацію впливу інвестицій, спрямованих на розвиток людського капіталу для забезпечення економічного зростання в країні та підвищення рівня винагород за працю. Вважаємо, що актуальність реалізації інвестицій у покращення якості людського капіталу сьогодні є очевидною для усіх без винятку країн, а особливо для України, де вектори реформування освітньої та еконо-

мічної політики повинні визначатися державою як пріоритетні та бути спрямовані на створення інноваційного оточення.

Зазначимо, що в науковій теорії, починаючи з другої половини 1980^{их} років ХХ ст., стають більш інтенсивними дослідження доктрини людського капіталу, що базуються на працях учених Джона Волша, який у 1935 році вперше опублікував у «Квартальнику з економіки» («*The Quarterly Journal of Economics*») статтю «Концепція людського капіталу» («*Capital Concept Applied to Man*») [314], Дж. Мінцера (1958) [230; 231], Г. Беккера (1962, 1964) [120; 121], Т. Шульца (1961, 1962, 1963, 1967, 1970, 1981, 1986) [275; 276; 277; 278]; сучасних зарубіжних вчених М. Армстронга [5; 116; 117; 118], М. Блауга [10, 126], М. Гроссмана [178], Дж. Кендріка [40; 197], М. Крітського [51], К. Маковського [187], Р. Нельсона і Е. Фелпса [240], А. Сосновської [150], В. Марцинкевича [57], В. Фльорчака [174], Дж. Фітц-Енза [103; 173], а також вітчизняними науковцями В. Геєцем [29, 89; 98], О. Грішновою [22;23; 24], А. Чухном [109; 110] та ін.

Варто зазначити, що трактування людського капіталу Теодором Шульцем, акцентування уваги та проведена ним оцінка, що базується саме на чиннику знань (освіти), є прикладом першого підходу.

Грунтовніше збагнути розуміння окресленого погляду можна за допомогою трактування Ріхарда Нельсона та Едмунда Фелпса, які стверджують, що «освіта є, ймовірно, особливо важливою при виконанні функцій, які вимагають пристосування до змін» [111]. Отже, саме функціонування в умовах невизначеності і ризику, динамічного інноваційного середовища стимулює до здійснення інвестицій у розвиток людського капіталу.

Однак, згодом стало зрозумілим, що навчання і підвищення кваліфікації є не єдиним компонентом людського капіталу, а це, в свою чергу, знайшло відображення у розвитку пропонованої теорії та завершилося розширенням інтерпретації цього терміну.

Широке тлумачення людського капіталу полягає на його трактуванні як фактора виробництва та вимірника (ефекту) інвестицій у людину.

Продовження цієї тези віднотуємо у думці Станіслава Доманського, де науковець (1993 р.) визначає людський капітал як «... засіб знань, умінь,

здоров'я, енергії в суспільстві. Він є даним генетично раз і назавжди, але його можна збільшувати шляхом інвестування, названого інвестиціями в людину»[112].

Уперше якісний аспект людського капіталу обґрунтував Майкл Гроссман (нар. 1942 р.), розробивши у 1972 р. модель попиту на благо, назване ним «добре здоров'я»[113], яке забезпечується завдяки інвестиціям у якісне, а сьогодні уже і екологічно чисте харчування і здоров'я. Вчений вважає, що якість харчування, рівень фізичного і психічного стану людини підвищують потенційні можливості працівника, позитивно впливаючи на енергію, витривалість, відпірність організму, тривалість життя. Ефект від інвестування у здоров'я вбачає у так званому «здоровому часі», який можна збільшувати або відновлювати шляхом відповідного фінансування. Розвиток даної теорії представлено у праці (1993 р.) Станіслава Доманьського, який, поділяючи погляди Адама Смітта, що якісне харчування знижує рівень смертності та збільшує середній час праці особи «продуктивного» віку; покращує стан здоров'я, що знижує втрати у балансі робочого часу через хвороби; позитивно впливає на збільшення можливостей займатися розумовою працею, що сприяє формуванню людського капіталу на основі науки [114].

Вальдемар Фльорчак представляючи у 2007 р. власну дефініцію людського капіталу у широкій площині, стверджує, що це «... усі психофізичні риси людини такі, як вроджені здібності, запас знань, рівень освіти, навички і професійний досвід, стан здоров'я, рівень культури, суспільно-економічна активність, світогляд» [115]. Більш повне трактування з економічного погляду, на нашу думку, запропонувала Олена Грішнова стверджуючи, що «людський капітал – це сформований або розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми (людиною) певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивації власника» [116]. Однак, вважаємо дане тлумачення громіздким та таким, що потребує подальшого вивчення і обґрунтування у сфері співвідношення темпів зростання вартості людського капіталу, продуктивності праці та доходів носія-власника.

Важливий вплив на розвиток людського капіталу мають інвестиції в інформаційне забезпечення, пов'язані з розробкою інформаційної бази про

економічну ситуацію суб'єктів господарювання, особливостями організації праці та очікуваних професійних перспективах для потенційних працівників, адже ці аспекти визначають соціально-економічну доцільність здійснення інвестицій у навчання та підвищення кваліфікації, а, значить, і суттєво впливають на ефективність людського капіталу.

Новаторськими серед мікроекономічних аспектів є ідеї науковців Марка Блауга (1927–2011) [10; 125], Вільяма Самуельсона та Стефана Маркса (1998) щодо вирішення проблем з так званою «асиметрією інформації» – отриманням повної професійної інформації підлеглими від менеджерів, що знижує ефективність їх праці [117]. Цілком логічно видається думка Холла Варіана про те, що у сьогоdnішніх умовах вирішення потребують також питання обмеження «самоселекції» при підборі працівників на підприємство, яке передбачає, що «потенційні кандидати на роботу пристосовуються до пред'явлених підприємством вимог, а це підвищує можливості працевлаштування не найкращого кандидата та в результаті – знижує ефективність функціонування суб'єкта господарювання»[118]. Важливо зазначити, що усі вищенаведені проблеми конструктивно можна вирішити лише шляхом здійснення різних видів інвестицій у розвиток інтелектуального капіталу підприємства.

Віддаючи належне науковому доробку зазначених дослідників, цілком логічним буде стверджувати, що саме рівень людського капіталу визначає можливості для постійного підвищення продуктивності праці, формування креативного працівника, здатного приймати нові нетрадиційні рішення у нестабільному середовищі, а, відтак, забезпечує високий рівень ринкової капіталізації підприємства. Загалом приходимо до висновку, що розвиток теорії людського капіталу, який активізувався у другій половині ХХ ст., спричинив появу нових макро- та мікроекономічних проблем обґрунтування темпів економічного зростання поза вкладом реального капіталу та праці у їх забезпечення.

Так, зароджуються дослідження впливу науково-технічного прогресу на темпи економічного зростання, здійснені учнем Михайла Туган-Барановського (1865–1919) австрійським ученим Йозефом А. Шумпетером (1883–1950), які завершилися друком у 1912 р. праці «Теорія економічного розвитку» [119].

Розвиток людського капіталу визначив новий вектор теоретичної концептуалізації капіталу, який передбачає виділення реального та інтелектуального капіталу підприємства. Представлення вченими у теорії людського капіталу підприємств як економічних господарських суб'єктів, здатних підвищувати свій інтелектуальний потенціал шляхом інвестування у трудові ресурси спричинилося до закриття парадигми трактування людини як фактора виробництва поза капіталом.

Розгляд такого важливоо ресурсу в якості його гетерогеності (неоднорідності) за твердженням Марка Блауга [120] відкрив шлях до появи нових наукових теорій, які б краще описували перманентну дійсність і сприяли розвитку теоретичної концептуалізації інтелектуального капіталу.

Підсумовуючи, зазначимо, що розвиток доктрини інтелектуального капіталу відбувався протягом тривалого періоду часу. В наукових підходах до дефініції інтелектуального капіталу можемо виділити використання прикметників «невидимий», «нематеріальний», «інтелектуальний» та іменників «активи», «вартість», «капітал», що знайшло своє відображення у таких термінах, як «невидимі активи», «нематеріальні активи», «інтелектуальні активи», «капітал знань», «інтелектуальний капітал». Відтак, характерною ознакою використання цих термінів є їх галузева приналежність, зокрема, у сфері бухгалтерського обліку найбільшого використання набув термін «нематеріальні цінності»; у сфері економіки та управління – «капітал знань» та «інтелектуальний капітал».

Отже, основним завданням сучасної науки є напрацювання єдиного термінологічного поля та окреслення критеріїв класифікації поняття «інтелектуальний капітал підприємства», що суттєво ускладнюється можливістю його фізичного чи фінансового виміру, а також методології оцінки.

Вважаємо, що вирішення вказаної проблематики можна знайти, перш за все, лише на основі підвищення соціальної відповідальності бізнесу, розвитку міжсекторного партнерства та активізації людського чинника, що змінить економічний світогляд, економічне мислення і забезпечить подальший прогрес суспільства.

1.2. Розвиток концепції, моделі та поділ інтелектуального капіталу підприємства.

Поступ сучасного суспільства характеризується черговою зміною співвідношення між чинниками впливу на темпи економічного зростання, які визначаються відкритістю економік, лібералізацією міжнародних економічних відносин та активізацією міграційних процесів, спричинених глобалізацією й інтеграцією, посиленням інтенсивності «руху» інформації, знань, капіталів вимагає розширення векторів соціально-економічної співпраці та постійного пошуку конструктивних рішень при реагуванні на зміни в нестабільному оточенні.

В умовах інноваційної економіки активізуються процеси формування нової парадигми підприємства, що ґрунтується на розробці доктрини інтелектуального капіталу, де ключову роль відіграють інтелект, знання, інформація, а ця тенденція все більше визначає рівень капіталізації підприємства.

Подальші дослідження виявляють практичне втілення концепції інтелектуального капіталу групою шведських науковців, створеною у 1980 рр. під керівництвом Карла Еріка Свейбі, яка запропонувала вдосконалену форму фінансової звітності відому в наукових колах під назвою «Рапорт Конрада» (1989), де з практичного погляду обґрунтовано необхідність застосування поряд з фінансовими і нефінансових показників для відображення інформації про нематеріальні активи підприємства, які формують так зване «ноу-хау». У представленому «Рапорті Конрада» капітал підприємства запропоновано поділити на дві групи: фінансовий капітал та капітал знань, пізніше названий інтелектуальним капіталом[134]. Необхідно зазначити, що дослідниками вперше запропонована структура «капіталу знань», яка базується на індивідуальній та структурній складовій. Запропоновані теоретико-методичні положення фінансової звітності передбачали, що індивідуальний капітал формують особисті та суспільні вміння, здібності, досвід, знання, отримані під час навчання, вплив яких має зовнішню спрямованість (наприклад, на клієнта). Разом з тим, капітал, пов'язаний з функціонуванням підприємства, охоплює історію розвитку підприємства, досвід, занотований у книгах, комп'ютерних програмах та інших засобах.

Таким чином, запропонована концепція фінансової звітності ґрунтувалася на виділенні у певних складових капіталу підприємства: фінансового, індивідуального та структурного. У реальному житті в структурі підприємств із

традиційною моделлю розвитку переважає фінансовий капітал; у закладах сфери послуг суттєвою є частка структурного капіталу; на підприємствах, що характеризуються інноваційною моделлю розвитку (їх ще називають «інтелегентними підприємствами» це, насамперед, підприємства, здатні виготовляти інноваційні продукти і швидко реагувати на перманентні зміни ринку) переважає індивідуальний капітал, відображений у працівниках. У цей же період практичну реалізацію концепції інтелектуального капіталу відновуємо у шведських фірм «*WM-Data*» і «*Skandia-AFS*». Саме «*WM-Data*» у 1989 р. вперше у світі опублікувала в матеріалах річної звітності додаток про інтелектуальний капітал. Відтак, інша страхова компанія – «*Skandia-AFS*» – у 1991 р. вперше у світі в організаційній структурі запровадила посаду директора з питань інтелектуального капіталу. На підставі вищенаведеного приходимо до висновку, що інтелектуальний капітал завжди був важливим чинником, який забезпечував розвиток підприємства, хоча до 1980 рр. XX ст. не був важливим напрямом наукових досліджень та не розглядався суб'єктами господарювання у практичній діяльності.

Починаючи з 1990 рр. XX ст. у наукових колах є помітним швидке динамічне зростання тематики «економіки знань» («*Knowledge Economy*») та інтелектуального капіталу («*Intellectual Capital*») як найважливішого чинника зростання вартості підприємств. Зауважимо, що незважаючи на такий нетривалий період, про актуальність тематики інтелектуального капіталу свідчить збільшення кількості досліджень протягом 1993–2002 рр. майже у 7 разів, а кількість публікацій з «економіки знань» збільшилася більш, ніж у 26 разів[137]. Зважаючи на підвищення зацікавленості вказаною тематикою можемо стверджувати про активізацію досліджень проблем розвитку інтелектуального капіталу для забезпечення зрівноваженого економічного розвитку сучасної економіки.

Динаміка розвитку досліджень соціально-економічної природи інтелектуального капіталу дозволяє прагматично стверджувати, що доктрина інтелектуального капіталу поступово виступає практичною формою детермінації стратегії розвитку підприємств. Генеза інтелектуального капіталу підприємства, опрацьована нами, базується на дослідженнях світової економічної думки і схематично представлена на рис.1. 1. Позитивна динаміка високих біржових котирувань для даних учасників ринку пояснювалася їх «інте-

лектуальними бонусами»[167]. Низка публікацій уміщує інформацію про перше використання терміна «інтелектуальний капітал» Джоном Гелбрейтом (1908–2006) у 1969 р. в листі до польського економіста Майкла Калецького [168] (1899–1970), де використовується поняття «інтелектуальний капітал особи» [169,170].

У контексті предмету нашого дослідження і зважаючи на те, що в першому випадку йдеться про інтелектуальний капітал в аспекті цілого підприємства як суб'єкта господарювання, цілком вмотивованим і логічним буде стверджувати, що початковим відліком доцільно вважати саме 1958 рік. Виправданим буде також у нашій публікації звернути увагу на той факт, що лише через 17 років у США з'явилася публікація «Інтелектуальний капітал Майкла Калецького: вишкіл студій в економічній теорії і політиці» [171] (1975), у якій вперше згадувався термін «інтелектуальний капітал особи».

У подальшому в науці для вивчення теорії інтелектуального капіталу підприємств активно використовується класифікаційний метод, зокрема через дев'ять років після згадки у наукових публікаціях терміна «інтелектуальний капітал» віднотовуємо лише окремі характеристики його структурних елементів ученим Карлом Еріком Свейбі у книзі «Компанії знань» [172] (1986 р.), присвяченій тематиці управління нематеріальними активами підприємств [173]. З метою опрацювання методики управління нематеріальними активами підприємств Карл Ерік Свейбі у 1987 р. створює «Групу Конрада», до складу якої увійшли відомі шведські економісти того часу. Результати річної праці цієї групи були представлені у вигляді документа під назвою «Новий щорічний звіт» [174] (1988), у якому вчений послуговується поняттям «капітал знань» (у пізніших публікаціях це поняття (1997 р.) замінене на «інтелектуальний капітал»).

Принагідно згадаємо, що Міжнародний симпозіум (1989 р.), присвячений питанням управління «підприємствами знань», де активно обговорювався термін «капітал знань» вперше було організовано Умеоунським університетом [175] (Швеція). Крім того, цікавою була пропозиція щодо модернізації методики оцінки стану суб'єктів господарювання, опрацьованої у «Репорті Конрада», яка значно розширювала перелік показників для її здійснення. Звертаючи увагу на роль наукових напрацювань даної «Групи Конрада» зазначимо, що їх пропозиції одразу ж були використані у практичній

діяльності підприємств, зокрема зайдана вище нами шведська фірма «*WM-Data*» у 1989 р. для відображення інтелектуального капіталу вперше опублікувала додаток до річної звітності [176,177]. З іншого боку, підприємницький сектор у 1991–1994 рр. вносить зміни у організаційні структури підприємств, вперше вводючи нові посади Директора з інтелектуального капіталу, зокрема ці тенденції представлені у шведській фірмі «*Skandia AFS*» (посаду обійняв Лейф Едвінсон) та американській «*The Dom Chemical Company*» (посаду обійняв Гордон Петраш) [178].

Розвиток інтелектуального капіталу підприємства в своїй основі характеризується тим, що започатковується саме у практичній сфері. У зв'язку з цим до початку 1990 рр. ХХ ст. не знаходимо дефініції інтелектуального капіталу. Крім того, перша офіційне тлумачення поняття інтелектуальний капітал пов'язують не з фахівцем-економістом, а з головним редактором журналу «*Fortune*» Томом Стюартом, який у січні 1991 р. та восени 1992 р. публікує свої статті, відомі під назвою «Брайнпауер» («*Brainpower*»). Продовжуючи працювати над даною тематикою, Том Стюарт через два роки в журналі «*Fortune*» вміщує статтю «Інтелектуальний капітал»¹⁷⁹. Звісно, що виникає запитання, який вплив цей момент мав на розвиток концепції інтелектуального капіталу?

Адже в умовах інформаційного суспільства, нової економіки чи не найважливішим є донести до якнайширшого кола людей необхідність перманентного самонавчання, самовдосконалення і розвитку комунікаційних характеристик у кожної особистості.

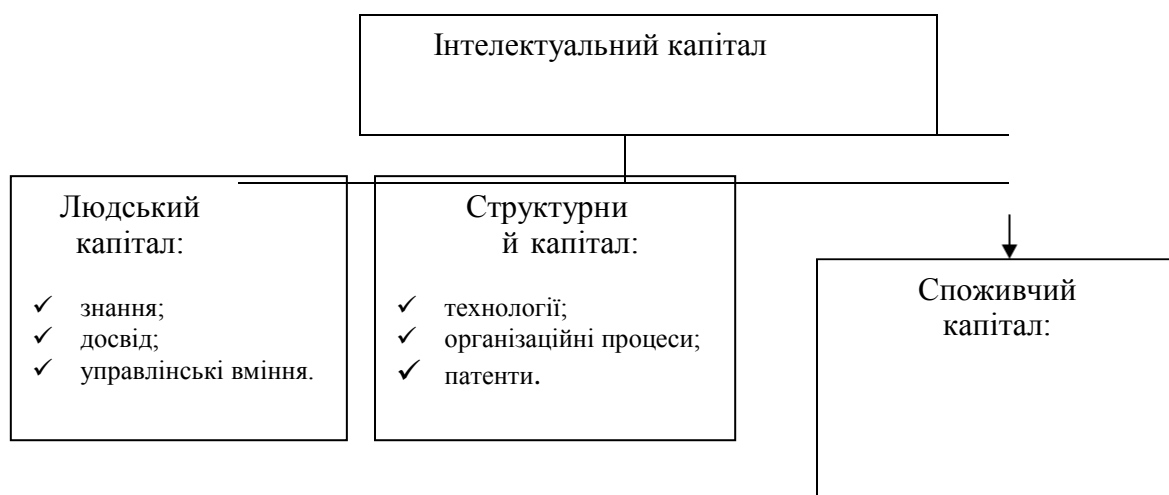


Рис. 1.1. Складові елементи інтелектуального капіталу за Т. Стюартом

Запропоновані Томом Стюартом домінанти інтелектуального капіталу формувалися в основному шляхом опрацювання пропозицій скандинавської школи, зокрема наукової школи Карла Еріка Свейбі (1989) зводяться в основному до розгляду трьох складових елементів. Така проста структура інтелектуального капіталу Тома Стюарта пояснюється, на нашу думку, насамперед тим, що він за фахом не є економістом, тому певні «економічні лакуни» є очевидними. Водночас, незважаючи на непрофесійне з погляду економічного підходу представлення інтелектуального капіталу як «чогось такого, до чого не можеш доторкнутися, але те, що може зробити тебе багатим» Тому Стюарту вдалося зацікавити широке коло осіб цією проблематикою [191]. Зважаючи на це, можна стверджувати, що свою функцію як журналіст він виконав блискуче, адже його праці мали вагомий вплив на зростання зацікавленості запропонованою тематикою не лише серед теоретиків і практиків- економістів, а й широкого кола користувачів не однієї країни. Крім того, запропоновані журналістом складові інтелектуального капіталу на сьогодні є предметом активних дискусій у науковому середовищі, що забезпечує прогрес у розбудові доктрини інтелектуального капіталу та уможливорює подальший поступ у розвитку суспільства загалом.

Учення про роль інтелектуального капіталу зазнає еволюції. Характерні особливості інтелектуального капіталу розкриті багатьма вченими північноамериканської школи. Представники академічного середовища США розглядають «інтелектуальний капітал» у динамічному стані, обґрунтовуючи його вплив на забезпечення конкурентоспроможності. Згідно з трактуванням професора Кейт Брейді «інтелектуальний капітал – це перетворення знань і невидимих активів у ... ресурси, які надають конкурентні переваги індивідуумам, фірмам, країнам» [192].

Цей погляд серед інших виділяє і те, що представники науково-освітніх закладів виокремлюють індивідуальний інтелектуальний капітал, інтелектуальний капітал суб'єктів господарювання та інтелектуальний капітал країн, а це дає підстави вважати, що в рамках цих трьох векторів доцільно проводити окремі дослідження, оскільки вони містять низку характерних особливостей та вимагають окремих підходів і методів управління. Отже,

розробка методології у рамках цих напрямів досліджень для української науки є виправданою та своєчасною.

Фінансова глобалізація та активізація фінансових ринків у розвинутих країнах забезпечили посилення конкуренції та кращий доступ суб'єктів господарювання та населення до інвестиційних ресурсів. У результаті цього, інтелектуальний капітал став важливим джерелом капіталізації банківських установ. Про здійснення досліджень поняття «інтелектуального капіталу» та його структуризації у секторі банківського бізнесу свідчать твердження голови Канадського імперського банку Губерта Сент-Онджа, що «інтелектуальний капітал включає ...: людський, клієнтський та структурний» (1993). Така будова інтелектуального капіталу в банківському секторі була виправданою та зрозумілою.

Виділення структурного капіталу банкірами пояснюється необхідністю розширення доступу клієнтів до банківських ресурсів без прямої присутності в установі, іншими словами – потрібно було забезпечити комфортне обслуговування клієнтів, враховуючи розвиток інформаційних технологій. Людський капітал у цьому контексті є важливим, наприклад, для таких працівників, як кредитні інспектори, від рівня підготовки яких залежить успішність реалізації кредитних операцій. Отже, наприкінці ХХ ст. для конкурентоспроможності банку важливою виявилася ємність клієнтської бази, збільшення якої відбувається на основі налагодження конструктивної та еластичної співпраці з кожним клієнтом зокрема. Виділення клієнтської складової як структурного елемента інтелектуального капіталу банківської установи, пояснюється посиленням конкурентної боротьби на фінансовому ринку, а розуміння цього – знайшло відображення у швидкому зростанні кількості комерційних банків.

Про широку зацікавленість проблематикою інтелектуального капіталу та її актуальність у громадянському суспільстві США свідчить той факт, що ці питання піднімаються під час публічних виступів, зокрема представником Комісії США з безпеки й обміну Стівеном Уоллманом, який стверджував, що «... інтелектуальний капітал – це активи, вартість яких за балансовим звітом дорівнює нулю» (1995 р.) [195]. Однак, дане твердження вважаємо дискусійним, зважаючи на низку нематеріальних активів, охоплених у традиційних формах фінансової звітності. Водночас, думка автора

підтверджує спрямування державної політики США на пропагування серед населення країни постійного інтересу до навчання, самовдосконалення і підвищення рівня своєї компетентності.

Досліджуючи наукові публікації з тематики інтелектуального капіталу представників університетських кіл США, доцільно звернути увагу на працю Баруха Лева «Нематеріальні активи: менеджмент, вимірювання і звітність» [196] (2001), вихід якої спричинив великий суспільний резонанс [197]. Автор акцентує увагу на нематеріальних активах, які виступають не фізичним джерелом вартості, створеної інноваціями.

Особливої уваги заслуговує здійснений автором аналіз функціонування підприємств, що доводить формування вартості об'єктів господарювання на основі взаємозв'язків між його фізичними та фінансовими активами. Зважаючи, що дослідник вводить у практику поняття нематеріальних активів», цілком доцільно буде стверджувати про існування взаємозв'язків між трьома видами активів підприємства, зокрема фізичними, фінансовими та нематеріальними, а також логічним є дослідити вплив саме нематеріальних чинників на капіталізацію підприємства.

Пожвавилися дослідження теорії інтелектуального капіталу в межах європейського наукового простору, зокрема, це – англійська школа, основоположником якої вважається Енні Брукінг [137;187], Уенді Буковіч, Руф Вільямс [140], Гьйоран Рус, Йохан Рус [271; 272], Лін Лім, Пітер Делімор [205] та ін., вклад якої у розвиток теоретико-методологічних положень інтелектуального капіталу.

Теоретичне обґрунтування цієї проблеми обґрунтовує Енні Брукінг у працях, опублікованих протягом 1996–1999 рр., основна думка яких полягає у визначенні інтелектуального капіталу як сукупності «нематеріальних активів, без яких компанія уже не може існувати» [202,203], зокрема, це ринкові активи – назва фірми, ринкова позиція, канали дистрибуції; інтелектуальна власність – активи, які підлягають правовому захисту – патенти, авторські права; людські активи (засоби) – креативність, ініціативність, здатність швидко приймати нестандартні рішення; інфраструктурні активи (засоби) – інформаційні системи, якість управління, культура тощо [204,205]. Своє продовження цей підхід знайшов у працях братів Йохана та Гьйорана Русів (1997), які стверджують, що інтелектуальний капітал – це «сума невідображених у

фінансовій звітності активів, яка включає і те, що залишається у думках працівників ... після повернення додому» [206]. Використання узагальненого підходу до трактування поняття «інтелектуальний капітал» знаходимо в подальших публікаціях, здійснених протягом 1997–1999 рр. Йоханом Русом у співавторстві з іншими вченими, зокрема Ѓйораном Русом, Лейфом Едвінсоном, Ніколя Драгонетті та Лізою Фернстрьом, де зазначається, що це «сума ... активів мислячих» і «немислячих» [207].

Сучасний розвиток доктрини інтелектуального капіталу відбувається передусім із використанням соціологічного підходу, зокрема особливості трансформації теорії інтелектуального капіталу відображені у працях таких науковців як Марка Мак-Ілрея [227], Яніни Нахепет, Самантри Джошел [236], Маріуша Братніцького [133; 263], де чітко виділяється соціальний капітал, що, згідно з твердженнями Яніни Нахепет, Самантри Джошел представляє собою «суму наявних і потенційних засобів, залучених у результаті налагодження праці в соціальних мережах» (1998 р.) [242]. Це забезпечує активізацію людського фактора, яка, в свою чергу, долучається до капіталізації підприємства за рахунок інтелектуального капіталу.

На початку XXI сторіччя у наукових дослідженнях теорії інтелектуального капіталу відстежуємо акцент на такій його формі, як спроможність соціуму до створення знань, розробки і впровадження інновацій. Так, Маріуш Братніцькі стверджує, що «інтелектуальний капітал складається з двох частин: перша репрезентує невидимі засоби і процеси та формує організаційний і соціальний капітали, друга – людський капітал [243].

Отож, дослідник уперше в Польщі у 2001 р. презентує модель інтелектуального капіталу підприємства, яка включає соціальний капітал.

Економіст Марк Мак-Ілрей виділяє у своїх дослідженнях (2002 р.) соціальний інноваційний капітал, який включає «вартість взаємовідносин підприємства з іншими суб'єктами господарювання для забезпечення досягнення його цілей та соціальний інноваційний капітал» [244]. Таким чином, сучасні науковці розглядають інтелектуальний капітал в якості знань і здібностей певного суспільства, вважаючи, що підприємство, в своїй основі також є «інтелігентним об'єднанням працівників». Доцільно звернути увагу, що в умовах «економіки знань» активно здійснюються дослідження, де

підприємства з високим рівнем інтелектуального капіталу називають «інтелігентними підприємствами». Зважаючи на зазначене вище, цілком логічним вважаємо застосування напрацювань світових наукових кіл у сфері інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання для визначення домінант його теоретичної концептуалізації і практичної реалізації в українських реаліях.

Сучасна економічна наука щоразу частіше використовує поняття «інтелектуальний капітал» для діагностики та оцінки явищ, які відбуваються в умовах «нової економіки». Становлення і розвиток «економіки знань», яка є сьогоднішнім етапом суспільного економічного прогресу, активізувала наукові дослідження доктрини інтелектуального капіталу, враховуючи глобалізаційні процеси в світовій економіці.

Напрацювання векторів стимулювання економіки до розвитку інноваційним шляхом з метою підвищення її конкурентоспроможності відображені у працях Лейфа Едвінсона [164], Філіпа М'Ферсона, Стефана Пайка [211], де економісти, досліджуючи поняття «інтелектуальний капітал», враховують зміни в глобалізованому економічному просторі. Науковець Лейф Едвінсон приходять до думки, що в умовах нової парадигми додана вартість створюватиметься у «невидимій сфері», яку він тотожнює зі «сферою інтелектуального капіталу» (2000 р.) [245]. Подальшого розвитку твердження набули в працях Філіпа М'Ферсона, Стефана Пайка, які, спираючись на дані позиції, розглядали (2001 р.) інтелектуальний капітал як відображення «нематеріальної сфери» функціонування суб'єкта господарювання, виділяючи фінансову та нематеріальну сфери організації, а також її внутрішні і зовнішні характеристики [246].

Дискусійність представлених положень підтверджується Організацією Економічного Співробітництва і Розвитку (ОЕСР), яка здійснила низку досліджень щодо проблематики доктрини інтелектуального капіталу, а актуальні питання з цієї тематики були обговорені на організованій у 1999 р. ОЕСР конференції.

Досліджуючи дану тематику, особливий підхід до визначення інтелектуального капіталу сформулювали Ріхард Петті та Джеймс Гутрі, які вважають найбільш доцільним з практичного погляду трактування цієї дефініції як «економічної цінності двох категорій невидимого майна компанії: організа-

ційний (структурний) капітал та людський капітал» (2000 р.) [247].

Принагідно зазначимо, що економісти Річард Петті та Джасрі Джеймс, поділяючи погляди Тома Стюарта, вперше чітко розмежовують поняття «невидимі активи» та «інтелектуальний капітал», не ототожнюючи їх, а розглядаючи останній як складовий елемент «невидимого майна» суб'єкта господарювання, що можна відобразити на рис.1. 2



Рис.1. 2. Інтелектуальний капітал як складовий елемент невидимих активів підприємства (джерело: складено автором за Petty R., Guthrie J. Intellectual Capital Literature Review. Measurement, reporting and management // Journal of Intellectual Capital. – 2000.– Vol. 1. – № 2. – P. 155–176).

Дослідники звертають увагу на існування певних нематеріальних речей, які, за їх переконанням, не є елементом інтелектуального капіталу підприємства, зокрема, до таких речей вони пропонують віднести «репутацію компанії». Однак, ми переконані, що логічним і економічно виправданим є твердження економістів про доцільність вважати «репутацію» «супутнім результатом розумного використання інтелектуального капіталу фірми» [248].

Думки вчених щодо ефективності бізнесу окреслюють необхідність концентрації уваги на тих складових інтелектуального капіталу, які виходять не тільки поза рамки фізичного та фінансового капіталу, а й за внутрішні межі організації [249].

Привертають увагу дослідження науковців, які пропонують розглядати інтелектуальний капітал суб'єкта господарювання не як сукупність певних елементів (знань, інформації), а безпосередньо як систему, що акумулює певні взаємопов'язані між собою елементи. Так, Владислав Іноземцев (1998 р.) розглядає інтелектуальний капітал як «колективний мозок», що акумулює

наукові і практичні знання працівників набутий досвід, спілкування, інтелектуальну власність та організаційну структуру, інформаційні мережі[256]. На думку дослідники «інформація і знання – специфічні за своєю природою та формою участі у виробничому процесі фактори, що в межах фірми приймають вид інтелектуального капіталу»[257]. Економісти Олександр Гапоненко та Тамара Орлова, розглядаючи можливості перетворення знань в капітал, виділяють людський (знання, навички, творчі здібності), організаційний (технічне і програмне забезпечення, патенти, організаційна структура) та споживчий (зв'язки з клієнтами, інформація про клієнтів, торгов марка, бренд) капітали [258], як ендогенні детермінанти «інтелектуального капіталу організації», який формує «її капіталізоване знання» [259].

Вітчизняна наукова фінансова та економічна думка має свої теоретико-методологічні положення інтелектуального капіталу, вміщені у працях таких учених як О. Бутнік-Сіверський [13; 64], В. Врублевський [17], С. Вовканич [16], В. Геєць [90; 99], О. А. Грішнова [22; 23;24], А. Колот [47], С. Ілляшенко [34; 35], О. Кендюхов [42; 43; 44; 45], А. Чухно [110; 111] та ін. Опіраючись на традиційний підхід та не виділяючи характерних рис, Олександр Бутнік-Сіверський вважає, що «інтелектуальний капітал – це створений або придбаний інтелектуальний продукт, який має вартісну оцінку, об'єктивований та ідентифікований, утримується підприємством для ймовірності одержання прибутку (2002 р.) [260].

Дискусійною є думка вчених Степана Вовканича і Любові Семів, які стверджують про доцільність розгляду інтелектуального капіталу в якості ендогенної детермінанти людського капіталу, враховуючи те, що перше охоплює змістовні характеристики другого[261]. Однак, згідно з нашими міркуваннями таке трактування не є повним, оскільки відображає лише «людський інтелект», не враховуючи, наприклад, «штучний інтелект» можливості розвитку якого нині збільшуються, а його вплив на ефективність функціонування виробництва – суттєвий. Дослідник Петро Крайнев визначає інтелектуальний капітал як «... знання, продукт творчих зусиль, розумової, інтелектуальної праці, які оцінені, належать організації, і ... приносять додаткову вартість» [262]. Однак, при формуванні термінологічного поля «інтелектуального капіталу підприємства», на нашу думку, доцільним є врахування питання відносин економічної власності, що виникають між

власниками підприємств та найманими працівниками, які є носіями індивідуального інтелектуального капіталу.

Погляди вчених щодо теоретико-практичних аспектів розвитку «інформаційної економіки» та ролі інтелектуального капіталу у забезпеченні розвитку суб'єктів господарювання в нових умовах дуже вдало представляє академік Анатолій Чухно, стверджуючи, що інтелектуальний капітал втілений працівниками у вигляді досвіду, знань, навичок, здатності до нововведень, а також інформацією, яка належить компанії [263]. Проте, вважаємо за доцільне окреслити чіткі межі інформаційного забезпечення підприємства.

Доволі довго (спочатку над прагматикою «економіки знань» (2003 р.), а згодом і проблематикою інтелектуального капіталу на мікрорівні) працює академік Валерій Геєць, стверджуючи, що «інтелектуальний капітал – це, насамперед, люди та знання, якими вони володіють, а також їх навички і все те, що допомагає ефективно їх використовувати; збірне поняття для визначення нематеріальних цінностей, що об'єктивно підвищують ринкову вартість компанії» (2006 р.) [264]. Однак, згідно з нашими міркуваннями, у даній дефініції важливо конкретно визначити об'єкти інтелектуального капіталу з метою опрацювання методології оцінки впливу на ринкову капіталізацію підприємства та виявлення резервів її динамізації.

Вузького підходу до розгляду інтелектуального капіталу дотримується науковець Віктор Петренко, стверджуючи, що останній уособлює «сукупність всіх інтелектуальних продуктів особи чи групи осіб, яка є її/їх власністю, використовується і забезпечує її/їх конкурентоздатність у ринковому оточенні» [265].

Вчений Олександр Кендюхов вважає, що «термінологічно інтелектуальний капітал – це капітал, створений людським і/або машинним інтелектом та представлений інтелектуальними ресурсами, здатними створювати нову вартість. ... Інтелектуальний капітал – це засіб створення нової вартості. Інтелектуальні ресурси включають, власне, інтелектуальний капітал, інтелектуальну працю та інтелектуальні продукти, які, в свою чергу, можуть бути використані як засоби виробництва» [266]. Однак, думка вченого, що саме таке тлумачення «дозволяє розглядати інтелектуальний капітал як економічну категорію», видається дискусійною, адже, позиція науковця

полягає у розгляді інтелектуального капіталу як складового елемента інтелектуальних ресурсів, що, на нашу думку, робить її неоднозначною саме у практичному застосуванні. Причому, прагматична компонента даної теорії вимагатиме постійного визначення здатні чи не здатні певні інтелектуальні ресурси на момент розгляду створювати нову вартість, що також ускладнюватиме процес. Ось чому, ми переконані, що поняття «інтелектуальний капітал підприємства» вимагає уточнення щодо здатності постійно генерувати майбутні грошові потоки, тобто капіталізуватися (не лише для «принесення додаткового прибутку» [267] чи конкурентоспроможності), а й для утримання довготривалого, стабільного економічного зростання. Отже, як бачимо, погляди більшості вітчизняних учених не відрізняються від поглядів світової економічної думки, яка досить неоднозначно, а подекуди, і суперечливо представляє поняття «інтелектуальний капітал підприємства».

Варто зауважити, що таке розмаїття тлумачення терміна «інтелектуальний капітал підприємства», а також відсутність законодавчо закріпленого визначення вимагає його уточнення у найближчій перспективі, а це гарантуватиме стабільний, зрівноважений розвиток суб'єктів господарювання в умовах «економіки знань». Дослідження проблематики інтелектуального капіталу залишається пріоритетним напрямком як у розвинутих економіках, так і економічних системах країн, господарський розвиток яких вимагає активізації.

Для української економічної системи це повинно стати першочерговим завданням, успішне вирішення якого може забезпечити стрибкоподібні, революційні, прогресивні зрушення, підвищення якості життя населення та стратегічну конкурентоспроможність вітчизняних суб'єктів господарювання. Детальніше представлення наших міркувань вимагає опрацювання власної дефініції «інтелектуального капіталу підприємства», що здійснимо на основі семантичного аналізу термінів, якими до сьогодні послуговувалися вчені, та використавши рис.1.3.

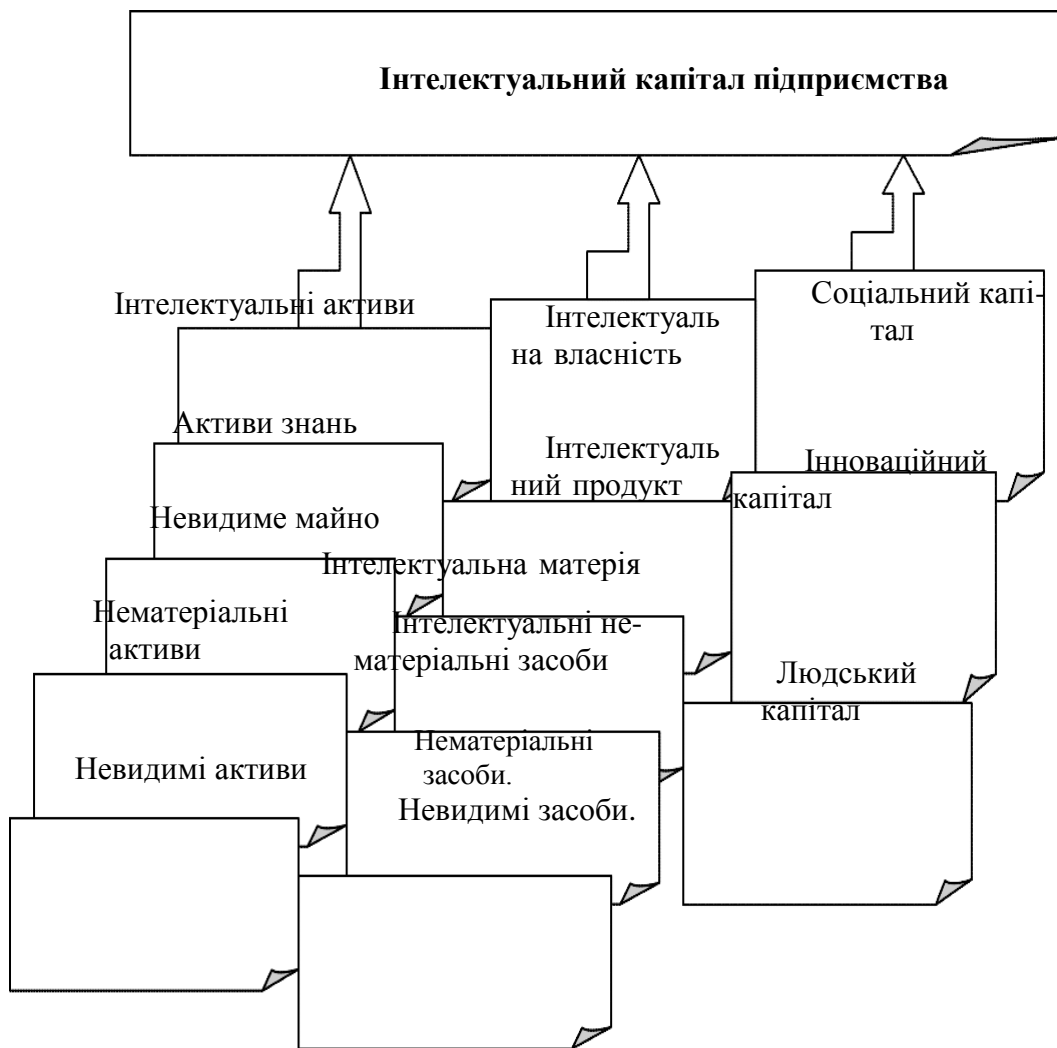


Рис. 1. 3.
Семантичний аналіз
термінів, що лежать в
основі дефініції
поняття
«інтелектуальний
капітал
підприємства»

Здійснене дослідження дає підстави стверджувати, що у розвитку теоретико-методологічних засад інтелектуального капіталу всі представлені вище різноманітні підходи до його тлумачення можна систематизувати, виділивши певні групи, які характеризують дане термінологічне визачення через:

1. Ідентифікацію складових елементів, опираючись на використання класифікаційного методу досліджень таких, як:

✓ «невидимі активи», «нематеріальні активи», «нематеріальна форма майна», «невидиме майно», «інтелектуальні активи», «активи знань» (І. Хіроякі, Й. Рус, Г. Рус, Е. Брукінг, С. Уоллман, К. Брадї, Л. Едвінсон, М. Мелоун, Н. Кельчевска, М. Павлов, Р. Петті, Дж. Гутрі, У. Буковіч, Р. Вілльямс, К. Вііг, С. Касевіч, В. Роговскі, М. Кісінська, Е. Скшипек);

✓ «нематеріальні засоби», «інтелектуальні нематеріальні засоби», «невидимі засоби» (Р. Холл, Г. Урбанек, М. Братніцкі, Д. Добія);

✓ «інтелектуальна матерія», «інтелектуальні цінності, здібності, навички», «інтелектуальний продукт», «інтелектуальна власність», «людський і машинний інтелект» (Л. Прусак, М. Літшка, А. Марком, С. Шундер, К. Перехуда, Б. Леонтєв, В. Іноземцев, Дж. Фітц-Енз, О. Бутнік-Сіверський, В. Петренко, О. Кендюхов);

✓ «управління знаннями», «капітал знань» «сукупність знань та інформації» (Т. Стюарт, К. Брадї, Лім Лін, П. Деллімор, Л. Едвінсон, П. Саліван, В. Хадсон, А. Яругова, Й. Фіяловска, К. Перехуда, М. Бендіков, Є. Джамай, Т. Чечелова, В. Геєць, А. Чухно);

✓ «гудвіл» (К. Багріновский, М. Бендіков, І. Фролов, Є. Хрусталеv);

✓ акцентований «інноваційний капітал», як складовий елемент (Й. Варшат, К. Вагнер, І. Гаусс);

✓ «соціальний капітал» (Ф. М'Ферсон, С. Пайк, М. Мак-Ілрей, М. Братніцкі, М. Армстронг,);

✓ «людський капітал» і сукупність вищенаведених компонентів у поєднанні з людським капіталом (трапляється практично в усіх учених, оскільки останній був фундаментом у розвитку доктрини інтелектуального капіталу).

2. Окреслення значущості й ролі в розвитку підприємств і процесі

розширеного відтворення на мікрорівні, як:

- ✓ джерело багатства (Т. Стюарт «Багатство від розуму», У. Буковіч, Р. Вільямс, М. Мрозевські);
- ✓ якісно нового економічного ресурсу, що немає фізичних чи фінансових вимірників (Л. Едвінсон, Е. Брукінг, Д. Добія);
- ✓ атрибуту конкурентоспроможності та ефективності функціонування господарських суб'єктів (Р. Холл, Т. Стюарт, К. Е. Свейбі, Л. Едвінсон, К. Брадї, М. Марцінковска, М. Братніцкі, Я. Стрижина, М. Бендіков, Є. Джамай, О. Бутнік-Сіверський);
- ✓ засобу ринкової капіталізації підприємства (створення нової вартості) – І. Хіроякі, Л. Едвінсон, П. Салліван, Я. Нахепет, С. Джошел, А. Яругова, Й. Фіяловска, М. Братніцкі, К. Перехуда, С. Касєвіч, В. Роговскі, М. Кісінська, Т. Чечелова, В. Геєць, О. Кендюхов.

3. Визначення економічного змісту на основі сутності економічної категорії «капіталу», що базується на функціональному підході, як:

- ✓ вартості, здатної генерувати нову вартість (Л. Едвінсон, П. Салліван, Л. Прусак, У. Буковіч, Р. Уїлльямс, А. Яругова, Й. Фіяловска, К. Перехуда, Т. Чечелова, О. Кендюхов);
- ✓ засобу, що створює видимі ефекти (Г. Урбанек, М. Братніцкі, М. Мрозевскі, О. Бутнік-Сіверський).

Незважаючи на розмаїття визначень, представлених у сучасній науковій літературі, можна стверджувати, що основним принципом формування теорії інтелектуального капіталу підприємства є принцип науковості, дотримання якого гарантує подальший «поступ» у розвитку суспільства, що базується на використанні інтелекту та знань. Головним завданням доктрини інтелектуального капіталу є напрацювання векторів кращого задоволення потреб людей, враховуючи економічні й інтелектуальні можливості та екологічні наслідки від підприємницької діяльності суб'єктів господарювання.

Отже, можемо констатувати, що опрацювання вітчизняними та зарубіжними вченими термінологічного визначення інтелектуального капіталу підприємства характеризуються глибиною, масштабністю і всебічністю. Опіраючись на представлені вище дефініції виділимо специфічні ознаки поняття інтелектуального капіталу підприємства:

1) базується на знаннях та інтелекті, тому головним інструментом розвитку інтелектуального капіталу є «інтелігентне підприємство», для якого характерним є перманентний процес навчання, що відбувається у просторі і часі;

2) виступає водночас ресурсом і результатом здійснення підприємницької діяльності;

3) під час кругообігу може перебувати одночасно у різних формах, (наприклад, у «Запасах» та «Готовій продукції»), а також одночасно функціонує у сферах виробництва та обігу;

4) нагромаджується і зберігається у специфічних формах, зокрема, інтелектуальний капітал має динамічний характер, а тому його нагромадження є важким завданням, оскільки в результаті невикористання останній може зникати або швидко втрачати свою цінність;

5) передається частково, важко піддається копіюванню (наприклад, це притаманне індивідуальному інтелектуальному капіталу, який постійно перебуває у власності носія);

б) швидко поширюється, що забезпечується функціонуванням в умовах «інфономіки». Переваги підприємств в умовах «нової економіки» забезпечуються інтелектуальним капіталом, знаннями й інформаційними технологіями, що організують його рух. Зазначимо, що розвиток інформаційних технологій почався ще в XV ст. з появою друкованих видань, яка забезпечила можливість розмноження тексту в тисячах екземплярів. Цивілізаційний поступ, який характеризується революційними змінами в інформаційних технологіях, перетворив інформацію на новий чинник розвитку. З кожним роком розширюються можливості передачі інформації шляхом використання телефонів, факсів, Інтернету, інтранету, сателітного зв'язку, що, в свою чергу, позитивно впливає на появу та збільшення обсягів інформації, підвищення можливостей її пошуку та використання. Такі прогресивні зміни стали реальними завдяки розвитку інформаційних технологій, які постійно нарощують свої можливості збирання і передачі знань, що спричинює зміни в організаційних структурах сучасних підприємств у напрямі впровадження динамічних і zdecentralizovanih мереж;

7) підлягає одночасному та багаторазовому використанню в еконо-

мічних процесах. Під час ужитку, на відміну від матеріального чи фінансово-го капіталів, інтелектуальний капітал не зношується, а примножується, розвивається, збагачується;

8) економічна цінність відображається різницею між ринковою та балансовою вартістю суб'єктів господарювання. Зауважимо, що дана різниця характеризується позитивними тенденціями, проте, для того, щоб стверджувати, що підприємство є інтелектуальним, таке перевищення повинно бути багатократним і носити стабільний характер[268];

9) обмеженими на сьогодні є можливості вимірювання та оцінки інтелектуального капіталу в традиційних системах бухгалтерського обліку, зокрема, це пояснюється частковим відображенням інтелектуального капіталу в традиційних формах фінансової звітності (наприклад, стаття «Нематеріальні активи»);

10) складові елементи інтелектуального капіталу відрізняються за своєю природою та характером функціонування, що вимагає розробки загальноприйнятої його класифікації для опрацювання критеріїв, покладених в основу їх оцінки та встановлення однорідних елементів, а також забезпечить підвищення на цій основі якості стандартів фінансової звітності. Зазначимо також, що практики уже реалізували спроби запровадження інноваційних моделей фінансової звітності суб'єктів господарювання, які дозволяли на основі проведених моніторингів готувати звіти про інтелектуальний капітал фірми. Саме цей факт був описаний нами вище, зокрема це стосується таких відомих фірм, як «Skandia AFS» та «The Dom Chemical»;

11) застосування інтелектуального капіталу забезпечує генерування очікуваних грошових потоків і позитивно впливає на капіталізацію підприємства, а, отже, все більшою мірою визначає стратегічний, зрівноважений розвиток суб'єкта господарювання.

За сутністю інтелектуальний капітал підприємства є сукупністю економічних відносин, у які вступають підприємці та наймані працівники, що є власниками-носіями індивідуального інтелектуального капіталу щодо пошуку, перетворення, збагачення і дифузії (трансферу, поширення) знань, генерованих інтелектом. У процесі функціонування інтелектуальний капітал бере участь у процесах формування, розподілу та ерерозподілу доданої вартості, створеної в

результаті функціонування інтелектуального капіталу;

12) інтелектуальний капітал підприємства як *явище* відображається появою «лакун», представлених у вигляді різниці між ринковою і балансовою вартістю суб'єктів господарювання, зокрема ринкова вартість фірми

«*Kraft*» при її продажі у 4 рази перевищила балансову вартість; фірми «*Rowntree*» – у 5 разів[268], а за твердженнями вчених «співвідношення між вартістю інтелектуального капіталу та вартістю матеріальних засобів виробництва і фінансового капіталу високотехнологічних компаній повинно знаходитися у межах від 5:1 до 16:1»[270];

13) *за змістом* інтелектуальний капітал підприємства відображає кінцеву мету розподільчих і перерозподільчих процесів, куди залучені підприємці та наймані працівники, які виступають власниками-носіями індивідуального інтелектуального капіталу. Для об'єктивності зазначимо, що специфіка інтелектуального капіталу підприємства полягає в тому, що навідміну від реального чи фінансового капіталу, які перебувають у власності підприємців, один із складових елементів останнього – індивідуальний інтелектуальний капітал – є власністю його носіїв – найманих працівників. У результаті функціонування інтелектуального капіталу, зазвичай, створюється вартість і додана вартість. Однак, характерною особливістю функціонування інтелектуального капіталу підприємства є той факт, що частина його об'єктів перебуває у власності найманих працівників, а, отже, інтелектуальний капітал не в повному обсязі виступає знаряддям експлуатації найманих працівників (на відміну від фізичного). Таким чином, наймані працівники позбавлені лише частини об'єктів інтелектуального капіталу, які виступають знаряддям привласнення частини створеної доданої вартості. Це зумовлює специфіку економічних відносин між підприємцями та найманими працівниками, яка виникає щодо перерозподілу створеного додаткового продукту. Поява такого вектора в економічних відносинах означає збільшення частки створеного додаткового продукту, яку будуть привласнювати власники-носії інтелектуального капіталу, – наймані працівники. Переваги навчання в групах за твердженням Пітера Сенге полягають у тому, що в результаті «обдумуються нові способи функціонування системи, які були б водночас радикальні і практичні»[271]. Необхідно зазначити, що саме це сприяє підвищенню соціальних стан-

дартів, покращенню якості життя населення і побудові економіки добробуту в високорозвинутих країнах.

Інтелектуальний капітал підприємства *за формою* – основні елементи, які визначають структуру вказаного терміну. В рамках наявних у науці теорій інтелектуального капіталу вчені виділяють людський капітал, структурний капітал, організаційний капітал і соціальний капітал. При цьому вважається, що людський капітал включає персонал підприємства та його контрагентів – постачальників, споживачів; організаційний капітал формують об'єкти промислової власності (товарні знаки, промислові зразки, винаходи, корисні моделі), об'єкти інтелектуальної власності (програмне забезпечення, банки і бази даних), інноваційний капітал і соціальний капітал (організаційна культура, менеджерські якості та комунікаційні здібності). Однак, на нашу думку, розглядаючи інтелектуальний капітал підприємства у загальному вигляді, доцільно виділити колективний інтелектуальний капітал (перебуває у власності підприємства) та індивідуальний інтелектуальний капітал (власниками є наймані працівники, його безпосередні носії).

Основні форми розвитку інтелектуального капіталу підприємства знаходяться у межах кожного зі складових елементів, простежується створення «інтелігентних підприємств», які характеризуються високим рівнем інноваційності та еластичності – здатністю швидко пристосовуватися до змін оточення. Серед сучасних форм розвитку інтелектуального капіталу підприємств є: налагодженість перманентного навчання (тривалість визначається протягом усього життя), підвищення кваліфікації (досвіду, вмінь, навичок) кожного працівника підприємства для підвищення свого *IQ* в рамках процесу як групового навчання (наприклад, симуляційні методики, які налаштовані на удосконалення груп через проведення тренінгів, використання методів навчання в позаробочий час «*off-the-job*», проведення семінарів), так й індивідуального самонавчання (наприклад, за методикою індивідуального вдосконалення працівників відомою під назвою «Тренування» («*Coaching*»); розширення використання переваг інформаційних технологій для отримання доданої вартості на базі індивідуальних і колективних знань, які є в розпорядженні суб'єкта господарювання; формування інноваційної організаційної культури на підприємстві.

Між сутністю, явищем, формою та змістом інтелектуального капіталу підприємства в результаті дії закону єдності і боротьби протилежностей, з одного боку, існує тісний діалектичний взаємозв'язок, а з іншого – наявні певні суперечності, що сприяє глибокому пізнанню теоретико-практичних доміант функціонування інтелектуального капіталу підприємства. Так, певна невідповідність виникає у перерозподільних відносинах створеної доданої вартості між підприємцями та найманими працівниками (власниками індивідуального інтелектуального капіталу), адже останні майже завжди змушені обмежувати свої інтереси на користь перших. Зазначена невідповідність може посилюватися у вирішенні питань, хто несе відповідальність за стратегічний розвиток підприємства – підприємці чи наймані працівники? Відтак, цілком виправданим буде розглядати інтелектуальний капітал підприємства, з одного боку, як економічні відносини щодо пошуку, перетворення, збагачення та поширення знань, а з іншого – як відносин економічної власності, що виникають у результаті розподілу та перерозподілу створеної доданої вартості між підприємцями та найманими працівниками – носіями індивідуального інтелектуального капіталу.

Враховуючи напрацювання сучасної економічної науки та опираючись на власні результати моніторингу інтелектуального капіталу підприємства, представимо власну дефініцію цього терміну. Згідно з нашими міркуваннями, *інтелектуальний капітал підприємства* – це сукупність економічних відносин, які виникають між підприємцями та найманими працівниками – власниками індивідуального інтелектуального капіталу щодо пошуку, перетворення, збагачення, дифузії (поширення) і використання знань, генерованих інтелектом, а також розподілу та перерозподілу створеної доданої вартості, що позитивно динамізує процес капіталізації підприємства.

Таким чином, можемо стверджувати, що на сучасному етапі розвитку економіки інтелектуальний капітал підприємства як термінологічне поняття, об'єднує низку структуротворчих елементів, які функціонують як у матеріальній так і нематеріальній сферах, що зумовлює певні труднощі в його ідентифікації (наприклад, порівняно з фізичним капіталом), а також доводить необхідність визначення його компонент та окреслення функцій.

Інтелектуальний капітал підприємства виконує низку функцій, зумов-

лених впливом притаманних лише йому ознак. Так, на наш погляд, доцільно виділити такі:

- пізнавально-гносеологічна, яка полягає у розширенні можливостей набуття знань про економічні явища та процеси, а також про вплив інтелекту на розвиток економічних систем і покращення якості життя;

- інтеграційна – інтелектуальний капітал забезпечує формування цілісності підприємства через визначення спільної мети, поглядів, переконань, цінностей;

- каталізатора змін – поява інтелектуального капіталу уможливорює зменшення впливу невизначеностей (наприклад, щодо впровадження організаційних змін), характерних для турбулентного середовища в яких функціонують підприємства в «економіці знань» та зумовлює обмеження стабілізаційної функції (характерної для індустріальної економіки);

- стимулююча – полягає в тому, що інтелектуальний капітал виступає стимулом для розвитку як окремих індивідів, так і господарських суб'єктів;

- регулююча – використовуючи інтелектуальний капітал, суб'єкти господарювання (чи держава) встановлюють певні норми та правила, за допомогою яких впливають на економічні процеси на мікро-, мезо- чи макрорівнях;

- інформаційна – полягає в тому, що інтелектуальний капітал дозволяє за допомогою інформаційних технологій нагромаджувати, зберігати, систематизувати та поширювати знання, інформацію, розвивати професійні навички та вміння, що забезпечує соціально-економічну доцільність його функціонування;

- виховна – інтелектуальний капітал стимулює (розвиває усвідомлення) до самонавчання, самопідготовки та самопізнання певних явищ та процесів як на рівні окремих особистостей, так і цілих підприємств;

- культурологічна – поява інтелектуального капіталу позитивно впливає на розширення світогляду кожного члена суспільства, розвиток організаційної культури підприємства, актуальність якої загострюється в умовах глобалізаційних процесів. Формування певної організаційної культури підприємства розширює можливості впливу на колективи людей, обмежуючи

контрольовані впливи (адміністративні методи впливу) та розширюючи використання методів психологічного впливу, що особливо важливо в умовах соціально-орієнтованої економіки.

Принагідно зауважимо, що виділені вище функції інтелектуального капіталу підприємства є взаємозалежними, діють одночасно, доповнюючи одна одну. Тісний взаємозв'язок між ними є двобічним, а їх реалізація кожним окремо взятим суб'єктом господарювання відрізняється певними специфічними особливостями. Таким чином, можемо стверджувати, що функції, притаманні інтелектуальному капіталу підприємства, визначають його специфіку як важливої складової капіталу цього суб'єкта господарювання, вплив якого на процес капіталізації підприємств посилюється.

Отже, термін «інтелектуальний капітал підприємства» займає важливе місце в сучасній економічній думці, виступаючи інструментом для пояснення певних явищ та економічних процесів. Причини розвитку теорії інтелектуального капіталу підприємства виводяться з неможливості пояснення ринкової капіталізації суб'єктів господарювання, економічного зростання на мікрорівні, опираючись винятково на зростання фізичного та фінансового капіталів. На основі теорії інтелектуального капіталу підприємств підлягає вирішенню низка проблем мікро-, мезо- та макроекономічного характеру, зокрема це зростання ролі інтелектуального капіталу в ринковій капіталізації підприємств; динамічний і екологічно-зрівноважений розвиток регіонів і розбудова соціально-орієнтованої економічної моделі розвитку країни, шляхом покращення матеріальної і нематеріальної якості життя людей, демократизація суспільства та поступове «стирання» різких відмінностей між рівнем життя багатих і бідних верств населення.

Підсумовуючи вищенаведене, зазначимо, що інтелектуальний капітал поступово перетворюється на найцінніший ресурс виробництва, забезпечуючи становлення і розвиток креативних, або як їх ще називають, «інтелігентних підприємств». Стратегія розвитку таких підприємств базується на розумінні найважливішої ролі інтелектуального капіталу, необхідності визначення векторів поліпшення його динаміки шляхом удосконалення «портфеля інтелектуального капіталу підприємства», що функціонуватиме в умовах «нової економіки». Представлені вище судження є основою для подальших

досліджень щодо проблематики типологізації інтелектуального капіталу підприємства, зокрема в напрямі дослідження концепцій, моделей та його структуризації, про що йтиметься далі.

Інформаційна революція, яка спричинила перехід суспільства до наступної ери розвитку, ставить нові вимоги до функціонування підприємств в умовах «економіки знань», які характеризуються трансформаційними змінами чинників підвищення продуктивності праці. Це знаходить своє відображення у поступовому набутті інтелектуальним капіталом домінуючих позицій, а також зниженні впливу фізичного та фінансового капіталів на забезпечення прогресу суб'єкта господарювання. Усе частіше в науково-практичній літературі використовується твердження, що екологобезпечний розвиток підприємств і капіталізація визначається не лише фізичним і фінансовим капіталом, а все більше капіталом інтелектуальним. Генеза впливу факторів виробництва на розвиток підприємства протягом усього періоду суспільного «поступу» може бути представлена наочно за допомогою рис. 1. 4.

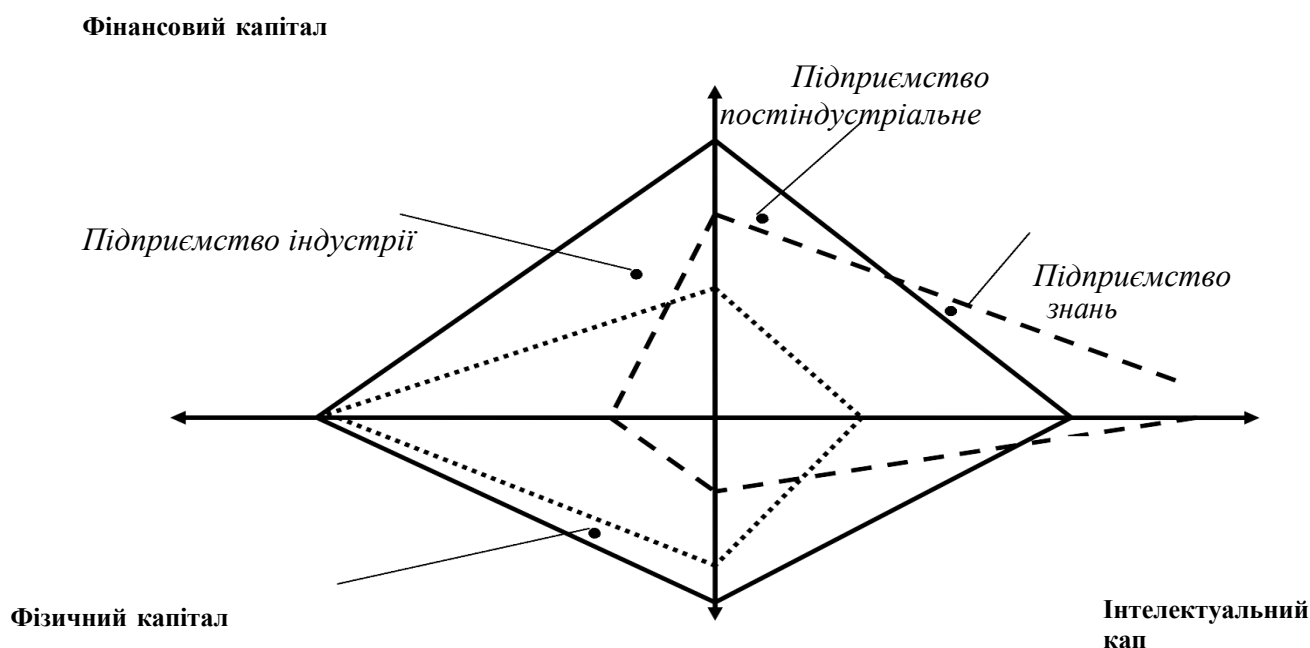


Рис. 1. 4. Генеза впливу факторів виробництва на розвиток підприємства .

Так, власне завдяки впливу інтелектуального капіталу ринкова вартість високотехнологічних фірм в умовах нової парадигми господарювання суттєво відрізняється від їх балансової вартості.

Досліджуючи розвиток сучасних підприємств, дозволимо собі стверджувати, що в умовах «економіки знань» зростає роль інтелектуального капіталу й у забезпеченні капіталізації суб'єктів господарювання. Проаналізувавши економічну сутність, функції та характерні ознаки інтелектуального капіталу підприємства, детальніше зупинимось на представленні становлення і розвитку його концепції, беручи за основу характеристику відомих моделей та ідентифікацію структуротворчих елементів.

Здійснений на основі групування поглядів вчених і практиків моніторинг розвитку концепції інтелектуального капіталу підприємства дає підстави виділити такі її види:

- ✓ маркетингову;
- ✓ облікову;
- ✓ соціологічну;
- ✓ інноваційну;
- ✓ концепцію «платформи вартості».

Спираючись на наукові дослідження, зауважимо, що в розвитку концепції інтелектуального капіталу підприємства помітним є використання вченими як статичного, так і динамічного підходів. При цьому, зазначимо, що маркетингова та облікова концепції інтелектуального капіталу підприємства зі своїх витоків базуються на використанні статичного підходу (К. Е. Свейбі [298; 299; ; 300; 301], Лім Лін, П. Деллімор [205], Т. Стюарт [293], К. Перехуда [205; 330], Й. Варшат, К. Вагнер, І. Гаусс [317], Р. Петті, Дж. Джасрі [254], Д. Добія [155], Б. Леонтьєв [55], О. Кендюхов [42; 43; 44; 45] та ін.), а соціологічна та інноваційна у своїй основі виникнення передбачають використання динамічного підходу (М. Братніцкий [263], Дж. Фітц-Енз [174], Н. Бонтіс [130; 131], Й. Рус, Г. Рус [272]).

Зародження маркетингової концепції інтелектуального капіталу підприємства пов'язане з опрацюванням у наукових колах теорії потреб споживача та її впливом на ефективність функціонування суб'єктів господарюван-

ня. Маркетингову концепцію інтелектуального капіталу підприємства опрацювали вчені К.-Е. Свейбі [300], Лім Лін, П. Деллімор [205], О. В. Кендюхов [42; 43; 44; 45], О. Бутнік-Сіверський [13; 64], Б. Леонтєв [55], С. Ілляшенко [34; 35] та ін. Метою більшості цих досліджень є визначення нових шляхів кращого задоволення потреб клієнта та підвищення на цій основі конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Основоположником маркетингової концепції інтелектуального капіталу підприємства можна вважати Карла Еріка Свейбі та створену ним із шестишведських відомих наукових постатей так звану «Групу Конрада», що вперше опрацювала універсальну методику вимірювання і оцінки нематеріальних активів «підприємств знань» («*Knowledge Company*»)[274], тобто тих, які в своїй діяльності використовують знання[275]. У «Рапорті Конрада» (1989) дослідники розкритикували використання лише традиційних фінансових показників та запропонували низку нових для представлення достовірного фінансового стану, рівня конкурентоспроможності та вартості «підприємства знань». Розроблена Карлом Еріком Свейбі модель інтелектуального капіталу «підприємства знань» базується на використанні понять «традиційний фінансовий капітал» («*Traditional Financial Capital*») та «капітал знань» («*Know-how Capital*»), останній у пізніших дослідженнях замінено на «інтелектуальний капітал»²⁷⁶. Автори «Рапорту Конрада» (1989 р.) наголошують на необхідності використання «капіталу знань» для кращого задоволення потреб клієнтів. У запропонованій Карлом Еріком Свейбі моделі інтелектуального капіталу підприємства структура капіталу суб'єкта господарювання представлена з погляду маркетингового підходу та передбачає наявність двох укрупнених складових: традиційного фінансового капіталу та капіталу знань. У складі останнього (інтелектуального капіталу) підприємства виділяють індивідуальний капітал знань («*Know-how Individual capital*») та капітал знань організації («*Know-how Organization Capital*»), або структурний капітал («*Structural Capital*»)[277]. Виділений у межах маркетингової концепції інтелектуального капіталу підприємства індивідуальний капітал знань («*Know-how Individual Capital*») вміщений у людських ресурсах і включає: освіту, професійні навички, персональну репутацію, зв'язки зі

споживачами та контрагентами, споживчий капітал, концептуальні моделі, комп'ютеризовані системи у бізнес мережах, логотип організації тощо[278]

Капітал знань організації («*Know-how Organization Capital*») представлений у рамках компетенцій, якими володіє підприємство, зокрема серед складових елементів вміщує історію підприємства, організаційний досвід, комп'ютерні програми, стандарти вирішення потреб клієнтів тощо. Зазначимо, що при характеристиці структурного капіталу суттєву увагу приділяють споживчому капіталу, розвиток якого, на думку дослідника, також забезпечується на основі використання маркетингу[279]. Схематично модель інтелектуального капіталу «підприємства знань» Карла Еріка Свейбі представимо на рис.1. 5

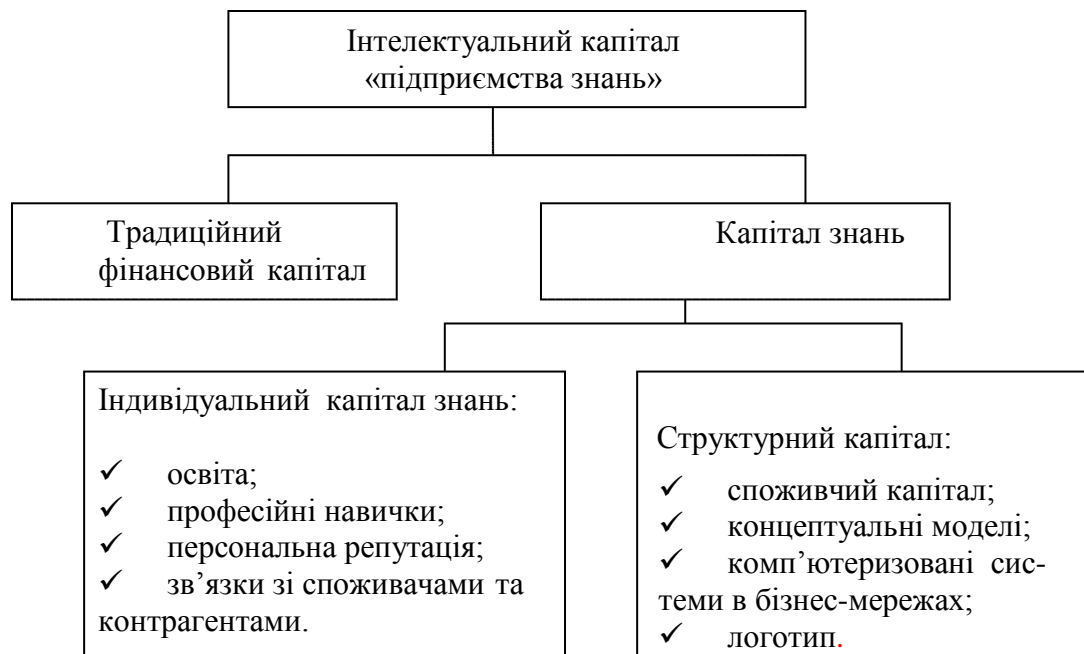


Рис. 1. 5. Модель інтелектуального капіталу «підприємства знань» К.-Е. Свейбі у контексті маркетингової концепції (джерело: складено автором на основі: Sveiby К.-Е. The Invisible Balance Sheet [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/TheLibrary/IntangibleAssets/tabid/81/Default.aspx>. - 2005; Sveiby К.Е. The New Organizational Wealth / Karl-Erik Sveiby. – San

Економісти, котрі дотримуються маркетингового підходу при класифікації інтелектуального капіталу, в межах його типів обов'язково виділяють маркетингові активи або їх синтез, клієнтський, марочний капітал. Скажімо, вивченню інтелектуального капіталу підприємства в рамках маркетингової концепції присвячено праці вчених С. Джіллін, Р. Пайк (1990), які, виділяючи чотири групи інтелектуальних цінностей – «креатори вартості» – реклама, розвиток продукції, інші елементи маркетингу; «маркетингові активи» – товарні знаки, фірмові знаки, інформаційні системи; «зображення вартості» – логотип, репутація; «синтез маркетингових активів» або конкурентна перевага, – обґрунтовують вплив маркетингу на створення стратегічних конкурентних переваг підприємства [280].

Отже, прихильники маркетингового підходу вважають, що задоволення потреб клієнта в умовах соціально-орієнтованої ринкової економіки є основною метою діяльності суб'єктів господарювання, а тому може виступати основним чинником у визначенні складових елементів і оцінці інтелектуального капіталу підприємства.

Дослідники Лім Лін, Пітер Даллімор у моделі інтелектуального капіталу підприємства, побудованої з позицій стратегічного управління підприємством (2004 р.) виділяють такі структурні елементи: людський, корпоративний, бізнесовий та функціональний капітали (знання з управління). Проте, на думку вчених, не менш важливим є поділ, що базується на відображенні стратегічного підходу до маркетингу, – капітал клієнта, постачальників, стратегічних бізнесових об'єднань та інвестора (знання з маркетингу) [281].

Розвиток маркетингової концепції інтелектуального капіталу підприємства представлений у працях Бориса Леонтєва, який, акцентуючи увагу на важливості клієнтського (ринкового) капіталу, сформованого фірмовими найменуваннями, брендами, діловою репутацією, використовує широкий (людський, структурний, клієнтський капітали) та вузький підходи (інтелектуальні здібності людей) до трактування цього економічного поняття (рис. 1. 7)[282].



Рис. 1. 6. Модель інтелектуального капіталу підприємства Б. Леонтєва в межах маркетингової концепції (джерело: складено автором на основі: Леонтєв Б. Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе [Монография] / Б. Б. Леонтєв. – М.: Издательский центр «Акционер», 2002. – 200 с.).

У вітчизняній науковій школі розвиток маркетингової концепції інтелектуального капіталу підприємства знайшов своє відображення у працях Олександра Бутнік-Сіверського, який виділяє людський, структурний та клієнтський капітали (2002 р.)[283].

Логічне продовження напрацювань у межах маркетингової концепції знаходимо у Олександра Кендюхова, який при типологізації за функціональним змістом виділяє п'ять груп інтелектуального капіталу (2008 р.): персоніфікований, інфраструктурний, техніко-технологічний, клієнтський і марочний (рис. 1. 8) [284;285].



Рис. 1. 7. Модель інтелектуального капіталу підприємства О. Кендюхова в межах маркетингової концепції (джерело: складено автором на основі: Кендюхов О.В. Эффективное управление интеллектуальным капиталом / О. В. Кендюхов; [монография]. – Донецьк: ДонУЕП, 2008. – 363 с.).

У своїх дослідженнях інтелектуального капіталу підприємства економіст суттєву увагу приділяє саме визначенню місця, ролі, значення і оцінки марочного капіталу, що дає підстави робити висновки про розвиток маркетингової концепції інтелектуального капіталу підприємства на основі доповнення її марочним капіталом.

Дослідник Сергій Ілляшенко, розвиваючи маркетингову концепцію інтелектуального капіталу підприємства та послуговуючись структурними підходами, виділяє (Додаток Л 3): людський (знання, навички, досвід, ноу-хау, творчі здібності, креативний спосіб мислення, критичне ставлення до авторитетів, моральні цінності, культура праці); організаційний (патенти, ліцензії, ноу-хау, програми, товарні знаки, промислові зразки, інформаційне забезпечення, технічне забезпечення, організаційна структура, корпоративна культура, система мотивації творчої праці) та інтерфейсний капітали (зв'язки з економічними контрагентами, інформація про них, історія взаємин з економічними контрагентами, торговельна марка (бренд)) [205, с. 93]. Згідно з нашими міркуваннями, запропонована дослідником ідентифікація структурних елементів інтелектуального капіталу підприємства є простою, але дискусійною, оскільки певні елементи (наприклад, патенти, ліцензії та ін.), включені автором до складу організаційного капіталу, хоч, ми переконані, їх варто було б віднести до інноваційного капіталу, оскільки вони виникають в результаті здійснення інноваційної діяльності.

Широкий підхід до тлумачення інтелектуального капіталу вченими Т. Стюартом (1991 р., 1997 р.) [293, 294], подальшими дослідженнями

К. Е. Свейбі (1997 р.) [300], К. Перехудою (1998 р.) [251; 330], Й. Варшатом, К. Вагнером, І. Гауссом [317], Р. Петті, Дж. Джасрі (2000) [254], Д. Добією [155] спричинив можливість виокремлення вченими статичного підходу при вивченні концепції інтелектуального капіталу підприємства, для якої притаманним є концентрація уваги на визначенні самостійних (автономних) елементів, що впливають на ефективність функціонування підприємства. Так, більш широко порівняно з маркетинговим підходом до трактування інтелектуального капіталу Карла Еріка Свейбі, представленого у «Репорті Конрада» (1989 р.), підійшов у своїх дослідженнях (1991 р.) Том Стюарт, виділяючи серед складових елементів інтелектуального капіталу ті,

які суттєво впливають на функціонування підприємств, зокрема, це людський капітал (вміння) структурний капітал (патенти, технології, процеси) і клієнтський капітал (інформація про споживачів та постачальників)[287] .

З практичних позицій до розробки моделі інтелектуального капіталу підприємства, використовуючи статичний підхід, обґрунтував свої дослідження (1997 р.) менеджер Карл Ерік Свейбі. Вона базується на трьох компонентах: індивідуальні компетенції («*Individual Competence*»), внутрішня структура («*Internal Structure*»), зовнішня структура («*External Structure*»)(рис.1. 8) [288]. Доцільно зауважити, що запропонована Карлом Еріком Свейбі модель інтелектуального капіталу підприємства (1997 р.), що вміщує двадцять чотири складові елементи найчастіше використовується як у теоретичних, так і практичних дослідженнях і є предметом удосконалення.



Рис 1. 8 Модель інтелектуального капіталу підприємства у контексті статичного підходу К.-Е. Свейбі

Таким чином, людський капітал, представлений у даній моделі під назвою «індивідуальні компетенції» («*Individual Competence*») працівників, вважається її основою і характеризується такими складовими, як знання, освіта, здібності, рівень фахової підготовки, а також підприємницькі здібності працівника. Специфічною рисою людського капіталу є відносини власності, адже він постійно «належить» носіям. Опираючись на ці особливості, вчений стверджує, що саме людський капітал є найціннішим серед усіх інших структуротворчих елементів інтелектуального капіталу підприємства.

Структурний капітал, який знаходиться у власності підприємства, названий у моделі внутрішньою структурою («*Internal Structure*»), включає інтелектуальну власність (патенти, авторські права, товарні знаки) та інфраструктурні засоби підприємства (філософія управління, організаційна культура, концепції, системи управління, фінансові зв'язки, комп'ютерні системи, неформальні об'єднання).

У моделі інтелектуального капіталу підприємства Карла Еріка Свейбі важливе значення відводиться здатності суб'єкта господарювання співпрацювати з його оточенням через формування капіталу зв'язків, що відображає його зовнішню структуру («*Eternal Structure*»). Незважаючи на те, що успішність інвестування в розвиток капіталу зв'язків є значно нижчою, ніж у структурний капітал, окремі його складові постійно потребують удосконалення й підтримки (наприклад, бренд підприємства).

Звернемо увагу, що запропонована Карлом Еріком Свейбі модель інтелектуального капіталу підприємства постійно удосконалюється і на сьогодні найчастіше використовуються її модифіковані варіанти, зокрема, спрощена модель інтелектуального капіталу підприємства (2000 р.) Ріхарда Петті, Джеймса Джасрі, яка в рамках структурних його елементів, ототожнює організаційний та структурний капітали, де виділяють лише два компоненти – людський та організаційний (структурний) [289].

Вирішення проблеми вимірювання інтелектуального капіталу підприємства ускладнюється тим, що інтелектуальний капітал не є фінансовим капіталом, а тому його важко відобразити в офіційно чинних на сьогодні стандартах фінансової звітності підприємств. Зокрема, вчений-практик, який є

розробником облікової концепції інтелектуального капіталу підприємства – Лейф Едінсон – стверджує, що даний фактор має характер зобов'язань господарського суб'єкта. З огляду на це він не може бути відображеним як його майно (актив), проте може представлятися як майно інтелектуальне [290].

Зазначимо, що розвитком облікової концепції інтелектуального капіталу підприємств і нині займається багато науковців, зокрема Д. Добія [155], О. Бутнік-Сіверський [64], В. Сопко [89], Г. Уманців [101] та ін. Активізація наукових досліджень розвитку облікової концепції інтелектуального капіталу підприємства пояснюється тим, що в умовах «нової парадигми» саме інтелектуальна складова стає основним виробничим ресурсом, який забезпечує капіталізацію суб'єкта господарювання.

Однак, незважаючи на підвищення ролі інтелектуального капіталу в капіталізації підприємств окремі його складові залишаються поза межами офіційної фінансової звітності, оскільки не є ідентифікованими (наприклад, ділова репутація); не мають правового забезпечення (наприклад, знання) тощо. Крім того, існує нагальна потреба напрацювання науково-обґрунтованої облікової концепції інтелектуального капіталу підприємства, що дозволить окреслити вектори удосконалення управління цим важливим ресурсом, а в українських реаліях ще й підвищити капіталізацію вітчизняних підприємств.

Розвиток інноваційної концепції інтелектуального капіталу підприємства знаходить своє відображення у появі нових пропозицій, які доповнюють структуру інтелектуального капіталу, враховуючи нові потреби в забезпеченні людського «поступу».

Позитивні тенденції активізували пошуки джерел інноваційних продуктів. Для створення продуктових інновацій у США та інших високо розвинутих країнах зростають видатки на проведення наукових досліджень. Так, річні витрати на НДДКР у США в середньому зростають на 8 %, у той час як інвестиції в матеріальні активи – на 6,8 % [299].

Очевидно, вказані вище тенденції впливу наукових досліджень на формування інноваційного капіталу підприємства забезпечили генезу концепції інтелектуального капіталу підприємства. У зв'язку з цим, доцільно згадати модель інтелектуального капіталу підприємства (2004 р.)

Дороти Добіі, яка містить також ознаки врахування інноваційного фактора, а оому вважаємо, що її можна розглядати як наступний крок у розвитку інноваційної концепції інтелектуального капіталу (рис. 1. 9).

У згаданій моделі вчена-фінансист у складі інтелектуального капіталу підприємства виділяє п'ять складових: інноваційний капітал, який формується на основі здійснення фундаментальних та прикладних наукових досліджень, що відрізняє дану модель від моделей-попередників; структурний капітал, який включає активи знань, еластичність підприємства, вміння, навички та лояльність працівників; ринки капіталів – фірмові і торгові знаки; вартість фірми («goodwill») – контракти – ліцензії, умови, медіа, послуги, скеровані на охорону середовища; контракти, зорієнтовані на обмеження впливу ризику фінансових інструментів, деривативи; клієнтський капітал, який ґрунтується на рекламі, довірі клієнтів та постійному пошуку нових контрагентів [300].

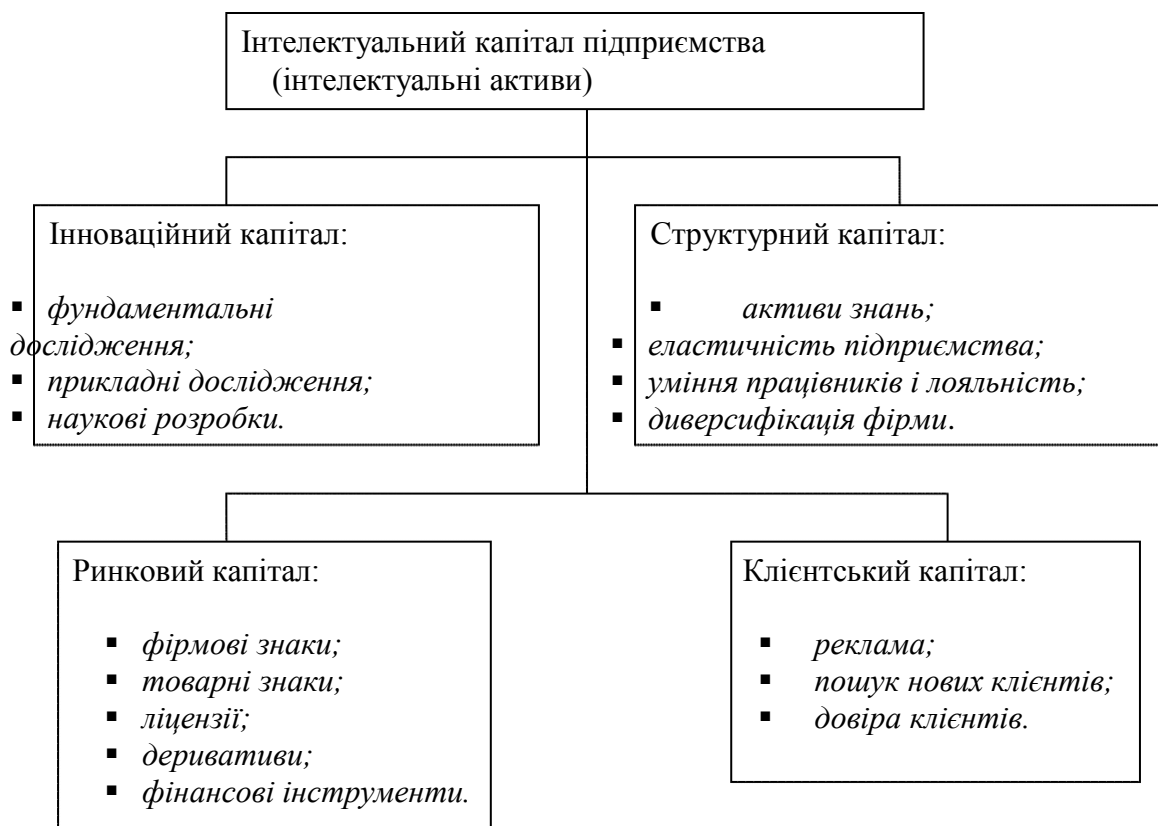


Рис. 1. 9. Модель інтелектуального капіталу підприємства Дороти Добіі

Отже, найважливішою перевагою представленої моделі є врахування впливу наукових досліджень на формування інноваційного капіталу, що визначає перспективні вектори розвитку інтелектуального капіталу підприємства.

Яскравим прихильником дотримання динамічного підходу до дослідження інтелектуального капіталу підприємства, що дозволяє удосконалити планування діяльності в сфері науки і розвитку та визначити джерела інновацій, які б забезпечували стратегічну конкурентоспроможність суб'єкта господарювання, є економістка Енні Брукінг, яка виділяє чотири групи активів (1996 р.) [301]: людські активи («*Human-Centered Assets*»); ринкові активи («*Market Assets*»); організаційні (інфраструктурні) активи («*Infrastructure Assets*») та активи інтелектуальної власності («*Intellectual Property Assets*»).

У дослідженнях ученої людські активи («*Human-Centered Assets*») становлять виробничий ресурс, що не перебуває у власності підприємства, охоплюючи креативність, досвід, уміння вирішувати проблеми, лідерські якості, здатність протистояти стресам, підприємницькі та менеджерські здібності особи.

Організаційні (інфраструктурні) активи («*Infrastructure Assets*») формують технології, організаційна культура, управлінські процеси, інформаційні системи, мережеві (комунікаційні) системи, але лише ті, які забезпечують функціонування підприємства. Характерною рисою моделі інтелектуального капіталу Енні Брукінг є невключення до складу інфраструктурних «матеріальних» активів, зокрема, систем і комп'ютерних програм. Однак, спосіб використання такого типу активів на підприємствах, на думку дослідниці, належить до інфраструктурних активів. Крім того, авторка моделі говорить про динамічний характер такого типу активів, що впливає з необхідності їх змін відповідно до тих, що мають місце в оточенні підприємства.

До складу ринкових активів вчена включає марки продукції чи послуг, бренд підприємства, рівень лояльності клієнтів, контракти в межах коопераційних зв'язків, дистрибуційні канали, які разом забезпечують конкурентоспроможність суб'єкта господарювання на ринку. Важливим

ідентифікуючим елементом, що відрізняє цю модель інтелектуального капіталу підприємства, є інтелектуальна власність, яку формують на базі знань і досвіду, отриманих у процесі виробництва чи надання послуг («*Know-How*»), торговельних таємниць, патентів, авторських прав і торгових знаків.

1.3. Концептуальні види інтелектуального капіталу

У другій половині ХХ ст. вчені Ікуджіро Нонака, Гіротакі Такеучі (1995) у своїх дослідженнях звертають увагу на представлені можливості споглядання на підприємство як соціальну спільноту, здатну швидко створювати та поширювати знання[302]. Саме такі погляди лягли в основу формування соціологічної концепції інтелектуального капіталу підприємства. Постулатом даної концепції є часова трансформація інтелектуального капіталу, спричинена постійними змінами, характерними для соціального капіталу, та під впливом стратегії підприємства, тому її ще називають соціологічною концепцією інтелектуального капіталу підприємства, яку досліджували брати Гйоран та Йохан Руси [303].

Серед прихильників соціологічної концепції інтелектуального капіталу підприємства доцільно виділити М. Братніцького [263], Дж. Фітц-Енза [174], Н. Бонтіса [180], Г. Рус, Й. Рус [271] та ін. Водночас, Гйоран та Йохан Руси вважають, що інтелектуальний капітал базується на колективних взаємовідносинах і визначається структурою цих зв'язків (1997 р.). У запропонованій науковцями моделі інтелектуального капіталу підприємства основою вважається капітал зв'язків з клієнтами, з постачальниками, з бізнес-партнерами та з інвесторами, який, у свою чергу, впливає на формування людського капіталу, а саме на розвиток знань, умінь і мотивації персоналу до більш продуктивної праці, а також капіталу бізнес-процесів, який формують приплив інформації, товарів, послуг, готівки. Крім того, тут важливе значення мають застосовані підприємством форми співпраці та визначені стратегічні вектори розвитку капіталу відновлення (спеціалізація, виробничі процеси, нові концепції, нові форми кооперації) (рис. 1. 11) [304]. Отже, суттєвою перевагою і відмінною рисою у запропонованій дослідником Гйораном Русом моделі

інтелектуального капіталу підприємства та його співавтором у 1997 р. Йоханом Русом, а також Стефаном Пайком та Лізою Фернстрьом у 2005 р., можна вважати перенесення акценту на капітал зв'язків, який у пізніших моделях названий соціальним капіталом. У цей період (1998 р.) і надалі в наукових публікаціях все частіше акцентується увага на головній ролі зв'язків у налагодженні колективних стосунків і формуванні на їх основі соціального капіталу, який є «...сумою наявних і потенційних засобів, вміщених у доступних і віднайдених завдяки їм) зв'язкових мережах, якими володіють окремі індивідууми або соціальні одиниці»[305].

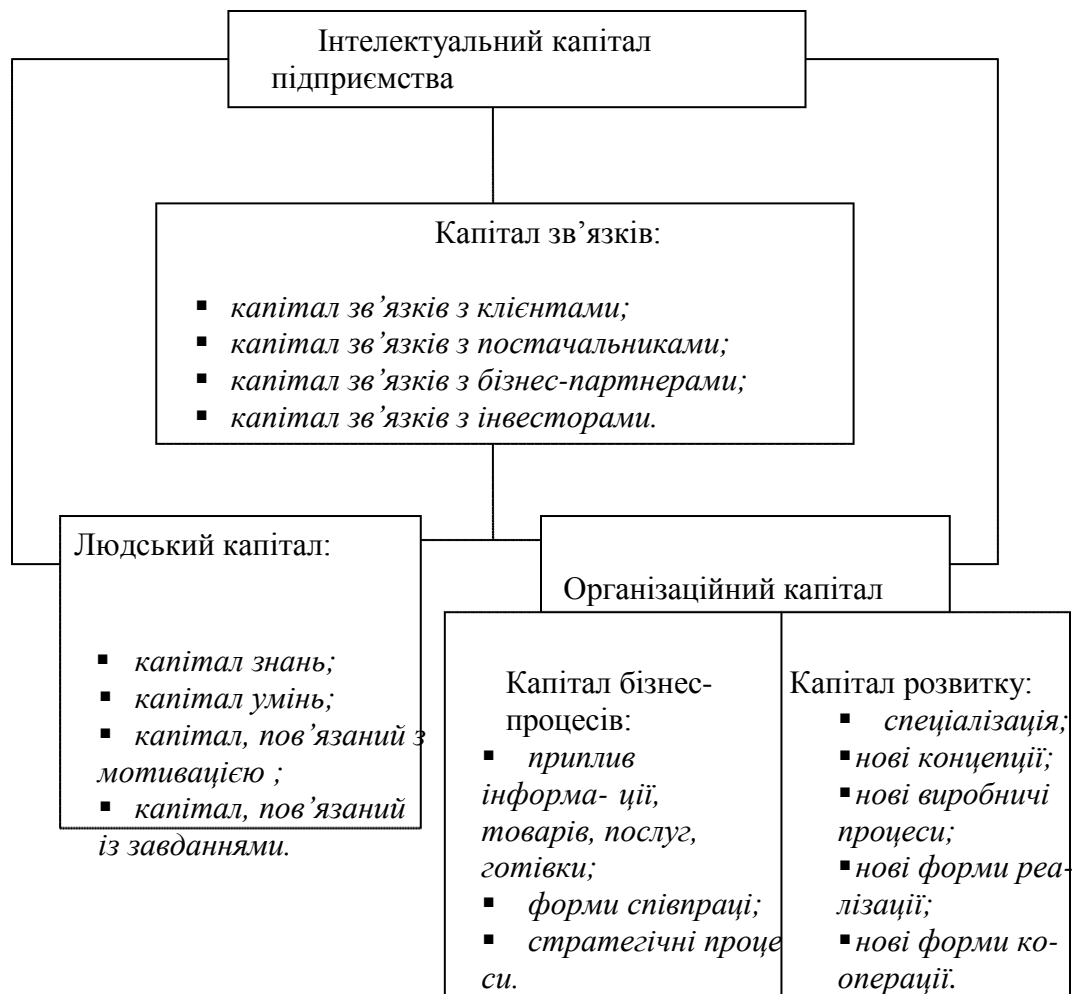


Рис. 1. 10. Модель інтелектуального капіталу підприємства Г. Руса (джерело: складено автором на основі: Roos G. Measuring Your Company's Intellectual Performance / Göran Roos, Johan Roos // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. – № 3. – P. 413–426. [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.sciencedirect.com/science/journal/00246301/30/3>; Roos G. Managing Intellectual Capital in practice / Göran Roos, Sthepen Pike, Lisa Fernström. – Amsterdam [ets.]: Elsevier, 2005. – P. 19–29).

Таким чином, на думку Яніни Нахапет і Самантри Джошел, ефективність функціонування підприємств залежить від їх вміння створювати та використовувати соціальний капітал, зокрема для створення інтелектуального капіталу підприємству важливим є забезпечення його доступу до індивідуальних знань, наявність у суб'єкта господарювання засобів поєднання знань, що забезпечить створення нової вартості [306]. Таким чином, дослідниці Яніна Нахапет і Самантра Джошел доводять, що соціальний капітал відіграє важливу роль саме при формуванні інтелектуального капіталу підприємства, оскільки базується на створенні та дифузії знань (1998 р.).

Погляди директора Інституту досліджень над інтелектуальним капіталом Ніка Бонтіса (2002–2006 рр.), що представляє північноамериканську школу, відображені у його моделі інтелектуального капіталу підприємства, яка вміщує три складових елементи – людський капітал («*Human Capital*»); структурний капітал («*Structural Capital*») та реляційний капітал («*Relational Capital*») (зв'язків). Людський капітал є джерелом інновацій, він вміщений в індивідуальних знаннях працівників підприємства, важко піддається кодуванню і поширенню. Структурний капітал відображає процеси та внутрішні взаємовідносини на підприємстві, доступ до інформації (товарні знаки, патенти, будинки тощо).

Реляційний капітал – це знання, які сприяють розвитку комунікаційних здібностей (ринкові зв'язки, зв'язки з клієнтами, постачальниками, технологічні мережі, доступні в оточенні). Тут варто згадати, що реляційний капітал оригінально описав Джон Кей (1996 р.), досліджуючи успішність функціонування підприємств, використовуючи термін «архітектура», що представляє специфічну здатність підприємства, діяльність якого базується на розвитку мережі внутрішніх (між працівниками і підприємством) та зовнішніх (між постачальниками і клієнтами) контактів, а також у сфері груп підприємств, які будують мережеві зв'язки [308]. Цілком слушною є думка науковця про те, що вдало сформована «архітектура» забезпечує можливості здобуття знань та покращує обіг інформації.

Опираючись на наведені вище твердження вважаємо, що логічно буде погодитися із запропонованою вченим заміною клієнтського капіталу на реляційний, оскільки останній включає як зв'язки з клієнтами, партнерами, коопераційні зв'язки (альянси), мережеві зв'язки, так і комплементарні активи – канали дистрибуції, маркетинг).

На основі ретроспективних досліджень робимо висновок, що розвиток соціологічної концепції інтелектуального капіталу підприємства пов'язаний з процесами демократизації, плюралізму, свободи слова, а, отже, з формуванням громадянського суспільства та третього сектора – незалежних громадських організацій.

Саме ці процеси дають можливість створювати та поширювати нові знання, нестандартні погляди та приймати нетрадиційні рішення.

Теоретичні домінанти ідентифікації структуротворчих елементів інтелектуального капіталу підприємства, сформованого при використанні соціологічного підходу знаходимо у працях (2000 р.) Маріуша Братніцького, у моделі якого конкретно виділено соціальний капітал (рис. 1. 12)[309].

Суттєвою перевагою цієї моделі є виділення окремим складовим елементом в інтелектуальному капіталі соціального капіталу, що дало поштовх до здійснення подальших досліджень впливу цього елемента на удосконалення структури інтелектуального капіталу підприємства.

Цікавою є запропонована (2001 р.) модель інтелектуального капіталу підприємства Джака Фітц-Енза, у якій науковець, хоч і не виділяє соціального капіталу окремим елементом, проте представляє його у вигляді мережі зв'язків, яка існує між людським капіталом і такими елементами інтелектуального капіталу, як інтелектуальна власність, процеси й культура [310].

Існування інтерактивних зв'язків між усіма елементами інтелектуального капіталу підприємства спричинює появу синергічного ефекту, який також чинить вплив на капіталізацію ринкової вартості підприємства. Наукові доробки представників цього вектора досліджень [166; 173; ; 261; 226] базувалися на динамічному підході. Виділяють два основних типи взаємозв'язків: першу групу формують ті, що виникають між елементами інтелектуального капіталу підприємства, другу – ті, що виникають між інтелектуальним і фінансовим капіталом.

Це абсолютно правильно, якщо під інтелектуальним капіталом підприємства розуміти різницю між його ринковою та балансовою вартістю. Звичайно, це знайшло своє відображення у трансформаціях на науковому термінологічному полі та стало підґрунтям до виокремлення, концепції «платформи вартості» (*value platform*) інтелектуального капіталу підприємства авторства Губерта Сант-Онжа, опрацьованої спільно з Лейфом Едвінсоном [312], Гордоном Петрашем [170], Чарльзом Армстронгом [169]. Найважливішою рисою цієї концепції вважаємо інтерактивні взаємозв'язки і взаємозалежності між інтелектуальним та фінансовим капіталом, а також між структуротворчими елементами інтелектуального капіталу підприємства, які визначають детермінанти формування ринкової вартості суб'єкта господарювання.

Яскравим прикладом прихильників концепції «платформи» вартості інтелектуального капіталу підприємства є вчені Лейф Едвінсон і Майкл Мелуун [315], які стверджують, що ринкову вартість підприємства формують його фінансовий та інтелектуальний капітали (рис.1. 13).

Варто зазначити, що виникнення інтерактивних зв'язків і залежностей у моделі інтелектуального капіталу підприємства Лейфа Едвінсона та Майкла Мелуона між інтелектуальним та фінансовим капіталом, а також між складовими елементами інтелектуального капіталу, на думку вчених-практиків, обумовлюється тим, що [18, с. 31–35]:

- ✓ домінантами структурного капіталу виступають клієнтський капітал та організаційний капітал;
- ✓ організаційний капітал формують інноваційний капітал та процесний капітал;
- ✓ в основі інноваційного капіталу лежать нематеріальні активи підприємства, представлені у вигляді інтелектуальної власності й інших нематеріальних активів.

Принагідно зауважимо, що такі структурні елементи інтелектуального капіталу як людський і структурний капітали, відображені у працях багатьох учених, зокрема, Карла Еріка Свейбі, базуючись на постулатах теорії якого Лейф Едвінсон та Майкл Мелуун удосконалили структуру інтелектуального

капіталу фірми «*Skandia*» [317]; Уенді Буковіча і Руфа Вілльямса [318]; вітчизняного вченого Анатолія Чухна, який вважає, що людський капітал втілюють працівники підприємства, а структурний – вміщений в інформації, якою володіє суб'єкт господарювання [319].

Варто зазначити, що найбільш повного відображення концепція «платформи вартості» («*Value Platform*») інтелектуального капіталу підприємства набула у працях учених Ніка Бонтіса [129; 130], спільних дослідженнях Губерта Сант-Онжа, Лейфа Едвінсона, Гордона Петраша [251; 270; 272], Чарльза Армстронга. Варто звернути увагу на запропоновану у 1997 р. Гордоном Петрашем модель інтелектуального капіталу, яка вписується у концепцію «платформи вартості» та включає три складові елементи, зокрема людський капітал, організаційний капітал і клієнтський капітал [252].

Одним із представників, науковий доробок яких є базовим у формуванні концепції «платформи вартості» інтелектуального капіталу підприємства, є Нік Бонтіс. Його модель базується на виділенні трьох структурних елементів інтелектуального капіталу – людський капітал («*Human Capital*»), який є джерелом інновацій і стратегічного розвитку підприємства. Він сформований на базі індивідуальних, таких, що важко піддаються поширенню, знань працівників.



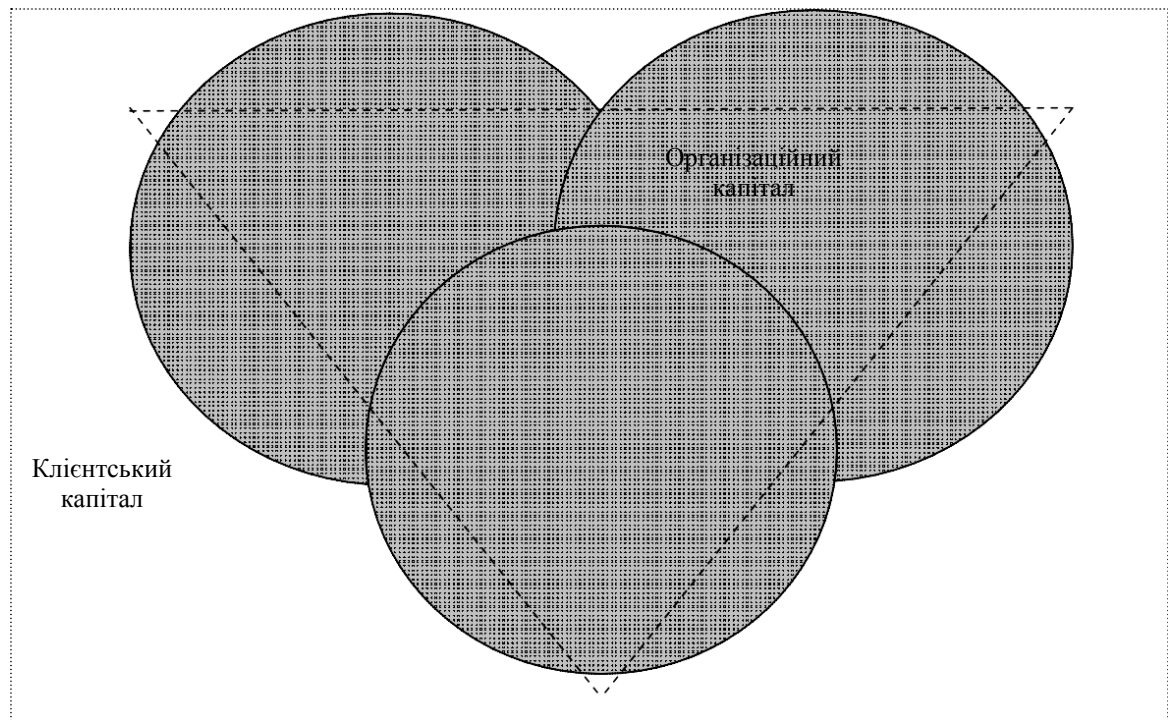
Рис. 1. 11. Модель інтелектуального капіталу Л. Едвінсона та М. Мелоуна в рамках концепції «платформи вартості» (джерело: складено на основі Edvinsson L. Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa odnajdując jego ukryte korzenie / Leif Edvinsson, Michael Malone; [Przekład Monika Marcinkowska] – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, – 2001. – 150 s.– (Seria Przedsiębiorczość).

При цьому вчений дотримується думки Лейфа Едвінсона та Карла Еріка Свейбі, стверджуючи, що людський капітал не перебуває у власності підприємства, а суб'єкт господарювання може лише його орендувати у власників-носіїв.

Другим складовим елементом виступає структурний капітал («*Structural Capital*»), який вчений відображає у вигляді активів під-приємства – торгові знаки, патенти, будинки, обладнання, доступ до інформації. При характеристиці третього структуроутворюючого елементу – капіталу зв'язків (комунікаційний капітал) («*Relational Capital*») Нік Бонтіс звертає увагу не лише на зв'язки з клієнтами, постачальниками, органами влади, а й на зовнішні інтеракції суб'єкта господарювання, особливо акцентує на технологічних мережах, доступних в інноваційному середовищі, де функціонує підприємство [320].

Отже, трансформації моделей інтелектуального капіталу підприємства у межах концепції «платформи вартості» («*Value Platform*») відображає модель Губерта Сант-Онжа, опрацьована в рамках спільних дослідницьких проектів Лейфа Едвінсона, Гордона Петраша, Чарльза Армстронга, яка базується на виділенні трьох основних компонентів інтелектуального капіталу: людський капітал, який формується і розвивається на знаннях, уміннях, здібностях та досвіді кожного працівника підприємства; організаційний капітал, що відображає необхідність реагувати на вимоги ринку та вміщує знання підприємства, представлені у вигляді інтелектуальної власності підприємства, бази даних, управління, технічної інфраструктури, організаційної культури; клієнтський капітал, який відображає зв'язки підприємства з оточенням (стратегічними партнерами, постачальниками, іншими контрагентами, обумовленими у контрактах і договорах).

Безумовно, найважливіше значення у моделі має людський капітал, що впливає на формування організаційного капіталу, а спільно вони генерують клієнтський капітал. Отож, лише завдяки наявності інтерактивних зв'язків між усіма складовими елементами інтелектуального капіталу створюється нова вартість.



W. *Рис. 1. 13.* Синтез моделей інтелектуального капіталу в рамках концепції «платформи вартості» (джерело: Edvinsson L. *Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa odnajdując jego ukryte korzenie* / Leif Edvinsson, Michael Malone;

При цьому вчені наголошують, що створення нової вартості є можливою лише в результаті сильних зв'язків, які виникають між усіма елементами та складовими компонентами кожного зокрема [321].

Проте, можливості перетворення інтелектуального капіталу у вартість, незважаючи на безпосередню залежність між зростанням вартості та силою взаємозв'язків, визначаються також станом усіх структурних елементів інтелектуального капіталу [322]. Так, якщо стан людського капіталу є незадовільним, наприклад, працівники не володіють іноземними мовами, то це обмежує можливості повного отримання інформації про ринки, що впливає на розвиток організаційного капіталу, а також обмежує вектори зовнішньоекономічної діяльності підприємства, можливості нарощення експортного потенціалу, виходу на міжнародний ринок, а це створює певні загрози в умовах економічної глобалізації, знижує адаптаційні здатності суб'єкта господарювання і негативно впливає на стан клієнтського капіталу.

У даній моделі інтелектуального капіталу привертає увагу акцентування на важливості взаємовідносин з клієнтами, які суттєво відрізняються від стосунків з працівниками і стратегічними партнерами та мають фундамента-

льне значення для вартості підприємства. Підприємство, як відкрита система, постійно прагне до перебування у стані «гомеостазу» – утримання рівноваги, що можливе завдяки формуванню його адаптаційних здатностей реагувати на зміни, які відбуваються як усередині, так і ззовні системи, та збільшенню, таким чином, можливостей збалансованого, зрівноваженого розвитку на базі відбору з оточення різного типу знань, наприклад, знань інформаційного характеру. Поширення знань між працівниками, клієнтами та підприємством у моделі відображено пунктирними лініями. При цьому дослідники зазначають, що наявність таких комунікаційних зв'язків між структурними елементами інтелектуального капіталу підприємства забезпечують появу синергічного ефекту, який безпосередньо впливає на капіталізацію підприємства.

Переваги концепції «платформи вартості» інтелектуального капіталу підприємства:

1. Забезпечує розвиток методологічних домінант вимірювання і оцінки інтелектуального капіталу підприємства та його внеску в капіталізацію суб'єктів господарювання.

2. Відображає капіталізацію підприємства, як синергічний ефект, що виникає на основі інтерактивних взаємозв'язків між складовими інтелектуального капіталу. У свою чергу, це суттєво ускладнює використання індексних методів (для визначення індексного значення кожного його складового елемента) для визначення ефективності та оцінки впливу на капіталізацію підприємства.

3. Засвідчує існування прямих і зворотних взаємозв'язків між структуротворчими елементами інтелектуального капіталу підприємства.

4. Підтверджує, що жоден із елементів інтелектуального капіталу не має домінуючого значення у капіталізації суб'єкта господарювання.

Говорячи про недоліки концепції «платформи вартості» інтелектуального капіталу підприємства зацентруємо увагу на тому, що нині характерними є певні труднощі в сфері його вимірювання і оцінки. Проте, вони зумовлені формуванням термінологічного поля, що є відображенням певних суперечностей і багатоваріантності у трактуванні поняття «інтелектуальний капітал», відсутністю єдиноприйнятої класифікації і загальної методології його моніторингу й оцінки, що певною мірою виступає вектором розвитку сучас-

ної економічної науки.

Один із векторів сучасного розвитку концепції «платформи вартості» інтелектуального капіталу підприємства пов'язаний із формуванням громадянського суспільства, забезпеченням демократичних цінностей, плюралізмом, що спричинює активізацію людського чинника та відображається у появі нової форми капіталу – соціального капіталу. Виокремлення соціального капіталу стало можливим завдяки розвитку інформаційних технологій, що забезпечили можливості швидкого трансферу інформації, нагромадження, розвитку та передачі нових знань, появу праці в мережах. При цьому, соціальний капітал представлений в усіх проявах активності людського фактора – соціуму. Зазначимо, що розвиток соціального капіталу можливий лише в демократичних суспільствах, у той же час значно обмежені можливості його становлення і розвитку в країнах, де існує тоталітарний режим і відсутня прогресивно налаштована політична еліта.

Соціальний капітал в економічних публікаціях відновуємо у кінці 1990^{-их} роках минулого сторіччя. Так, Владислав Іноземцев, даючи визначення категорії інтелектуального капіталу, представляє соціальний капітал як «колективний мозок..., спілкування» (1998 р.) [323]. Скажімо, вітчизняний учений Олександр Бутнік-Сіверський соціальний капітал відображає у вигляді сукупності колективних знань працівників підприємства, їх творчих здібностей, умінь вирішувати проблеми, лідерських якостей, підприємницьких і управлінських якостей, включаючи його складовим елементом людського капіталу (2002 р.) [324]. Згідно з нашими міркуваннями, таке тлумачення соціального капіталу є дискусійним. Дозволимо собі частково не погодитися з таким підходом до тлумачення соціального капіталу, оскільки, вважаємо, по-перше, недоцільно включати соціальний капітал лише до складу людського (інтрасоціальний), по-друге, таке тлумачення свідчить про звужений підхід до визначення соціального капіталу, адже для розвитку креативного суспільства – появи лідерів, творчих людей, підприємців – потрібне певне стимулююче середовище (інтерсоціальний капітал).

Отже, соціальний капітал є значно ширшим поняттям, ніж сукупність колективних знань, бо він з'являється і зростає лише тоді, коли є довіра між членами суспільства, відкритість і готовність до колективної співпраці. Зви-

чайно, рівень розвитку соціального капіталу впливає на формування як людського, так і інших елементів інтелектуального капіталу. Підтвердженням правильності наших тверджень про вплив стану демократії в країні на розвиток соціального капіталу є той факт, що у цей же період учені в країнах з усталеними демократичними системами, говорячи про зростання значення соціального капіталу в зв'язку зі змінами у господарській практиці підприємств, акцентують увагу на заміні старих взаємозв'язків на новий тип зв'язків – мережеві зв'язки. Так, відомий економіст Франціс Фукуяма у 2000 р. представив соціальний капітал як сукупність неформальних цінностей і норм, визнаних членами певної групи, які забезпечують їм співпрацю [325].

Учений Майкл Армстронг акцентує увагу на соціальному капіталі, як результаті соціальних міжлюдських взаємозв'язків, тому, влучним, на нашу думку, є представлення соціального капіталу як «знань, які передаються і розвиваються через відносини між людьми,... як сукупність горизонтальних зв'язків між людьми. Вони включають соціальні контакти і пов'язані з цим норми, які впливають на суспільство, продуктивність праці та добробут» (1996 р.).

Оригінальним є підхід (2009 р.) економістки Олени Грішнкової до тлумачення соціального капіталу, яка доводить недоцільність його розгляду як складового елементу інтелектуального капіталу[326]. Однак, дозволимо собі частково не погодитися із думкою дослідниці, оскільки соціальний капітал на сьогодні виступає важливим чинником, який суттєво впливає на розвиток людського капіталу, маючи, в кінцевому результаті, позитивний вплив на капіталізацію підприємства.

Зазначимо, що визнання соціального капіталу як важливого чинника, що формує вартість підприємства, спричинило опрацювання нових моделей інтелектуального капіталу підприємства у межах концепції «платформи вартості».

Безумовно, серед відомих моделей інтелектуального капіталу підприємства в межах концепції «платформи вартості», які включають інтелектуальний капітал соціуму, де функціонує суб'єкт господарювання, доцільно назвати модель Маріуша Братніцького і Януша Стрижини (2001 р.) [231] та модель Марка Мак-Ілрея (2002 р.) [227].

Модель інтелектуального капіталу підприємства Маріуша Братніцького і Януша Стрижини ґрунтується на твердженні, що вартість суб'єкта господарювання залежить від матеріального та інтелектуального капіталів (рис.1. 15). Безумовно, науковці є прихильниками теорії соціального капіталу, тому серед структурних елементів інтелектуального капіталу виділяють соціальний, людський та організаційний капітали.

Зауважимо, що ядром інтелектуального капіталу виступає не людський, як у попередніх моделях (наприклад, модель Лейфа Едвінсона, Майкла Мелоуна), а соціальний капітал, який формують структурний капітал – базується на взаємозв'язках через мережі, конфігурації в мережах, відповідальності підприємства; пізнавальний капітал – спільна мова, спільна відповідальність, спільна лексика; масштаб міжлюдських відносин – норми, зобов'язання, ідентифікація, довіра.

Принагідно зауважимо, що характерною особливістю даної моделі є відсутність інноваційного капіталу, який у попередніх моделях лежав у основі формування вартості підприємства.

Динаміка представлених моделей інтелектуального капіталу підприємства дає підстави зробити висновки, що їх опрацювання і структуризація відбувалися практично в одному відрізку часу та виникали незалежно один від одного на різних континентах. Порівняльна характеристика моделей інтелектуального капіталу підприємства, що існують на сьогодні, дає підстави стверджувати, незважаючи на їхню різноманітність, про спільну складову, характерну для усіх без винятку моделей – людський капітал, а також уможливорює окреслення трьох основних векторів – зв'язки з процесами, працівниками та ринком (у т. ч. із клієнтами).

Порівняльний аналіз моделей і оцінка трансформаційних тенденцій концепції інтелектуального капіталу підприємства дає підстави стверджувати про активізацію її розвитку. Однак, строкатість його структури ускладнює його класифікацію та оцінку.

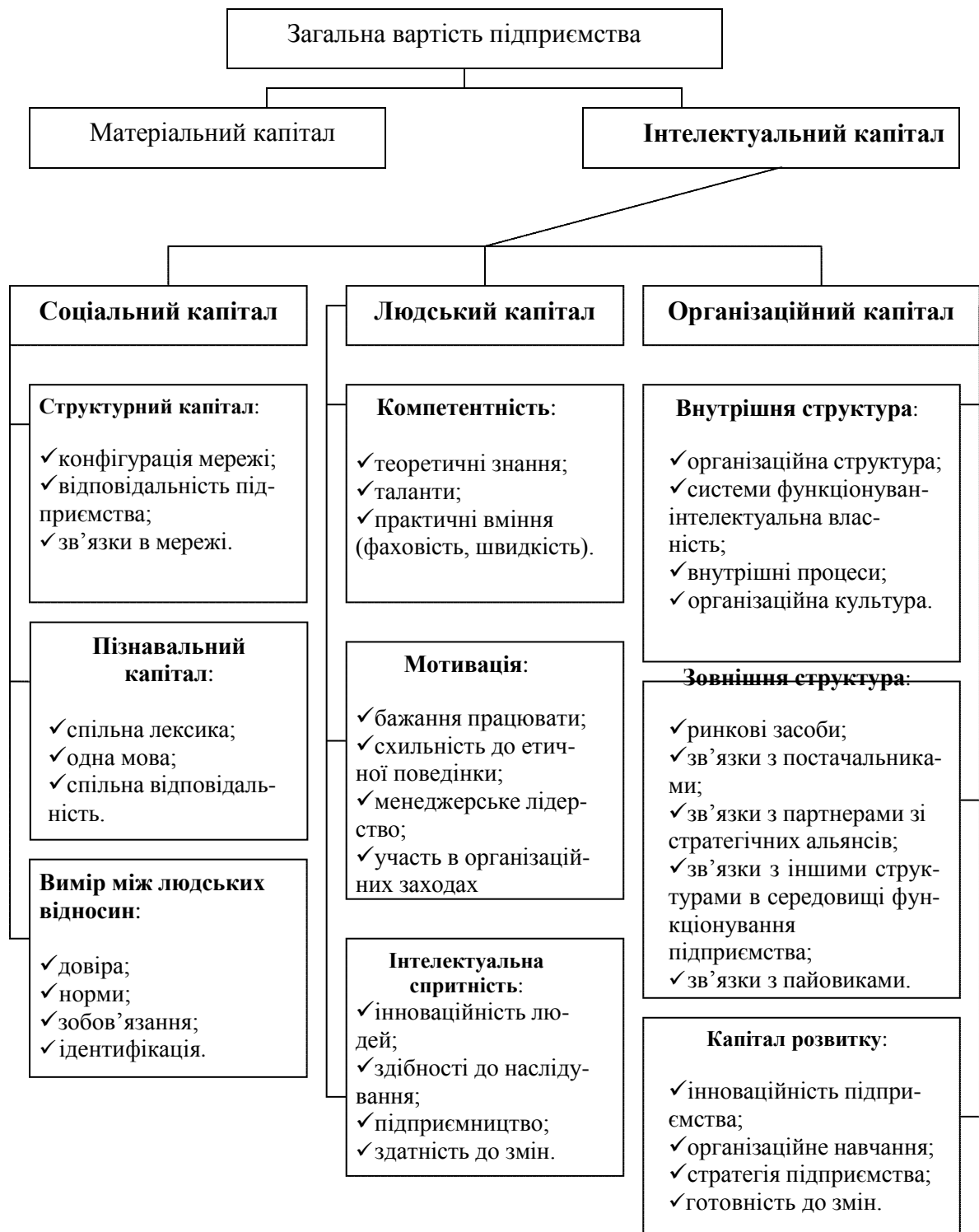


Рис. 1. 14. Модель інтелектуального капіталу підприємства М. Братніцького і Я. Стрижини в межах концепції «платформи вартості» (джерело.: Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny / [Bratnicki Mariusz, Stryżyna Janusz, Butrym Kamila]; [pod red. Mariusza Bratnickiego, Janusza Stryżyny]. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2001. – s. 70 – (Seria: Prace Naukowe akademii Ekonomicznej im. Karola Adameckiego w Katowicach)).

Зазначимо також, що, оскільки найважливішим складовим елементом інтелектуального капіталу підприємства залишаються структурний і людський капітали, то при удосконаленні типологізації та визначенні векторів його розвитку врахуємо зауваження економістів-практиків

Лейфа Едвінсона та Майкла Мелоуна про те, що структурний капітал у своїй основі є «глобальним, а людський – залишається локальним»[334]. Крім того, при побудові авторської моделі інтелектуального капіталу підприємства спробуємо дотриматися постулату, що вона повинна базуватися на інтелектуальній складовій усіх без винятку елементів, удосконалюючи, таким чином, наявну на сьогодні відносно гомогенну таксономію його структури – людський, структурний (організаційний) та ринковий (зв'язків, клієнтський) капітали. Спираючись на результати порівняльної оцінки моделей інтелектуального капіталу підприємства, можемо констатувати, що важливою відмінною рисою кожної моделі є різний ступінь конкретизації її складових, що свідчить, з одного боку, про активізацію досліджень цього напрямку, а, з іншого – працювання загальноприйнятої, простої з практичної точки зору та обґрунтованої з теоретичних поглядів, концепції. Наявність таких розбіжностей у термінологічній площині зумовлює існування широкого розмаїття характеристик, суттєво ускладнює визначення векторів розвитку інтелектуального капіталу та забезпечення на цій основі капіталізації підприємств.

Сучасні підприємства повинні бути зорієнтовані на інноваційні моделі розвитку, що, у свою чергу, вимагає налагодження процесів генерування інтелектуальних продуктів, під якими пропонуємо розуміти продукти (послуги) з високим рівнем інтелектуальних витрат, а їх комерціалізація здатна забезпечувати капіталізацію суб'єкта господарювання.

Економічна глобалізація, швидкий розвиток інформаційних технологій створили неймовірні можливості для збору, нагромадження, поширення та зберігання знань, інформації, даних. Так, двократне збільшення знань від появи друкарської преси відбулося за 300 років (сьогодні аналогічне завдання вимагає часу лише 5 років). Таким чином, видання книжок протягом третьої декади ХХ ст. дорівнювало їх кількості, виданих у межах 500 років.

Зазначимо, що розвиток ІТ-технологій і надалі позитивно впливатиме на розширення знань та перетворення останніх на специфічний ресурс виробництва. Поява таких тенденцій у розвитку суспільства, а також специфічні характеристики унікального субституту інших виробничих ресурсів – знань (у співвідношенні до таких як земля, праця, капітал) суттєво розширюють можливості його використання в усіх країнах, незважаючи на їх рівень соціально-економічного розвитку. Особливість знань полягає, насамперед у тому, що їх поява, поширення і розвиток, з одного боку, великою мірою визначається людським фактором, оскільки знання з'являються спочатку в думках людини, а з іншого – інноваційний динамізм спричинює швидку ерозію знань, що, у свою чергу, спонукає кожного до системного навчання та підвищення кваліфікації впродовж усього життя.

Враховуючи зміни, які відбуваються в умовах нової системи господарювання і базуючись на поданому вище, можемо стверджувати, що для розвитку індивідуального інтелектуального капіталу стратегічним ресурсом виступатимуть не знання, а саме капітал знань, якісні можливості якого визначаються рівнем теоретичних, прикладних та духовних знань людини. Теоретичні знання є узагальненими, сформованими на основі аксіом, теорій, тверджень та логічного мислення. Характерною рисою теоретичних знань є їх доступність, яка забезпечується на основі створення державою рівного доступу до освіти, поширення інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема Інтернету, соцмереж тощо. Прикладні знання забезпечують рівень фахової підготовки майбутнього спеціаліста, базуючись на вивченні досвіду інших людей, зайнятих у цій сфері діяльності. Духовні знання підвищують можливості людини щодо набуття та розвитку теоретичних і прикладних знань.

Капітал знань – це концепційна здатність сформованих людиною теоретичних, прикладних і духовних знань генерувати інтелектуальні продукти та створювати додану вартість.

Отже, важливою ознакою інтелектуальних здібностей людини є здатність до перманентного самонавчання. При цьому важливо зауважити, що на сьогодні найсуттєвіший вплив на розвиток індивідуального інтелектуального капіталу справляють інвестиції у навчання протягом усього життя людини.

Існуюча безпосередня залежність між інвестиціями у постійне навчання працівників і підвищення їхньої кваліфікації шляхом стажування, участі у тренінгах, науково-практичних семінарах, самонавчання й самоудосконалення та рівнем розвитку індивідуального інтелектуального капіталу свідчить про динамічний характер цієї категорії, щодо інших детермінант інтелектуального капіталу підприємства. Згідно з нашими міркуваннями, саме притаманний індивідуальному інтелектуальному капіталу динамізм доводить постійну зміну економічної вартості цієї важливої категорії. Ось чому сучасні підприємства все більшою мірою будуть зацікавлені не лише у пошуку креативних, інтелігентних і комунікативних працівників, а й зменшенні плинності у ранзі такої категорії трудових ресурсів, знання і компетенції яких у кінцевому результаті суттєво впливають на капіталізацію суб'єкта господарювання.

1. Комунікативна компетентність охоплює такі якісні складові людського фактора, як адаптаційні можливості, здатність до колективної праці та організації праці інших, уміння вирішувати конфліктні ситуації, здійснювати опір на стресові ситуації, мати лідерські якості. В умовах нової економіки, коли знання перетворюються на стратегічний ресурс важливим є розвиток у працівників підприємства здатностей до колективної праці, адже знання є специфічним ресурсом, використання якого є більш раціональним у випадку залучення якомога більшої кількості його користувачів. Крім того, в умовах економіки знань важливого значення набуває налагодження групової праці, а зростання ролі такої організації праці свідчить про важливість розвитку комунікативних компетенцій у працівників саме інтелектуальних підприємств, адже вони виступають ключовим чинником стимулювання думок, генерування нових ідей на підставі взаємонавчання між учасниками колективу та поширення інформації. Зазначимо, що в українських реаліях, на жаль, відсутнє розуміння важливості розвитку комунікативних здібностей як на мікро-, так і мкрорівнях, що суттєво знижує можливості формування інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання, окремих регіонів та країни загалом.

2. Креативна компетентність представляє розвинену на базі знань і досвіду здатність людини до генерування нестандартних поглядів, оригінальних підходів, що забезпечують формулювання конструктивних способів

вирішення проблем.

Дослідженнями поняття «креативність» займається багато вчених, що свідчить про те, що, з одного боку, це поняття є цікавим, а з іншого – складним, що зумовлюється особливостями його прояву в розумових, психологічних аспектах, які людству ще не вдалося ґрунтовно дослідити. Проте, незважаючи на розмаїття дефініцій сутність цього поняття, погляди теоретиків доводять, що креативність є «неодмінною рисою людської природи»³⁸⁷, а економісти-практики, зокрема, Камерон Форд уточнює, що «креативність є суб'єктивною рисою цінності й оригінальності праці людини чи групи людей, представлена у специфічному контексті»[388]. Цілком слушним є твердження науковця Руса Вебера, що «більшість творчості є результатом важкої праці: узгодження різних фактів та інформації, аналізу і визначення комбінацій, пильної уваги на нові залежності»[389]. Враховуючи вищенаведене, робимо висновок, що креативні компетенції не доцільно ототожнювати лише з інтуїтивними якостями людини.

Отже, креативні компетенції людина може розвивати впродовж усього життя, базуючись на вмінні самостійно навчатися, високій самодисципліні і прагненні до досягнення успіхів, що загалом підвищує пізнавальну спритність людини. Відтак, враховуючи напрацювання науковців та беручи до уваги вищезазначене, можемо стверджувати, що запропоновані елементи капіталу компетенцій суттєво розширюють можливості впливу на підвищення професійної спритності людського фактора в умовах «економіки знань». Таким чином, у запропонованій нами моделі інтелектуального капіталу підприємства характеристика таксономічної одиниці «індивідуальний інтелектуальний капітал» розкрита з погляду когнітивного (володіння знаннями) – на основі капіталу знань; мотиваційного (готовності використовувати капітал знань) та аксіологічного (освоєння цінностей) аспектів – на основі капіталу компетенцій.

Важливим інструментом забезпечення формування інноваційного капіталу є запровадження стандартів якості продукції і систем управління на підприємстві. Пожвавлення інноваційної діяльності на підприємстві забезпечується у сферах наукової та раціоналізаторсько-пошукової діяльності й обумовлюється здатністю суб'єкта господарювання до захисту інтелектуальної

власності, зокрема це знаходить своє втілення у патентній політиці, яка відображає діяльність підприємства щодо захисту інтелектуальної власності: захист прав об'єктів промислової власності – винаходи, промислові зразки, корисні моделі, товарні знаки; захист прав об'єктів інтелектуальної власності – програмне забезпечення, ноу-хау, гудвіл, рацпропозиції, а також ліцензійній політиці – що стосується використання вітчизняними підприємства таких форм ліцензій, як франчайзинг, роль якого, на нашу думку, суттєво підвищуватиметься в умовах глобалізаційних процесів. У згаданому контексті хочемо наголосити, що для розвитку інноваційного капіталу вітчизняних підприємств важливо забезпечити суттєві якісні зміни, які б стосувалися, насамперед, покращення патентно-ліцензійної діяльності як важливої сфери формування інтелектуального капіталу, враховуючи тренди у світовій економіці.

Глобалізаційні процеси, характерні для сучасного економічного розвитку, посилюють вплив ринкового капіталу, який відображається здатністю корпоративного бренду (марки), репутації, іміджу та гудвілу створювати додану вартість для підприємства. Моніторинг брендів засвідчив, що 85 % відомих марок існували на ринку більше 25 років, 36 % марок – більше 75 років, а 10 % марок – більше 100 років.

Крім того, за дослідженнями Бостонської консультативної групи, марки продуктів у 19 із 22 випадків залишалися на панівних позиціях протягом 60 років, зокрема «Heinz» (супи), «Cambell» (сніданкові салфетки), «Colgate» (зубна паста), «Kodak» (фотографічні плівки), «Gillette» (засоби для гоління), «Johnson's» (засоби для миття)[419].

Таким чином, дослідження економістів свідчать, що найцінніші світові бренди протягом останніх років знаходяться у галузі інформаційних технологій. Коливання вартості брендів, що відображено зміною рейтингів серед фірм інформаційного сектору, зокрема («Apple», «Google», «IBM»), дослідники пояснюють зниженням довіри споживачів до цих марок. Динаміка зміни вартості бренду найбільш відомих світових фірм у 2012 – 2013 рр. представлена у табл. 1. 2, а більш детальні дані подано у Додатках .

Таблиця 1. 2. Динаміка вартості бренду найбільших світових фірм у 2012 – 2013 рр.

Фірма	Рух за місцем у рейтингу 2013 р. в порівнянні до 2012 р.	Вартість бренду, млрд. дол. США		Зміна вартості бренду 2012 – 2013 рр.	
		2012 р.	2013 р.	Абсолютне відхилення, млрд. дол.	Відносне відхилення, %
1	2	3	4	5	6
Apple	Відсутній	182,951	185,071	+ 282,4	+1
IBM	-1	115,985	112,536	+ 81,1	- 3
Coca-Cola	+ 6	74,286	78,415	+ 22,9	+ 6
Microsoft	- 2	76,651	69,814	+ 20,3	- 9
Google	+ 1	107,857	113,669	+5,8	+ 5
McDonalds		95,188	90,256	- 4,9	- 5
Atak	+ 2	68,70	75,507	+ 6,8	+ 10
Marlboro	- 1	73,612	69,383	- 4,2	- 3
VISA	+ 6	-	56,060	X	+ 46

*Джерело: складено автором самостійно на основі: Najdrozsze marki świata 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.komputerswiat.pl/nowosci/wydarzenia/2012/20/najdrozsze-marki-swiata-2012---apple-znowu-na-szczycie.aspx> (08.07.2013 р.); Najdrozsze marki świata 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.komputerswiat.pl/nowosci/wydarzenia/2013/21/najdrozsze-marki-swiata-2013-zmiany-w-czolowce-kto-liderem.aspx> (08.07.2013 р.).

Зауважимо, що тенденції змін, які відбуваються у сучасному економічному просторі, характеризуються трансформуванням марки продукту в корпоративний бренд, що відрізняє, ідентифікує підприємство на глобальному ринку, обумовили виділення такої таксономічної одиниці у ринковому капіталі. Серед популярних українських корпоративних брендів відзначимо «Оболонь», «Чернігівське», «Світоч», «Roshen», «Nemirof» і ін.

Не менш важливими елементами ринкового капіталу продовжують залишатися репутація, що відображає рівень лояльного ставлення, довіри клієнтів до фірми; імідж підприємства, що характеризується солідністю, тобто відповідністю до задекларованих цілей та соціальною відповідальністю за результати господарювання перед локальними спільнотами, наприклад, зрів-

новаження економічних та екологічних векторів розвитку. Таким чином, можемо стверджувати, що ринковий капітал формує інтелектуальний капітал та забезпечує капіталізацію підприємства шляхом підвищення ефективності маркетингових програм, розширення впливу корпоративного бренду на всі фірмові продукти, підвищення ефективності комерційної діяльності підприємства, зростання рівня лояльності клієнтів тощо. Зауважимо, що у 2011 р. вартість гудвілу відомих світових фірм також значно відрізнялася, зокрема найвищим даний показник був для фірм інформаційного сектору, наприклад «Apple» – 741,00 млрд. дол., «Microsoft» – 185,81 млрд. дол., «Google» – 122,32 млрд. дол., «Coca-Cola» – 92,59 млрд. дол., «General Electric» – 73,29 млрд. дол., «Intel» – 59,94 млрд. дол., «IBM» – 37,19 млрд. дол., «Hewlett-Packard» – 33,47 млрд. дол., «McDonald's» – 32,93 млрд. дол., «Walt Disney» – 24,17 млрд. дол.[426,427,428].

В умовах нової парадигми для забезпечення розвитку інтелектуального капіталу підприємства вагомим значенням набувають людські взаємовідносини, які називають «соціальним капіталом», вклад якого у зростання ВВП високорозвинутих країн (Данія, Франція, Німеччина, Великобританія, Японія) протягом другої половини ХХ ст. зріс із 10 % до 25 % [429]. Акцентування уваги на важливості соціального капіталу знаходимо значно раніше у дослідженнях, здійснених Фондом Карнегі ще в першій половині ХХ ст., які підтверджували, що доходи працівників на 85 % обумовлені комунікаційними здібностями людини [430].

Незважаючи на те, що кожне підприємство має свою філософію функціонування, яка суттєво відрізняє його на ринку товарів і послуг, зазначимо, що перманентне середовище та нові умови господарювання вимагають постійного її уточнення. Зважаючи на гіпотезу, яку висунув Пітер Сенге (нар. 1947 р.) у своїй книзі «П'ята дисципліна», яка стала світовим бестселером, що сьогодні уже «не вистачить, щоб вчилася одна людина від імені цілої групи, – як то було за часів Форда, Слоуна, Ватсона чи навіть Кейтиса» [430], можемо констатувати про зростання ролі саме соціального інтелектуального капіталу, що охоплює спроможність організаційної культури, філософії управління стимулювати працівників до розвитку комунікативних, креативних та інноваційних навичок, здатних позитивно впливати на створення доданої

вартості.

Науковець Майкл Армстронг вважає, що культуру формують лідери підприємства на підставі подій, які мали місце в історії його становлення і розвитку. Культура створюється для зміцнення взаємовідносин між працівниками, важливу роль при цьому відіграє зовнішнє оточення підприємства, національна чи регіональна культура, ринкова ситуація [432].

Умови здійснення підприємницької діяльності та формування інтелектуального капіталу все більшою мірою вимагають становлення громадянського суспільства, оскільки, лише в цьому разі, можливим та доцільним є прояв комунікативних і креативних здібностей, нестандартного мислення, інноваційності та вмотивованості людського чинника до праці, адже відповідно мотивовані люди завжди досягають поставленої мети.

Не менш важливою для розвитку публічного соціального інтелектуального капіталу є якість правового забезпечення інтелектуальної діяльності в країні, що створить можливості для забезпечення захисту прав інтелектуальної власності. Враховуючи вітчизняні реалії, зауважимо, що вектори удосконалення правового забезпечення повинні бути скеровані на посилення стимулюючого характеру впливу на активізацію науково-пошукової діяльності суб'єктів господарювання, освітніх та наукових закладів, відпрацювання механізмів співпраці у системі «наука-бізнес», гармонізації міграційної політики України та ЄС у контексті сприяння тимчасової міграції молодого покоління, науковців, практиків для підвищення рівня індивідуального інтелектуального капіталу шляхом участі в різних грантових проєктах, що обумовлюється зростанням потоку еміграції висококваліфікованих кадрів з країни, розвитку сучасних організаційних форм інноваційної діяльності – технопарків, технополісів, венчурних фірм, що, з одного боку, підвищить зайнятість висококваліфікованих кадрів, мотивуватиме молоде покоління до навчання і самоудосконалення, а з іншого – забезпечить підвищення якості та посилення рейтингу вітчизняної освіти, конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та позитивно впливатиме на їх капіталізацію.

Водночас для забезпечення розвитку інтелектуального капіталу

підприємств важливим є економічне забезпечення, що ґрунтується на розвитку фінансового ринку, оскільки саме так держава гарантуватиме рівний доступ до фінансових ресурсів усім без винятку суб'єктам господарювання. Зазначимо, що для України це питання стоїть дуже гостро, адже нерозвиненість форм співпраці «наука-бізнес», недосконалість функціонування фінансового ринку, зростання дефіциту Державного бюджету (динаміка якого протягом державності України була вкрай негативною, зокрема у 1990 р. цей показник, при запланованих 2 % від ВВП, перевищив 18 % [433], у 2011 р. збільшився до 3,8 % від ВВП, а у 2012 р. збільшився у 2,3 рази в порівнянні до попереднього року, досягнувши рівня 53,8 млрд. грн. [434]), які посилюються ще й впливом світових фінансових криз.

Зважаючи на проблеми, які ще досить довго будуть характерними для української економіки, та враховуючи світові трендові характеристики в розвитку інтелектуального капіталу, вважаємо за доцільне виділити у рамках публічного капіталу інформаційно-комунікаційну інфраструктуру, що передбачає посилення стимулюючого впливу державної політики на основі її скерування на забезпечення розвитку Інтернет-порталів, які в сучасних умовах забезпечують вирівнювання можливостей доступу до загальної інформації, а, отже, й освіти для усіх груп населення (загальні Інтернет-портали – *ukr.net; gmail.com; mail.ru; rambler.ru; i.ua, Yacho.com; Onet.pl; wp.pl*); тематичної інформації на відповідних Інтернет-порталах, відомих під назвами *vortale*, наприклад, присвячених вивченню мов, що є надзвичайно важливою проблемою для України (*osvima.org.ua, chidren.edu-ua.net, angielski.edu.pl; Filo.pl*); економічних і фінансових порталів, необхідних для отримання інформації, наприклад, на фондових ринках, банківської сфери, аудиторської діяльності, податкової інформації (*liga.zakon.ua, buhgalter941.com, buhgalter.factor.ua, samoe.in.ua, money.pl; bankier.pl*). Не менш важливим способом імплементації порталових технологій є забезпечення доступу якомога більшої кількості населення до певної тематичної інформації за допомогою використання *соціальних порталів*, що функціонують у вигляді дискусійних форумів, наприклад, заснований сім'єю соціальний портал – *dpreview.com*, що об'єднував прихильників цифрової фотографії, у 2007 році був викуплений найбільшою американською Інтернет-книгарнею *Amazon.com*.

Побудована таким чином класифікація інтелектуального капіталу підприємства дає змогу на основі виділення:

➤ індивідуального та колективного інтелектуального капіталів забезпечувати підбір кадрів, планувати підвищення кваліфікації, підбирати найкращий спосіб реалізації професійного та кадрового зростання (кар'єрного росту), дослідити рівень професіоналізму та удосконалити методи управління людськими ресурсами; забезпечити креативний вектор розвитку у виробничих процесах;

➤ інноваційного, інформаційного та ринкового капіталів здійснювати планування оптимальних меж розподілу витрат на фінансування продуктивних і процесних інновацій з точки зору забезпечення перспективного розвитку; вдосконалювати методи управління й форми організації виробництва і праці залежно від типу інновацій; покращувати якість інформаційного забезпечення й підвищувати рівень використання знань та інформації на підприємстві; окреслити вектори модернізації патентно-ліцензійної діяльності й активізувати винахідницько-раціоналізаторську діяльність серед працівників;

➤ соціального інтелектуального капіталу формувати доміанти розвитку на підприємстві комунікаційного середовища, визначати вектори активізації людського чинника до набуття креативних здібностей та його самомотивації до інноваційної діяльності.

У зв'язку з цим, важливим є окреслення таких векторів змін, які б забезпечили формування, нагромадження, збереження і розвиток інтелектуального капіталу в Україні шляхом регулювання міграції висококваліфікованих кадрів, що гарантуватиме зниження рівня еміграції молодих науковців через пропагування можливостей тимчасової еміграції на стажування, навчання, підвищення кваліфікації та використання потенціалу міграції для стабільного розвитку країни.

Наведені аргументи на користь запропонованої моделі інтелектуального капіталу підприємства та виокремлення у його складі таксономічних одиниць індивідуального, колективного та соціального інтелектуального капіталу, на нашу думку, є переконливими, достатньо обґрунтованими та логічними, а отже, дозволяють стверджувати про її конструктивізм і можливість ви-

користання у науковому термінологічному полі.

Підводячи підсумки зауважимо, що для забезпечення зрівноваженого розвитку українським суб'єктам господарювання потрібно якомога швидше внести низку змін до систем управління, що базуються на гармонізації вітчизняних і світових тенденцій удосконалення управління інтелектуальним капіталом. З одного боку, це допоможе підвищити конкурентоспроможність на глобальному ринку, а з іншого – забезпечить капіталізацію вітчизняних підприємств в умовах нової парадигми господарювання.

РОЗДІЛ 2

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

2. 1. Формування інтелектуального капіталу підприємств в умовах «економіки знань»

В діяльності суб'єктів господарювання все більш помітним стає збільшення доданої вартості, створеної інтелектуальним капіталом підприємства, при одночасному зменшенні впливу фізичного та фінансового капіталів. У зв'язку з появою таких тенденцій актуалізуються проблеми опрацювання конструктивної методологічної електики діагностики інтелектуального капіталу підприємства, які ускладнюються тим, що на сьогодні практично відсутня можливість здійснення його моніторингу та оцінки, зважаючи на його неохоплення у традиційній моделі бухгалтерського обліку. Вимірювання й оцінка інтелектуального капіталу підприємства утруднюється ще й тим, що у результаті він виступає ефектом інтелекту, духовності, філософії управління, організаційної культури тощо. Крім того, розгляд інтелектуального капіталу як багатоаспектного, багатовимірного та широко ендогенно- і екзогеннодетермінованого явища суттєво ускладнює його діагностику. Важливо зауважити, що, незважаючи на відносну новизну теорії інтелектуального капіталу, економічна думка вміщує низку суб'єктивних методик його діагностики, беручи до уваги велику кількість показників (наприклад понад 120 – у методиці Лін Лім і Пітера Деллімора [437]; 178 – у методиці Енні Брукінг «Брокер технологій» («*Technology Broker*»); понад 240 – у методиці Лейфа Едвінсона «*IC RatingTM*» і ін.), незгодженість вимірників і обмеження можливостей урахування синергічних ефектів, що виникають у результаті інтерактивних зв'язків між домінантами інтелектуального капіталу. Панорама відповідних наукових досліджень зарубіжних (Т. Стюарт, Р. Каплан, Д. Нортон, К. Свейбі, Е. Брукінг, Л. Едвінсон, М. Мелоун, Г. Рус, Д. Добія та ін.) і вітчизняних (В. Геєць, С. Вовканич, А. Колот, С. Ілляшенко, О. Кендюхов та ін.) учених є досить широкою – більше тридцяти методик – відображає еволюційні закономірності динаміки підходів до вимірювання і оцінки інтелектуального капіталу. Проте, ми змушені констатувати, що відсотування великої кількості

нових пропозицій щодо удосконалення наявних методик, які базуються на конкретизації переваг і недоліків останніх, на жаль, не забезпечили опрацювання єдиноприйнятої й універсальної методології. Такий стан речей зумовлює зниження зацікавленості серед суб'єктів господарювання щодо запровадження у практику здійснення діагностики інтелектуального капіталу, а ті підприємства, які використовують ці дослідження, змушені ретельно пристосовувати наявний на сьогодні інструментарій до конкретних умов. Отже, незважаючи на існування широкої панорами інструментарію діагностики інтелектуального капіталу підприємства, проблеми напрацювань конструктивної методології його вимірювання й оцінки залишаються очевидними. На нашу думку, методологічна електика діагностики інтелектуального капіталу залежить від мети, доступу до інформаційного забезпечення, обсягу інформації, можливостей та рівня витрат на її отримання. Виходячи з вищеподаних вимог, вважаємо, що методологічні доміанти економічної діагностики інтелектуального капіталу підприємства доцільно сконцентрувати на трьох рівнях (рис. 2. 1):

1) моніторинг інтелектуального капіталу підприємства, в результаті якого можна визначити критерії і підходи до його здійснення, що дозволить окреслити вимірники та методики розрахунку основних показників, тобто представити докази наявності чи відсутності інтелектуального капіталу;

2) здійснення аналізу вартості та ефективності використання інтелектуального капіталу, що гарантуватиме виявлення резервів капіталізації підприємства;

3) опрацювання методологічної електики оцінки впливу інтелектуального капіталу на капіталізацію підприємства, оскільки саме цей вплив в умовах «економіки знань» продовжує залишатися визначальним для забезпечення зрівноваженого, екологічно безпечного стратегічного розвитку суб'єкта господарювання.

Необхідність діагностики інтелектуального капіталу підприємства є очевидною, оскільки уможливорює вирішення таких завдань:

➤ визначення векторів стратегічного розвитку суб'єкта господарювання;

- оцінка капіталізації підприємства;
- підвищення конкурентоспроможності та рентабельності функціонування господарського суб'єкта;
- організація оперативного контролінгу на підприємстві;
- забезпечення покращення планування в рамках діяльності підприємства;
- підвищення якості продукції і систем управління на підприємстві;
- покращення інформаційного забезпечення на підприємстві;
- організація купівлі/продажу прав інтелектуальної власності;
- розвиток підприємства в умовах глобалізації економічних процесів;
- підвищення рівня соціального забезпечення працівників через сприяння розвитку громадянського суспільства і демократизації країни загалом.

Відтак, беручи до уваги напрацювання сучасної фінансової та економічної думки, зауважимо, що діагностика інтелектуального капіталу повинна здійснюватися при дотриманні певних принципів, зокрема:

- науковості, що полягає у використанні при діагностиці нових, прогресивних методів і способів досліджень;
- плановості, який забезпечує перманентність досліджень і гарантує отримання закономірностей динаміки інтелектуального капіталу;
- економічності, що забезпечує мінімізацію витрат на здійснення діагностичних процедур.

Дотримання зазначених принципів в умовах «економіки знань» забезпечить конструктивну діагностику інтелектуального капіталу для підприємства та розширить можливості ухвалення рішень, скерованих на активізацію інтелектуальної діяльності.

Діагностика інтелектуального капіталу підприємства передбачає вирішення комплексу таких питань, як вибір і обґрунтування стратегічного напрямку досліджень, визначення критеріїв і показників моніторингу, оцінки вартості та ефективності використання інтелектуального капіталу, опрацю-

вання методологічної електики оцінки впливу інтелектуального капіталу на капіталізацію підприємства.

Сучасна економічна література подає розмаїття (понад 30) методів діагностики інтелектуального капіталу підприємства (Додаток В). Практично всі вони базуються на удосконаленні попередніх, проте рівень їх застосування ускладнюється тим, що інструментарій, передбачений одним із методів, не можна використати, не гармонізувавши з особливістю функціонування вітчизняних підприємств. Так, з понад 30 відомих методик лише одну, запропоновану Енні Брукінг для аудиту інтелектуального капіталу, відомою під назвою «Брокер технологій» («*Technology Broker*») можна використовувати без попереднього узгодження [137, 13].

Серед відомих методів діагностики інтелектуального капіталу підприємства є простіші і складніші моделі, дуже трудомісткі й дорогі при застосуванні. Суттєвим недоліком цих методик є відсутність обґрунтування можливостей і економічної доцільності їхнього використання на відповідних рівнях, наприклад, для здійснення моніторингу можуть бути використані найпростіші методи, які б забезпечували формування певного інформаційного простору тоді, як оцінка інтелектуального капіталу вимагає застосування спеціальних, професійно проаналізованих методів, використання яких є значно дорожчим для підприємства.

У сучасній економічній літературі наявна класифікація відомих методів діагностики інтелектуального капіталу підприємства. Так, перші спроби оцінки моделей інтелектуального капіталу зробили вчені Гйоран Русс та Стефан Пайк, послуговуючись історичним методом дослідження і застосувавши низку критеріїв – достовірності та можливості здійснення аудиту, рівня узагальнення оцінки, використання, багаторівневого управління, можливості вимірювання надходжень і видатків, міру врахування цінностей для усіх акціонерів, виділяють в еволюції теорії інтелектуального капіталу три генерації методів, зокрема, перша генерація тривалістю до 1997 р. (наприклад, «Невидимий баланс», «Економічна додана вартість» («*EVA*»)); друга – із 1998 р. до 2003 р. («*IC-Index*»); третя починаючи – з 2004 р. (КСЕ[™], VAIC[™], HVA).

Безперечно, в основі вивчення інтелектуального капіталу лежить класифікаційний метод його діагностики, що не вимагає обґрунтування доцільності його використання, оскільки ця категорія містить низку домінант, а, інтеракційні взаємозв'язки, що виникають між ними, спричиняють появу синергічного ефекту, що, у свою чергу, також потребує врахування при діагностиці. Дослідження методів діагностики інтелектуального капіталу, поданих в економічній літературі, дозволяє стверджувати про їхнє розмаїття, відсутність опрацьованої єдиноприйнятої методології їх використання, що підтверджується різними трактуваннями у джерелах. Крім того, велика кількість (Додаток В) опрацьованих ученими методів діагностики інтелектуального капіталу робить їх використання дорогим, трудомістким, таким, що вимагає залучення висококваліфікованих спеціалістів, здатних підібрати відповідні показники, оскільки використання практично всіх методик вимагає їх адаптації до умов здійснення, адже від цього залежить якість процесу.

Генезис формування методології діагностики інтелектуального капіталу підприємства включає три етапи: перший (до 1998 р.) – пов'язаний із напрацюванням найпростіших інструментів, використаних для вимірювання інтелектуального капіталу і представлених у вигляді показників інтелектуального капіталу; другий (із 1999 р. до 2000 р.) – характеризується розробкою методів і моделей для оцінки інтелектуального капіталу підприємства загалом та його детермінант зокрема; третій (із 2004 р.) – представлятиме напрацювання у сфері розробки загальноприйнятої, конструктивної методології діагностики. Зазначимо, що перші два етапи наукових досліджень на сьогодні можна вважати завершеними, а на базі їх результатів учені, опрацьовуючи подальшу фундаменталізацію теорії інтелектуального капіталу, зайняті розробкою методології діагностики, яка забезпечить прийняття конструктивних управлінських рішень на підприємстві.

Дослідження, здійснені вченими і практикаками на початковому етапі становлення теорії інтелектуального капіталу підприємства, дозволяють виділити основні показники, які доцільно використовувати як інструменти діагностики. Так, у 1997 р. Датська Рада розвитку торгівлі і промисловості запропонувала показники, згруповані у розрізі чотирьох домінант інтелектуального капіталу – людського капіталу, клієнтського капіталу, технологічного

капіталу та процесного капіталу [438].

У цьому контексті дослідники виділяють 22 основних показники, які доцільно використовувати як індикатори діагностики інтелектуального капіталу підприємства (табл. 2. 1 і табл. 2. 2). Зауважимо, що загалом показники, запропоновані для оцінки людського капіталу, концентруються на вимірюванні компетенції, креативності та плинності працівників, а показники клієнтського капіталу – відображають частку на ринку, рівень обслуговування клієнта, що забезпечує формування стабільної клієнтської бази.

Таблиця 2. 1. Показники оцінки людського та клієнтського капіталу підприємства (за нормами, наданими Датською Радою розвитку торгівлі і промисловості)

Елементи інтелектуального капіталу	Показники	Методика розрахунку
Людський капітал	Стаж роботи	Середня кількість років роботи на підприємстві та (або) на посаді (робочому місці)
	Освіта	Кількість працівників із визначеним рівнем освіти
	Освітні витрати	Річні витрати на освіту, перекваліфікацію
	Задоволення (сатисфакція) працівника	Рівень задоволення працівника від роботи, середовища праці, політики підприємства. (Анкета)
	Додана вартість, що припадає на 1 працівника	Прибуток плюс заробітна плата / кількість працівників
Клієнтський капітал	Обсяги реалізації щодо ринку, клієнта продукту	Обсяги оборотів у розрізі каналів продажу, (%)
	Маркетинг	Витрати на маркетинг. Витрати на маркетинг / Обсяг оборотів
	Співвідношення клієнтів і працівників	Кількість клієнтів / чисельність працівників
	Задоволеність клієнтів	Мотивація, доступність допомоги і можливості покластися на персонал. (Анкета)

	Рівень оборотів, отриманих з постійними клієнтами	Частка продажу стабільним клієнтам у загальному обороті з реалізації продукції. Частка оборотів із реалізації клієнтам, що співпрацюють з фірмою, помножена на період співпраці (в роках)
--	---	--

(Джерело: Brennan N. Intellectual Capital: Current Issues and Policy Implications / Niamh Brennan, Brenda Connell // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1. – № 3. – P. 227 [Електронний ресурс] [1930&volume=1&issue=3](#)).

Враховуючи зростання ролі інформаційних технологій щодо забезпечення розвитку інтелектуального капіталу підприємства, вчені беруть за основу показники, придатні для оцінки технологічного капіталу (табл. 2. 1). Разом з тим, цілком виправданим є твердження дослідників про важливість якості організації управління процесами на підприємстві, скерованої на підвищення рівня задоволеності очікувань клієнтів, що знайшло своє відображення у найчисельнішій групі показників оцінки процесного капіталу (табл. 2. 1).

Однак, як уже зазначалося, запровадження у господарську практику підприємств процесів діагностики інтелектуального капіталу є дорогим і трудомістким процесом, що вимагає фахового опрацювання великої кількості показників, доцільність використання яких визначається для кожного суб'єкта господарювання окремо. У зв'язку з цим, фахівці, відібрані для здійснення діагностики, повинні, насамперед, визначити рейтинг кожного показника, виходячи з особливостей функціонування підприємства. При цьому, можна користуватися напрацюваннями вчених С. Маврінаца, Г. Сестерфельда, М. Міллера, А. Борнеманна, які, власне, обґрунтували рівень важливості показників, ужитих для оцінки інтелектуального капіталу в розрізі його складових (Додаток Д).

Таблиця 2. 2. Показники оцінки технологічного та процесного капіталу підприємства (за нормами, наданими Датською Радою розвитку торгівлі і промисловості)

Елементи інтелектуального капіталу	Показники	Методика розрахунку
Технологічний капітал	Сукупний обсяг інвестицій в ІТ	Витрати на придбання та сервісне обслуговування інформаційного обладнання і програмування
	Знайомство з ІТ технологіями	Чисельність працівників з інформаційною підготовкою або тих, які володіють знаннями з інформатики
	Кількість робочих місць, де використовуються ІТ	Кількість робочих місць, які використовують інформаційні технології. Кількість комп'ютеризованих робочих місць / чисельність працівників
Процесний капітал	Витрати на процеси	Загальні витрати відповідно до запроваджених процесів
	Персонал, зайнятий у процесах	Сукупність працівників відповідно до процесів, розрахована на підставі кількості зайнятих
	Інвестиції у бюро та робочі місця	Сума інвестиційних витрат, понесених для підвищення якісних стандартів обладнання
	Виробничий цикл	Кількість робочих днів у межах одного виробничого циклу
	Цикл розвитку нової продукції	Час від зародження ідеї нової продукції до її впровадження на ринок (або від упровадження до виробництва)
	Якість	Рівень якості продукції. (Анкета щодо відповідності якості продукції вимогам клієнтів)
	Частка браку	Обсяг браку / обсяг виробничої програми (розрахована в натуральних показниках)
	Час реакції	Час від складання замовлення до його виконання
Репутація підприємства	Відзиви зовнішніх зацікавлених осіб (Анкета). Відгуки	

(джерело: Brennan N. Intellectual Capital: Current Issues and Policy Implications / Niamh Brennan, Brenda Connell // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1. – № 3. – P. 228 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=1469-1930&volume=1&issue=3>).

Отже, запропоновані показники для оцінки технологічного капіталу відображають, насамперед, рівень упровадження, відновлення і ефективність використання на підприємстві інформаційних технологій, які виступають «двигуном» у розвитку інтелектуального капіталу, у той час, як показники для оцінки процесного капіталу зосереджуються на значенні показників продуктивності та якості управлінських процесів на підприємстві.

Отож, спираючись на результати досліджень, робимо висновок, що найважливіше значення серед показників оцінки інтелектуального капіталу підприємства мають показники, що характеризують людський капітал – лідерські якості (у М. Міллера) та впровадження стратегії фірми (у А. Борнеманна та С. Маврінаца); для оцінки структурного капіталу – інноваційність підприємства, що підтверджено у дослідженнях А. Борнеманна та С. Маврінаца і Г. Сестерфельда; для оцінки клієнтського капіталу – рівень задоволеності клієнта (у А. Борнеманна, М. Міллера) та якість, що відповідає вимогам клієнтів (у М. Міллера). Проте, найважливіша цінність даних досліджень полягає у тому, що, опираючись на їх результати, можна стверджувати про необхідність підбору показників для діагностики інтелектуального капіталу підприємства у кожному конкретному випадку, яка є очевидною та необхідною умовою прийняття конструктивних управлінських рішень. Вважаємо за доцільне зауважити, що саме такі прості в обчисленнях показники можуть бути ефективно використані для моніторингу інтелектуального капіталу підприємства (квартального, щорічного), а це підвищить рівень довіри до суб'єкта господарювання, а, отже, збільшить його інвестиційну привабливість та забезпечить ефективне управління стратегічним розвитком в умовах «економіки знань».

У 2004 р. вчені Міхаїл Бендіков і Катеріна Джамай цілком слушно критикують доцільність використання «Методу ринкової капіталізації» («*Market-to-Book-Value*»), запропонованого Томом Стюартом для вимірювання інтелектуального капіталу підприємства, адже з одного боку, має рацію їх твердження, що ринкова вартість змінюється нееквівалентно при дії адміністративних чинників, зокрема, зниження ціни акцій корпорації «*Microsoft*» у результаті судових позовів Антимонопольного відомства США не завжди озна-

час скорочення її інтелектуального потенціалу . З іншого боку, частково погоджуємося з цим твердженням, однак, на нашу думку, це зовсім не стосується інтелектуального капіталу підприємства, який у даному випадку справді буде знижуватися. Відтак, заслуговує на увагу запропонована система показників для оцінки інтелектуального капіталу підприємства, яка, незважаючи на критику, все ж таки включає показник співвідношення ринкової та балансової вартості компанії (при високому рівні інтелектуального капіталу дорівнює 100 %); стабільність інтелектуальних кадрів (94 %); частка нової продукції в загальному обсязі продажів – 90 %; частка НДіДКР у загальному обсязі робіт – 20 %; належність співробітників до компанії – 90 %; розрахункова вартість заміни бази даних (100 %); оборот робочого капіталу – 600 %; відношення обсягу продажів до невиробничих витрат – 90 %; задоволеність клієнтів – 90 %; вірність торгової марці – 80 %; стабільність клієнтів – 80 % [441].

Біля витоків емпіричних досліджень щодо напрацювання методики оцінки інтелектуального капіталу були вчені Лін Лім і Пітер Деллімор, які опитали 360 менеджерів різних рівнів управління австралійських фірм сфери послуг – банківська сфера, телекомунікації, туризм, транспорт (що функціонують не менше 20 років), які котувалися на біржах. У дослідженні послугувалися п'ятибальною шкалою оцінки (від 1 до 5 балів), згідно з якою було запропоновано до оцінки 120 показників, представлених у розрізі домінант інтелектуального капіталу в групах двох вимірників: капіталів управління знаннями (людський капітал, корпоративний капітал, бізнесовий капітал, функціональний капітал) та капіталів маркетингу знань (клієнтський капітал, постачальницький капітал, товариський капітал, інвестиційний капітал)[442] (Додаток Е 2). Здійснена оцінка важливості кожного зі 120 показників засвідчила високий рівень придатності 7 показників для сектора клієнтського капіталу; 5 – для сектора корпоративного капіталу; по 4 – у секторах відповідно, людського, бізнесового та товариського капіталу; 2 – для сектора функціонального капіталу (Додаток Е 2). Крім того, враховуючи різний алгоритм обрахунків показників і їх різні вимірники, у дослідженні акцентується увага на тому, що важко піддаються оцінці і тлумаченню 21 показник (Додаток Е 2). Отже, опрацювання запропонованої методики вимірювання інтелектуального капіталу, хоч вважається загалом позитивним

явищем, проте залишає низку відкритих дискусійних питань, вирішення яких є актуальним і сьогодні.

Систематизацію показників, які можна використовувати для оцінки інтелектуального капіталу підприємства здійснив вчений Сергій Ілляшенко, опрацювавши авторський підхід за «елементами потенційної і здатнісної складових» (Додаток Л 3) [443]. Вчений розробив перелік показників, згрупував їх у розрізі складових елементів інтелектуального капіталу: людського, організаційного та інтерфейсного капіталів. Однак, методика їх використання для розрахунку рівня інтелектуального капіталу залишилась не опрацюваною.

Привертають увагу дослідження вчених, що стосуються класифікації методів діагностики інтелектуального капіталу підприємства. Відомі на сьогодні методи оцінки інтелектуального капіталу підприємства можна поділити щонайменше на три великі групи:

1) методи вхідні й вихідні, якісні та кількісні, типологізовані вченими Яном Чекаєм і Марекком Яблоньським [150, 189], Джімом Чен, Жаохі Зу, Гонг Ян Хі [144];

2) монетарні та немонетарні, запропоновані вченими Гонг Пев Те ном, Девідом Плоуменом, Філом Ганкою [305] та статичні і динамічні – Томасом Хауселом, Сарою Нельсон [184];

3) чотири групи методів, опрацьованих ученим Карлом Еріком Свейбі, зокрема ті, що базуються на ринковій капіталізації, на картах результатів, безпосередній (прямій) оцінці інтелектуального капіталу та на дохідності активів (ROA) [299].

Запропонована у 2004 р. вченими Яном Чекаєм та Марекком Яблоньським типологізація методів вимірювання інтелектуального капіталу підприємства полягала у підвищенні рівня об'єктивізму наявних методик, зокрема для цього запропоновано сукупне використання чотирьох груп методів: вхідних, які полягають на здійсненні аналізу складових інтелектуального капіталу, починаючи від стратегії, фінансових показників діяльності підприємства та закінчуючи детальною оцінкою складових елементів інтелектуального капіталу. Використання таких методів дозволить чітко визначити стратегію підприємства та окреслити чинники, які її визначають.

Вихідні методи полягають у визначенні доданої вартості та її приросту на всіх щаблях ланцюга вартості на підприємстві. Застосування цих методів дозволяє визначити чинники, які впливають на вартість інтелектуального капіталу підприємства.

Кількісні методи, які використані для аналізу досягнень працівників та їх порівняльної оцінки дозволяють здійснювати моніторинг якості навчання, самонавчання кожного окремого працівника.

Якісні методи дозволяють вивчати практичні аспекти діяльності кожного працівника та переносити їх досвід на загальний колектив підприємств. Серед якісних методів оцінки інтелектуального капіталу підприємства привертає увагу модель оцінки, що базується на основі системи якісних індексів, опрацьована вченими Джім Чен, Жаохі Зу, Гонг Ян Хі (2004) в аспекті досягнення і утримання підприємством довготривалої конкурентоспроможності. Крім цього, проведені дослідження Джім Чен, Жаохі Зу, Гонг Ян Хі, згідно з запропонованими ними моделями, підтвердили чітку взаємозалежність між результатами діяльності підприємства й домінантами інтелектуального капіталу, зокрема для високотехнологічних підприємств більш суттєвою є залежність між інноваційним капіталом та кінцевими результатами їх функціонування (Додаток Е 1).

Отже, запропонована класифікація методів оцінки інтелектуального капіталу підприємства – вхідні та вихідні, якісні та кількісні – є неостаточною, недопрацьованою, такою, що вимагає застосування фахових підходів до використання, оскільки в ній не подані конкретні показники, що ускладнює її практичне застосування. Однак, можемо стверджувати, що якісні методи оцінки інтелектуального капіталу підприємства скеровані на прогнозування майбутнього розвитку, суттєво доповнюють статичні методи, а ті, в свою чергу, більш доцільно використовувати, насамперед, для оцінки стану інтелектуального капіталу.

Томас Хаусел і Сара Нельсон у 2005 р. запропонували поділ методів оцінки інтелектуального капіталу підприємства на дві групи – статичні (ретроспективні) і динамічні (проспективні). Статичні методи об'єднують усі методи, які дозволяють оцінити інтелектуальний капітал підприємства на пе-

вний момент часу, а динамічні – дозволяють спрогнозувати зміни інтелектуального капіталу в майбутньому залежно від вхідних фінансових потоків.

Розвиток даної теорії знайшов своє відображення у 2007 р., коли вчені Гонг Пев Тенон, Девід Плоумен, Філ Ганкок запропонували свій вид типологізації методів вимірювання інтелектуального капіталу, виділивши монетарні, які передбачають оцінку інтелектуального капіталу підприємства загалом і в своїй основі відповідають статичним методам Томаса Хаусела і Сари Нельсон; та немонетарні, які ґрунтуються на оцінці процесу перетворення нематеріальних активів у інтелектуальний капітал, а це певною мірою є аналогом динамічних (параметрично-якісних) методів Томаса Хаусела і Сари Нельсон .

До динамічних методів оцінки інтелектуального капіталу вчені відносять модель дисконтування грошових надходжень (*The Discounted Cash Flow Model*), яка ґрунтується на визначенні майбутніх грошових надходжень, зменшених на розмір встановленої ринком дисконтної ставки. Недолік використання цієї моделі полягає у складності визначення майбутніх грошових надходжень та обчислення дійсної дисконтної ставки.

Цікавим типом динамічних фінансових методів є запропонований вченими Д. Андріссеном, Р. Тіссеном метод вимірювання головних (фахових) компетенцій підприємства (CC) . За методикою вважається, що вартість, яку головна компетенція дає суб'єктові господарювання дорівнює доданій вартості, яку головна компетенція віддає клієнтам на конкурентному ринку.

Серед інших відзначимо моделі реальних можливостей («*Real Options Models*»), зокрема до них автори відносять модель Лейфа Едвінсона і Майкла Мелоуна. На базі цієї моделі опрацьована новітня модель, відома під назвою

«Індекс інтелектуального капіталу» («*IC-Rating*»), зарахована вченими до динамічних типів методів оцінки інтелектуального капіталу підприємства, що уможливорює розрахунок різниці між ринковою та балансовою вартістю підприємства. Крім того, із новітніх методів можемо відзначити модель Баруха Лева «Дохід з капіталу знань» , що передбачає розрахунок економічної вартості інтелектуального капіталу, ринкової позиції підприємства та його привабливості на фондових ринках . Зауважимо, що основними недоліками фінансових (монетарних) методів оцінки інтелектуального капіталу підприємства є їх зорієнтованість на зміни

вартості цінних паперів на фондових ринках, що значно звужує їх діапазон застосування.

Грунтовний аналіз методів вимірювання й оцінки інтелектуального капіталу вперше був здійснений у 2007 р. ученим Карлом Еріком Свейбі, який, використовуючи у якості класифікаційних ознак вартісні чи невартісні вимірники) та рівень можливості здійснення оцінки окремих домінант інтелектуального капіталу, запропонував найповнішу на сьогодні класифікацію 34 методів, об'єднавши їх у чотири великі групи :

1. Методи, що базуються на ринковій капіталізації: коефіцієнт Тобіна , «Вимірювання інвесторами ринкової вартості» , «Розрахунок вартості», «Невидимий баланс», «Фінансові методи вимірювання інтелектуального капіталу».

2. Методи, що базуються на картах результатів: «Збалансована система показників» , «Навігатор Скандії» , «Ланцюг показників вартості» , «Індекс інтелектуального капіталу» , «Монітор нематеріальних активів» , «Збалансована система показників» , «Бізнес IQ», «Індекс інтелектуального капіталу» , «Керівництво Meritum» , «Оцінка активів знань» , «Аудит знань» .

3. Методи безпосередньої (прямої) оцінки інтелектуального капіталу: «Брокер технологій», «Аудит інтелектуального капіталу» , «Цитування патентів» , «Методологія оцінки вартості», «Оцінка інтелектуальних активів» , «Формування загальної вартості» .

4. Методи, що базуються на дохідності активів (ROA): «Економічна додана вартість», «Розрахунок вартості», «Дохід з капіталу знань», «Показник інтелектуальної доданої вартості».

Проаналізувавши опрацьовані сучасною економічною наукою методи вимірювання і оцінки інтелектуального капіталу, здійснимо їх типологізацію, яка б уможлиблювала їх використання на трьох запропонованих етапах діагностики, зокрема моніторингу інтелектуального капіталу, аналізу його величини й ефективності використання на підприємстві та оцінки впливу на капіталізацію суб'єкта господарювання (Додаток В).

Отже, наведені класифікації методів діагностики інтелектуального капіталу можна використовувати для вирішення загальних завдань економічного дослідження, зокрема ідентифікації, вимірювання та оцінки ефективності використання інтелектуального капіталу підприємства. Однак, їх викори-

стання вимагає додаткового фахового опрацювання у кожному конкретному випадку, що робить її трудо- і часомісткою, а тому на передній план ставлять питання забезпечення прагматизму діагностики інтелектуального капіталу підприємства, що гарантуватиме прийняття конструктивних управлінських рішень.

Підсумовуючи зазначимо, що теорія інтелектуального капіталу активно розвивається, а це зумовлює появу новітніх методів, моделей оцінки інтелектуального капіталу підприємства, які дають підстави забезпечувати прагматизм діагностики інтелектуального капіталу, оскільки його роль у капіталізації підприємств і надалі буде зростати. Вважаємо, що методологічні домінанти діагностики інтелектуального капіталу доцільно доповнити розробкою нових конструктивних методів, використання яких окреслювало б резерви активізації людського чинника, у напрямках креативного мислення, самонавчання і самоудосконалення, розвитку культурних і духовних цінностей, що, на нашу думку, залишається надзвичайно важливим саме для вітчизняних підприємств.

Враховуючи те, що діагностика інтелектуального капіталу є дорогою, логічно виправданою і цілком слушною, на нашу думку, буде пропозиція щодо можливостей використання вітчизняними суб'єктами господарювання запропонованої нами методології діагностики інтелектуального капіталу, яка передбачає три рівні її здійснення – моніторинг і оцінку інтелектуального капіталу та аналіз його впливу на капіталізацію підприємства, методичне забезпечення кожного з яких пропонуємо далі.

2.2. Моніторинг інтелектуального капіталу підприємства: соціально-економічна доцільність і дієвість запровадження

Становлення і активний розвиток «економіки знань» зумовлює суттєві зміни у традиційних факторах виробництва – праці й капіталі, а трансформаційні процеси оновлюють їх форми, які сьогодні все частіше представлені інтелектуальною працею та інтелектуальним капіталом. Із цієї причини, можемо спостерігати, як конкурентні переваги суб'єктів господарювання переміщуються у сферу пошуку молодих, креативних,

амбітних, інтелігентних працівників, здатних постійно та швидко навчатися, адже саме вони є, з одного боку, носіями, а з іншого – творцями інтелектуального капіталу підприємства. Враховуючи, що ефективність функціонування сучасних підприємств все більшою мірою визначається оновленою формою капіталу – інтелектуальним капіталом, то серед першочергових завдань є, власне, окреслення векторів його розвитку, а практицизм забезпечення цього вимагає здійснення діагностики.

Витрати на діагностику інтелектуального капіталу значні й ризикові, оскільки залежать від рівня професійної компетентності фахівців, які здійснюють відбір методів і конкретних показників. Важливою є розробка такого варіанту її методології, яка б давала змогу приймати управлінські та інвестиційні рішення, починаючи з раннього етапу – моніторингу (англ. *monitoring* – безперервне стеження за певним процесом з метою виявлення його відповідності бажаному результату) [48].

У згаданому контексті хочемо наголосити, що прагматизм моніторингу інтелектуального капіталу підприємства вимагає забезпечення інформацією власників, менеджерського корпусу суб'єкта господарювання, працівників (внутрішні споживачі) і задоволення зацікавленості потенційних інвесторів (зовнішні споживачі) у представленні його стану, уможливленні моделювання (прогнозування) динаміки, тобто відповіді на запитання щодо наявності чи відсутності інтелектуального капіталу та унаочнення, таким чином, векторів розвитку.

Отже, згідно з нашими міркуваннями, моніторинг інтелектуального капіталу – це дослідження його стану та динаміки з метою зменшення комунікаційно-інформаційних лакун, які мають місце у функціонуванні підприємства.

Переваги запровадження моніторингу інтелектуального капіталу підприємства знаходяться у:

- підвищенні довіри до суб'єкта господарювання шляхом забезпечення прозорості його діяльності, розширення спектру володіння інформацією про потенційні можливості розвитку підприємства тощо;
- популяризації підприємства на фінансовому ринку, що, в свою

чергу, розширює можливості залучення інвестиційних ресурсів шляхом підвищення зацікавленості з боку фінансових аналітиків та інвесторів, кредиторів; зниження коливання курсу акцій; підвищення вартості акцій тощо;

- представленні стратегії розвитку підприємства, що збільшує можливості моделювання його розвитку зацікавленими сторонами;
- популяризації підприємства на ринку товарів і послуг.

Зауважимо також, що запровадження моніторингу інтелектуального капіталу підприємства має низку недоліків, зокрема, спричинює підвищення рівня витрат, пов'язаних зі створенням, опрацюванням, оцінкою та представленням інформації, а, отже, може негативно впливати на конкурентоспроможність суб'єкта господарювання в результаті унаочнення інформації про джерела конкурентних переваг.

Посилення турбулентності середовища, в якому функціонує сучасне підприємство, вимагає здійснення постійного моніторингу інтелектуального капіталу підприємства, адже за його результатами можна визначити джерела капіталізації, не пов'язані з підвищенням ефективності використання матеріального та фінансового капіталів суб'єкта господарювання. Зазначимо, що теоретико-методологічні аспекти моніторингу інтелектуального капіталу підприємства сьогодні, на жаль, не до кінця опрацьовані. Відтак, потреба аргументації добровільного моніторингу інтелектуального капіталу і надалі продовжує залишатися актуальною для підприємств у всіх без винятку країнах світу.

Соціально-економічна доцільність та дієвість запровадження моніторингу інтелектуального капіталу пов'язана з глобалізацією і сегментацією ринків, де пріоритети перемістилися в напрямку підвищення частки ринку. Напрацювання сучасної науки дозволяють обґрунтувати соціально-економічну доцільність і дієвість здійснення моніторингу інтелектуального капіталу підприємства у рамках чотирьох концепційних напрямів – теорії ймовірності [48] і теорії вкладників [48], а також частково теорій, пов'язаних із ункціонуванням фінансового ринку, зокрема, теорії сигналізування [48] теорії прийняття рішень.

Активізація соціального вектора в розвитку ринкової економіки зумовила появу теорії ймовірності, що ґрунтується на популяризації ідеї соціаль-

ного порозуміння підприємства з оточенням. Зростання вартості сучасних суб'єктів господарювання, що все більшою мірою визначається інтелектуальним капіталом, який відображає перспективи підприємства в інший спосіб, ніж фінансова звітність, підвищує зацікавленість потенційних інвесторів, фінансових аналітиків, кредиторів, а також все більшої кількості населення до інформації про його стан і динаміку на кожному конкретному підприємстві. Звичайно, ці очевидні факти доводять соціально-економічну доцільність здійснення моніторингу інтелектуального капіталу підприємств та забезпечення поінформованості зацікавлених осіб, і заповнення, таким чином, наявної на сьогодні комунікаційної лакуни, подолання асиметрії інформації тощо.

Розвиток в Україні фінансового ринку, який перебуває у стані зародження, а, отже, і потенційного зростання, розширює можливості обґрунтування соціально-економічної доцільності та дієвості моніторингу інтелектуального капіталу підприємства у розрізі двох векторів: теорії сигналізування, згідно з якою суб'єкти господарювання зацікавлені в поширенні позитивної інформації про свій інтелектуальний капітал через механізм моніторингу, який суттєво розширює інформацію, відображену в фінансовій звітності суб'єкта господарювання.

Саме на основі моніторингу інтелектуального капіталу підприємство розширює можливості інвесторів щодо прогнозування потенційних векторів його капіталізації, обмежує рівень інвестиційних ризиків, що в результаті спричинить зниження витрат капіталу для господарського суб'єкта; та теорії прийняття рішень, яка доводить очевидність зацікавленості в моніторингу, опираючись на твердження зростання попиту на інформацію щодо інтелектуального капіталу, оскільки вона виступає основним мотивом у прийнятті господарських рішень потенційних інвесторів.

Таким чином, в умовах конкурентної економіки посилюються вимоги інвесторів, кредиторів, фінансових аналітиків щодо якості, повноти, достовірності інформації про стан і динаміку інтелектуального капіталу підприємства, що конструктивно може забезпечити налагодження механізму

його моніторингу.

На сьогоднішній день категорія поняття «інтелектуальний капітал» відіграє важливу роль у сучасному суспільстві й розвивається дуже потужно. Буквально за останнє століття цей ресурс досяг вражаючих успіхів. В основу інтелектуального капіталу входить інтелектуальна власність - це результат інтелектуальної, творчої діяльності, результат творчого пошуку, який має бути певним чином об'єктивованим (втілений у певну об'єктивну форму) та здатним до відтворення [125, с. 228], до якої входять об'єкти промислової власності (винаходи, корисні моделі, знаки товарів і послуг), об'єкти авторського та суміжного права (літературні та музичні твори, бази даних тощо), інші інтелектуальні активи (раціоналізаторські пропозиції, ноу-хау тощо). Розвиток інтелектуального капіталу підприємств і окремих його елементів, сповільнюється недостатньо розвинутою ринковою інфраструктурою, перш за все, в сфері дослідження ринку. Послуги існуючих на ринку елементів інфраструктури або не відповідають потребам підприємств, або коштують надто дорого.

Сьогодні, наприклад, світова промислова економіка надає належне місце інтелектуальній економіці. При цьому найбільш міцною рухомою силою стає сила ідей. Світовий досвід показує, що в економіці, яка більше спирається на ідеї та менше – на фізичний капітал, різко зростає ймовірність реалізації успішних проривів. Так, наприклад, частка капіталовкладень в інформаційні технології в США зросла у три рази порівняно з 1960 роком. Об'єм інвестованого капіталу постійно збільшується внаслідок збільшення добробуту, а також нової культури інвестування [355, с. 7].

Проте лише наявності відповідних зовнішніх умов формування та розвитку інтелектуального капіталу недостатньо, щоб він став рушійною силою розвитку підприємств і забезпечував би їх конкурентоспроможність. Управлінський персонал самої фірми повинен, передусім, усвідомити роль інтелектуального капіталу і розробити ефективний комплекс заходів для його розвитку. Зокрема, на підприємстві мають стимулюватися процеси ефективного нагромадження, поширення та використання знань, підвищення

кваліфікації, формування навиків саморозвитку, програмування кар'єри працівників, програми формування кадрового резерву, розвитку навиків праці в колективі [56].

Жодне підприємство не володіє інтелектуальним капіталом на 100%, що й визначає одну з його головних проблем. Тобто його можуть використовувати будь-які інші підприємства, а тому особливо необхідно звертати увагу на форму зберігання і нагромадження інтелектуального капіталу. Адже, з впровадженням інноваційних технологій, інші фірми можуть використовувати інтелектуальний капітал одного підприємства для покращення власного, що й визначає найважливішу конкурентну перевагу сучасного бізнесу.

Трансформація інтелектуального капіталу в інноваційний продукт, придатний для виробництва і ринку, є найважчим етапом ланцюга, що пов'язує науку і винахідника зі споживачем. При цьому, потрібно враховувати домінанти ринку, потреби споживача і мати досвід технологічного підприємництва [322, с. 35].

Інтелектуальному капіталу притаманні такі риси, що виділяються на тлі інших засобів, які принципово впливають на формування вартості і конкурентної переваги підприємства. По-перше, вміле використання засобів інтелектуального капіталу дозволяє обмежити витрати використання матеріальних засобів або максимізувати прибутки від їх використання. Крім того, можливості розвитку інтелектуального капіталу є необмеженими, тоді як у випадку матеріальних засобів у певний момент підприємство наштовхується на бар'єр їх подальшого розвитку.

До основних проблем дослідження категорії поняття «інтелектуального капіталу» також можна віднести капітал фірми чи організації та наявність «спеціалістів-креативщиків», оскільки тим фірмам, які не можуть придумати щось нове, потрібно мати або великі кошти, або творчих людей. Інтелектуальна праця в сучасному суспільстві має великий попит, а проблема багатьох підприємств полягає в тому, що, залучаючи недостатню кількість коштів на покращення фінансового становища, підприємці самі нехтують

своїми прибутками і репутацією на економічному ринку.

Прикладом розвитку інтелектуального капіталу є діяльність двох фірм «Лотос» та «ІВМ». Фірма «Лотос», яка є провідним постачальником комп'ютерних програм, з початком роботи швидко розбагатіла, однак постійно відчувала тиск конкурентів. Справи її йшли добре, але насправді гостра конкурентна боротьба виснажувала її. Представлена у балансі вартість компанії залишалась високою, але її справжня вартість, виміряна в категоріях інтелектуального капіталу, катастрофічно знижувалась [333].

Коли в 1995 р. «ІВМ» поглинула «Лотос», ринкова ціна останньої перевищила її опубліковану балансову вартість завдяки тому, що вона залучила мільйони клієнтів, завоювала сильні позиції на ринку. «ІВМ» заплатила 3,5 млрд. дол. за компанію, яка за документами коштувала 230 млн. дол., тому що таким чином був оцінений її інтелектуальний капітал – попит на постійних клієнтів, компетентність і професіоналізм персоналу, новітні програмні розробки тощо.

Таким чином, підсумовуючи, можна зробити висновок, що інтелектуальний капітал відіграє важливу роль у сучасному суспільстві не тільки тому, що просто потрібний, але й для того, щоб власники підприємств могли отримувати прибуток (адже, саме на це, в першу чергу, спрямована підприємницька діяльність). Розвиток інтелектуального капіталу сприяє забезпеченню конкурентоспроможності, оскільки його використання суттєво впливає на здобуття конкурентних переваг та отримання економічного ефекту. Недооцінка людських можливостей є одним з найголовніших недоліків багатьох підприємств, тому залучення новітніх знань і вмінь людей є необхідним для фінансових, економічних результатів. Згідно з нашими міркуваннями, використання запропонованої системи критеріїв і показників моніторингу інтелектуального капіталу підприємства дозволить суб'єктові господарювання суттєво зменшити «комунікаційну лакуну» та знизити інформаційну асиметричність, забезпечуючи поширення і рівний доступ до його інформаційних потоків.

Таблиця 2. 4. Система критеріїв і показників моніторингу якісного забезпечення розвитку інтелектуального капіталу підприємства

Елементи інтелектуального капіталу	Критерії моніторингу	Показники моніторингу	Методика розрахунку показника
Індивідуальний інтелектуальний капітал	Освіченість	<u>Рівень освіти</u>	Частка працівників з вищою освітою (у розрізі вікових категорій)
	Фаховість	<u>Рівень фахової підготовки</u>	Частка працівників із фаховою освітою вища, бакалавр; молодший спеціаліст (у розрізі вікових категорій)
	Компетентність	Рівень компетентності =====	Частка працівників-переможців у фахових конкурсах, проектах (у т. ч. внутрішніх) тощо
	Адаптаційність		
	Оперативність	Рівень фахової <u>спритності</u>	Швидкість виконання певних професійних завдань
	Мобільність	Рівень мобільності =====	Частка працівників, які стажувалися в інших фірмах, брали участь у грантах тощо
	Комунікаційність	Рівень комунікаційності =====	Частка працівників, які є учасниками гуртків, клубів за інтересами, громадських організацій та ін.
	Вікова прогресивність	Середній вік працівників Рівень прогресивності кадрового забезпечення =====	Роки
Частка працівників до 35 років Частка працівників після 50 років			
Коллективний інтелектуальний капітал	Інформаційність	Інформаційний рівень підприємства	Наявність корпоративних порталів, веб-сторінок, електронної бібліотеки тощо
	Інноваційність	Інноваційний рівень підприємства =====	Кількість отриманих патентів протягом 5 років
			Кількість отриманих авторських свідоцтв протягом 5 років Кількість проданих / придбаних ліцензій протягом 5 років
Комунікаційність	Комунікаційний рівень підприємства	Наявність корпоративних брендів; кількість товарних марок, торгових знаків імідж і репутація підприємства тощо	
Соціальний інтелектуальний капітал	Інтравекторність	Рівень розвитку локального капіталу	Розміщення культурних артефактів Представлення філософії управління й організаційної культури Характеристика цінностей підприємства
	Інтервекторність	Тренди у розвитку публічного капіталу	Розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури Розвиток правового, економічного за безпечення інтелектуальної діяльності

Вважаємо за доцільне зауважити, що зваючи на проблемність отримання інформації науковцями, працівниками університетів, студентами- магістрами, можемо стверджувати, що лише покращення доступу до інформаційних ресурсів дозволить її практичну реалізацію.

Широке використання у діяльності підприємства на сьогодні має коефіцієнт Тобіна («*Tobin's Q*»), а саме – для вирішення питань диверсифікації, оцінки результативності здійснених інвестицій, обґрунтування взаємозалежностей власного капіталу та вартості підприємства. Це не випадково, адже першопочатково показник був запропонований для сприяння у прийнятті інвестиційних рішень незалежно від макроекономічних чинників, перш за все, рівня процентних ставок.

Враховуючи простоту обчислення, доступність і зрозумілість інтерпретування ми запропонували використовувати коефіцієнт Тобіна також як інструмент моніторингу трендів змін інтелектуального капіталу підприємства.

Так, зниження коефіцієнта Тобіна в часі означатиме автоматичне зменшення вартості інтелектуального капіталу, що інформує про зниження ефективності управління інтелектуальним капіталом підприємства та свідчить про недоцільність здійснення інвестицій у даний суб'єкт господарювання; і навпаки, підвищення коефіцієнта Тобіна є позитивним сигналом для доцільності здійснення чи збільшення інвестиційних потоків у діяльність даного підприємства.

Адаптуючи коефіцієнт Тобіна для використання в моніторингу інтелектуального капіталу підприємства, звернемо увагу на його значення, оскільки методика передбачала, що в довготривалому періоді має місце прямування його значення до 1. Очевидно, чим вищим є значення показника, тим вищою є вартість інтелектуального капіталу підприємства. Однак, практика застосування даного показника в теорії інтелектуального капіталу показала наявність суттєвих відхилень як у бік зменшення, тобто нижче 1 (наприклад, для капіталомістких фірм), що свідчить про зниження розвитку інтелектуального капіталу підприємства, так і в бік значного перевищення 1, (напри-

клад, вище 7 – фірми, які функціонують у галузі комп'ютерного програмування), тоді як на сьогодні для відомих фірм (наприклад, *Nokia*) значення коефіцієнта Тобіна перевищує позначку 2[165].

Низка вчених стверджує, що додатне значення коефіцієнта Тобіна означає потенційну можливість суб'єкта господарювання отримувати монополістичні прибутки[148]. Проте, зауважимо, що такий висновок є дискусійним, оскільки інтелектуалізація процесів виробництва (надання послуг), на нашу думку, суттєво знижує можливості до отримання монополістичних прибутків при такому значенні показника.

Враховуючи наведене вище, пропонуємо класифікувати підприємства на три групи: низькоінтелектуальні підприємства (значення коефіцієнта Тобіна знаходиться у межах від 1 до 2); середньо-інтелектуальні підприємства (значення коефіцієнта Тобіна вище 2); високоінтелектуальні підприємства (значення коефіцієнта Тобіна більше 7) (табл. 2. 5).

Таблиця 2. 5. Шкала для встановлення інтелектуального рівня підприємства

Інтелектуальний рівень підприємства	Значення
Низький	Від 1 до 2
Середній	Вище 2
Високий	Більше 7

(джерело: власна розробка).

Використання запропонованої шкали у практичній діяльності дасть змогу посилити зацікавленість підприємств у розвитку інтелектуального капіталу, активізувати людський чинник як основний носій і власник інтелектуального капіталу та забезпечить подальший «поступ» суспільства.

Вважаємо за доцільне зауважити наявні методичні недоліки у розрахунку коефіцієнта співвідношення ринкової і балансової вартості. Так, учені [493]справедливо зауважують на існування «часових лакун», які спричинюють те, що, з одного боку, показник балансової вартості підприємства не завжди відображає її дійсну величину, оскільки обчислюється на певну дату, а значення показника ринкової вартості відображає дійсну величину у момент її розрахунку. Враховуючи цей недолік, більш виправданим є використання не

балансової вартості, а відновної вартості активів (як у коефіцієнта Тобіна). З іншого боку, для обох показників характерними є недоліки, які можуть виникати в результаті нестабільності на фондових ринках у результаті спекулятивних, сезонних, циклічних коливань курсу акцій підприємства, що автоматично спричинює зниження рівня достовірності встановленої ринкової вартості підприємства.

Опираючись на статистичні дані вітчизняних суб'єктів господарювання, можна використати методи ринкової капіталізації та метод Тобіна для моніторингу інтелектуального капіталу підприємства.

Одним із простих і відносно нових методів моніторингу інтелектуального капіталу підприємства можна вважати метод «Брокера технології» (1996 р.), опрацьований Енні Брукінг для здійснення аудиту інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання. Позиція ученої ґрунтується на твердженні, що вартість підприємства залежить від його цілей і ринкової ситуації, а тому аудит нематеріальних активів забезпечує підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Методика Енні Брукінг базується на розрахунку показника інтелектуального капіталу (*IC*), встановленого шляхом опрацювання анкетних опитувань, що включають двадцять основних запитань – перший етап, результати якого дозволяють встановити існування чи відсутність інтелектуального капіталу; на другому етапі здійснюється аудит інтелектуального капіталу підприємства, який включає 178 анкетних питань, згрупованих у межах чотирьох детермінант: інфраструктурних активів (58 питань), ринкових активів (42 питання), людських активів (26 питань) та інтелектуальної власності (22 питання) [11] (Додаток Ж).

Упровадження постійного моніторингу інтелектуального капіталу, з одного боку, збільшить інвестиційну привабливість вітчизняних підприємств, що є надзвичайно важливим моментом, враховуючи фінансові потрясіння, які мали місце протягом останніх років (наприклад, світова фінансова криза 2007-2008 рр.), очікувана рецесія в Європі у 2013 р., непрогнозованість у розвитку економіки США, а з іншого, розширить горизонти поінформованості населення – потенційних інвесторів – про діяльність цього суб'єкта

господарювання, а, отже, розширить можливості вкладення коштів і отримання доходів з інших джерел, наприклад, цінних паперів, що позитивно впливатиме на зниження так званої «доларизації» економіки країни, обмежить спекулятивні операції з іноземною валютою (оскільки зменшиться попит населення), а, звідси, обмежить рівень використання методів регулювання, невластивих для ринкового способу господарювання (наприклад, уведення оподаткування обміну іноземної валюти), позитивно впливатиме на формування середнього класу, уможливить підвищення соціальних стандартів і демократизацію країни, що знаходиться у центрі Європи.

Підсумовуючи зауважимо, що соціально-економічна доцільність запровадження моніторингу інтелектуального капіталу виявляється у зменшенні «комунікаційної лакуни» та нівелюванні асиметрії в інформаційному забезпеченні усіх працівників підприємства (пайовиків товариства). Адже відомо, що менеджерський корпус підприємства має значно більші можливості використання інформації, різноманітних джерел походження, тоді як для широкого загалу працівників (чи, наприклад, дрібних пайовиків (акціонерів) товариства) інформаційне забезпечення є суттєво обмеженим. З одного боку, зниження інформаційної асиметричності щодо інтелектуального капіталу активізує інтелектуальну діяльність усіх працівників і ділових партнерів, що створює сприятливий клімат для формування креативного підприємства та значно підвищує можливості забезпечення його капіталізації.

2.3. Оцінка ефективності використання інтелектуального капіталу підприємства

Функціонування сучасних підприємств, зорієнтованих на забезпечення стратегічної конкурентоспроможності вимагає створення креативного середовища, яке б забезпечувало розвиток інтелектуального капіталу. Необхідність здійснення ґрунтовної оцінки величини (стану) та динаміки інтелектуального капіталу на кожному з вітчизняних підприємств є очевидною, якщо врахувати стабільні негативні тенденції у рейтингу індексів людського розвитку, глобальної конкурентоспроможності, глобального

інноваційного індексу та індексу економіки знань. Зважаючи на це, можна стверджувати, що викристалізуються проблеми, пов'язані з погіршенням забезпечення підприємств ключовим виробничим ресурсом – знаннями, які виступають каталізатором розвитку інтелектуального капіталу. У свою чергу, це ще більше актуалізує питання методики оцінки величини (стану) і динаміки, а також підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу вітчизняними підприємствами.

Однак, існування розмаїтих методик і моделей вимірювання і оцінки інтелектуального капіталу суттєво обмежує можливості їх практичного застосування, оскільки кожна із них вимагає додаткового опрацювання щодо запровадження на підприємстві.

Зазначимо, що в умовах нової парадигми господарювання, коли стрімко зростає роль інтелектуального капіталу в капіталізації підприємств, вважаємо за доцільне виділити методи, застосування яких, згідно з нашими міркуваннями, є конструктивним вирішенням проблематики оцінки величини й ефективності використання інтелектуального капіталу підприємства (Додаток К).

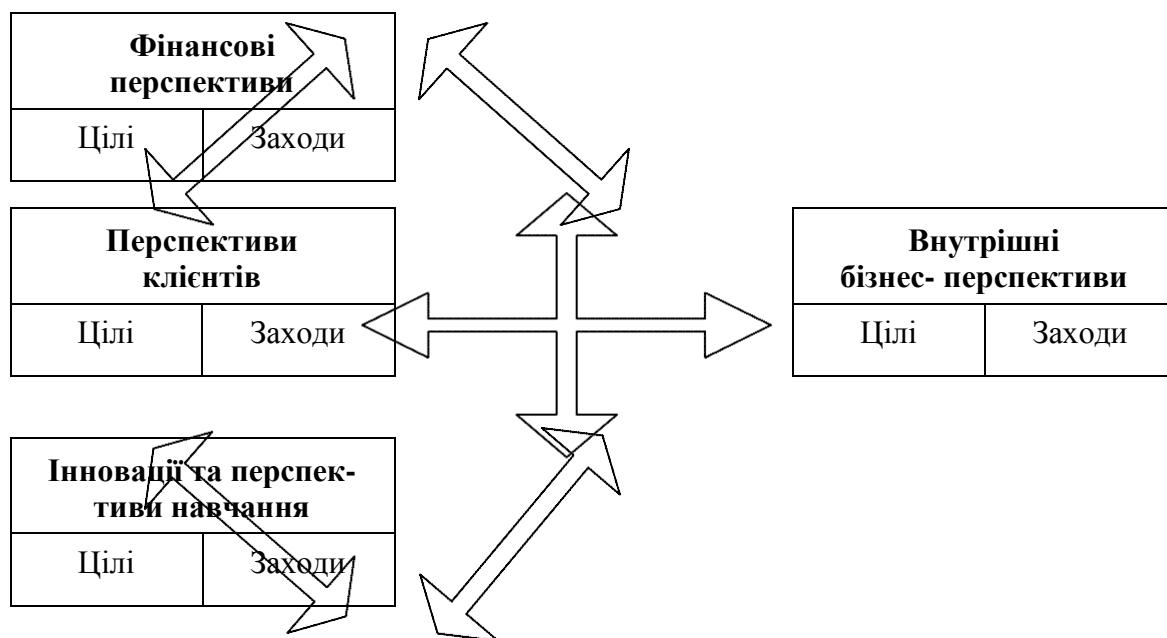


Рис 2. 4. Схематичне представлення методу Р. Каплана і Д. Нортон «Збалансована система показників» (джерело: Kaplan R. S. The Balanced Scorecard – Measures then drive Performance / Robert S. Kaplan, David P. Norton // Harvard Business Review. – 1992. – Vol. 70. – № 1. January February. – P. 72. (Reprint 92105) [Електронний ресурс]. – Режим

Отже, метод «Збалансованої системи показників» уможливорює визначення перспектив клієнта – ідентифікацію клієнтів і сегментів ринку, які підприємство буде контролювати; перспективи бізнес-процесів – окреслення операційних та обслуговуючих процесів, оновлення інформаційних систем, необхідних для досягнення цілей – збільшення потенційних клієнтів; перспективи інновацій та навчання – визначення інноваційних процесів (продуктових і технологічних), які б давали можливість підприємству краще задовольняти потреби споживачів; підвищення здатності до самонавчання працівників підприємства для забезпечення покращення якості продукції (надання послуг); перспективи фінансів – ґрунтуються на обрахунку, грошових потоків, ліквідності, економічного ефекту та виявлення резервів підвищення ефективності функціонування підприємства. Зауважимо, що у сфері досягнення кожної із перспектив автори пропонують визначати стратегічні цілі та відповідні показники для їх оцінки (Додаток Л 1). Дослідники доводять вплив інвестування у людський фактор, інформаційні системи та інноваційні продукти на покращення фінансових результатів у майбутньому, виділяючи процеси, які генерують майбутню вартість – інноваційні, обслуговування клієнтів та операційні [244]. Вважаємо логічними твердження вчених про те, що застосування методу «Збалансованої системи показників» для оцінки інтелектуального капіталу підприємства дозволяє «відобразити процес формування інтелектуального капіталу, представити ефекти у вигляді звіту про інтелектуальний капітал та є інструментом розвитку» сучасного підприємства [244]. Про перспективність цієї методики свідчить, з одного боку, велика кількість наукових публікацій, які її аналізують, а з іншого – продовження досліджень ученими Робертом Капланом і Девідом Нортонем, які у 2011 р. представили свої пропозиції щодо удосконалення методики «Збалансованої системи показників» у сфері її застосування для оцінки інтелектуального капіталу (чого не було в початковому варіанті) [244].

Однак, незважаючи на переваги цієї методики, практика застосування методики «Збалансованої системи показників» для аналізу інтелектуального капіталу підприємства виявив низку недоліків, які пов'язують з необхідністю опрацювання кожним підприємством переліку цілей і відповідних показників

для оцінки їх досягнення.

Низка вчених критикує методику за вміщення людського капіталу разом з інформаційним (Нік Бонтіс, Йохан Рус, Ніколя Драгонетті тощо) [133; 166]. Проте, головним недоліком, на якому акцентується увага, є те, що швидкі зміни, які відбуваються у сучасному господарському житті, вимагають постійного корегування методу «Збалансованої системи показників». Незважаючи на низку недоліків, зауважимо, що основною перевагою методу можна вважати той факт, що він уперше уможливив для підприємства здійснення аналізу ефективності господарювання при одночасному моніторингу та співставленні матеріальних і нематеріальних активів. Саме на базі методу

«Збалансованої системи показників» ученими згодом було опрацьовано і запропоновано для використання велику кількість новітніх методик оцінки інтелектуального капіталу підприємства.

У контексті методології діагностики інтелектуального капіталу підприємства серед перших методик вимірювання інтелектуального капіталу, яка базується на методі Роберта Каплана і Девіда Нортон «Збалансована система показників», доцільно визначити модель, опрацьовану групою шведських учених-економістів під керівництвом Лейфа Едвінсона (1991–1995) «Навігатор Скандії», яка, з одного боку, дає змогу визначати вартість усіх детермінант інтелектуального капіталу підприємства (*valuation*), а з іншого – дозволяє керувати вартістю суб'єкта господарювання (*navigation*).

Схематично «Навігатор Скандії» дослідники представили у вигляді будинку, ретроспективний аналіз якого окреслює минулий, теперішній і майбутній вектори розвитку суб'єкта господарювання [164].

У моделі вона представляє людський капітал; *сфера розвитку* – фундамент будинку представляє готовність підприємства до майбутньої діяльності шляхом підвищення кваліфікації працівників, впровадження інноваційних продуктів, пошуку нових ринкових ніш тощо. У моделі вона символізує структурний капітал підприємства [164].

Відтак, учені Лейф Едвінсон і Майкл Мелоун стверджують, що, використовуючи «Навігатор Скандії» у сфері розвитку, можна «не лише формувати нові показники, але й шукати взаємозв'язків між ними та визначати вектори змін». У сфері фінансів за допомогою «Навігатора» можна здійснювати порівняльний аналіз комплексних показників із показниками чистого прибутку чи сумою активів і пасивів, представлених у фінансовій звітності підприємства, адже саме це уможливорює здійснення оцінки величини інтелектуального капіталу підприємства. Крім того, застосування «Навігатора Скандії» повинно забезпечувати комунікацію підприємства із зовнішнім оточенням шляхом інформування зацікавлених сторін про величину (стан) та ефективність використання інтелектуального капіталу підприємства[164]. Цілком слушно автори «Навігатора Скандії» зазначали, що метод не є ідеальним і вимагає подальшого удосконалення. Зважаючи на те, що розробники, дотримуючись основних положень «Навігатора Скандії», активно працюють над його розвитком, можемо стверджувати про перспективність даної методики оцінки інтелектуального капіталу підприємства.

Починаючи з 1991 р., підвищується зацікавленість моделлю у наукових колах (Йохан Рус, Гйоран Рус, Ніколя Драгонетті). Активні дослідження вчених були скеровані на удосконалення і покращення якісного складу інформації. Так, у першій версії знаходимо 30 основних показників для ідентифікації інтелектуального капіталу, а у 1997 р. Лейф Едвінсон і Майкл Мелоун пропонують більше 150 показників, згрупованих у п'яти сферах відповідно до концепції «Навігатора Скандії», які носять універсальний характер та вміщені у методі, відомому у наукових колах під назвою «Індекс інтелектуального капіталу» (Додаток Л 2). Запропонований Лайфом Едвінсоном і Майклом Мелоуном у «Навігаторі Скандії» варіант методики розрахунку включає 21 показник, використаний для визначення вартості інтелектуального капіталу (Додаток Л 2. 2), а також 9 показників продуктивності інтелектуального капіталу підприємства (Додаток Л 2. 1). Схематично методику розрахунку інтелектуального капіталу підприємства представлено на рис. 2. 5.

Перелік показників продуктивності інтелектуального капіталу вміщує 9

показників, які репрезентують п'ять сфер «Навігатора Скандії», зокрема: частка на ринку, індекс задоволених клієнтів, індекс лідерства, індекс мотивації, індекс науково-дослідних засобів (у загальній вартості засобів); індекс навчальних годин; індекс досягнутого рівня якості (відносно планового рівня); показник плинності працівників; продуктивність праці адміністрації / доходи.

Отже, рівень інтелектуального капіталу підприємства визначаємо на основі його вартості та продуктивності за формулою :

$$K_i = i \times C, \quad (2.1)$$

де K_i – інтелектуальний капітал підприємства;

i – коефіцієнт продуктивності інтелектуального капіталу підприємства; C

– вартість інтелектуального капіталу підприємства, гр. од.

При цьому вартість інтелектуального капіталу підприємства визначають у вартісних вимірниках згідно з показниками, наведеними у (Додатку Л 2) за формулою⁵¹⁴:

$$C = W_{c1} + W_{c2} + \dots + W_{c21}, \quad (2.2)$$

де C – вартість інтелектуального капіталу підприємства, гр. од.;

W_{c1}, W_{c2}, W_{c21} – показники вимірювання інтелектуального капіталу (відповідно до Додатку Л 2), гр. од.

Водночас у цей же період над вирішенням проблеми пошуку стратегічного інструмента контролінгу та управління нематеріальними активами підприємства, простого в практичному використанні працював вчений Карл Ерік Свейбі (1997), який запропонував метод, відомий під назвою «Монітор нематеріальних активів»[299, 300]. Методика «Монітору нематеріальних активів» ґрунтується на дефініції інтелектуального капіталу, запропонованій Карлом Еріком Свейбі, передбачає виокремлення трьох детермінант – зовнішньої структури, внутрішньої структури та індивідуальних компетенцій, які оцінюються за допомогою запропонованих показників у межах чотирьох аспектів – «зростання», «розвиток», «продуктивність» і «стабільність» (Додаток Л 4). Зауважимо, що вчений акцентує на доцільності табличного представлення «Монітору нематеріальних активів», необхідності відбору спеціалістами у рамках кожного аспекту не більше двох основних показників, залежно від галузевої належності суб'єкта господарювання, які б у повному обсязі відображали динаміку і дифузю знань у межах підприємства. Крім того, для зручності та узагальненого представлення динаміки нематеріальних активів підприємства, обсяг «Монітору нематеріальних активів» доцільно визначати в межах однієї сторінки.

Основними недоліками можна вважати необхідність відбору спеціалістами на кожному конкретному підприємстві показників, доцільних для здійснення оцінки інтелектуального капіталу підприємства, оскільки методика залишає широке поле для маніпуляцій, а, отже, ймовірність представлення нереальної (неправдивої, але бажаної) ситуації є високою і залежить від рівня розвитку «бізнес-еліти» в країні. Однак, незважаючи на низку недоліків, методика «Монітору нематеріальних активів» при професійному підході може застосовуватися для аналізу ефективності використання інтелектуального капіталу підприємств, а удосконалюватися у напрямку відбору мінімальної кількості стандартних, загальних показників, прийнятних для діагностики інтелектуального капіталу підприємства.

Досить цікавою у контексті дослідження підходів до методології діагностики інтелектуального капіталу, на нашу думку, є модифікація методики «Розрахунок вартості»[301], опрацьованої у сфері податків «*NCI Research*» для визначення ринкової вартості нематеріальних активів підприємства,

запропонованої у 1995 р. Томом Стюартом і Девідом Лютим для удосконалення методики оцінки інтелектуального капіталу підприємства[302].

Таким чином, можемо стверджувати, що суттєвою перевагою методики Тома Стюарта та Давіда Лютого «Розрахунок вартості» є не лише простий спосіб обчислення вартості інтелектуального капіталу підприємства на основі використання даних, уміщених у фінансовій звітності суб'єкта господарювання, а й можливість здійснення порівняльного аналізу різних підприємств. Однак, дана методика має і недоліки, пов'язані з використанням у розрахунках середніх значень різних показників, які зменшують рівень достовірності отриманих результатів (підвищують чи знижують вартість інтелектуального капіталу підприємства). Проте, незважаючи на низку недоліків, загальний позитивний вплив методики «Розрахунок вартості» полягає в тому, що вона лягла в основу побудови інших методик вимірювання й оцінки інтелектуального капіталу підприємства.

Низка методик, запропонованих ученими для здійснення оцінки інтелектуального капіталу підприємства. є результатом досліджень і удосконалення уже відомих методів, зокрема, розвитком методу ринкової капіталізації є запропоновані у 1998 р. ученим К. Стандфельдом методи «Визначення ринкової вартості інвесторами» та «Економічна додана вартість», запропонований Стюартом Беннетом у 1991–1994 рр. для визначення продуктивності інтелектуального капіталу [155].

Модель К. Стандфельда «Визначення ринкової вартості інвесторами» базується на твердженні, що різниця між ринковою та балансовою вартістю підприємства свідчить про існування інтелектуального капіталу. Методика вченого «Визначення ринкової вартості інвесторами» дозволяє ідентифікувати, визначати загальну вартість інтелектуального капіталу підприємства та схематично представлена на рис. 2. 8. Отже, методика К. Стандфельда «Визначення ринкової вартості інвесторами» передбачає здійснення оцінки інтелектуального капіталу підприємства у п'ять етапів: на першому – обчислюємо дійсну вартість інтелектуального капіталу (*realized intellectual capital*) підприємства, опираючись на твердження методу ринкової капіталізації, згідно з яким різниця між ринковою і балансовою

вартістю суб'єкта господарювання становить вартість його

інтелектуального капіталу. Таким чином, дійсну вартість інтелектуального капіталу підприємства розраховуємо за формулою[531]:

$$BP_{ик.д.} = BP - BB, \quad (2.3)$$

де $BP_{ик.д.}$ – дійсна (реальна) вартість інтелектуального капіталу підприємства, гр. од.;

BP – ринкова вартість підприємства, гр. од.;

BB – балансова вартість підприємства, гр. од.

Вважаємо за доцільне звернути увагу на твердження вченого про те, що реальна вартість інтелектуального капіталу підприємства може відхилятися від її дійсної (наявної на даний момент) величини в бік зменшення чи збільшення, що спричиняють коливання на фондових ринках, очікування інвесторів тощо. Крім того, вчений К. Стандфельд вперше говорить про зношення інтелектуального капіталу, використовуючи показник «ерозія інтелектуального капіталу» (*intellectual capital erosion – ICE*), а для обґрунтування його розрахунку вводить два допоміжні терміни – ринкова вартість, визначена інвесторами (*investor assigned market value*); потенційна (можлива для досягнення) ринкова вартість (*attainable market value*).

При цьому показник «ерозія інтелектуального капіталу» (*intellectual capital erosion, ICE*) можна розрахувати за формулою [532]:

$$IK_e = BP_i - BP_n, \quad (2.4)$$

де IK_e – зношення (ерозія) інтелектуального капіталу підприємства, гр. од.;

BP_i – ринкова вартість підприємства, визначена інвесторами, гр. од.;

BP_n – потенційна (можлива для досягнення) ринкова вартість підприємства, гр. од.

Виходячи з даних положень, потенційну ринкову вартість підприємства можна розрахувати за формулою [533]:

$$BP_n = K_p + (BP_{ик.д.} + IK_e), \quad (2.5)$$

де BP_n – потенційна (можлива для досягнення) ринкова вартість підприємства, гр. од.;

K_p – вартість відображеного (представленого) капіталу підприємства, гр. од.;

$BP_{ик.д.}$ – дійсна вартість інтелектуального капіталу підприємства, гр. од.;

IK_e – зношення (ерозія) інтелектуального капіталу підприємства, гр. од. Опираючись на припущення вченого, можемо стверджувати, що сучасні підприємства для зниження рівня зношення (ерозії) інтелектуального капіталу повинні більше уваги приділяти активізації процесів комерціалізації знань.

Методика К. Стандфельда «Визначення ринкової вартості інвесторами», дозволяючи встановлювати вартість основних для підприємства доміант інтелектуального капіталу, пропонує на другому етапі визначати перелік показників, які в повному обсязі відображають особливості формування інтелектуального капіталу. Врахування важливості кожної з доміант інтелектуального капіталу підприємства можливе за допомогою опрацювання вагових коефіцієнтів у процесі створення вартості на підприємстві, встановлених фаховими менеджерами. Доцільно звернути увагу на визначення К. Стандфельдом показників, що становлять більше ніж 1/5, тобто 21 % у формуванні вартості інтелектуального капіталу підприємства: для патентів – середній час використання, генеровані обороти; продуктів знань – швидкість поширення знань на підприємстві, взаємозв'язки «явних знань» (кодифікованих, які легко піддаються дифузії) і «прихованих знань» (індивідуальних, які важко поширювати); навчання підприємства – досвід, уміння, знання працівників, підготовка на одного працівника, рівень інтелігентності підприємств. Отже, на цьому етапі доцільною є побудова моделі інтелектуального капіталу підприємства відповідно до вибраних показників та встановлених вагових коефіцієнтів. На п'ятому етапі визначається вартість кожного зі складових елементів інтелектуального капіталу шляхом множення вагових коефіцієнтів кожної з детермінант і дійсної вартості інтелектуального капіталу підприємства. На останньому етапі методика К. Стандфельда дозволяє визначати ринкову вартість підприємства як суму вартості інтелектуального капіталу (обчислену на основі сумування вартостей його доміант, встановлених на попередньому етапі) та балансової вартості суб'єкта господарювання.

Перевагою методики К. Стандфельда «Визначення ринкової вартості інвесторами» є можливість здійснення вартісної оцінки окремих домінант та інтелектуального капіталу підприємства загалом. Однак, недоліком методики виступає високий рівень суб'єктивного підходу менеджерів до визначення вартості домінант інтелектуального капіталу підприємства, що суттєво обмежує можливості її використання в українських реаліях. Незважаючи на вказані недоліки, використання методики К. Стандфельда «Визначення ринкової вартості інвесторами» є можливим для оцінки загальної вартості інтелектуального капіталу сучасних підприємств при умові фахового обґрунтування показників і вагових коефіцієнтів.

Цікавою є методика оцінки інтелектуального капіталу підприємства вченого Патріка Саллівана (2000), який запропонував метод, відомий під назвою «Інноваційні нематеріальні активи»[298]. Учений стверджує, що інноваційні нематеріальні активи суттєво впливають на майбутні доходи та репутацію підприємства, підвищують лояльність клієнтів і конкурентоспроможність суб'єкта господарювання. Згідно методики Патріка Саллівана «Оцінка нематеріальних активів» інтелектуальний капітал «підприємства знань» формують такі детермінанти, як інноваційні нематеріальні активи та людський капітал, а джерелами вартості виступають інновації і комплементарні бізнес-активи, які забезпечують комерціалізацію інновацій (рис. 2. 9). Саме завдяки безпосередньому продажу, ліцензійним умовам, створенню стратегічних альянсів, спільних підприємств, розширенню сфер господарської діяльності чи отриманню інновацій сучасні підприємства формують прибутки.

Методика «Оцінка нематеріальних активів» ґрунтується на розрахунку ринкової вартості підприємства на базі чистої теперішньої вартості (*NPV*) за формулою [248]:

$$BP = BB_{ma} + NPV_{ia} + NPV_{ka} + NPV_{CK}, \quad (2. 6)$$

де *BP* – ринкова вартість підприємства, гр. од.;

BB – балансова вартість нематеріальних активів підприємства, гр. од.;

NPV_{ia} – чиста теперішня вартість прибутків з інноваційних нематеріальних активів підприємства, гр. од.;

NPV_{ka} – чиста теперішня вартість прибутків із комплементарних бізнес-активів підприємства, гр. од.;

$NPV_{ск}$ – чиста теперішня вартість прибутків зі структурного капіталу підприємства, гр. од.

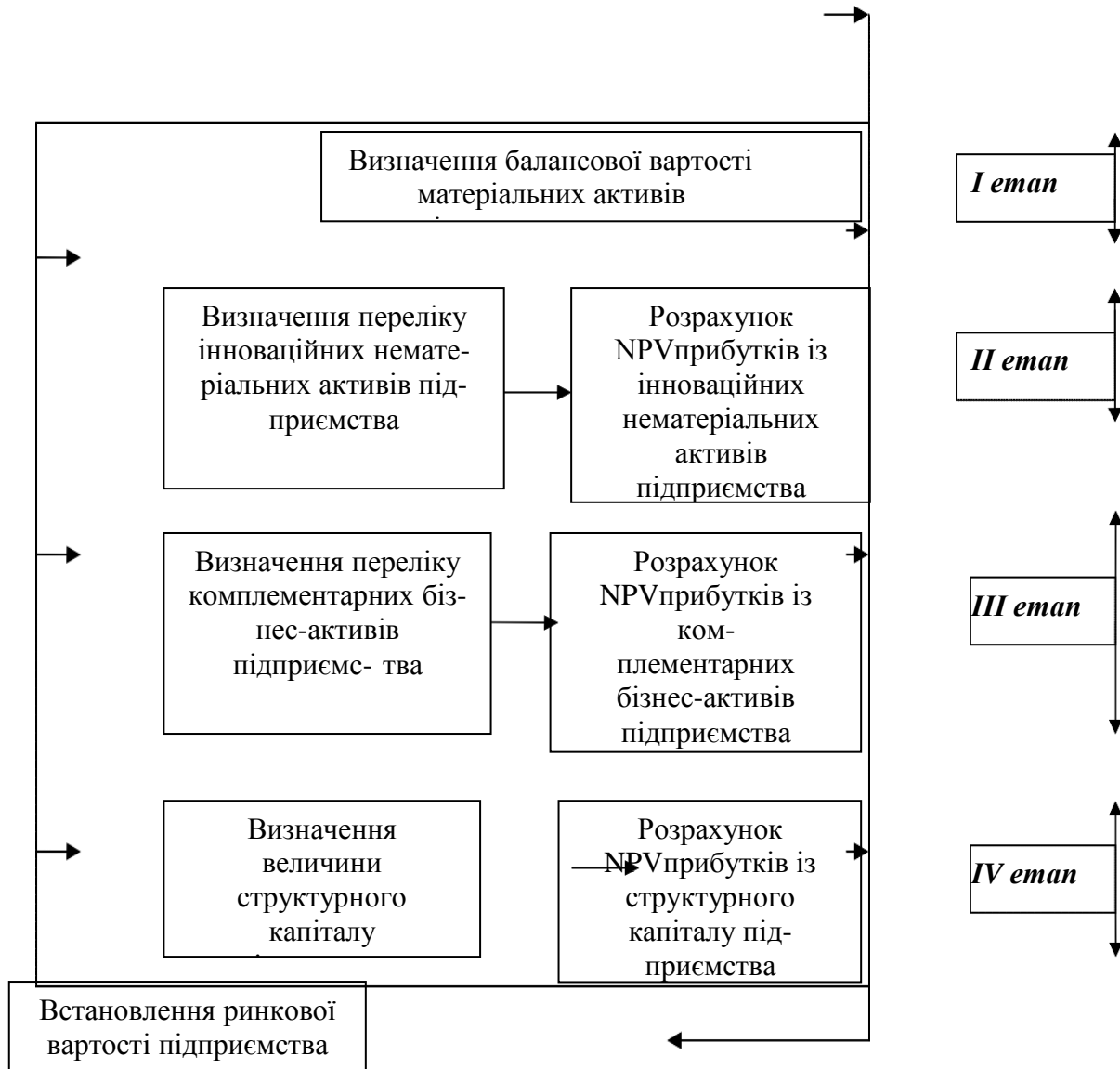


Рис. 2. 6 Схематичне представлення методики Патріка Саллівана «Інноваційні нематеріальні активи» («IAV») для оцінки інтелектуального капіталу підприємства: (джерело: складено автором на основі: Sullivan P. H., Jr. Valuing Intangibles Companies. An Intellectual Capital Approach / P. H. Sullivan, Jr., P. H. Sullivan, Sr. // Journal of Intellectual Capital.– 2000. – Vol. 4. – № 1. – P. 195–212.

Згідно з нашими міркуваннями, перевагою даного методу є можливість урахування альтернативності інвестиційних проектів підприємства. Серед недоліків доцільно відзначити складність у розрахунках, залучення лише частини детермінант інтелектуального капіталу підприємства та розмежування прибутків, створених інноваційними нематеріальними активами, комплементарними бізнес-активами та структурним капіталом,

що знижує достовірність отриманих даних.

Основною «метафорою» методики «Відкривач вартості» («*TVETM*») є припущення рівних витрат на капітал, здійснених у межах кожної з чотирьох компетенцій підприємства. Авторська модель базується на застосуванні методу анкетних опитувань.

Анкета вміщує п'ять питань, що передбачають короткі відповіді «так / ні» з наступним їх оцінюванням за шкалою від 0 до 5 балів (шляхом сумування позитивних відповідей), які пропонується використовувати при визначенні показника тривалості i^{oi} компетенції для утримання конкурентної позиції підприємства на ринку – показує період часу, протягом якого підприємство може бути конкурентоспроможним, середнього значення сили впливу i^{oi} компетенції на фінансові результати діяльності підприємства у перспективі, який розраховується за формулою:

$$R = \frac{\sum \text{Балів}}{5} \times 100\% , \quad (2.7)$$

де R – сила впливу i^{oi} компетенції, %;

$\sum \text{Балів}$ – сума балів, отриманих при обчисленні сили впливу на основі анкети опитування.

Показник – тривалість i^{oi} компетенції для утримання конкурентної позиції підприємства на ринку – може бути встановлений також на основі бенчмаркінгових досліджень чи аналогічного показника у конкурентів.

Для визначення показника балансового прибутку запропоновано побудувати матрицю «компетенції – продукція – балансовий прибуток» (Додаток Л 5).

Механізм розрахунку базується на встановленні бальних оцінок кожної компетенції у межах кожного продукту – отриманих на основі анкетного опитування за шкалою від 0 до 3 балів (де 0 балів – відсутність впливу i^{oi} компетенції; 1 бал – незначний вплив i^{oi} компетенції; 2 бали – суттєвий вплив i^{oi} компетенції; 3 бали – дуже значний вплив i^{oi} компетенції) з наступним присвоєнням фахівцями кожному балу вартісних оцінок.

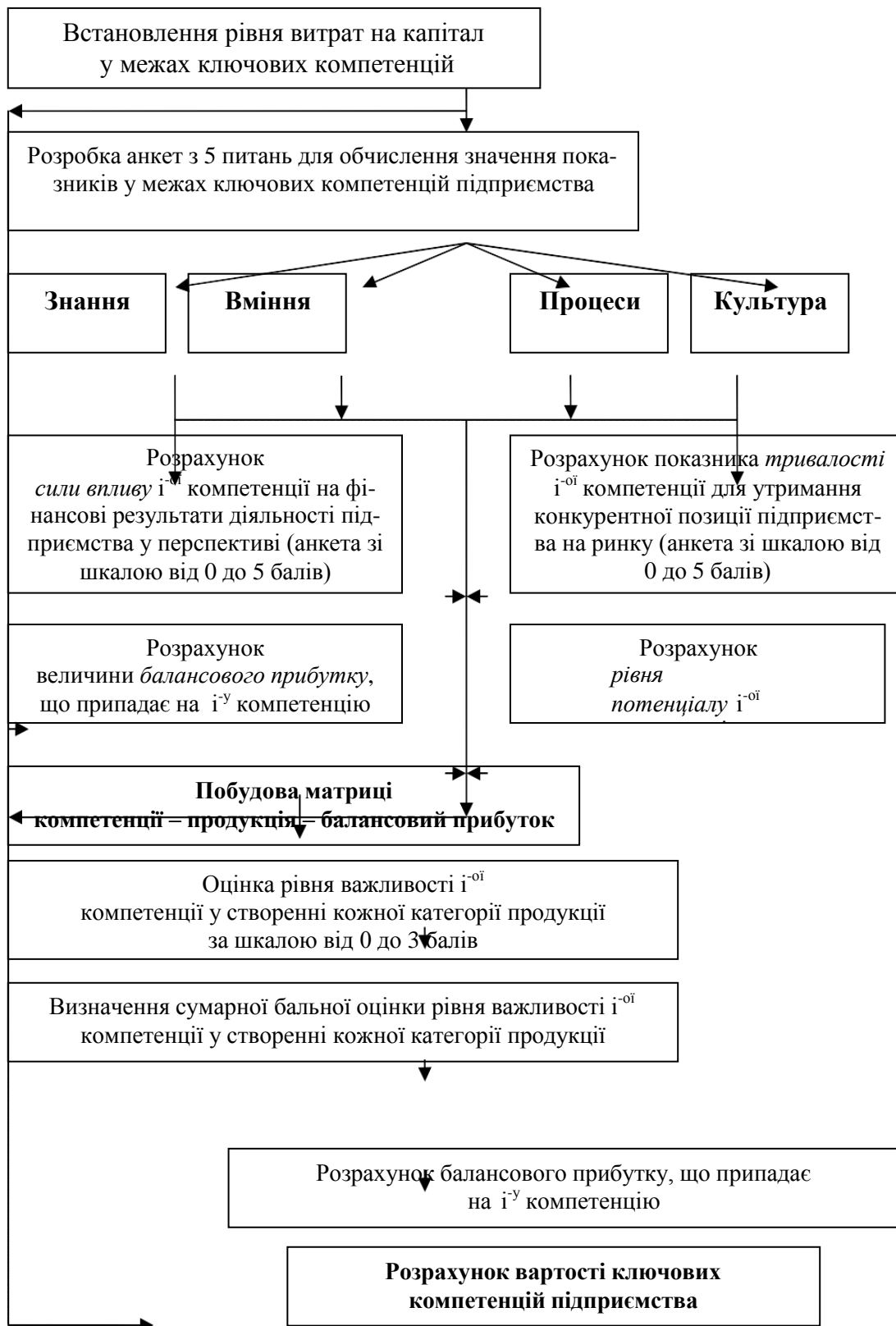


Рис. 2. 7. Алгоритм розрахунку вартості ключових компетенцій підприємства згідно методики Д. Андріссена, Р. Тіссена «Відкривач вартості»: (джерело: складено автором на основі: Kasiewicz S. Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy / Stanisław Kasiewicz, Waldemar Rogowski, Monika Kisińska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2006. – s. 133–135).

Аналогічно методика пропонує встановлювати рівень потенціалу – можливостей, які підприємство може потенційно використати у майбутньому для забезпечення конкурентоспроможності – річний процент зростання чи спадання прибутку є рівнем потенціалу і^{oi} компетенції.

Таким чином, перевагою методу Даніеля Андріссена і Рене Тіссена «Відкривач вартості» для визначення величини інтелектуального капіталу підприємства є вперше запропонований доволі простий механізм здійснення вартісної оцінки головних компетенцій суб'єкта господарювання, що функціонує в умовах «економіки знань». Однак, недоліком можемо вважати присутність певного рівня суб'єктивізму, оскільки вартісне вимірювання отриманих бальних оцінок містить певною мірою суб'єктивні характеристики.

На початку ХХІ ст. суттєво зросло розуміння ролі знань у забезпеченні ефективності функціонування суб'єктів господарювання на базі інтелекту, що, у свою чергу, зумовило активізацію досліджень ученими та практиками у сфері розвитку інтелектуального капіталу.

Важливо зазначити, що дослідники, котрі вважають, що вплив знань на формування інтелектуального капіталу посилюватиметься, перебувають у постійному науковому пошуку удосконалення методики оцінки впливу знань на якісну складову інтелектуального капіталу сучасних підприємств. Результатом таких досліджень є метод «Система показників ланцюга формування вартості», запропонований у 2001 р. вченим Левом Барухом для оцінки вартості інтелектуального капіталу підприємства. Зазначимо, що методика Лева Баруха «Система показників ланцюга формування вартості» побудована на основі аналізу концепції ланцюга вартості Майкла Портера, та дозволяє визначити (на основі фінансової звітності та за допомогою емпіричного аналізу) показники, представлені у вартісних вимірниках для здійснення подальшої порівняльної оцінки з іншими суб'єктами господарювання, а також показники, визначені у якісних вимірниках – для покращення інформаційного рівня відстежити ланцюг формування вартості інтелектуального капіталу підприємства у трьох фазах створення інноваційного продукту: відкриття і самонавчання, пристосування (імплементація) та комерціалізація (Додаток Л 6).

Таким чином, методика Лева Баруха «Система показників ланцюга формування вартості» акцентує увагу на інноваціях, які виникають на основі формування, поширення, поєднання і передачі знань, розвитку інформаційної бази і, в результаті, забезпечують капіталізацію підприємства в умовах «нової парадигми господарювання». Методика базується на постулаті, що ланцюг формування вартості інтелектуального капіталу підприємства є інноваційним процесом, який вимагає виявлення й ефективного використання джерел інновацій. Вони можуть бути внутрішніми, які є результатом науково-дослідних робіт, досвіду та співпраці, насамперед, інженерних кадрів, а також якісного інформаційного забезпечення для поширення знань – Інтранету, а також зовнішніми – які виникають на підприємстві в результаті придбання технологій тощо. Третім важливим джерелом інновацій є розвиток мережі зв'язків підприємства з постачальниками, клієнтами, соціальним середовищем у якому воно функціонує, створення альянсів для здійснення спільних досліджень.

Другий етап методики передбачає опрацювання й оцінку соціально-економічної ефективності від запровадження інноваційних проектів, що враховує набуття прав інтелектуальної власності (патенти, авторські свідоцтва, товарні знаки, ліцензії), проведення експериментальних досліджень, підготовку проектної та робочої документації для налагодження випуску інноваційного продукту. Для оцінки ефективності інвестицій в інноваційний проект учений пропонує використовувати Інтернет для організації продажів, наприклад запровадження практики «*on-line*-покупок». Дослідник зазначає, що якість виконаних робіт на фазі імплементації позитивно впливає на зниження рівня інноваційного ризику.

Капіталізація «підприємства знань» значною мірою залежить від етапу комерціалізації, який Лев Барух пов'язує з маркетингом

інноваційного продукту, адже саме нові продукти здатні в сучасних умовах, динамізувати вартість суб'єкта господарювання.

Спираючись на наведене вище можемо стверджувати, що перевагою методики Лева Баруха «Система показників ланцюга формування вартості» є можливість її використання для прийняття інноваційно-інвестиційних рішень, проте застосування вимагає за твердженням ученого, наукового підходу до підбору «вартісних показників, їх стандартизації» (Додаток Л 7) та підтверджень результатами «емпіричних досліджень», які виконуються власними силами підприємства, що, на нашу думку, обмежує горизонти використання лише тими підприємствами, які мають у своїй організаційній структурі науково-дослідні підрозділи.

Зауважимо, що наведений перелік методів вимірювання й оцінки вартості інтелектуального капіталу підприємства лише фіксує діапазон альтернативних варіантів економічної діагностики.

Проте, варто зазначити, що досьогодні актуальним залишається питання опрацювання універсальної методики визначення вартості й оцінки ефективності використання інтелектуального капіталу підприємства, хоч перші спроби її напрацювання зроблені у 2003–2004 рр. професором Нью-Йоркського університету, редактором відомого видання «*CFO Magazine*» та вченим Левом Барухом. Головною «метафорою» методики Лева Баруха та Гу Фенга (2004) «Дохід з капіталу знань» є її моделювання на виробничій функції підприємства, згідно з положеннями якої економічний результат діяльності суб'єкта господарювання є функцією (модель Лева Баруха та Гу Фенга вміщує матеріальні, фінансові показники та нематеріальні активи, які ми пропонуємо замінити на фізичний, фінансовий та інтелектуальний капітал):

$$EP = \alpha \times K_{fiz} + \beta \times K_{fin} + \delta \times K_{int}, \quad (2.8)$$

де EP – економічний результат діяльності підприємства, гр. од.;

α , β , δ – коефіцієнти продуктивності (дохідності) відповідно

фізичного, фінансового та інтелектуального капіталів підприємства відповідно;

$K_{фіз.}$, $K_{фін.}$, $K_{інт.}$ – величина фізичного, фінансового та інтелектуального капіталів підприємства, гр.од.

На нашу думку, для вітчизняних підприємств, а також підприємств з низьким рівнем здатності до розвитку капіталу знань, інформаційного капіталу при розрахунку величини чистого стандартизованого прибутку для зниження рівня впливу короткотермінових коливань доцільно буде використовувати більший розрахунковий період від 5 до 10 років за формулою:

$$\bar{\Pi} = \frac{\Pi_1 + \Pi_2 + \dots + \Pi_n + \Pi_{n+1} + \Pi_{n+2} + \dots + \Pi_{n+i}}{t}, \quad (2.9)$$

де $\bar{\Pi}_t$ – середня величини «стандартизованих» чистих прибутків підприємства за t-років, гр. од;

$$K_{\text{фіз}} = A_{\text{необ}} + З + ДЗ, \quad (2.10)$$

де $K_{\text{фіз}}$ – величина фізичного капіталу підприємства, гр. од.;

$A_{\text{необ}}$ – вартість необоротних активів підприємства, гр. од.;

$З$ – величина запасів на підприємстві, гр. од.;

$ДЗ$ – обсяг довготермінових зобов'язань підприємства, гр. од.

При цьому розрахунок норми дохідності для фізичного капіталу запропоновано здійснювати як середньорічну дохідність нематеріальних активів, обчислену в межах усіх галузей народного господарства, зокрема у методиці Лева Баруха та Ґу Фенга «Дохід з капіталу знань» (« KSE^{TM} ») її визначено на рівні 7 % (амплітуда коливань знаходилася у межах 10 %–11 %; податок на прибуток – 35 %). Таким чином, величину чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням фізичного капіталу, пропонується обчислювати за формулою:

$$\overline{П}_{\text{фіз}} = \frac{K_{\text{фіз}}}{100\%} \times ROA_{\text{фіз}}, \quad (2.11)$$

де $\overline{П}_{\text{фіз}}$ – величину чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих

функціонуванням фізичного капіталу, гр. од.;

$K_{\text{фіз}}$ – величина фізичного капіталу підприємства, гр. од.;

$ROA_{\text{фіз}}$ – дохідність фізичного капіталу підприємства, %.

Фінансовий капітал підприємства, за твердженнями вчених, формують обсяги готівки, цінні папери (облігації, акції) та фінансові інструменти, його величина розраховується так:

$$K_{\text{фін}} = A_{\text{об}} - З + ІД - КЗ, \quad (2.12)$$

де $K_{\text{фін}}$ – величина фінансового капіталу підприємства, гр. од.;

$A_{\text{об}}$ – вартість оборотних активів підприємства, гр. од.;

$З$ – величина запасів на підприємстві, гр. од.;

$ІД$ – обсяг інвестицій, гр. од.

$КЗ$ – обсяг короткотермінових зобов'язань підприємства, гр. од. Величину чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням фінансового капіталу, пропонується обчислювати за формулою:

$$\overline{П}_{\text{фін}} = \frac{K_{\text{фін}}}{100\%} \times ROA_{\text{фін}}, \quad (2.13)$$

Доцільно зауважити, що на основі ситуації на ринку, зокрема функціонування підприємств сектора комп'ютерного програмування і біотехнологій, дохідність інтелектуального капіталу (ROA_{imm}) запропоновано визначити нарівні 10,5 %, а розрахунок величини інтелектуального капіталу (в авторській моделі «капіталу знань») здійснити за формулою:

$$\overline{K}_{imm} = \overline{P}_{imm} \frac{\times 100\%}{ROA} \quad (2.13)$$

де \overline{K}_{imm} – величина інтелектуального капіталу (капіталу знань) підприємства, гр. од.;

$\overline{P}_{фіз}$ – величина чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих

функціонуванням інтелектуального капіталу (капіталу знань), гр. од.;

ROA_{imm} – дохідність інтелектуального капіталу, %.

На основі вищевикладеного можемо стверджувати, що суттєвою перевагою методики вимірювання та оцінки ефективності використання інтелектуального капіталу підприємства Лева Баруха та Гу Фенга «Дохід з капіталу знань» є її універсальний характер, адже алгоритм розрахунку показників дозволяє вимірювати та здійснювати оцінку ефективності використання інтелектуального капіталу будь-якого підприємства, що значно розширює горизонти її застосування.

Однак, незважаючи на переваги метод «Дохід з капіталу знань» підлягає критиці за певний рівень суб'єктивізму, який присутній при визначенні дохідності фізичного, фінансового чи інтелектуального капіталу. Крім того, дискусійною у науковому колі є пропозиція щодо трьох джерел формування чистого прибутку підприємства, оскільки цей показник виражається загальною вартістю. Зазначимо, що методика Лева Баруха і Гу Фенга «Дохід з капіталу знань» розглядається перспективною з погляду інвесторів, оскільки дослідження Лева Баруха та Гу Фенга підтвердили високий кореляційний зв'язок саме між дохідністю акцій та прибутком, сформованим у результаті функціонування інтелектуального капіталу (0,53), а аналогічний показник для прибутку становить лише 0,29.

На основі наведеного вище, робимо висновок, що методика оцінки інтелектуального капіталу підприємства Лева Баруха та Гу Фенга є перспективною для майбутніх наукових розвідок.

Завершуючи зазначимо, що наведені методи дозволяють оцінювати загальну величину інтелектуального капіталу підприємства, водночас не даючи змоги виявляти детальні резерви впливу на капіталізацію суб'єкта господарювання. Важливою перевагою описаних вище методик оцінки інтелектуального капіталу підприємства є їх позитивний вплив на підвищення інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання для потенційних інвесторів, фінансових посередників та ін., що, враховуючи перспективний розвиток фінансового ринку України, може стати основним фактором залучення інвестиційних ресурсів вітчизняними підприємствами та забезпечення підвищення їх конкурентоспроможності. Згідно з нашими міркуваннями, залишається зовсім небагато – розуміння вітчизняною науковою, бізнесовою і політичною елітою важливості якісної освіти та фахової підготовки, а з боку пересічних громадян – усвідомлення необхідності постійного самонавчання, самовдосконалення, активної участі у житті громади та творенні оточення, у якому живемо.

Кожен тип та вид інтелектуального капіталу несе певні функції, що передбачають свої критерії оцінки ефективності управління за кожним його видом.

Персоніфікований інтелектуальний капітал як функціональна складова інтелектуального капіталу підприємства – це пов'язані з роботою знання й уміння, творчі здібності, освіта, професійна кваліфікація, лояльність, ціннісні установки персоналу, психометричні характеристики, що проникненні, як відзначає С. Міхнева [225, с. 53], інтелектуальною активністю, котра виступає як форма реалізації інтелектуальних, етично і культурно орієнтованих здібностей людини до створення нового, раніше невідомого знання, що забезпечує інтелектуальну ренту і різного роду переваги перед конкурентами. Інтелектуальна активність є тим

компонентом, який відрізняє здібності до творчої праці від здібностей до виконавської праці, персоніфікований інтелектуальний капітал від простої робочої сили, визначає умови і природу процесу «капіталізації» здібностей до праці.

Виходячи із самої сутності інтелектуального капіталу, ключовим елементом у його структурі є персоніфікований інтелектуальний капітал. Саме інтелект людини уможливив існування інших складових інтелектуального капіталу. Тому оцінка ефективності управління персоніфікованим інтелектуальним капіталом є фундаментальним елементом загальної системи оцінки.

Оцінка ефективності управління персоніфікованим інтелектуальним капіталом неможлива без попередньої оцінки його поточного стану.

Для оцінки поточного стану персоніфікованого інтелектуального капіталу може бути використано цілу низку методів [318], що застосовуються сьогодні для оцінки різних якостей, здібностей і знань працівників інтелектуальної праці (табл. 2.3).

Сукупність наведених оцінок може дати комплексну всебічну об'єктивну оцінку поточного стану за кожним видом персоніфікованого інтелектуального капіталу.

Процес оцінки персоніфікованого інтелектуального капіталу припускає реалізацію триєдиного комплексу, а саме оцінку співробітника колегами, керівником і самооцінку. Важливо забезпечити відкритість цього процесу для обговорення з боку співробітника і його керівника, оскільки такий підхід збільшує відповідальність із боку співробітника. Крім цього, процес має на увазі розуміння співробітником організаційних цілей і власних можливостей у досягненні заявлених цілей у своїй вигоді й у вигоді підприємства.

Певний крок уперед у розробці методів оцінки ефективності управління персоніфікованим інтелектуальним капіталом зробила А. Арінушкіна, запропонувавши концепцію системи моніторингу якості інтелектуально-професійної підготовки фахівців [22]. Для оцінки ефективності інтелектуально-корпоративної компетентності була розроблена методика математичної формалізації досліджуваної

властивості особистості.

Був прийнятий ряд позначень:

A_i – перелік особистісних якостей;

B_i – професійні навички й уміння;

$K_{1...n}$ – коефіцієнт оцінки інтелектуально-корпоративної компетентності у статиці і динаміці прояву її властивостей.

Отже,

$$K_{1...n} = \sum_{i=1}^n A_i C_i + \sum_{i=1}^n B_i C_i \quad (2.14)$$

$$Kd_{1...n} = \sum_{j=1}^n l_j a_j + \sum_{j=1}^n m_j b_j, \quad (2.15)$$

де $Kd_{1...n}$ – коефіцієнт «декваліфікації»;

l_j – поправочні коефіцієнти значущості відсутності особистих якостей, визначаються методом експертної оцінки;

a_j – відсутні особисті якості;

m_j – поправочні коефіцієнти значущості відсутності професійних навичок і умінь, визначаються методом експертної оцінки;

b_j – відсутні професійні навички і уміння.

Таблиця 2.3 – Методи оцінки поточного стану персоніфікованого інтелектуального капіталу

Методи оцінки	Види персоніфікованого інтелектуального капіталу
---------------	--

	Пов'язані з роботою знання	Пов'язані з роботою уміння	Творчі здібності	Освіта	Професійна кваліфікація	Лояльність	Ціннісні установки персоналу	Психометричні характеристики
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Виявлення знань	+	+						
Оцінка за результатами	+	+						
Метод групової дискусії	+						+	
Інтерв'ювання	+	+					+	
Метод еталону	+	+					+	
Матричний метод	+	+					+	
Методи вільного і примусового вибору оцінних характеристик за готовими формами	+	+					+	
Метод оцінок, що сумуються	+	+					+	
Метод заданого групування працівників	+	+					+	
Тестування	+	+					+	
Ранжирування	+	+					+	
Метод попарних порівнянь	+	+					+	
Метод заданої бальної оцінки	+	+					+	
Метод графічного профілю	+	+					+	
Коефіцієнтний метод	+	+						
Метод критичного інциденту	+	+					+	

Самооцінка	+	+	-	-	-	+	
Метод шкалування	+	+	-	-	-		
Метод альтернативних характеристик	+	+	-	-	-	+	
Метод послужного списку	+	+					

Якщо логіка розрахунку коефіцієнта оцінки інтелектуально-корпоративної компетентності викликає деякі сумніви як щодо коректності підсумовування особистих якостей і професійних навичок, що мають не чітке числове вираження, так і щодо коректності математичного запису, то пропозиція розрахунку коефіцієнта «декваліфікації» є оригінальною і може бути використана при аналізі можливостей відтворення персоніфікованого інтелектуального капіталу.

Основою відтворення персоніфікованого інтелектуального капіталу є інтелектуальний розвиток особи [63]. Тому важливим методологічним питанням є оцінка ефективності інвестицій у персоніфікований інтелектуальний капітал. Тут перш за все йдеться про розрахунок ефекту, отриманого за рахунок підвищення співробітником свого професійно-кваліфікаційного рівня. У даному аспекті заслуговує на увагу методика, запропонована Н. Балтачєєвою [28].

На прикладі керівників і фахівців визначення частини додаткового ефекту, створюваного за рік співробітниками, що підвищили рівень своєї кваліфікації, Н. Балтачєєва пропонує розраховувати за такою формулою:

$$E' = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^m C_i \cdot N_i \cdot K_i' \cdot K_i'' \quad (2.16)$$

де E' – частина додаткового ефекту, створювана за рік керівниками і фахівцями, що підвищили рівень своєї кваліфікації, грн.;

n – передбачуваний термін використання отриманих знань, років;

C_i – середня вартість навчання одного працівника i -ї функціональної

групи, грн.;

N_i – кількість навчених працівників i -ї функціональної групи, чол.;

K_i' – коефіцієнт, що враховує вплив зміни вартості навчання персоналу i -ї функціональної групи;

K_i'' – коефіцієнт, що враховує вартісний приріст, викликаний підвищенням кваліфікації працівників i - функціональної групи у процесі трудової діяльності;

m – кількість функціональних груп.

Для проведення розрахунку щорічного абсолютного приросту ефекту, обумовленого зміною якості співробітників, що пройшли перепідготовку і підвищення кваліфікації в загальній кількості працівників даної категорії, пропонується така формула:

$$\Delta Q_{q} = \Delta Q_T + \Delta Q_N, \quad (2.17)$$

де ΔQ_{q} – щорічний абсолютний приріст ефекту, обумовлений зміною якості керівників і фахівців, що пройшли перепідготовку і підвищення кваліфікації, грн.;

ΔQ_T – щорічний абсолютний приріст ефекту, обумовлений зміною освітнього рівня керівників і фахівців, що пройшли перепідготовку і підвищення кваліфікації, грн.;

ΔQ_N – щорічний абсолютний приріст ефекту, обумовлений зміною кількості керівників і фахівців, що пройшли перепідготовку і підвищення кваліфікації, грн.

Розрахунок щорічного абсолютного приросту ефекту, обумовленого зміною освітнього рівня керівників і фахівців, що пройшли перепідготовку і підвищення кваліфікації, проводиться за допомогою аналізу за такими позиціями: за рахунок зміни частки керівників і фахівців з вищою освітою, із незакінченою вищою освітою та із середньою освітою в загальній кількості працівників даної категорії в результаті їх перепідготовки і підвищення

кваліфікації [11].

Аналогічно розраховується величина ΔQ_{T-} .

Розрахунок загального річного ефекту, отриманого на підприємстві в результаті використання праці керівників і фахівців, що пройшли підготовку і підвищення кваліфікації, здійснюється за формулою

$$E'' = \sum_{i=1}^m \Delta Q_{q-i} K_{pi}, \quad (2.18)$$

де E'' – річний ефект, отриманий підприємством у результаті використання праці керівників і фахівців, що пройшли перепідготовку і підвищення кваліфікації, грн.;

ΔQ_{q-i} – щорічний абсолютний приріст ефекту, обумовлений зміною якості персоналу i -ї функціональної групи, яка пройшла перепідготовку і підвищення кваліфікації, грн.;

K_{pi} – показник результативності управлінської праці (коефіцієнт) працівників i -ї функціональної групи;

m – кількість функціональних груп.

Необхідно відзначити, що дана методика має деякі істотні недоліки. Так, додатковий ефект, створюваний за рік керівниками і фахівцями, що підвищили рівень своєї кваліфікації визначається незалежно від результатів праці, що видається абсолютно не правомірним. На жаль, у системі освіти, підготовки і перепідготовки якість і цінність отриманих знань не завжди залежать від вартості навчання. Тому розрахунок ефекту від підвищення кваліфікації від середньої вартості навчання викликає серйозний сумнів. При розрахунку щорічного абсолютного приросту ефекту, обумовленого зміною якості керівників і фахівців, які пройшли перепідготовку і підвищення кваліфікації, абсолютно не зрозуміло, як кількісно розрахувати ΔQ_{N-} – щорічний абсолютний приріст ефекту, обумовлений зміною чисельності керівників і фахівців, що пройшли перепідготовку і підвищення кваліфікації. У формулі 3.6 не ясна економічна природа K_{pi} – показника результативності управлінської праці працівників i -ї функціональної групи.

Проте найважливішою характеристикою оцінки ефективності управління персоніфікованим інтелектуальним капіталом є його інноваційний, ідеягенеруючий аспект.

Найбільш важливий результат ефективного управління персоніфікованим інтелектуальним капіталом – комерційно цінні ідеї. Кінцевий успіх будь-якого підприємства залежить від навичок людини або команди, що працює на його досягнення, а також від якості ділової ідеї. У багатьох випадках нестачу засобів називають найбільшою перешкодою на шляху розвитку підприємства або наводять в якості пояснення невдачі. Проте, наявність необмежених фінансових можливостей ніколи не замінить менеджменту підприємства ні необхідних навичок, ні хороших ідей [11].

Хороші підприємці, що мають комерційно цінні ідеї, обов'язково привернуть інвестиції в необхідних обсягах. Сьогодні топ-менеджери багатьох українських компаній, що мають необхідні навички організації роботи підприємства, набагато частіше страждають від відсутності хороших, практичних ідей, ніж від відсутності ресурсів. Ідеї необхідні на всіх етапах функціонування підприємства. Це обумовлено наступними причинами:

- ідеї потрібні для розробки нових видів продукції, послуг і диверсифікації існуючого виробництва. В країнах ЄС співробітники компаній забезпечують 56 % ідей нових товарів, які були реалізовані на практиці (рис. 2.13);

- ідеї потрібні для завоювання нових ринків і клієнтів;
- ідеї потрібні для скорочення рівня витрат;
- ідеї потрібні для підвищення прибутку.

Як показує практика вітчизняного бізнесу, основними проблемами при виявленні нових ідей звичайно є безсистемність в управлінні персоніфікованим інтелектуальним капіталом на підприємстві, що обумовлено, перш за все, відсутністю чіткої критерійної бази оцінки ефективності управління даним ресурсом.

Мірою життєвої сили будь-якої компанії є ступінь її новаторства. Компанії, що мають у цьому недолік, знаходяться в останній стадії свого життєвого циклу перед вирішальним натиском конкурентів. Як відзначає у

[225, с. 52] С. Міхнева, сама інновація залежить від двох умов: інтелектуального потенціалу людини та його здібності до генерації нових знань і їх вживання до специфічних задач у конкретному організаційному/виробничому аспекті.

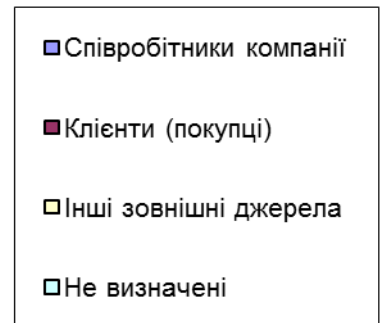
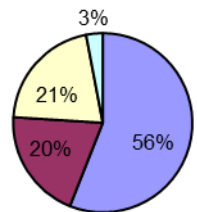


Рисунок 2.9 – Джерела ідей нових товарів, що були реалізовані компаніями країн ЄС в 2003-2005 рр.

Як випливає із досліджень Б. Твісса [306], існує пряме співвідношення між новаторським характером компанії та творчими здібностями її співробітників. О. Шевченко у [350] справедливо відзначає, що інноваційна діяльність не існує без творчої інтелектуальної діяльності людини. Новаторство виявляється в ідеях і способах їх реалізації. Якщо працівники весь час очікують указівок від керівництва, вони не здійснюють ніякого внеску в розвиток компанії та зміцнення її життєздатності. Тому творча активність персоналу є найважливішим критерієм у загальній системі оцінки. Саме у творчій, новаторській активності розкривається інтелектуальний потенціал персоналу підприємства. Таким чином, ступінь використання інтелектуального потенціалу індивідумів характеризує капіталостворюючу функцію персоніфікованого інтелекту.

Проведені в даному відношенні дослідження, у ході яких було опитано 1000 чол. 126 підприємств Донецької області, показало, що інтелектуальний потенціал когнітаріату (керівників підприємств та їх структурних

підрозділів, фахівців, що займаються інтелектуальною працею) далекий від стадії його найефективнішого використання (табл. 2.4).

Із показників табл. 3.4 виразно видно загальну досить низьку оцінку рівня використання інтелектуального потенціалу опитаних.

Таблиця 2.4 – Ступінь використання інтелектуального потенціалу керівниками та спеціалістами підприємств Донецької області у своїй професійній діяльності

Ступінь використання інтелектуального потенціалу	Ступінь реалізації інтелектуального потенціалу за категоріями опитаних		
	Керівники підприємств	керівники структурних	спеціалісти
на 100 %	58	22	9
на 80 %	34	36	17
на 60 %	8	33	35
на 40 %	0	9	31
на 20 %	0	0	8
на 0 %	0	0	0

Стовідсотковою вважає реалізацію свого інтелектуального потенціалу лише 9 % опитаних спеціалістів, 22 % керівників структурних підрозділів і 58 % керівників підприємств. 31 % спеціалістів вважає, що в професійному аспекті використовує свій інтелектуальний потенціал на 40 %, а 8 % спеціалістів – і зовсім лише на 20 %, що говорить перш за все о не ефективном управлінні персоніфікованим інтелектуальним капіталом. На багатьох підприємствах спостерігається украй низька творча активність персоналу. Рівень винахідництва і раціоналізації істотно відстає від зарубіжних компаній аналогічного профілю. Однією з причин відсутності дієвого механізму активного нарощування і використання персоніфікованого інтелектуального капіталу є відсутність системи критерійних показників оцінки ефективності управління персоніфікованим інтелектуальним капіталом. Формування такої системи повинне створити основу для розробки і адекватного вживання мотиваційного механізму інтелектуальної праці і, особливо, його творчої, інноваційної складової [11].

Виходячи із цього в основі оцінки ефективності управління персоніфікованим інтелектуальним капіталом має бути закладено розрахунок і аналіз показників, які характеризують якісні та кількісні результати використання та відтворення персоніфікованого інтелектуального капіталу. Ці показники можна поєднати у два блоки:

1) Показники, що характеризують творчу активність персоналу (тут і далі мова йде про персонал, працю якого можна кваліфікувати як переважно інтелектуальну):

1. Рівень творчої активності персоналу (P_{man}) розраховується за формулою

$$P_{man} = \frac{Ч_{c.нр}}{Ч_{cn}} \times 100\% , \quad (2.19)$$

де $Ч_{c.нр}$ – кількість співробітників, кожний з яких зробив хоча б одну раціональну пропозицію чи винахід, одержав патент протягом року, чол.;

$Ч_{cn}$ – середньоспискова чисельність персоналу, чол.

2. Коефіцієнт зростання творчої активності персоналу (K_{man}):

$$K_{man} = \frac{P_{man}^t}{P_{man}^{t-1}} > 1 . \quad (2.20)$$

Зростання творчої активності персоналу спостерігається при $K_{man} > 1$.

3. Рівень номінальної результативності творчої активності персоналу ($P_{нрта}$):

$$P_{нрта} = \frac{N_{нр}}{Ч_{cn}} \times 100\% , \quad (2.21)$$

де $N_{нр}$ – кількість раціональних пропозицій, патентів, винаходів співробітників за підсумками року, шт.

4. Рівень реальної результативності творчої активності персоналу ($P_{ррта}$):

$$P_{ррта} = \frac{N_{нр}^e}{Ч_{cn}} \times 100\% , \quad (2.22)$$

де $N_{нр}^e$ – кількість раціональних пропозицій, патентів, винаходів співробітників, реально впроваджених чи проданих протягом року, шт.

5. Коефіцієнт зростання реальної результативності творчої активності

персоналу (K_{ppma}):

$$K_{ppma} = \frac{P_{ppma}^t}{P_{ppma}^{t-1}} > 1 \quad (2.23)$$

Зростання реальної результативності творчої активності персоналу спостерігається при $K_{ppma} > 1$.

На підставі коефіцієнтів зростання творчої активності персоналу і реальної результативності творчої активності можна розрахувати коефіцієнт професійної креативності персоналу ($K_{крп}$):

$$K_{крп} = K_{ман} \times K_{ppma} \geq 1 \quad (2.24)$$

Креативний потенціал кадрового складу знаходиться в актуальному стані при $K_{крп} \geq 1$.

2) Показники, що характеризують економічну ефективність управління персоніфікованим інтелектуальним капіталом:

1. Інтелектовіддача персоналу (IB_n):

$$IB_n = \frac{P_p}{B_{нік}} \quad (2.25)$$

де P_p – річний обсяг додаткового доходу за рахунок впровадження в виробничий процес винаходів, раціональних пропозицій, реалізації інтелектуальних продуктів стороннім організаціям тощо, гр. од.;

$B_{нік}$ – середньорічна вартість персоніфікованого інтелектуального капіталу, що включає вартість підготовки до відповідного кваліфікаційно-освітнього рівня, витрати на оплату праці, вартість підвищення кваліфікації, за винятком морального старіння знань, гр. од.

2. Коефіцієнт зростання інтелектовіддачі персоналу ($K_{зрив}$):

$$K_{зрив} = \frac{IB_n^t}{IB_n^{t-1}} > 1 \quad (2.26)$$

Зростання інтелектовіддачі спостерігається при $K_{зрив} > 1$.

3. Рентабельність персоніфікованого ІК ($P_{нік}$):

$$P_{нік} = \frac{\sum_{i=1}^I \Pi_i}{\sum_{i=1}^I (B_{oni} + B_{кві} + B_{іні})} \cdot 100\% \quad (2.27)$$

де P_i – величина прибутку (економії) від упровадження раціональної пропозиції, винаходу чи продажу патенту i -го співробітника, гр. од.;

B_{opi} , B_{kvi} , B_{ini} – відповідно витрати на оплату праці i -го співробітника, витрати на підвищення його кваліфікації чи підготовку, перепідготовку та інші витрати на співробітника (службове авто, подарунки та ін.), гр. од.

При визначенні запропонованих показників треба орієнтуватися на їх максимізацію.

Зміна величини запропонованих показників дозволяє оцінити у динаміці ефективність управління персоніфікованим інтелектуальним капіталом.

Практичне використання системи показників ефективності управління персоніфікованим інтелектуальним капіталом на підприємстві передбачає:

орієнтацію підприємства на інтенсивний шлях розвитку і досягнення високого рівня ефективності у динаміці;

виявлення резервів удосконалення використання персоніфікованого інтелектуального капіталу;

створення діючого механізму підвищення ефективності управління персоніфікованим інтелектуальним капіталом.

Наведені методи оцінки дозволяють здійснити комплексну всебічну об'єктивну оцінку поточного стану за кожним видом персоніфікованого інтелектуального капіталу.

Клієнтський капітал являє собою стійке позитивне ставлення клієнтів до компанії і (або) її продукції, яке є засобом створення додаткового доходу, дає додаткові переваги на ринку. Це ставлення може виявлятися у такому:

клієнти купують товари і послуги головним чином тільки «своїї» компанії;

бізнес компанії росте за рахунок частки її постійних клієнтів;

клієнти компанії несприйнятливі до закликів і обіцянок конкурентів.

Клієнтський капітал подано, насамперед, відносинами із так званими «постійними клієнтами» [304]. До постійних клієнтів ми будемо зараховувати клієнтів, які регулярно купують продукцію (послуги) компанії, або тих, які уклали з компанією довгострокові контракти. По відношенню до споживчого ринку – це клієнти, які більше одного року регулярно

купають продукцію компанії.

Як відзначає у [136] німецький дослідник Б. Івенс, інтерпретація клієнтів як цінних ресурсів пояснює той факт, що протягом останніх 30 років підприємства прагнуть обслуговувати важливих клієнтів у рамках специфічних концепцій. Тим самим вони намагаються досягти переваги на ринку. На високу значущість теми указує також незмінний інтерес учених до менеджменту ключових клієнтів.

Для відповідних концепцій використовуються різні назви, наприклад, «менеджмент національно значущих клієнтів», «менеджмент крупних клієнтів» або «менеджмент стратегічних клієнтів». Основні аспекти менеджменту ключових клієнтів К. Пардо розкриває таким чином: «У портфелі будь-якої фірми завжди є центральне ядро замовників. Постачальник упевнений, що якщо обмінними відносинами з ними управляти по-особливому, то можна отримати більший комерційний ефект. Це ті замовники, яких постачальник визначає як своїх ключових клієнтів. Менеджмент ключових клієнтів означає формування нової місії (подібно створенню нових робочих місць, освоєнню нових сфер діяльності тощо) та її інтеграцію до діючих фірмових структур. Нова місія припускає координацію постачальником інформації і дій у часі та просторі відносно до замовника як єдиного цілого» [285].

Таким чином, менеджмент ключових клієнтів пов'язує специфічні організаційні рішення з відібраними споживачами. Тим самим установлюється тісний зв'язок між цими двома категоріями ресурсів. Відповідно управління ключовими клієнтами може бути інтерпретовано як орієнтована на продажі концепція менеджменту, яка охоплює аспекти організації та стратегії продажів. Для прив'язки цінного ресурсу «клієнт» до постачальника формується організаційне рішення, адаптоване до специфічних потреб замовника. Це рішення перетворюється на ресурс у тому випадку, якщо воно сприяє більш ефективному й раціональному обслуговуванню клієнта порівняно з конкурентами і тим самим ізолює його від них. Конкретне вираження організаційного рішення може набувати різних форм. Але воно, на думку Б. Івенса, необов'язково повинне становити собою самостійну організаційну форму в рамках менеджменту ключових

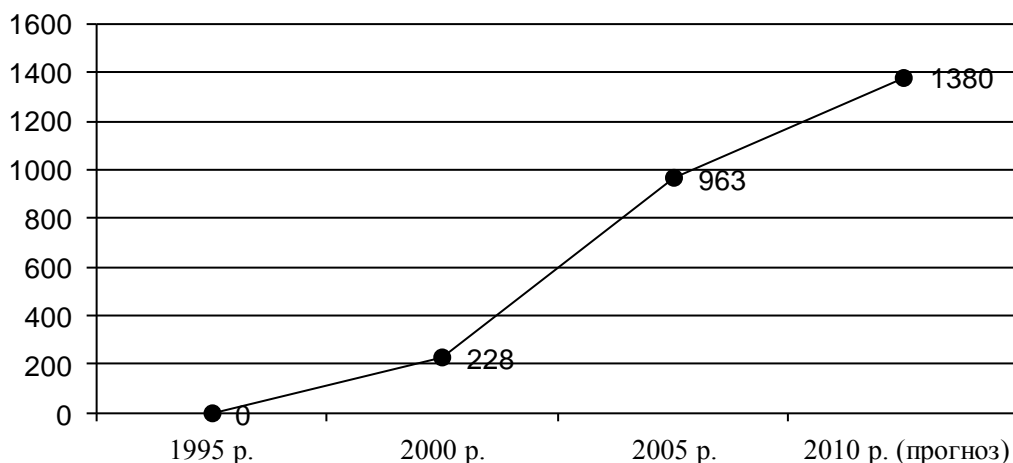
клієнтів.

Важливість ефективного управління клієнтським капіталом є актуальною для всього спектра бізнесу: від невеликих підприємств до гігантів.

Розглянемо даний аспект на прикладі столичних підприємств ресторанного бізнесу, що працюють у верхньому ціновому сегменті. За даними компанії «Ресторанний бізнес» [62], сегмент дорогих столичних ресторанів практично насичений. Якщо у 2000-2005 рр. дорогих ресторанів у м. Києві стало більше на 66 %, то прогнозоване зростання кількості цих закладів в наступне п'ятиріччя – усього 12 %. Серйозну конкуренцію складають ресторани, що працюють у середньоціновому діапазоні (рис. 2.14). У 2003 р. настало відносне насичення сегмента елітних ресторанів. Намітилося вповільнення темпів зростання їх кількості, яке відбувалось і протягом 2004-2005 рр.

Розвиток середньоцінових ресторанів і подальша спеціалізація дорогих закладів приведе до зниження динаміки росту сегменту high-class. Якщо у 2000-2005 рр. дорогих ресторанів у столиці стало більше на 66 %, то збільшення кількості цих закладів, яке прогнозується на наступну п'ятирічку – усього 12 % (рис. 3.4). При цьому скоротиться й частка елітного сегмента. Якщо у 2005 р. на дорогі заклади припадало 30 % ринку ресторанних послуг у грошовому виразі, то через п'ять років цей показник знизиться до 15 % (рис. 3.5).

Для утримання клієнтів дорогих ресторанів з'явилася потреба в концептуальних ресторанах і в чіткій спеціалізації, що й визначає ресторан high-class. Концепція – це не тільки меню. У деяких ресторанах є свої чіткі



правила: не можна співати, танцювати, принципово не має «живої» музики

Рисунок 2.10– Кількість середньоцінових столичних ресторанів, од.

Елітні ресторани, по суті, працюють для одних і тих же відвідувачів. Тому головне завдання рестораторів – не стільки привернути нових клієнтів, скільки утримати старих (50-60 % щоденних відвідувачів ресторанів вищого класу складають постійні відвідувачі). Для підтримування лояльності клієнтів однаково важливо не знизити спочатку закладені стандарти та приємно дивувати своїх гостей різного роду новинками. Це можуть бути спеціальні пропозиції від шеф-кухаря або дегустаційний вечір, на якому буде репрезентований сорт нового для українського ринку вина, або престиж-клуб при ресторані. Однак ніякі акції та дисконтні програми не утримають клієнта, якщо обслуговування буде не належним. На думку А. Мудрик, генерального директора ресторану «Ле Гранд Кафе» (м. Київ), «дуже важливо приділити додаткову увагу постійному гостю. Посміхнутися йому, дати зрозуміти, що його впізнали. Можна задати декілька ненав'язливих запитань. Або ж, знаючи його смакові переваги, запропонувати спробувати нову страву». Не можна обійти увагою жоден столик, що потребує додаткового обслуговуючого персоналу. Як правило, в елітному закладі один офіціант обслуговує три столики. Спостерігається тенденція й до більш персоніфікованого обслуговування: уже сьогодні в деяких столичних ресторанах за кожним столиком закріплений офіціант.

Очевидно, що клієнтський капітал стає головним економічним ресурсом для підприємств цього класу.

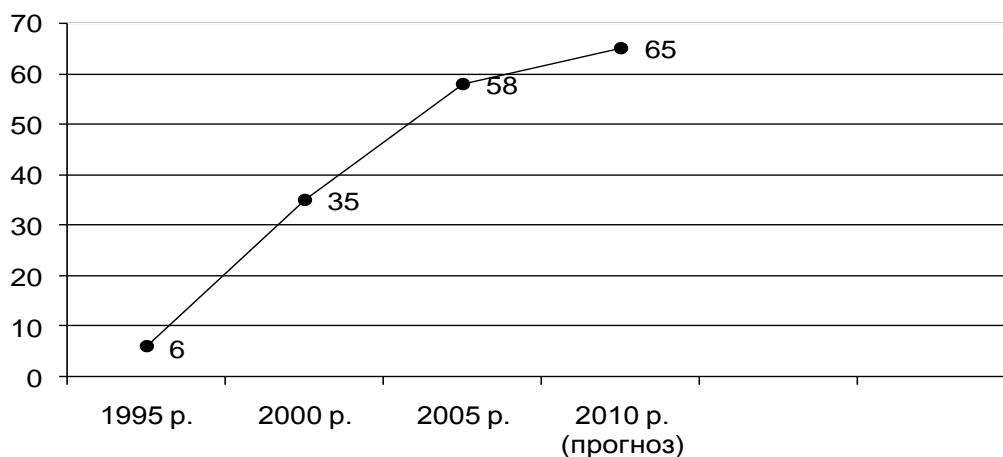


Рисунок 2.11 – Кількість дорогих столичних ресторанів, од.

Не менш велику важливість має клієнтський капітал і для промислових компаній. Пошук шляхів створення ефективної системи управління клієнтським капіталом призвів до формування і розвитку так званих клієнт-орієнтованих компаній, в основу яких закладена сформульована ще у 80-х роках на Заході концепція Customers Relationships Menegement, або CRM (дослівно – «управління відносинами з клієнтами») [12].

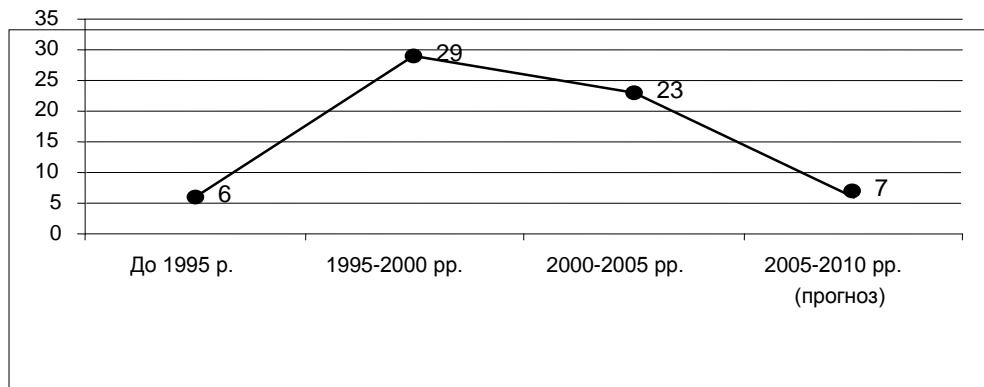


Рисунок 2.12 – Приріст кількості дорогих столичних ресторанів за 5 років (порівняно з попереднім п'ятиріччям), од.

Уперше термін CRM використав Американський маркетолог Б. Шнайдер, який помітив: «Найбільше мене вбивають теоретики і бізнесмени, які стурбовані питанням, як привернути клієнта. Тим часом найсерйозніша проблема сучасного бізнесу – клієнта утримати». Слідом за Б. Шнайдером тему CRM продовжили розвивати цілий ряд теоретиків і практиків менеджменту: швед К. Гренрус, американці Л. Беррі, Т. Льовітт, Б. Джексон та ін. Протягом років вони разом зі своїми студентами аналізували практику сотень успішних західних корпорацій.

Сьогодні ми можемо виділити такі основні ознаки клієнт-орієнтованих компаній:

- 1) для клієнт-орієнтованих компаній характерні такі служби збуту, які структуруються не за типами продуктів і послуг, а за типами клієнтів;
- 2) у клієнт-орієнтованих компаніях сприймають закон Парето (стосовно бізнесу – 80 % прибутку приносять 20 % клієнтів), як пряме керівництво до дії. Тому в таких компаніях, як правило, створюється нова посада – клієнт-менеджер;
- 3) більшість сучасних клієнт-орієнтованих компаній використовує

спеціалізоване програмне забезпечення, яке називається CRM-рішення. Майже всі відомі виробники управлінського софту мають у своїх портфелях такі продукти. У CRM-рішеннях були передбачені функції зберігання й обробки інформації про клієнтів, стеження за ходом операцій з ними та ін. У поєднанні з програмами для розпізнавання голосу CRM-рішення можуть навіть ідентифікувати клієнта, що телефонує і автоматично сполучати його з потрібним клієнт-менеджером. Тут ми спостерігаємо ще один прояв діалектичного взаємозв'язку клієнтського і інфраструктурного типів інтелектуального капіталу.

Ефективне управління клієнтським капіталом сьогодні є важливою задачею для багатьох підприємств-гігантів. Наприклад, концерн Siemens із 2003 р. увів систему управління клієнтським капіталом на основі так званих кластерів – стандартних комплексних пропозицій для певного типу клієнтів [14]. У результаті, якщо у 2003 р. обсяг продажів складав 74, 233 млрд. євро, а чистий прибуток – 2,445 млрд. євро, то у 2004 р. обсяг продажів склав 75,167 млрд. євро, а чистий прибуток – 3,405 млрд. євро. Проте, як відзначають фахівці компанії, оцінка клієнтського капіталу залишається складною проблемою.

Заслуговує на увагу спроба розробити критеріальну основу оцінки клієнтського капіталу, яка була здійснена Л. Едвінсоном у шведській компанії Skandia. Тут у системі оцінки інтелектуального капіталу було виділено «аспект замовника», який оцінювався такими основними показниками:

1. Частка ринку, %.
2. Число показників обліку.
3. Кількість упущених замовників.
4. Доступність телефону, %.
5. Кількість візитів постачальників у компанію.
6. Кількість днів, витрачених замовниками на візит у компанію.
7. Охоплення ринку, %.
8. Кількість контрактів.
9. Кількість фондів.
10. Кількість продажів.

11. Кількість менеджерів із роботи з фондами.
12. Кількість контрактів у розрахунку на одного працівника, який використовує інформаційні технології.
13. Індекс задоволеності клієнта.
14. Відсоток замовників, які звертаються повторно [320].

Безумовно, що такі показники, як частка ринку, охоплення ринку, кількість продажів пов'язані певним чином із використанням клієнтського капіталу, але це комплексні показники, які відбивають не тільки «аспект замовника», а характеризують роботу підприємства в цілому, ефективність використання усіх видів капіталу. Відповідно за такими показниками формування достовірної картини, яка відображає ефективність управління саме клієнтським капіталом, видається важким.

У той же час такі показники, як індекс задоволеності клієнта і відсоток замовників, які звертаються повторно, характеризують саме ставлення клієнтів до компанії або її продукції. Якщо клієнт задоволений ціною, якістю, термінами виконання замовлень, то він із великою ймовірністю і у майбутньому буде користуватися товарами чи послугами даної компанії.

Такі показники, як кількість упущених замовників, доступність телефону, кількість візитів постачальників у компанію, кількість днів, витрачених замовниками на візит у компанію, не можуть характеризувати ефективність використання клієнтського капіталу як засобу створення нової вартості.

Однак головним недоліком методики, яку запропонували Л. Едвінсон і М. Мелоун, є відсутність критеріїв для порівняння. Не зрозуміло, які значення показників приймати за оптимальні, які значення показників можна вважати такими, що відображають ефективне управління клієнтським капіталом?

М. Бендиков і Е. Джамай пропонують оцінювати ефективність управління клієнтським капіталом (вони його називають споживчим) шляхом порівняння експертної оцінки таких характеристик, як задоволеність клієнтів, вірність торговельній марці, стабільність клієнтів із граничними рівнями цих показників (високий, середній, нижче середнього, фактичний), які також установлюються експертним шляхом [37]. Основним

недоліком такого методу є його крайня суб'єктивність. Крім цього, названі показники самі по собі не розкривають економічну ефективність управління клієнтським капіталом.

Резюмуючи вищесказане, відзначимо, що, хоч і є окремі пропозиції дослідників щодо створення системи критеріальних показників оцінки ефективності управління клієнтським капіталом, задача в цілому залишається не вирішеною.

Клієнтський капітал, як ми вже відмічали, представлений, насамперед, відносинами із так званими «постійними клієнтами». До постійних клієнтів ми відносимо тих клієнтів, які регулярно купують продукцію (послуги) компанії або тих, які уклали із компанією довгострокові контракти. Оцінку ефективності управління клієнтським капіталом може бути здійснено на основі розрахунку й аналізу розроблених автором дисертації п'яти груп нижченаведених критеріальних показників.

1) Показники, які оцінюють силу прихильності клієнтів до компанії, ступінь їх довіри до компанії, задоволеність рівнем і якістю виконання замовлень, надійність клієнтської бази [160]:

1. Частка клієнтів, які повторно зробили замовлення, у загальній кількості клієнтів:

$$q_{\text{повт.кл.}} = \frac{N_{\text{повт.кл.}}}{N_{\text{заг.кл.}}}, \quad (2.28)$$

де $N_{\text{повт.кл.}}$ – кількість клієнтів, що зробили повторні замовлення;

$N_{\text{заг.кл.}}$ – загальна кількість клієнтів.

2. Індекс довіри клієнтів:

$$i_{\text{д.кл.}} = \frac{q_{\text{повт.кл.}_t}}{q_{\text{повт.кл.}_{t-1}}} \geq 1, \quad (2.29)$$

де $q_{\text{повт.кл.}_t}$, $q_{\text{повт.кл.}_{t-1}}$ – відповідно частка клієнтів, які повторно звернулися, у звітному і базовому періоді.

3. Частка постійних клієнтів у загальній кількості клієнтів:

$$q_{\text{п.кл.}} = \frac{N_{\text{п.кл.}}}{N_{\text{заг.кл.}}}, \quad (2.30)$$

де $N_{\text{п.кл.}}$ – кількість постійних клієнтів.

4. Індекс надійності клієнтської бази:

$$i_{н.кл.} = \frac{q_{н.кл.t}}{q_{н.кл.t-1}} \geq 1, \quad (2.31)$$

де $q_{н.кл.t}$, $q_{н.кл.t-1}$ – відповідно частка постійних клієнтів у звітному і базовому періоді.

2) Показники, які характеризують приріст клієнтської бази:

1. Індекс екстенсивного приросту клієнтської бази:

$$i_{ек.кл.б.} = \frac{N_{н.кл.t}}{N_{н.кл.t-1}} \geq 1, \quad (2.32)$$

де $N_{н.кл.t}$, $N_{н.кл.t-1}$ – відповідно кількість постійних клієнтів (замовників) у звітному і базовому періоді.

2. Індекс інтенсивного приросту клієнтської бази:

$$i_{ін.кл.б.} = \frac{Q_{н.кл.t}}{Q_{н.кл.t-1}} \geq 1, \quad (2.33)$$

де $Q_{н.кл.t}$, $Q_{н.кл.t-1}$ – відповідно кількість угод (контрактів) у звітному і базовому періоді, здійснених постійними клієнтами.

3. Інтегральний показник приросту клієнтської бази:

$$i_{н.кл.б.} = i_{ек.кл.б.} \times i_{ін.кл.б.}, \quad (2.34)$$

Управління клієнтською базою ефективне при $i_{н.кл.б.} \geq 1$.

У ряді випадків (наприклад, при аналізі динаміки ефективності управління клієнтською базою за тривалий період), може бути використано також такі показники, як:

4. Середній темп росту клієнтської бази:

$$\bar{T}_{р.кл.б.} = \sqrt[p]{\frac{\overline{N}_{н.кл.}}{N_{н.кл.}^{н.п.}}}, \quad (2.35)$$

де $\overline{N}_{н.кл.}$ – середня кількість постійних клієнтів у періоді, яка, залежно від наявної інформації, розраховується як середнє арифметичне число постійних клієнтів у кожному році періоду або за формулою:

$$\overline{N}_{н.кл.} = \frac{N_{н.кл.}^{н.п.} + N_{н.кл.}^{к.п.}}{2}, \quad (2.36)$$

де $N_{п.кл.}^{н.п.}$, $N_{п.кл.}^{к.п.}$ – кількість постійних клієнтів на початок і кінець періоду;

P – тривалість періоду, за який визначається показник.

5. Середній темп приросту клієнтської бази:

$$\bar{T}_{пр.кл.б.} = P \sqrt[P]{\frac{N_{п.кл.}^{к.п.}}{N_{п.кл.}^{н.п.}}} \quad (2.37)$$

3) Показники, які характеризують якість клієнтського капіталу:

1. Середній розмір рахунку постійного клієнта:

$$\overline{рах}_{п.кл.} = \frac{\sum_{i=1}^{N_{п.кл.}} рах_{п.кл.i}}{N_{п.кл.}}, \quad (2.38)$$

де $рах_{п.кл.i}$ – середньомісячний розмір рахунку i -го постійного клієнта, гр. од.

2. Індекс зростання якості клієнтського капіталу:

$$i_{кл}^{як} = \frac{\overline{рах}_{п.кл.t}}{\overline{рах}_{п.кл.t-1}} \geq 1, \quad (2.39)$$

де $\overline{рах}_{п.кл.t}$, $\overline{рах}_{п.кл.t-1}$ – середній розмір рахунку постійних клієнтів у звітному (t) і базовому ($t-1$) періоді.

4) Показники, які характеризують капіталізацію ставлення клієнтів до компанії:

1. Витрати на формування клієнтського капіталу:

$$B_{кл.к.}^{\phi} = \sum_{l=1}^L B_{кл.l}, \quad (2.40)$$

де l – вид заходу, спрямованого на залучення постійних клієнтів (реклама, сейлз промоушинг, паблік рілейшинз, директ-маркетинг та ін.);

L – кількість заходів, спрямованих на залучення клієнтів;

$B_{кл.l}$ – витрати на проведення l -го заходу, гр. од.

2. Витрати на підтримку клієнтського капіталу в актуальному стані:

$$B_{кл.к.}^a = \sum_{k=1}^K B_{кл.k}, \quad (2.41)$$

де k – вид заходу, спрямованого на утримання і стимулювання постійних клієнтів (знижки постійним клієнтам, бонуси, купони, лотереї, подарунки тощо);

K – кількість заходів, що спрямовані на утримання і стимулювання постійних клієнтів;

$B_{кл.k}$ – витрати на проведення k -го заходу, гр. од.

3. Відносний додатковий дохід, створюваний клієнтським капіталом у розрахунку на одного клієнта:

$$\overline{ДД}_{кл.k} = \overline{рах}_{п.кл.} - \overline{рах}_{зв.кл.}, \quad (2.42)$$

де $\overline{рах}_{зв.кл.}$ – середній розмір рахунку звичайного клієнта, гр. од.

4. Сукупний додатковий дохід, створюваний клієнтським капіталом:

$$СДД_{кл.k} = \overline{ДД}_{кл.k} \times N_{пост.кл.} \quad (2.43)$$

5. Індекс зростання дохідності (прибутковості) клієнтського капіталу:

$$i_{п.кл.k} = \frac{СДД_{кл.k,t}}{СДД_{кл.k,t-1}} \geq 1 \quad (2.44)$$

5) Як узагальнюючі показники ефективності управління клієнтським капіталом ми пропонуємо використовувати такі:

1. Рентабельність клієнтського капіталу:

$$P_{кл.k} = \frac{СДД_{кл.k}}{B_{кл.k}^{\phi} + B_{кл.k}^a} \times 100\% \quad (2.45)$$

2. Індекс рентабельності клієнтського капіталу:

$$i_{р.кл.k} = \frac{P_{кл.k,t}}{P_{кл.k,t-1}} \geq 1 \quad (2.46)$$

3. Інтегральний показник ефективності управління клієнтським капіталом:

$$ІПЕ_{кл.k} = i_{р.кл.k} \times i_{д.кл.k}, \quad (2.47)$$

$$ІІПЕ_{кл.k} \geq 1 \quad (2.48)$$

Наведені показники характеризують різні аспекти ефективності

управління клієнтським капіталом, тому їх необхідно розглядати як систему. Зростання наведених показників, за винятком витрат на формування та підтримку клієнтського капіталу, свідчить про підвищення ефективності управління цим інтелектуальним ресурсом. Якщо деякі з показників (2.17, 2.19, 2.20, 2.21, 2.22, 2.27, 2.32) менше 1, то управління в аспектах, які вони характеризують, варто вважати неефективним; якщо показник (2.35) менше 1, то управління клієнтським капіталом не ефективно в цілому.

Вартісний підхід до оцінки ефективності управління інтелектуальним капіталом підприємства ряд дослідників розглядають як основний. Цей підхід ґрунтується на позиції, що чим вище вартість підприємства, тим вище ефективність управління. Відповідно чим вище стає вартість інтелектуального капіталу підприємства, тим ефективніше управління даним ресурсом, і навпаки. Приріст вартості, як відзначається у роботах С. Дробчака [29, с. 48], Ю. Єленівої [37], є головним критерієм ефективності управління. Тому, як підкреслює у [77] В. Панков, процесом підвищення вартості підприємства потрібно цілеспрямовано управляти, постійно підтримуючи його конкретними управлінськими діями.

Сутність даного підходу полягає в тому, що чим вища вартість інтелектуального капіталу, а відповідно і ринкова вартість компанії, тим управління інтелектуальним капіталом більш ефективно. У даному підході нерозривно пов'язані вартість інтелектуального капіталу та вартість компанії в цілому.

При ухваленні рішення про покупку чи продаж компанії, злиття і поглинання, інвестування бізнесу базовим елементом є оцінка вартості компанії. Наприкінці минулого століття американцем Т. Стюартом був виявлений системний дефект в існуючій методичній базі визначення вартості компанії. Інформація, яка міститься у балансових звітах, суперечить реальній вартості комерційних структур.

Як відзначає А. Дісотелс, аналітик із Trilogy Advisors, інвестиційної компанії, що управляє канадськими фондами взаємних інвестицій: «Усі інструменти оцінки, на які покладаються традиційні бухгалтерські методи, виявляються неадекватними для інвесторів у сучасний період швидких змін».

Стало очевидним, що справжня вартість таких компаній, як Microsoft, Intel, Cisco не піддається традиційним методам оцінки. Їх вартість задається не ціною основних фондів, а категорією нематеріального активу – інтелектуальним капіталом. Без вирішення проблеми оцінки інтелектуального капіталу стало неможливим визначити справжню цінність компанії.

Для України розробка методології та методів оцінки інтелектуального капіталу є більш ніж актуальною, тому що оцінювати вартість компаній у нас прийнято за залишковою чи ліквідаційною вартістю, що істотно занижує їх реальну ціну. Існує також ряд проблем із формування нормативної бази за оцінкою нематеріальних активів, у тому числі об'єктів інтелектуального капіталу, і формуванням інфраструктури оцінної діяльності [47, 57, 112].

Крім оцінки ефективності управління інтелектуальним капіталом, на практиці необхідність у вартісній оцінці інтелектуального капіталу виникає у таких випадках:

- 1) має відбутися угода із продажу чи покупки оцінюваної власності;
- 2) має відбутися розподіл майна між власниками підприємства;
- 3) має відбутися виділення із великого підприємства невеликої життєздатної фірми;
- 4) планується поглинання одного підприємства іншим;
- 5) очікується реорганізація фірми (наприклад, перехід від товариства з обмеженою відповідальністю до відкритого акціонерного товариства);
- 6) надійшло попередження про відчуження активу державою;
- 7) виникла необхідність включити нематеріальний актив до статутного капіталу;
- 8) очікується укладання ліцензійного договору і необхідно обґрунтувати розрахунок плати за користування активом;
- 9) необхідно визначити розмір авторської винагороди;
- 10) планується одержати банківський кредит під заставу виключних прав власника інтелектуального капіталу;
- 11) складається бізнес-план з метою залучення інвестицій;
- 12) визначається розмір податку на майно при його даруванні чи спадкуванні;

- 13) здійснюється страхування інтелектуального капіталу;
- 14) здійснюється розрахунок компенсації за збиток, завданий, наприклад, порушником виключних прав.

Вартісна оцінка інтелектуального капіталу в цілому та його окремих видів є головним чинником формування ринку інтелектуальної власності [42].

У цілому оцінка вартості інтелектуального капіталу викликає інтерес не тільки для керівників, інвесторів та акціонерів, але і для інших сторін (рис. 2.17). Наприклад, при кредитуванні ЗАТ «Оболонь» на 40 млн. дол. Європейський банк реконструкції та розвитку одним з основних об'єктів застави запропонував розглядати торговельну марку «Оболонь» [11].

Т. Стюарт у своїй роботі «Багатство від розуму» [94] запропонував інтегральний показник оцінки інтелектуального капіталу компанії, який визначається шляхом зіставлення ринкової вартості акціонерного капіталу і поточної вартості основних фондів з урахуванням внеску. На думку автора, різниця між двома цими величинами, яка являє собою вартість нематеріальних активів, характеризує інтелектуальність компанії.

Підхід Т. Стюарта до оцінки інтелектуального капіталу носить спірний характер, тому що вартість нематеріальних активів і вартість інтелектуального капіталу – це не одне і те саме. Інтелектуальний капітал – тільки частина нематеріальних активів, до яких належать також дебіторські боргові зобов'язання та інтелектуальні продукти, які не несуть у собі функції інтелектуального капіталу. Крім цього, такий підхід не враховує мінливості ринкової вартості компанії. Нерідко компанії продаються нижче їх ринкової (за біржевою ціною акцій) вартості, але це не означає, що вони не мають інтелектуального капіталу. Окрім цього, історія бізнесу містить багато випадків, коли ринкова ціна компанії злітала в результаті спекулятивних біржових ігор. Хоча є версія, що спекулятивна складова в ринкових котируваннях знижуватиметься у міру насичення ринку інноваціями [95].

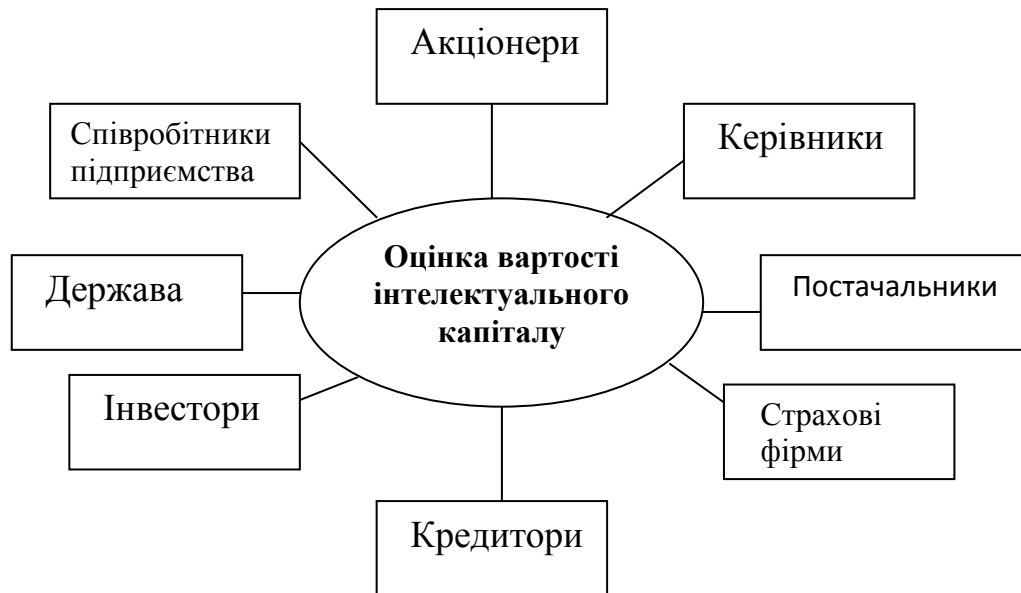


Рисунок 2.13 – Сторони, зацікавлені в оцінці інтелектуального капіталу

Відомі також випадки, коли облікова і ринкова вартості штучно занижуються. У цьому випадку доцільніше оперувати не абсолютними, а відносними величинами.

За таку величину може бути використаний коефіцієнт Тоббіна. Джеймс Тоббін, нобелівський лауреат у сфері економіки, запропонував коефіцієнт q для прогнозування інвестиційної політики компаній незалежно від макроекономічних факторів. Однак цей показник виявився дуже ефективний і при вимірі вартості інтелектуального капіталу. Коефіцієнт q являє собою відношення ринкової вартості компанії до вартості заміни основних виробничих фондів. Відповідно чим вище q компанії, тим більшим інтелектуальним капіталом вона володіє. При прийнятті рішень про інвестування високе значення коефіцієнта q відбиває цінність вкладень в інтелектуальний капітал. Коефіцієнт q може характеризувати також ступінь вигідності ринкових операцій компанії. Наприклад, при $q=2$ (ринкова вартість компанії вдвічі дорожча за вартість заміни її основних виробничих фондів) компанія має із цього виду власності більшу вигоду, ніж конкуренти, які володіють аналогічними виробничими фондами. У цьому випадку q є показником монопольної ренти, відбиває здатність компанії

одержувати більш високий прибуток завдяки своєму інтелектуальному капіталу, якого не мають конкуренти. Якщо компанія має приблизно рівні з її конкурентами речовинні ресурси, але заробляє набагато більше, це свідчить про певні переваги інтелектуальних ресурсів компанії, поданих професійними знаннями й уміннями співробітників, торговельними марками, купівельною прихильністю, організаційною структурою, корпоративною культурою та ін.

Головний недолік критерію Тоббіна в тому, що він не враховує вартість оборотних коштів. Тому оцінка інтелектуального капіталу при використанні даного методу є вкрай не точною, бо до його вартості, по суті, включаються й оборотні кошти. Використання даного методу не дозволяє зробити вартісну оцінку інтелектуального капіталу.

Більш точну методику оцінки інтелектуального капіталу (РСНА) розробили американські фахівці із NCI Research. При цьому автори виходили з того, що вартість нематеріальних активів залежить від здатності компанії обігнати середнього конкурента із приблизно такими ж матеріальними фондами.

Розрахунок РСНА виконується у такій послідовності:

1. Підраховується середній «брудний» (включаючи податки) прибуток компанії за три роки.

2. Визначається середня вартість основних фондів за три роки.

3. Далі прибуток ділиться на вартість основних фондів. Таким чином, одержуємо показник рентабельності.

4. Показник рентабельності компанії порівнюється із середнім по галузі. Середня рентабельність по галузі помножується на середню річну вартість основних фондів. Таким чином, можна довідатися, який прибуток середня компанія могла б одержувати від аналогічного обсягу матеріальних основних фондів.

Далі ця величина віднімається від «брудного» прибутку компанії.

6. Віднімаються податки (береться їх середня величина за останні три роки). Цей дохід, на думку розроблювачів, отримано завдяки використанню інтелектуального капіталу.

7. Прораховується чиста поточна вартість нематеріальних фондів. Для

цього розмір премії ділиться на апріорно виражений відсоток, який виражає ціну капіталу для компанії [170].

В умовах української економіки методика РСНА, правда під іншою назвою, була апробована І. Журавльовою на деяких промислових підприємствах [119]. Тільки на трьох підприємствах за даною методикою вдалося простежити позитивну тенденцію до зростання вартості інтелектуального капіталу (рис. 2.18).

Володіючи більшою точністю, ніж розглянуті вище методи оцінки, у той же час методика РСНА має такий же основний недолік, що й метод, запропонований Т. Стюартом: практично ототожнення нематеріальних активів з інтелектуальним капіталом. Окрім того, поза сумнівами, середньогалузевий прибуток є наслідком використання не лише матеріально-речового, але й інтелектуального капіталу. Тобто неправомірно вважати, що середній прибуток по галузі отримано без використання інтелектуального капіталу. Відповідно отримані результати носять некоректний характер.

Заслужовує на увагу ще одна методика, розроблена В.Чеботарьовим і П. Цибульовим [112]. Тут вартість об'єктів інтелектуальної власності, які не поставлені на бухгалтерський облік, але є по суті інтелектуальним капіталом, визначається шляхом розподілу різниці між середньорічним приведеним доходом підприємства після оподаткування і середньорічним прибутком на ринкову вартість матеріальних активів на коефіцієнт капіталізації. Проте виникає серйозна проблема при розрахунку прибутку на ринкову вартість матеріальних активів, яка визначається шляхом перемножування середньої вартості матеріальних активів на норму прибутку на матеріальні активи в середньому по галузі. Як знайти останню? Автори методики відповіді на дане питання не дають.

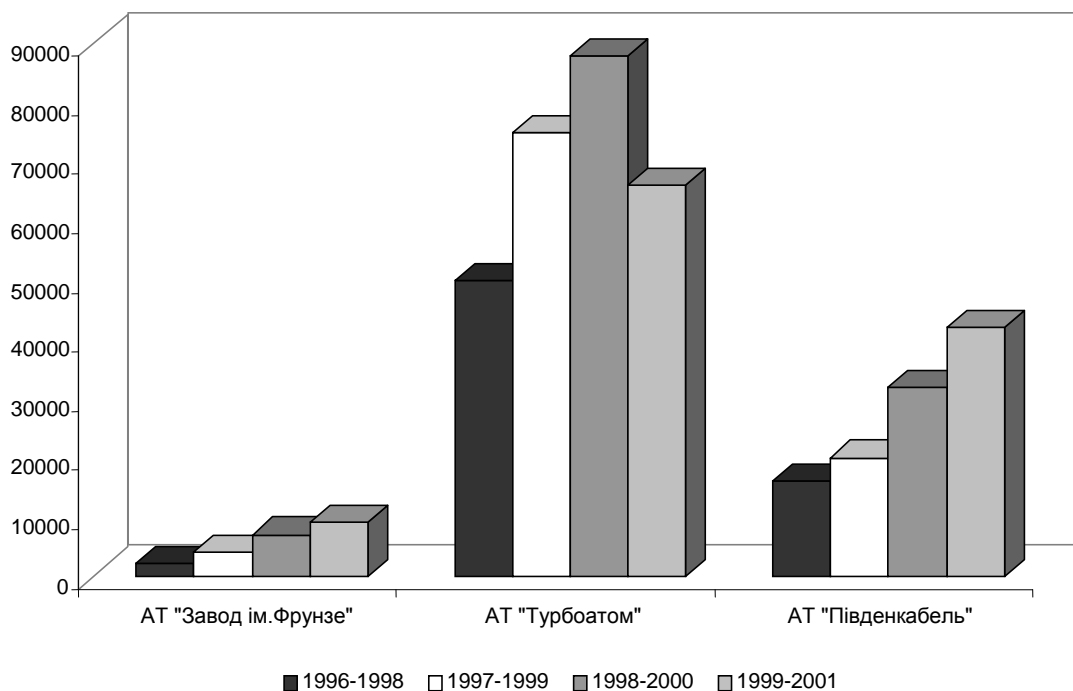


Рисунок 2.14 – Динаміка вартості інтелектуального капіталу промислових підприємств за методикою РСНА [119]

При розробці системи оцінки необхідно враховувати, що формулювання конкретного випадку в завданні на оцінку інтелектуального капіталу задається метою оцінки, а вона у свою чергу може визначати стандарт вартості, методи і процедури, якими краще скористатися оцінювачу.

Розмаїтість ситуацій припускає деяку кількість видів вартості, які відповідають конкретним умовам використання оцінюваної власності. При цьому розрізняють два види: вартість в обміні та вартість у користуванні. Вартість в обміні припускає ймовірну ціну продажу за умови, що ринок, на якому відбувається перехід інтелектуальної власності з одних рук в інші, є відкритим і конкурентним, де ціни угод залежать від співвідношення попиту та пропозиції. Під час такої угоди продавець власності повинен одержати справедливую компенсацію за ті витрати, що він поніс при створенні свого майна чи його придбанні, а також за майбутні доходи від його використання, від яких він відмовляється, продаючи свої права на цей об'єкт. У такий спосіб ця вартість визначається конкретними обставинами й реальними економічними факторами. За це її часто називають об'єктивною

вартістю, підкреслюючи цим, що вартість в обміні найбільш переконлива для сторін, які беруть участь у планованій угоді.

Часто доводиться зустрічати і термін «вартість у користуванні». Він має на увазі вартість інтелектуального капіталу в уявленнях конкретного користувача. Через те, що вартість у користуванні пов'язана із потребами конкретного суб'єкта, її часто називають суб'єктивною вартістю. Найбільш часто використовуваною формою такої вартості є інвестиційна вартість. Це вартість капіталу для конкретного інвестора або групи інвесторів, які мають певні цілі та критерії інвестування (уявлення про віддачу планованих капітальних вкладень).

Складність оцінки інтелектуального капіталу обумовлена тією обставиною, що принципово складно розробити її єдину універсальну методикку. Не тільки кожний з об'єктів інтелектуального капіталу має бути оригінальним (за визначенням), але й умови практичного використання результатів творчої діяльності на різних підприємствах теж, як правило, значно відрізняються одна від одної.

Єдина методика не може враховувати всю сукупність особливостей практичного використання конкретних об'єктів інтелектуального капіталу, і на практиці звичайно проводять розрахунок обґрунтованої ринкової вартості деяких видів інтелектуального капіталу одночасно за декількома методами.

Практично при уточненні мети оцінки в кожному окремому випадку розробляють індивідуальну для кожного конкретного об'єкта методологію розрахунку, яка дозволяла б найбільш повно врахувати усі ціноутворюючі фактори, що впливають на його ринкову вартість. Ця методологія може враховувати минулі витрати на створення і придбання об'єкта, ринкову кон'юнктуру і, крім того, може бути заснована на здатності та можливості інтелектуального капіталу приносити додатковий дохід підприємству.

Для оцінки вартості різних об'єктів інтелектуального капіталу існують, щонайменше, три основні альтернативні підходи:

1. Ринковий підхід – ґрунтований на знанні ринкової інформації про угоди з аналогічними об'єктами інтелектуального капіталу, але така інформація далеко не завжди доступна.

2. Дохідний метод – ґрунтований на оцінці здатності інтелектуального капіталу приносити дохід, що вимагає досить точного знання про ринкові перспективи товару, в якому використовується оцінюваний об'єкт.
3. Витратний підхід – ґрунтований на розрахунку витрат, необхідних для повного відтворення об'єкта інтелектуального капіталу, що включає: зарплату дослідницького персоналу поряд із витратами, пов'язаними зі створенням дослідного зразка, установленням контролю якості, тестуванням і процедурою одержання патенту, витрати, пов'язані з доведенням об'єкта інтелектуального капіталу до стадії, придатної для використання, тощо. Однак практика підтверджує, що понесені витрати дуже рідко можна зіставити з майбутнім успіхом на ринку [130].

Як приклад проаналізуємо рекомендації із застосування витратного підходу до вартісної оцінки знань, запропоновані в [48] Ю. Козирь.

Цей дослідник оцінку знань на основі витратного підходу пропонує здійснювати трьома методами: методом відновлювальної вартості, методом вартості заміщення та методом накопичення знань.

Метод відновлювальної вартості за Ю. Козирем ґрунтується на позиції, що для покупця знань важливо знати, який спосіб їх придбання виявиться ефективнішим: купити готовий інтелектуальний продукт або, витративши засоби та час, отримати самому необхідні знання та на їх основі самостійно створити необхідний продукт. Тому визначення вартості знань у межах даного методу, на думку дослідника, дозволяє визначити «витратну пропозицію». Зробити це Ю. Козир пропонує за наступною формулою:

$$P_{13} = \sum Z + \sum Y - \sum I, \quad (2.50)$$

де P_{13} – вартісна оцінка знань;

$\sum Z$ – сума індексованих фінансових витрат на отримані раніше знання «продавця готового інтелектуального продукту»;

$\sum Y$ – сума індексованих зусиль (витрат сил і часу) продавця на вивчення необхідної освітньої програми;

$\sum Y = yt$, де y – альтернативна вартість (скільки заробляв би студент на одиницю часу, якщо замість навчання він займався некваліфікованою

працею?), t – тривалість отримання знань;

$\sum I$ – сумарний накопичений знос отриманих раніше знань (застарівання, забування, несприятливі зміни кон'юнктури ринку).

У своїй роботі Ю. Козир відзначає, що поняття «знання» не зводиться лише до знань, отриманих у процесі вивчення формальної освітньої програми – знання також утворюються у процесі індивідуальної взаємодії індивідуума з навколишнім світом (у процесі спілкування з друзями, колегами по роботі, із ЗМІ, у трудовому процесі та процесі читання). Із урахуванням цього у виразі (1) необхідно скоректувати компоненту $\sum U$ так, щоб вона відображала зусилля, затрачені на придбання трудового досвіду і, можливо, розширення кругозору / підвищення ерудиції індивідуума.

Проте певна теоретична логічність методу, запропонованого Ю. Козирем, викликає сумнів у його адекватності реальному життю. По-перше, використання концепції альтернативної вартості в даному випадку пов'язане із великими погрішностями, що виникають у зв'язку із різкою диференціацією оплати некваліфікованої праці у різних сферах діяльності; по-друге, формула (1) не враховує ступінь засвоєння матеріалу у процесі навчання. Так, є деякий облік зносу отриманих раніше знань, але що робити, якщо один студент за п'ять років навчання засвоїв 50 % навчального матеріалу, а інший тільки 10 %? На жаль, практика вітчизняної освіти така, що фіксація переліку дисциплін та оцінок в додатках до диплома далеко не завжди відображає реальний рівень знань випускника вузу.

Метод вартості заміщення, на відміну від попереднього, дозволяє оцінювати «витратний попит» (тобто які витрати повинен понести не продавець продукту, а покупець, починаючи з певного моменту часу):

$$P_{23} = \sum_{i=0}^{t-1} \frac{Z_i (1+g)^i}{(1+inf)^i} + PV(Y), \quad (2.51)$$

де P_{23} – витрати на отримання освіти;

Z_i – фінансові витрати i -го періоду на отримання знань;

g – очікуваний темп зростання вартості освіти;

inf – очікуваний темп інфляції;

t – число періодів часу, що необхідне для отримання знань;

$PV(Y)$ – наведена вартість зусиль (тимчасові витрати) для отримання освіти.

На жаль, Ю. Козир у даній формулі не розкрив економічну природу $PV(Y)$ – наведеної вартості зусиль для отримання освіти.

В основі методу накопичення знань лежить аналог методу накопичення активів. У межах цього методу, згідно з Ю. Козирем, при оцінці знань необхідно оцінити обсяг накопичених індивідуумом знань, зробити поправки на їх застарівання та забування, і перемножити кожний скоректований обсяг знань певного вигляду на вартість одиниці обсягу знань цього виду:

$$P_{33} = \sum_{i=1}^k a_i TK_i, \quad (2.52)$$

де P_{33} – вартість накопичених знань;

a_i – емпірично визначені коефіцієнти, що ставлять у відповідність вартість та обсяг накопичених знань типу i ;

TK_i – сумарно накопичені знання типу i ;

k – кількість видів (типів) знань.

Сумарно накопичені знання індивідуума повинні визначатися з урахуванням факторів застарівання отриманих знань (морального зносу) і забування:

$$TK_i = \sum_{j=-t}^0 tk_{ij} (1 - A_i(-j))(1 - Z(-j)) = \sum_{j=-t}^0 tk_{ij} e^{bt_j}, \quad (2.53)$$

де tk_i – накопичені знання i -го типу отримані в j -й період;

A_i – моральний знос знань типу i на одиницю часу (моральний знос);

Z – забування на одиницю часу знань індивідуумом;

b – емпіричний числовий коефіцієнт, зворотній за тривалістю;

t – час необхідний для отримання знань в обсязі TK .

На думку Ю. Козиря, за допомогою виразів (3) та (4) можна оцінити вартість кваліфікованих послуг індивідуума:

$$P_{ky} = P_{33} \times n_i \times k_i = P_{33} \times n_i \times t_i \times z \quad (2.54)$$

де P_{ky} – вартість надання кваліфікованих послуг;

P_{3z} – вартість накопичених знань, що визначається виразом (3);

n_i – частка накопичених знань, що необхідна для вирішення i -ї задачі;

k_i – кількість циклів використання знань при розв'язанні i -ї задачі;

t_i – час необхідний для вирішення i -ї задачі;

z – коефіцієнт пропорційності.

Проте наведений метод на практиці навряд чи зможе бути застосовано. Емпіричний шлях визначення коефіцієнтів a_i , що ставлять у відповідність вартість та обсяг накопичених знань типу i , на сьогоднішній день не ясний через не розв'язані проблеми оцінки обсягу накопичених знань різного типу та оцінки вартості знань цього типу, окрім цього відсутня будь-яка обґрунтована класифікація типів знань, яка відображає їх економічну цінність. Не зрозуміло, як оцінити моральний знос знань типу i на одиницю часу, як оцінити забування, встановити частку накопичених знань та час, що необхідні для вирішення i -ї задачі тощо. Окрім цього абсолютно не враховується здатність індивідуума застосовувати отримані знання та його можливості із самостійної генерації нових знань на основі вже існуючих.

На даному прикладі можна виокремити ряд проблем, з якими може зіткнутися дослідник при використанні витратного підходу, тому він повинен поєднуватися з іншими підходами.

Загальні рекомендації щодо застосування дохідного, ринкового та витратного підходів до оцінки різних об'єктів інтелектуального капіталу подані у табл. 2.5.

Таблиця 2.5 – Підходи до оцінки різних видів інтелектуального капіталу

Показники	Основний підхід	Другорядний підхід	Неефективний підхід
Патенти і технології	Дохідний	Ринковий	Витратний
Торговельні марки і найменування	Дохідний	Ринковий	Витратний
Авторські права	Дохідний	Ринковий	Витратний

Навчений персонал	Витратний	Дохідний	Ринковий
Програмне забезпечення управління	Витратний	Ринковий	Дохідний
Виробниче програмне забезпечення	Дохідний	Ринковий	Витратний
Мережа збуту	Витратний	Дохідний	Ринковий
Франчайзингові права	Дохідний	Ринковий	Витратний
Корпоративна практика і методика	Витратний	Дохідний	Ринковий

Основний підхід звичайно забезпечує найбільш точну оцінку для конкретного активу. Другорядний підхід може працювати добре, але має ряд істотних недоліків. Він може бути корисним для порівняння і підтвердження оцінки, отриманої з використанням основного підходу. Неefективний підхід використовується, якщо не існує певних обставин або даних для застосування більш ефективного підходу, але виходить найменш точне значення.

Кожний із вищеназваних підходів має різні методи оцінки (рис. 2.20) [13, с.108].

Методи «швидкої» початкової оцінки: метод 25 % від валового прибутку, метод 5 % від продажу, метод повернення до інвестицій у дослідження та розробки, метод повернення коштів від продажів.

Конкретний метод обирається залежно від конкретного об'єкта. Так, метод дисконтування (дохідний підхід), застосування якого з точки зору А. Бухарова, В. Кирка [13] є більш доцільним при визначенні вартості продажу патенту або видачі ліцензії.

У монографії В. Зинова дисконтування майбутніх грошових доходів включає такі етапи:

оцінку майбутніх грошових потоків, що складають чистий дохід від об'єкта інтелектуального капіталу й величину амортизації цього об'єкта;

визначення ставки дисконтування;
 розрахунок сумарної поточної вартості майбутніх доходів;
 додавання до отриманого результату вартості, що створюється інтелектуальним капіталом.

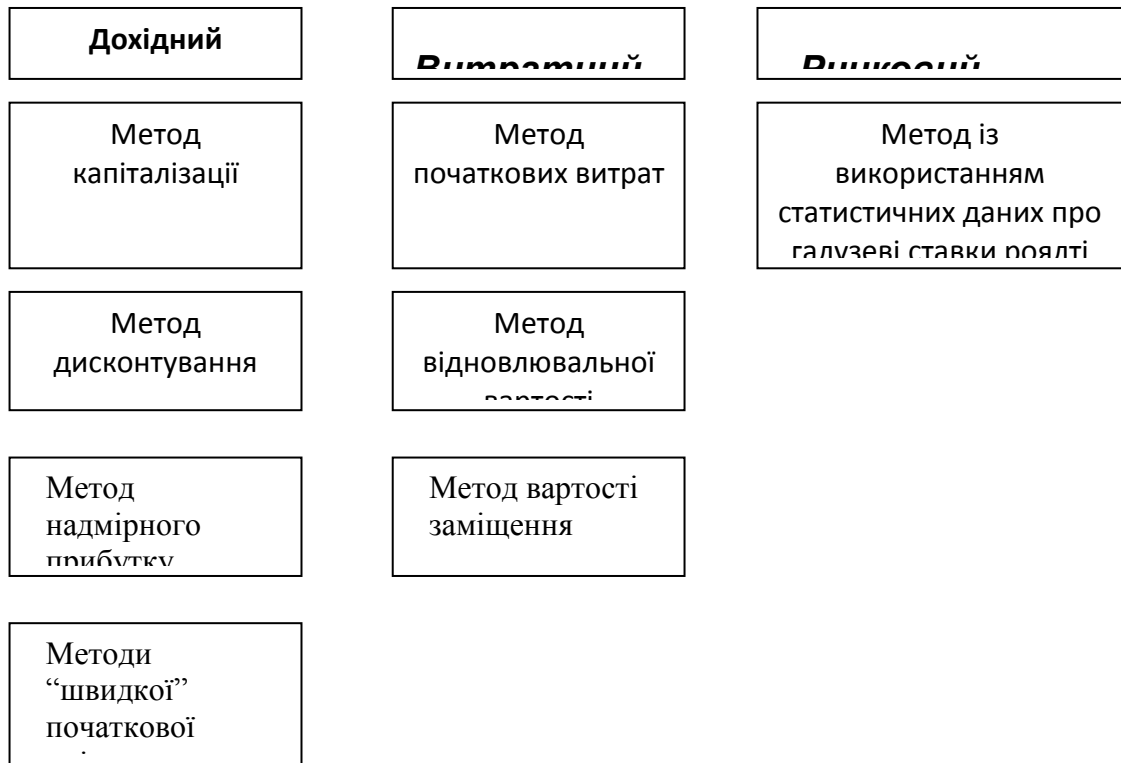


Рисунок 2.15– Методи оцінки інтелектуального капіталу

Не викликає сумнівів, що найбільш обґрунтована оцінка інтелектуального капіталу можлива за її внеском у капітал підприємства як актив бізнесу, тому основним підходом розрахунків вартості даного майна є дохідний метод. Базою прибуткового підходу, як відзначає у Б. Леонт'єв, є принцип очікування, який установлює, що вартість інтелектуальних активів визначається сумою поточних (приведених до дати оцінки) вартостей усіх майбутніх вигод, отримання яких вони забезпечують своєму власнику. Під майбутніми вигодами від застосування інтелектуального капіталу слід розуміти майбутні надходження чистого прибутку, створюваного інтелектуальним капіталом. Його слід розглядати як грошовий потік, що створюється від використання інтелектуального капіталу.

Ринковий підхід має занадто багато аспектів, щоб рекомендувати його для оцінки видів інтелектуального капіталу. На жаль, дані, необхідні для

здійснення ринкового підходу, рідко доступні. Необхідні компоненти цих даних включають:

- наявність угод із подібними видами інтелектуального капіталу;
- розкриття цінової політики;
- знання всіх необхідних фактів, відомих сторонам, які уклали угоду;
- відсутність примусу й обопільне бажання сторін при здійсненні угоди.

Б. Леонт'єв у [197] виділяє порівняльний підхід, який по суті аналогічний ринковому в інтерпретації В. Зинова [130]. При цьому Б. Леонт'єв відзначає, що існують три необхідні умови застосування методу порівняння продажів:

- фіксація на ринку факторів продажу об'єктів аналогічного призначення і порівняної корисності;

- доступність інформації про ціни продажу і дійсні умови здійснення цих операцій;

- наявність аналітичної інформації про ступінь впливу помітних особливостей і характеристик таких об'єктів на їх вартість.

При витратному підході, як відмічає А. Козирев у [167], до оцінки інтелектуального капіталу його вартість може бути визначена з великою точністю, але кінцева цифра не в змозі врахувати ряд важливих факторів, таких як прибуток від використання, інвестиційні ризики і потенціал зростання доходу.

Величина, отримана за допомогою витратного підходу, досить точно відбиває вартість розробки, але далі цього моменту, з якого власне й починається інноваційний бізнес, метод не діє.

Дохідний метод ґрунтований на такій арифметиці:

$$\text{Ціна підприємства} = \text{Чистий оборотний капітал} + \text{Матеріальні активи} + \text{Інтелектуальний капітал} + \text{Інші нематеріальні активи}.$$

Звідси: $\text{Інтелектуальний капітал} = \text{Ціна підприємства} - \text{Чистий оборотний капітал} - \text{Матеріальні активи} - \text{Інші нематеріальні активи}.$

Можна сперечатися з такою методологією оцінки інтелектуального капіталу, але у сучасній економіці інтенсивність розвитку фірмової технології досить точно може визначити тільки ринок, призначаючи свою ціну на акції цієї компанії.

Наше завдання полягає в розробці методу оцінки ефективності управління інтелектуального капіталу на основі вартісного підходу. Безумовно, чим вища прибутковість підприємства, тим ефективніше використовуються його ресурси і тим вища ринкова вартість підприємства. Поданий дохідний метод дозволяє провести оцінку інтелектуального капіталу, проте не надає інформації про ефективність управління даним ресурсом. В умовах конкурентного середовища ефективність може бути оцінена тільки порівняно з результатами діяльності фірм-конкурентів. У даному випадку також ефективно звертатися до бенчмаркінгу, використовуючи як об'єкт співставлення найбільш сильного конкурента.

З урахуванням переваг і недоліків проаналізованих методів ми пропонуємо таку методику оцінки ефективності управління інтелектуальним капіталом підприємства на основі вартісного підходу, яку можна подати чотирма етапами [159]:

1) для досліджуваного підприємства визначається скорегований коефіцієнт Тоббіна (q_n), який ураховує вартість оборотних коштів та вартість інших нематеріальних активів, які не є об'єктами інтелектуального капіталу.

$$q_n = \frac{B_{p.n.}}{B_{of.n.} + B_{v.ob.n.} + B_{i.n.a.}}, \quad (2.55)$$

де $B_{p.n.}$ – ринкова вартість підприємства (визначається за біржевою вартістю акцій);

$B_{of.n.}$ – балансова вартість основних фондів підприємства;

$B_{v.ob.n.}$ – вартість власних оборотних коштів підприємства на момент оцінки;

$B_{i.n.a.}$ – вартість інших нематеріальних активів (які не є об'єктами інтелектуального капіталу);

При цьому вартість інтелектуального капіталу ($B_{i.k.}$) можна визначити

за формулою:

$$B_{i.k.} = B_{p.n.} - (B_{оф.п.} + B_{в.об.п.} + B_{i.n.a.}) \quad (2.56)$$

2) визначається скорегований коефіцієнт Тоббіна для найсильнішого конкурента $q_{нк}$:

$$q_{нк} = \frac{B_{p.нк}}{B_{оф.нк} + B_{в.об.нк} + B_{i.n.a.нк}},$$

(2.57)

де $B_{p.нк}$ – ринкова вартість підприємства – найсильнішого конкурента;

$B_{оф.нк}$ – балансова вартість основних фондів найсильнішого конкурента;

$B_{в.об.нк}$ – вартість власних оборотних коштів найсильнішого конкурента;

$B_{i.n.a.нк}$ – вартість інших нематеріальних активів найсильнішого конкурента;

3) визначається коефіцієнт відносної ефективності управління інтелектуальним капіталом (k_q):

$$k_q = \frac{q_n}{q_{нк}}; \quad (2.58)$$

4) визначається індекс відносної динамічної ефективності управління інтелектуальним капіталом підприємства (I_{eik}):

$$I_{eik} = \frac{k_q^t}{k_q^{t-1}}, \quad (2.59)$$

де k_q^t, k_q^{t-1} – відповідно коефіцієнти відносної ефективності управління інтелектуальним капіталом в досліджуваному (t) та базовому ($t-1$) періодах.

Більш ефективно, ніж в основного конкурента, управління

інтелектуальним капіталом повинне привести до значення I_{eik} більше 1 і надалі збільшувати даний показник, якщо менше 1, то підприємство втрачає свої позиції в ефективності відтворення і використання інтелектуального капіталу.

Запропонований метод оцінки ефективності управління інтелектуальним капіталом ураховує недоліки розглянутих раніше методів, які були засновані на вартісному підході та мали ряд переваг, у тому числі:

більш точна відносна вартісна оцінка інтелектуального капіталу, ніж за методиками Тоббіна чи РСНА;

ефективність використання інтелектуального капіталу оцінюється не ізольовано, а з урахуванням ринкової динаміки, шляхом зіставлення із діяльністю найбільш сильного конкурента;

ефективність управління інтелектуальним капіталом оцінюється з урахуванням тимчасової динаміки зміни цінності інтелектуального капіталу щодо зміни цінності підприємства в цілому, що дозволяє виявити тенденції в підвищенні або зниженні ефективності управління даним ресурсом [11].

2.4. Інтелектуальний капітал аграрних підприємств та його вплив на фінансові показники діяльності

Теоретично і практично доведено, що інтелектуальний капітал формує конкурентні переваги учасників ринку, галузей і держав як в умовах сьогодення, так і на перспективу. Економіка, що базується на знаннях, інтелекті, є передовою по своїй суті, адже продукує інновації, які забезпечують поступальний розвиток і високий рівень конкурентоспроможності у задоволенні потреб споживачів всіх організаційно-правових форм. Головними складовими такої економіки є: ефективно організований інноваційний процес; консолідація дій науки, освіти і виробничого процесу; інтелектуалізація праці; заміна фінансового капіталу на людський та інтелектуальний [152]. Створення такого середовища формування і використання інтелектуального капіталу в аграрній сфері є

першочерговим завданням, вирішення якого сприятиме якісно новому, конкуренто- спроможному розвитку галузі.

Під інтелектуальним капіталом в аграрній сфері доцільно розуміти капітал, що формується інтелектуальними, у т.ч. людськими, та інформаційними ресурсами аграрної сфери, а також природним та економічним потенціалом територій і регіонів, що в процесі свого руху створюють нову вартість. Це динамічний процес накопичення знань, які використовуються в господарській діяльності, і, водночас, надбання людини й суспільства. В структурі інтелектуального капіталу доцільно виділяти такі складові: людський, ринковий, агроінноваційний (структурний, технологічний, організаційний), споживчий (клієнтський) капітали, які постійно взаємодіють [41].

Інституціональна модель інноваційного розвитку аграрної сфери постіндустріального спрямування повинна передбачати мінімізацію сировинної спрямованості аграрного сектору. Сільське господарство має розвиватися у напрямі забезпечення умов для формування інституцій, які сприятимуть виконанню цих умов і створенню доданої вартості, у тому числі за рахунок розвитку інтелектуального капіталу.

У розвитку інституціональної бази для формування інноваційної аграрної економіки центральні позиції відводяться науці, яка за підтримки держави

повинна як створювати нові знання, так і впроваджувати їх у практику. За таких умов спектр функцій наукових установ значно розширюється до рівня організації процесу впровадження інновацій. Зі свого боку, держава повинна виконувати функцію інституційного інвестування, стимулюючи організацію венчурних фондів, а також встановлюючи стандарти для інновацій.

Держава та її владні інститути мають сформулювати чітку програму щодо розвитку – впровадження наукової політики. В основу її слід покласти пріоритетність інноваційної спрямованості галузей, а аграрної – як базової. Проблема полягає у тому, що нині зв'язки між фірмами-інноваторами та наукою знаходяться в зародковому стані й ця невизначеність є чинником,

який слід обов'язково усунути. Єдиний шлях – формування ефективних інституціональних механізмів. Саме у цьому криється проблема, яка потребує невідкладного вирішення як за рахунок реорганізації, так і шляхом створення нових інститутів. Тобто, інноваційний процес потребує інституціоналізації до ринкових умов[41].

Інтеграція науки і виробничих структур на засадах партнерства забезпечить оптимізацію трансакцій та трансакційних витрат інноваційної діяльності. Це – єдиний вихід у створенні ефективної структури ринку інновацій, головний інституціональний аспект його перспективного функціонування. Проте для реалізації цієї ідеї слід здійснити фундаментальні інституціональні перетворення, перебудувавши систему продукування інновацій. Центральною фігурою у цій системі виступає інститут розвитку людського капіталу, тобто економіка знань. У зазначеному аспекті вирішення проблеми прийнятною є концепція набуття наукою підприємницьких рис, які передбачають надання науковим розробкам товарного характеру. Мається на увазі створення інституціональних умов, за яких науковий продукт набуватиме форми споживчої вартості.

Потреба в інтелектуальному продукті повинна стати головним рушієм у становленні ринку інтелектуальної власності в Україні. Для цього необхідним є: проведення інвентаризації всіх об'єктів інтелектуальної власності та їх оцінки з метою створення загальної бази даних і виявлення об'єктів, що приносять або зможуть приносити дохід; залучення держави до процесу стимулювання щодо створення і використання об'єктів інтелектуальної власності в аграрному секторі; ведення обліку і статистики площ сортових посівів у загальних посівних площах країни; удосконалення системи патентно- ліцензійних послуг, створення системи інформаційного забезпечення учасників ринку інтелектуальної власності (за певними характеристиками, цінами), що дозволило б знайти необхідну продукцію і партнерів.

Інтелектуальна продукція повинна бути конкурентоспроможною, що посилить позиції національного товаровиробника на світовому ринку та

забезпечить підвищення конкурентоспроможності економіки країни у світових рейтингах.

Головною метою впровадження нових технологій у ринковій економіці є підвищення продуктивності праці й одержання додаткового прибутку. Основна ланка в розвитку інноваційних процесів у сільському господарстві – це науково-дослідні інститути, селекційні центри з науковим потенціалом. Від ефективності їх роботи над створенням і впровадженням у виробництво нових, що відповідають вимогам ринку, сортів сільськогосподарських рослин і нових порід тварин залежить успішність функціонування галузей рослинництва і тваринництва в цілому.

На державному рівні інтелектуальний капітал є національним багатством. Інноваційний розвиток економіки базується на зв'язках між наукою, виробництвом і підготовкою кадрів (освітою). Цей безперервний зв'язок продукує і просуває на ринок, в тому числі й на аграрний, конкурентоспроможну продукцію. Державна політика, спрямована на інноваційний шлях розвитку і підвищення конкурентоспроможності економіки країни, потребує якісних змін кадрового потенціалу, що зумовлено рівнем освіти і кваліфікації.

Назріла необхідність реформи в аграрній освіті, що забезпечить підготовку фахівців із знанням новітніх технологій, із практичними навичками роботи у сільському господарстві. Для цього потрібно впроваджувати інноваційну складову в усі навчальні плани підготовки та перепідготовки фахівців, приділяти велику увагу перепідготовці фахівців із застосуванням нових навчальних планів і залученням практичних фахівців із підприємств-інноваторів.

Місце навчальних закладів у формуванні людського капіталу важко переоцінити, оскільки розвиток світової цивілізації значною мірою визначається рівнем професійної підготовки людських ресурсів як основної передумови створення її наукового, економічного, соціального і духовного потенціалу.

Сформована особистість має зазвичай гармонійно структурований

людський капітал, в якому знання, досвід, освіта, навички вписані в наявну систему цінностей та мотивацій, притаманну типу особистості.

Нині у центр своїх досліджень багато західних учених ставлять вивчення життєдіяльності людини як важливого суб'єкта виробництва та носія суб'єктивованих знань, який своєю працею визначає основні напрями розвитку суспільства й економіки. Людський капітал виступає мірою вираженої в людині здатності приносити дохід [41]. Структурний капітал як частина інтелектуального створює умови для ефективнішого використання знань і являє собою розгалужену систему організації знань, що охоплює інформаційну систему, способи накопичення, обробки, використання й управління знаннями. Знання, втілені у засобах виробництва або виробничих процесах, виступають продуктивною силою, що сприяє суспільному розвитку. У формуванні конкурентоспроможного аграрного виробництва важливе місце повинна посісти наука, яка потребує структурної перебудови та переорієнтації на розробки, необхідні аграрному ринку. Чинник, пов'язаний з інтелектуальною складовою виробничого процесу, значною мірою сьогодні впливає на дохідність і конкурентоспроможність підприємств.

Як вважає ряд науковців, нові агроформування, фермерські, селянські господарства, агросервісні підприємства сформували ринковий попит на нові види добрив, нові заходи та засоби боротьби з хворобами та шкідниками рослин і тварин, нове обладнання та конструкторські елементи оновлення техніки для сільського господарства і переробних галузей. Однією з умов успішного інноваційного розвитку країни та її агропромислового комплексу є створення й державна підтримка різних форм кооперації та інтеграції наукових, виробничих і фінансових організацій та структур [41].

Необхідною умовою інноваційного розвитку є свідоме формування національної інноваційної системи, що вимагає чіткої політики з боку уряду та збалансованості дій держави, регіонів, громадськості. Національна інноваційна система забезпечить сприятливий інноваційний клімат та умови і стимули для всіх ланок інноваційного механізму.

Роль держави в інноваційній моделі розвитку полягає у розробці та

реалізації державного стимулювання, підтримці нововведень. Одним із основних засобів державної підтримки наукової та науково-технічної діяльності є державне замовлення на розробку інноваційної продукції.

Державна підтримка науково-технічної та інноваційної діяльності повинна передбачати також формування обласних програм інноваційного розвитку, які будуть включати замовлення на наукову, науково-технічну та інноваційну продукцію, фінансування на обласному і державному рівнях науково-технічних або інноваційних проєктів; сприяти отриманню для провідних наукових установ кредитних ресурсів міжнародних організацій; розробку і прийняття та нормативно-правових актів з метою прискореного розвитку наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності; виходу інтелектуального продукту на ринок.

В умовах обмежених бюджетних ресурсів необхідним є створення позабюджетного фонду розвитку інновацій. Для підприємств і організацій науково-інноваційної сфери – це зниження процентної ставки кредитів за рахунок обласного бюджету; розвиток центрів із підтримки підприємств, що впроваджують інноваційну продукцію, субсидування частини витрат на

розвиток малого інноваційного підприємництва (на обласному і районному рівнях).

Виходячи з результатів дослідження теоретико-методологічних і практичних аспектів функціонування інтелектуального капіталу в аграрній сфері (рис. 2.17), запропоновано концептуальну модель його розвитку з урахуванням інституціональних умов та результативності інноваційної діяльності в зазначеному секторі національної економіки.

Механізм розвитку інтелектуальної власності в аграрній сфері має включати три складові: економічну, нормативно-правову, організаційну.

Економічна складова повинна забезпечуватися державою через визначення пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки; замовлення на об'єкти інтелектуальної власності за рахунок державних коштів; стимулювання і підтримка винахідницької діяльності.

Нормативно-правова складова має бути спрямована на гармонізацію вітчизняного законодавства з міжнародним, зокрема із законодавством ЄС; вдосконалення правового регулювання економічної складової права інтелектуальної власності, що передбачає систему сплати мита та зборів, пов'язаних з охороною прав на об'єкти інтелектуальної власності; посилення правового захисту прав інтелектуальної власності, зокрема, через посилення юридичної відповідальності за порушення авторських прав (кримінальної, адміністративної, цивільно-правової); удосконалення нормативно-правового забезпечення діяльності патентних повірених, посилення контролю держави за якістю наданих ними послуг; удосконалення патентно-інформаційного забезпечення, пов'язаного з набуттям прав на об'єкти інтелектуальної власності; здійснення заходів щодо активізації участі України в діяльності Всесвітньої організації інтелектуальної власності та підвищення іміджу держави в міжнародних процесах щодо захисту інтелектуальної власності. Організаційна складова повинна забезпечувати комерціалізацію прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Державна підтримка науково-технічної та інноваційної діяльності повинна передбачати формування обласних програм інноваційного розвитку, які будуть включати замовлення на наукову, науково-технічну й інноваційну продукцію, фінансування на обласному і державному рівні науково-технічних або інноваційних проектів; сприяння в отриманні для провідних наукових установ кредитних ресурсів міжнародних організацій; удосконалення нормативно-правової бази, що сприятиме розвитку наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності; виходу інтелектуального продукту на ринок.

Державна політика України має бути спрямована на максимальну підтримку власного інноваційного потенціалу, розвиток наукових і конструкторських центрів, забезпечення світового рівня науково-технічної політики. Доступ до даних світових банків новітніх технологій зорієнтує виробників до впровадження конкурентоспроможних розробок.

Держава повинна впливати на розвиток як державного, так і приватного

секторів інноваційної діяльності. Заходи державного регулювання цієї сфери мають бути спрямовані на всебічне заохочення підприємництва та приватної ініціативи. Створення структур, які взяли б на себе функцію просування інтелектуального продукту до виробників, усунуло протиріччя між науковими установами і підприємствами.

Інституціональна система розвитку інноваційної діяльності потребує досконалого інституційного забезпечення, а головне – створення інституціональних умов функціонування базисних і похідних інститутів. Важливо, щоб формуванням інституційних норм завершити модифікацію й адаптацію інститутів до ринкового середовища.

Для успішного формування і розвитку інтелектуального капіталу, держава має підтримувати та стимулювати подальший розвиток тих наукових і проектно-технологічних організацій, діяльність яких спрямована на перехід від традиційних технологій виробництва до розробки і впровадження принципово нових технологічних процесів, комплексних технологічних систем, що створюються на основі новітніх досягнень науки і можуть змінити технологічний уклад України.

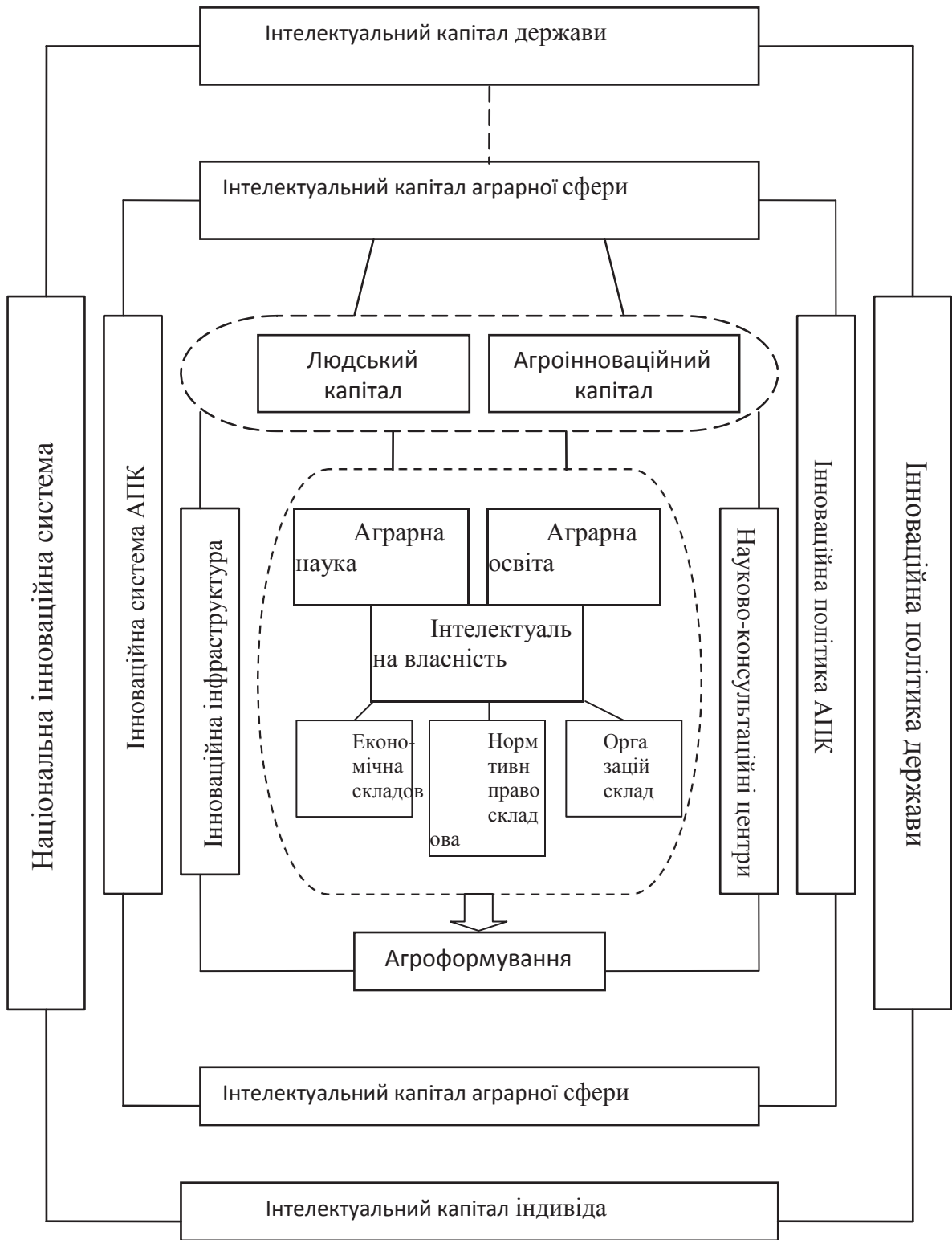


Рис. 2.19. Концептуальна модель розвитку інтелектуального капіталу аграрної сфери

Побудова інноваційної моделі – один з основних шляхів, який забезпечить конкурентоздатність і поступальний розвиток аграрної галузі та відхід від сировинного, екстенсивного розвитку. В основу побудови інноваційної моделі покладено створення національної інноваційної системи, яка враховує, зокрема, інституційні чинники можливого ефективного поєднання таких складових, як наука, освіта, наукоємне виробництво, інноваційна інфраструктура. Вони каталізують національну модель інноваційного розвитку економіки і визначають її конкурентоспроможність. Потрібні ефективні структурні реформи й визначення державою своєї ролі щодо участі у розвитку галузі.

РОЗДІЛ 3

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ТА ЗАХИСТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

3.1. Мотивування працівників до підвищення рівня інтелектуалізації праці на підприємствах

Швидкі зміни турбулентного середовища спричинюють появу нової парадигми функціонування сучасних підприємств – нових правил, принципів і способів господарювання – та популяризують проблеми інтелектуалізації праці, вирішення яких можна забезпечити, насамперед, на основі розвитку індивідуального інтелектуального капіталу. У повсякденному житті це означає трансформацію «індустріального підприємства» в «інтелігентне підприємство», розвиток якого базується на інформації, знаннях і креативності працівників.

Одним із учених, котрий уперше у 1963 р. написав про «працівників знань», звернувши увагу на зростання ролі знань і сформованого на їх базі індивідуального інтелектуального капіталу у розвитку підприємства, був Петер Друкер (1909–2005). Дослідники Ікуджі Нонака та Гіротакі Такеучі зауважували про важливе значення у успішному розвитку японських фірм «... неформалізованих знань, які забезпечують розв’язання різних завдань... Ці знання дають можливість сприйняття організації не лише як машини для аналізу інформації, але як живого організму. ... розуміння для чого існує підприємство. В якому напрямку розвивається, в якому світі ця фірма прагне функціонувати і як побудований той світ є важливішим ніж аналіз інформації».

Інший учений, Маріуш Братніцкі, зауважує, що в інтелігентному підприємстві «панує дух саморозвитку, який формує простір до самонавчання і вдосконалення працівників, а вони самі трактуються як особи ..., які мають вплив на господарську діяльність». Дослідження вчених засвідчують, що 10 % підвищення рівня освіти забезпечує зростання продуктивності праці на 8,6 %, тоді як аналогічне збільшення акціонерного капіталу – лише 3–4 % зростання продуктивності праці. Ось чому у сучасному світі відслідковуємо позитивну динаміку працевлаштування саме у сфері «розумової праці»,

зокрема, у США цей показник становить 85 % від загального приросту зайнятих, у Великій Британії – 89 %, в Японії – 90 % [575]. З цієї перспективи – найважливішим завданням для «інтелектуального підприємства» є забезпечення здатності його працівників до постійного самонавчання – для розвитку капіталу знань, та самовдосконалення – для формування капіталу компетенцій.

Важливо зауважити, що розвиток «інтелектуального підприємства» базується на інноваційній моделі, практицизм функціонування якої характеризується швидкими темпами старіння «капіталу знань» працівника, сформованого на основі отриманого високого рівня освіти завдяки володінню іноземними мовами, обізнаністю з інформаційними технологіями та високим рівнем здатності до самоорганізації, що, у свою чергу, вимагає організації системного самонавчання і постійного підвищення фахового рівня – самовдосконалення.

На необхідності постійного самонавчання звертають увагу у своїх працях вчені Келл Нордстрем і Йонас Ріддерстрале (2000) «... у світі, в якому триває пошук нематеріальних форм конкуренції, у тому світі, де усі рішення пов'язані зі знаннями і освітою, навчання повинно тривати протягом усього професійного життя – освіта це не лише теорія і знання, але також емоційний і духовний розвиток. ... Якщо хочете знайти та утримати найкращих працівників – змушені забезпечити їм можливості навчання». Виходячи з наведеного вище, приходимо до розуміння, що важливу роль в «інтелектуальному підприємстві» відіграють працівники – носії та власники індивідуального інтелектуального капіталу, здатність яких до пошуку нових знань і розвитку компетенцій виступає фундаментом, на основі якого формуються креативні здібності працівників, розвивається відповідне середовище, що слугує імпульсом у забезпеченні перспективного розвитку суб'єкта господарювання.

Однак, зауважимо, що для розвитку індивідуального інтелектуального капіталу важливо не лише забезпечити формування певного «капіталу знань» і «капіталу компетенцій», а й мінімізувати ті втрати, що можуть мати місце при звільненні особи.

Таким чином, у господарській діяльності вітчизняних «інтелектуальних підприємств» доцільно виходити з двох тенденцій: по-перше – забезпечення

розвитку працівників та інтелектуалізації їхньої праці; по-друге – мотивації працівників до інтелектуальної діяльності, адже працівники, які налаштовані на системне навчання, набувають нових рис, зокрема креативності, інтелігентності, комунікативності. Перший вектор розвитку індивідуального інтелектуального капіталу підприємства ґрунтується на збільшенні у господарській практиці вітчизняних суб'єктів господарювання кількості робочих днів, призначених для навчання і підвищення кваліфікації працівників (впродовж року). Другий – передбачає визначення місця і джерел навчання працівників, найбільш здатних до розвитку свого «капіталу компетенцій».

Цікавим для моделювання розвитку індивідуального інтелектуального капіталу на вітчизняних підприємствах є досвід європейських країн, де діапазон робочих днів, присвячених освіті та навчанню, знаходиться у межах від 1 до 12 днів, зокрема, майже у половини підприємств (50 %) цей показник становить від 1 до 6 днів; у третини підприємств (33 %) перевищує показник 7 днів. При цьому, зазначимо, що у низці високорозвинутих країн витрати часу на освіту та навчання персоналу підприємства суттєво перевищують середнє значення (11 %), зокрема у Великій Британії – 21 робочий день на одного працівника в рік, у Португалії – більше 20 робочих днів на одного працівника в рік, в Італії – більше 19 робочих днів на одного працівника в рік, в Ірландії – більше 14 робочих днів на одного працівника в рік, Люксембурзі – майже 12 робочих днів на одного працівника в рік. Найнижчі значення цього показника відnotовуємо у Фінляндії – майже 4 робочих дні на одного працівника в рік, у Данії та Німеччині – майже 6 робочих днів на одного працівника в рік.

Беручи до уваги частку підприємств, які виділяють від 1 до 6 робочих днів на розвиток «капіталу знань» і «капіталу компетенцій» своїх працівників, то в наведених та низці інших країн їх значення значно перевищує середнє (50 %), зокрема, у Фінляндії частка таких підприємств становила 76 %, Ірландії і Франції – 66 %, Голландії – 65 %, Німеччині – 63 %, Швеції – 60 %, Австрії – 59 %, Данії і Бельгії – 53 %, Люксембурзі – 52 %. У той же час, для країн, які на сьогодні фіксують погіршення макроекономічної динаміки, аналогічний показник значно нижчий середнього значення, наприклад, у Порту-

галії – 33 %, в Італії – 32 %, Іспанії – 28 %, Греції – 25 % [579].

Цілком логічно, що при оцінці частки підприємств, які виділили більше 7 робочих днів на розвиток «капіталу знань» і «капіталу компетенцій» своїх працівників, бачимо, що в окремих країнах їх значення перевищує середнє (50 %), зокрема, в Італії 55 %. При цьому, даний показник у низці країн залишається нижчий середнього, наприклад в Іспанії (42 %), Греції (41 %), Великій Британії (38 %), Голландії (21 %), Франції (19 %), Фінляндії (12 %).

Аналізуючи подальші тенденції, приходимо до розуміння, чому низка країн на сьогодні опинилися у кризовому стані (Португалія, Іспанія, Греція, Італія), незважаючи на нібито хороші значення показників навіть порівняно зі стабільними економіками (Франція, Фінляндія, Німеччина). Саме для цих країн характерні і найвищі негативні результати, зокрема частка підприємств, керівники яких не змогли дати відповіді на окреслені вище запитання – Іспанія (26 %), Греція (22 %), Португалія (21 %), а також частка підприємств, які зовсім не практикують запровадження «днів навчання і освіти» – Португалія (15 %), Греція (11 %), Іспанія (4 %).

Крім того, деструктивний вплив на погіршення економічної ситуації у цих країнах спричинило, за нашими переконаннями, існування суттєвих розбіжностей у створенні умов для розвитку «капіталу знань» і «капіталу компетенцій» своїх працівників. Так, найнижчим показник частки підприємств, які впроваджували у своїй практичній діяльності «начальні і освітні дні», був у Греції (66 %), Португалії (65 %), Іспанії (70 %) – при середньому його значенні 85 %, тоді як найвищий зафіксовано в Ірландії – 92 %, де лише 1 % підприємств не практикує даних векторів розвитку. При цьому зауважимо, що аналогічні показники фіксувалися у Німеччині – 91 % і 1 % відповідно, у

Швеції 85 % і 1 % відповідно, у Франції 55 % і 5 % відповідно, у Фінляндії – 82 % і 3 % відповідно, в Італії – 87 % і 9 % відповідно.

Важливо зауважити, що серед підприємств, що не практикують впровадження «днів навчання і освіти» основу складають ті, які не експортують свою продукцію. Разом з тим, усі без винятку експортно-орієнтовані підприємства мотивують своїх працівників до розвитку «капіталу знань» і «капіталу компетенцій», забезпечуючи на цій основі підвищення рівня інтелектуалізації праці.

Привертає увагу той факт, що усі підприємства, які виділяли 7 і більше робочих днів на «навчання і освіту» своїх працівників, – винятково «молоді» на ринку та займаються експортом, зокрема, частка експорту у загальному обсязі реалізації продукції становить 50 % і вище. Водночас, підприємства, які встановили від 1 до 6 робочих днів на «навчання і освіту» працівників, не займаються зовнішньо-економічною діяльністю, або ж частка експорту у загальному обсязі реалізації продукції знаходиться на межі нижче 50 %. На підставі наведеного вище аналізу можемо стверджувати, що надзвичайно актуальним для вітчизняних підприємств залишається вирішення проблеми розвитку «капіталу знань» і «капіталу компетенцій» своїх працівників. Адже без конструктивного вирішення цього питання у найкоротші терміни українським суб'єктам господарювання не вдасться забезпечити достатнього рівня конкурентоспроможності. Враховуючи це, пропонуємо визначити два етапи реалізації програми розвитку індивідуального інтелектуального капіталу на вітчизняних підприємствах: перший полягає у запровадженні в господарську практику встановлення (у межах робочого часу) витрат часу на «навчання і освіту» до 6 робочих днів у рік на одного працівника; другий – поступове збільшення витрат робочого часу на розвиток «капіталу знань» і «капіталу компетенцій» своїх працівників (більше 12 днів у рік на одного працівника).

Привертають увагу статистичні показники, які характеризують ефективність закладів, що організовують навчання і забезпечують підвищення кваліфікації й мотивації персоналу підприємств. Аналіз статистичної інформації засвідчує, що домінантою забезпечення ефективності характеризується навчання, яке здійснювалося безпосередньо на підприємстві (більше 50 %) чи на базі приватних освітніх закладів (майже 20 %). Однак, в українських реаліях, де, на жаль, не сформований прошарок інтелігенції у жодній сфері суспільного життя – бізнесу, політики тощо, говорити про якість освітніх послуг, наданих приватними освітніми закладами, є завчасно.

Найменш ефективними було навчання персоналу на базі державних закладів (12 %), дещо кращим в таких інституціях як торгові палати, торгові товариства (15 %). Наведені дані свідчать, що рівень довіри до якості освітніх послуг у межах європейського простору також є недостатнім.

Зауважимо, що не є винятком і ситуація в Україні. Однак, її вирішення полягає в налагодженні партнерських відносин двох секторів – освітньо-наукового та бізнесового. Адже українські приватні вищі навчальні заклади не є аналогами європейських закладів, конкурентоспроможність і престижність яких формувалися упродовж багатьох десятиліть. Зважаючи на низький рівень якості освіти у більшості приватних навчальних закладів, вважаємо за доцільне зауважити, що саме швидке вирішення питань взаємодії освітнього та бізнесового секторів забезпечить можливості їхнього стратегічного розвитку.

Залежно від особистих можливостей набуття нових знань і компетенцій для персоналу підприємства можливе у рамках:

- навчання під час здобуття вищої освіти з подальшою системою самонавчання впродовж усього життя;
- навчання на підставі вивчення і аналізу досвіду конкурентів – моніторинг, копіювання (tracing), бенчмаркінг, спонсорінг;
- отримання знань із оточення – консалтингові фірми, бізнес-школи, медіа, конференції, симпозіуми, круглі столи тощо;
- навчання на основі обміну інформацією – інтерв'ю, діалоги, дискусії, інші способи комунікації;
- самонавчання на основі власного практичного досвіду.

Доволі цікавою у контексті нашого дослідження є інформація про факховий рівень та рівень компетенції персоналу підприємств у європейських країнах вимагає покращення мотивації персоналу до набуття нових компетенцій та пристосування до змін (більше 65 % підприємств); організації практики і навчання для технічного персоналу (45 % підприємств); основних кваліфікацій робочої сили (більше 25 % підприємств); університетського персоналу (більше 10 %). При цьому, пріоритети забезпечення розвитку «капіталу знань» і «капіталу компетенцій» персоналу зосереджуються у сфері покращення мотивації працівників до набуття нових компетенцій у Фінляндії (майже 90 %), Німеччині (80 %), Швеції (більше 70 %), Франції (майже 50 %), Португалії, Італії, Греції (більше 50 %). Загострюється питання щодо покращення навчання і практик для технічного персоналу, зокрема, у Німеч-

чині (60 %), Бельгії (57 %), Іспанії, Португалії (понад 40 %).

Позитивним моментом можемо вважати те, що найменше зауважень віднотовано до якості підготовки університетського персоналу в усіх без винятку країнах. Заслуговує на увагу, що необхідність покращення подають такі прогресивні країни, як Німеччина (майже 20 %), Бельгія (більше 15 %), Іспанія і Греція (до 15 %) [291, с. 52].

Зважаючи на те, що останнім часом усе частіше є помітним зростання впливу «капіталу знань» не лише на формування високого рівня професійної та інтелектуальної компетентності, з одного боку, а й покращення рівня комунікативної компетентності працівників завдяки демократизації країни, розвитку громадянського суспільства та кращого володіння інформаційними технологіями – з іншого, можемо зробити висновок щодо неодмінного підвищення на цій підставі рівня креативних компетенцій працівників вітчизняного бізнес-середовища. Дослідження учених підтверджують, що важливу роль у формуванні креативного клімату на підприємстві відіграє рівень доступу до інформації, її аналіз та економічна оцінка. Зауважимо, що на важливість креативності у бізнес-процесах у своїх працях звертали увагу Йозеф А. Шумпетер (1883–1950), Фредерік Тейлор (1856–1915), Петер Друкер (нар. 1909 р.), стверджуючи, що інноваційність базується на креативності, вводячи поняття «комбінацій нових змін», «креативного підприємця», «креативної організації». На сучасному етапі розвитку суспільства креативність досконало вписується у динамізм процесів розвитку інтелектуального капіталу підприємства, виступаючи важливою якісною характеристикою індивідуального інтелектуального капіталу.

У реаліях сьогодення покращення рівня креативної компетентності працівників, який формується завдяки високій пізнавальній еластичності людини та її схильності до нестандартного мислення (інакше кажучи «нестандартного вирішення проблем»), виступає найважливішим чинником забезпечення стрибкоподібних, якісно-нових, прогресивних змін у сфері функціонування вітчизняних підприємств, оскільки всі джерела «економічного прориву» уже, на жаль, вичерпані. Креативність працівника забезпечується на основі надання автономії щодо виконання професійних обов'язків, створення атмосфери підтримки креативності, що в результаті знаходить своє відобра-

ження у пропозиціях креативного вирішення проблем, активізації винахідницько-раціоналізаторської роботи на підприємстві, а це забезпечує зміцнення складової «інтелектуальна власність підприємства» та загалом змінює ментальність. Саме на останній часто люблять акцентувати увагу українські політики, обґрунтовуючи неуспішність будь-яких реформ у вітчизняному просторі.

Зважаючи на той факт, що рівень освіти найбільшою мірою впливає на розвиток «креативних компетенцій», наголошуємо на необхідності реформування методики підготовки молодих фахівців в Україні, а саме змін щодо системи навчання, які б переорієнтувалися з вектора запам'ятовування і відтворення знань у площину новаторства, винахідливості та конструктивності, іншими словами – трансформація «багажу знань» у «капітал знань». Каталізатором у розвитку «креативних компетенцій» на сьогодні вважається читання книжок, що забезпечує підвищення рівня креативності. Соціально-економічну доцільність підвищення показника інтенсивності читання доводять результати емпіричних досліджень. Так, більше 80 % населення Чехії читає принаймні одну книжку в рік, у Франції – майже 70 %, Польщі – 44 %. На цьому фоні досить високою є частка «реальних читачів», тих, які читають більше 5-6 книжок у рік, зокрема в Чехії – майже половина населення країни, у Франції і Польщі – більше третини населення.

За оцінками «ЮНЕСКО», найбільше зацікавлення літературою – у британців – понад 70 %, росіян – 30 %, а в українців цей показник нижчий від 30 %. Оцінка динаміки інтенсивності читання книг в Україні, проведена компанією «GfK», свідчить, що 25 % населення не читає взагалі; для 73 % «читання не є сферою інтересів», лише 19 % населення читає раз у місяць⁵⁸⁸. Наведені дані дають підстави передбачити позитивні зрушення у нарощенні креативного потенціалу європейських країн, а, водночас, виявити проблемні питання щодо створення сприятливих умов для стимулювання розвитку креативних компетенцій в Україні.

Важливо зауважити, що за показником «глобального індексу креативності» на сьогодні виділяють три рівні міст: перший – Нью-Йорк, Лондон, Токіо, Париж; другий – Чикаго, Лос-Анжелес, Сідней, Торонто, Цюріх, Брюссель, Мадрид, Мехіко, Сан-Пауло, Москва, Сеул; третій – Бостон, Вашинг-

тон, Даллас, Х'юстон, Майамі, Амстердам, Дюссельдорф, Женева, Джакарта, Прага, Сантьяго, Пекін, Стокгольм, Монреаль, Варшава. На жаль, серед «креативних міст» відсутні українські, що дає підстави акцентувати увагу на необхідності пошуку нових підходів до осмислення необхідності інвестування у розвиток креативного середовища.

Доповнення «капіталу компетенцій» людини креативністю в українських реаліях на сьогодні виглядає цілком ймовірним. При цьому зауважимо, що креативним потенціалом повинні володіти усі без винятку працівники підприємства, а менеджерський корпус підприємства зобов'язаний мотивувати персонал до підвищення рівня креативності, що у своїх дослідженнях підтвердив вчений Джек Фітц-Енз стверджуючи, що у сучасних підприємствах «... менеджери дивляться на людей як на потенційне джерело доходу і працюють над тим, щоб виявити цей потенціал. Витрати на освіту трактують як інвестиції, що підвищують його вартість».

Розвиток креативної компетентності особи, за дослідженнями вчених, найефективніше забезпечується на основі самомотивації, що є ефектом власного «капіталу знань», рівня інтелектуальної і комунікативної компетентності, які стимулюють особистість до пізнання нових зацікавлень, формування активної життєвої позиції та конструктивного способу життя. Однак, зауважимо, що формування креативної компетентності особи у вітчизняних реаліях є обмеженим, оскільки немає твердого підґрунтя для їх виникнення у суспільстві, а саме оптимізму, інтересу, довіри тощо.

Опираючись на наведене вище, скажемо, що конструктивний розвиток вітчизняних суб'єктів господарювання можна забезпечити двома шляхами: перший – формування соціальної відповідальності бізнесу, тобто вкладання бізнесом коштів у розвиток громадянського суспільства, фінансування освітньо-культурних заходів, створення грантових програм для стажувань, підтримка діяльності неурядових громадських організацій; другий – вкладання коштів у мотивацію працівників до розвитку «креативних компетенцій», що може здійснюватися у різних формах матеріального (премії, участі у прибутках, грошові винагороди тощо) чи нематеріального (морального) стимулювання за креативні ідеї, оригінальні пропозиції чи нові варіанти вирішення проблем.

Відтак, вітчизняним суб'єктам господарювання для розвитку індивідуального інтелектуального капіталу та покращення мотивації працівників до нарощення «капіталу знань» і «капіталу компетенцій» було б доцільно запровадити складання планів працевлаштування, навчання і мобільності працівників, що, з наших міркувань, дозволить модернізувати процеси планування праці на підприємстві, враховуючи світові тенденції розвитку. Так, плани навчання дозволять забезпечити підвищення кваліфікації персоналу підприємства; плани мобільності – уможливллять оцінку професійного кар'єрного зростання кожного працівника, що також вимагає новелізації методів мотивації до підвищення рівня інтелектуальної, креативної та комунікативної компетентності персоналу. Зауважимо, що підвищення рівня комунікативної компетентності працівників вітчизняних підприємств забезпечить вироблення лідерських якостей, адаптація та здатність до колективної праці, а це є необхідним елементом модернізації векторів вирішення проблемних питань в умовах нової парадигми господарювання.

Динамічне оточення, у якому функціонує сучасне підприємство, вимагає постійної новелізації векторів розвитку індивідуального інтелектуального капіталу, який можна розглядати як «двигун», що забезпечує зрівноважений еколого-економічний, інноваційний розвиток суб'єкта господарювання. Власне інноваційна модель підприємства вимагає високого рівня розвитку креативних компетенцій працівників, адже лише такий фахівець зможе створювати інноваційні продукти та підвищувати конкурентоспроможність суб'єкта господарювання. Зважаючи на цей факт, сучасні підприємства намагаються мотивувати своїх працівників до прояву креативності під час виконання функціональних обов'язків, використовуючи розмаїття уже відомих технологій і моделей стимулювання. Розглядаючи креативність як інструмент забезпечення конкурентних переваг, важливим є створення творчого клімату усередині підприємства та формування сприятливого оточення, де функціонуватиме суб'єкт господарювання. Водночас, розвиток такого прокреативного оточення вимагає усвідомлення керівниками та власниками вітчизняних підприємств важливості інвестування у розвиток локальних громад, міжсекторного партнерства, зокрема, формування зв'язків із органами

місцевого самоврядування і третім сектором – громадським організаціями тощо.

Підсумовуючи викладене вище, зазначимо, що, безумовно, екзистенція вітчизняних підприємств в умовах новітньої парадигми господарювання базується на розвитку індивідуального інтелектуального капіталу, формування якого значно мірою визначається соціальним середовищем, у якому функціонує суб'єкт господарювання. За таких обставин основним завданням керівництва та менеджерського корпусу підприємства є налагодження міжсекторного партнерства, представленого формуванням стійких інтеракційних взаємозв'язків між сферами науки та освіти, бізнесу та громадських організацій з метою розвитку соціального інтелектуального капіталу, про що йтиметься далі.

3.2. Підприємницький конструктивізм як фактор формування інноваційного капіталу підприємства

Успіхи ринкових перетворень в Україні неможливі без поживлення виробничо-господарської діяльності підприємств, що, в свою чергу, вимагає неперервного оновлення основних фондів базових підприємств шляхом розвитку цілого ряду нових підприємств машино- і приладобудування, електронної та радіотехнічної промисловості. Саме ці галузі, на наш погляд, найбільшою мірою визначають технічний прогрес, а отже, забезпечують переведення підприємств як базових, так і всіх інших галузей на нові технології. Принагідно зауважимо, що майже всі промислові вітчизняні підприємства працюють сьогодні на застарілому обладнанні. Все це дає змогу стверджувати про поглиблення технологічного розриву між вітчизняним виробництвом і виробництвом розвинутих країн світу. Ось чому сьогодні особливо важливим є вибір раціональних векторів активізації формування інноваційного капіталу українських підприємств. Як свідчить світовий досвід, можливості оновлення виробничого потенціалу та продукції підприємств у перспективі залежать від інноваційного капіталу, сформованого суб'єктами господарювання. Він за-

безпечить здійснення наукових досліджень і проектно-конструкторських розробок та швидке впровадження інновацій у виробництво.

У процесах забезпечення розвитку інноваційного капіталу може брати участь значна кількість різних за розміром підприємств та інших закладів ринкової інфраструктури. Це призводить до виникнення специфічних відносин на ринку інновацій. Складність інноваційних відносин полягає в тому, що вони охоплюють, крім процесів розробки і освоєння випуску нової продукції, ще й процеси переміщення технологій, ноу-хау, гудвілів, управлінського досвіду, виробничих зв'язків, здатних приносити фірмі додаткові прибутки шляхом підвищення її конкурентоспроможності, тобто процеси, які важко піддаються прогнозуванню. Дана ситуація поглиблюється наявністю ряду специфічних для інноваційного процесу ознак. Зокрема цей процес часто характеризується різночасовими моментами появи нововведення й об'єктивної необхідності в ньому. Так, проведені зарубіжними вченими дослідження свідчать, що розрив у часі між появою нового відкриття, джерелом якого є нові знання, і його розробкою до рівня прикладної технології та освоєння ринком становить 20 – 25 років. Поряд з тим 50 – 60 % усіх дослідно-конструкторських розробок ніколи не втілюють у нову продукцію, що реалізується, а 30 % нововведень протягом короткого періоду часу перестають бути прибутковими. Крім того, за оцінками американських вчених частка витрат на науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки, що припадає на невдалі нововведення, сягає межі 50%. Отож, йдеться про високу міру економічного ризику в інноваційній діяльності. Однак віддача від інших 50 % витрат (на вдалі нововведення) є настільки високою, що вона багатократно (в тисячу, а то й більше разів) перекриває сукупні витрати на всю інноваційну діяльність. Ось чому, не зважаючи на високу ризикованість очевидно, що формування і розвиток інноваційного капіталу вимагає значних інвестиційних ресурсів. Досвід свідчить, що переконати інвестора, а в майбутньому і споживача, можна лише через обґрунтування переваг нововведення перед конкурентами шляхом забезпечення вищої якості (кращих експлуатаційних параметрів) або переваг в ціні. Водночас

підвищення якості вимагає і відповідних витрат, інколи навіть значних. Переваги в ціні досягаються шляхом зниження собівартості вдосконаленої продукції. Слід зазначити, що характерною особливістю останніх років є збільшення витрат на науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи великих фірм.

Звернемо увагу також на те, що обмін даними, які враховують витрати на створення нових виробів, доцільно було б здійснювати за допомогою електронних засобів, що вимагає розвитку сучасних інформаційних комунікацій. Користь від цього більш, ніж очевидна. Це дасть змогу розробникам, що спільно працюють над вирішенням певного завдання, швидко обмінюватися інформацією і значно зменшить час на вибір оптимальних технічних рішень, а також, базуючись на прогнозах, здійснювати вибір найефективніших інноваційних проектів. Це, в свою чергу, дасть змогу підвищити швидкість впровадження нововведень шляхом відкидання з їх загальної кількості безперспективних.

Водночас слід зауважити, що компетентна оцінка нових задумів може бути забезпечена лише об'єднаними зусиллями фахівців різних галузей знань, які працюють у різних підрозділах: науково-дослідних, проектно-конструкторських бюро, групах маркетингу, виробничих, фінансових, адміністративних та інших відділах.

Формування інноваційного капіталу на вітчизняних підприємствах вимагає створення умов для вирощування та безперешкодного проходження ідей через різні інстанції організації. Інноваційні проекти базуються на ідеях, які виникають з різних джерел, зокрема, їх генераторами можуть бути: науково-дослідницький персонал, працівники відділу маркетингу, споживачі, а також виробничий персонал – робітники і службовці. Процес активізації винахідницької і раціоналізаторської діяльності працівників на вітчизняних підприємствах вимагає налагодження роботи групи, яка б займалася патентуванням нововведень. Кожен працівник підприємства повинен бути впевнений у тому, що якщо його ідея виявиться перспективною, то будуть прийняті заходи для забезпечення її захисту, особливо в тому випадку, коли ідея є новою і оригінальною. Для забезпечення кращого використання цього внутрішнього

резерву активізації інноваційної діяльності пропонуємо створити групу патентознавства, винахідництва та раціоналізації на тих середніх і великих підприємствах, де вона відсутня. Даний підрозділ здійснюватиме роботи, пов'язані з патентним захистом винаходів, перевіркою патентної чистоти розробок і підготовкою патентної інформації. Налагодження роботи з патентного захисту розробок дасть змогу значно активізувати винахідницько-раціоналізаторську роботу на підприємстві. Не менш важливе значення має налагодження роботи щодо забезпечення патентної чистоти розробок. Для забезпечення високого рівня патентоздатності і патентної чистоти розробок доцільно проводити патентно-інформаційні дослідження, що передбачають пошук, систематизацію та аналіз документації.

Закінчується робота групи патентознавства, винахідництва і раціоналізації створенням патентних фондів. Належне врахування внутрішніх ідей, обов'язкове патентування результатів винаходів і рацпропозицій зекономить багато зусиль у майбутньому. Отже, створення даної групи на вітчизняних підприємствах дасть змогу забезпечити високу конкурентоспроможність розробок шляхом перевірки їх на патентоздатність і патентну чистоту, а також здійснюватиме їх правовий захист патентами і авторськими свідоцтвами та обґрунтовуватиме доцільність придбання ліцензій. Усе вищенаведене забезпечить розвиток і активізує процеси формування інноваційного капіталу вітчизняних суб'єктів господарювання в сучасних умовах.

Найсуттєвішими проблемами активізації процесів формування і використання інноваційного капіталу на підприємствах є питання їх інформаційного забезпечення. Для повного і швидкого володіння інформацією важливе значення має налагодження роботи сучасної електронної бібліотеки, структуроутворюючими елементами якої виступають банки і бази даних. Банк даних – це найважливіша складова частина електронної бібліотеки, який є сукупністю програмних, організаційних і технічних засобів, призначених для накопичення і використання систематизованої інформації, сконцентрованої в певному місці. Центральною ланкою банку даних є база даних, інформація якої і використовується для

розв'язку різних завдань.

Не менш важливе значення для забезпечення успіху підприємства має створення групи комп'ютерного та *Web*-дизайну, а також групи автоматизації проектування та розробки *internet*-проектів.

Інноваційний капітал продуктивний лише тоді, коли забезпечено взаємодію різних підрозділів підприємства. Якщо ідея, яка міститься в кожному інноваційному проекті, пройшла економічне обґрунтування, тобто враховані всі запити, що ґрунтуються на спостереженнях маркетологів, то можна вважати, що керівництво підприємства не сумніватиметься у збуті продукції і сміливо починатиме її масове виробництво.

Зважаючи на наведене вище, констатуємо необхідність створення на підприємствах окремих підрозділів (центрів), що дасть змогу використати внутрішні та зовнішні резерви активізації процесів формування інноваційного капіталу, завдяки яким витрати ресурсів на розробку і реалізацію інноваційних проектів дадуть можливість отримати швидкі результати у вигляді нової продукції, нових технологічних процесів, нових способів і методів організації виробництва і праці, що, водночас, дозволить забезпечити максимум ефективності при мінімальних витратах матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Варто зазначити, що організація таких центрів доцільна тільки на великих підприємствах, а на малих функції інноваційного підрозділу можуть виконувати окремі спеціалісти та керівники підприємства. На нашу думку, для активізації інноваційної діяльності підприємств доцільно здійснити наступні кроки.

1. Передбачити у структурі підприємств, створення підрозділів (центри), в яких певна категорія спеціалістів займалася б внутрішніми комунікаціями, зокрема, пошуком і відбором необхідної для підприємства науково-технічної, економічної та іншої інформації, випуском внутріфірмових видань, підготовлених на основі спеціальних конференцій (інформаційних листів, бюлетенів, журналів), запровадженням власних каналів “зворотного зв'язку”.

2. Запровадити електронні комунікації: електронну бібліотеку, електронну пошту, електронні дошки оголошень, мережі передачі даних.

3. Враховуючи досвід господарювання передових фірм Заходу, зростання конкуренції і швидкі темпи змін в інноваційній діяльності, запровадити неперервний для всіх категорій працівників процес підвищення кваліфікації.

4. Запровадити програми широкого залучення працівників підприємства до інноваційної діяльності шляхом активізації діяльності людей, схильних мислити нетрадиційно.

Із зазначеного вище стає очевидним, що формування інноваційного капіталу є процесом громіздким і коштовним, а тому, з одного боку, реалізувати його під силу лише великим підприємствам. З іншого боку, сукупність підприємств, що займаються інноваційною діяльністю не є однорідною. Тут є підприємства різні за формами і масштабами інноваційної діяльності.

Еволюція ринкової економіки доводить, що взаємовідносини малих, середніх і великих підприємств у сфері формування інноваційного капіталу мають взаємодоповнюючий та взаємозабезпечуючий характер. Йдеться про те, що успішно займатися інноваційною діяльністю можуть як великі, так і малі підприємства. Отож, стає очевидним, що стримуючим чинником на шляху реалізації інноваційних процесів за цієї умови буде не розмір підприємства, а система господарського механізму. В зв'язку з цим доцільно зауважити, що, на наш погляд, основним критерієм розвитку економіки буде відпрацьована ефективна система взаємодії підприємств різного розміру в сфері інноваційної діяльності. При цьому виникає необхідність оптимального поєднання цих організаційних структур економіки. Ось чому перед економічною наукою України доволі гостро постає проблема забезпечення раціональних комунікаційних відносин між малими, середніми та великими підприємствами для активізації і підвищення ефективності їх інноваційної діяльності.

На нашу думку, одним із перших кроків у цьому напрямку для України має стати розвиток мережі динамічних і гнучких малих інноваційних підприємств, які характеризуються високою ефективністю на певних етапах інноваційного процесу. Правильність даного висновку підтверджує практика

господарювання у розвинутих країнах світу. Так, частка малих підприємств у технологічних нововведеннях становить близько 31%, середніх – 14%, а великих підприємств – 55% [606], тобто питома вага малих і середніх підприємств у нововведеннях майже дорівнює питомій вазі великих.

Досвід розвинутих країн світу показує, що венчурний бізнес зосереджений саме в наукомістких галузях – у виробництві електронних приладів, інтегральних схем, напівпровідників, комп'ютерів, програмного забезпечення, штучного інтелекту. Висока економічна ефективність венчурних фірм пояснюється тим, що вони оперативніше вирішують проблему розробки і впровадження у виробництво нововведень, адже за «темпами доведення розробки до комерціалізації конкурувати з ними великим підприємствам складно» [607].

Про ефективність малих інноваційних підприємств свідчить і той факт, що вони витрачають близько 2,22 року, щоб вийти з нововведенням на ринок, тоді як на великих підприємствах цей час становить приблизно 3,5 року. Крім цього, темпи нововведень на малих підприємствах на третину вищі, ніж у великих, а в розрахунку на 1 американський дол. вкладень у науково-дослідні роботи малі підприємства реалізували в 24 рази більше нововведень, ніж великі підприємства [608].

Думку про високу ефективність науково-дослідних робіт венчурних підприємств підтверджує ще й той факт, що саме дані фірми дали путівку в життя більш, ніж 60% великих нововведень ХХ сторіччя, серед яких електрографія, вакуумні лампи, кольоровий фотопапір, мікропроцесор, персональний комп'ютер тощо.

Доцільно також зауважити – мале інноваційне підприємництво суттєво впливає на підвищення якості продукції через механізм формування конкурентного середовища, що є особливо актуальним в умовах розвиненої ринкової системи. Саме чітка цільова спрямованість і гнучкість малого бізнесу в стабільній ринковій економіці спроможні забезпечити максимум результатів при мінімумі витрат.

Враховуючи те, що малий бізнес може реалізувати свої можливості практично у всіх сферах діяльності, зростає зацікавленість в інноваційній діяльності, яка забезпечує його стабільний розвиток у нових умовах. Одним з перших кроків у цьому напрямку є декларування у своїх статутах

інноваційної діяльності. Проте це ще не є свідченням докорінних якісних змін, бо, як підтверджують дослідження, у більшості випадків йдеться лише про декларування цього виду діяльності. Насправді ж тільки незначна частка малих підприємств займається інноваційною діяльністю.

У колі експертів і представників ділового світу, які вивчають американський досвід венчурного підприємництва, поширена думка, що період формування і «дозрівання» малих інноваційних підприємств триває в середньому 5–7 років. Після завершення роботи, для виконання якої створювались венчурні підприємства, їх або розформовують, згортаючи діяльність, або їх поглинає велика фірма. Разом з тим слід зазначити, що при сприятливих умовах частина з них розгортає активну підприємницьку діяльність шляхом відкриття власного виробництва. При цьому близько 20 % малих фірм перетворюються у відкриті корпорації, 60 % – поглинають потужніші конкуренти, а 20 % – стають банкрутами[609]. При порівнянні організації діяльності вітчизняних і зарубіжних малих інноваційних підприємств – венчурів помітними є суттєві відмінності.

Відомо, що в розвинутих країнах світу, де успішно функціонують венчурні підприємства, існує також й інфраструктура, яка істотно впливає на створення та функціонування «незалежних» венчурів. Саме таким чином вирішується основна проблема підприємця-інноватора – пошук інвестора, адже елементи інноваційної інфраструктури включають численні інвестиційні компанії, фонди, страхові компанії, аудиторські й екаутингові фірми, фондові біржі, інжиніринго-консалтингові фірми, бізнес-центри, інкубатори, агенства з набору висококваліфікованого персоналу тощо.

Незаперечним фактом є значний вплив венчурного підприємництва на активізацію інноваційної діяльності промислово розвинутих країн світу, про що свідчить більш, ніж 50-річний період його розвитку. Вивчення досвіду зарубіжних країн має важливе значення саме в умовах кризового стану економіки України, де такий вид діяльності тільки набуває процесу практичного втілення. Власне кризова ситуація, що виникла в країнах Західної Європи та США в 1980–1982 рр., сприяла зближенню інтересів великих і малих підприємств у питаннях спільного вирішення проблеми підвищення ефективності виробництва на базі обміну науково-технічною інформацією,

тому що малим підприємствам не під силу забезпечувати утримання потужної інформаційної бази.

Однак слід визнати, що в Україні розвиток венчурного бізнесу ще не набрав достатнього розмаху. На нашу думку, починати доцільно з розвитку власне внутрішніх венчурів, які є найбільш виваженим, найобережнішим методом впровадження інновацій. Вони забезпечать розробку та реалізацію нововведень, тому що базуються на високій концентрації інтелекту і використанні науково-дослідницького, обчислювального та іншого обладнання й інформаційної бази великих підприємств. Справді, оскільки діяльність «внутрішніх» венчурних підприємств, які займаються науково-дослідницькою роботою, зазнає найбільшого комерційного ризику, то великим підприємствам доцільно зробити їх відносно самостійними, адже автономність внутрішніх венчурів знижує ризик, що виникає в результаті диверсифікації виробництва. Внутрішні інноваційні сектори хоч і мають певну самостійність, але, водночас, підпорядковані та підзвітні директору (віце-президенту) великого підприємства. Завдання внутрішніх венчурних фірм – протягом обумовленого терміну розробити новинку і підготувати її до запуску в масове (серійне) виробництво. За допомогою створення внутрішніх венчурів вітчизняні підприємства зможуть підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції, проникаючи в нові галузі та завойовуючи нові ринку збуту.

Однак поєднання процесів розробки і впровадження у виробництво науково-технічних новинок у межах малого підприємства легко здійснити лише за умов наявності в однієї людини здібностей науковця і підприємця, що в природі зустрічається доволі рідко. Крім того, слід визнати, що процес комерціалізації складних нововведень вимагає значних витрат усіх видів ресурсів і не завжди під силу венчурним підприємствам, які не здатні налагодити серійний випуск нової продукції. Ось чому виникає потреба у налагодженні комунікаційних відносин між венчурними і великими підприємствами, що обумовлюється різною ефективністю на кожному з етапів інноваційного процесу. Звичайно, для забезпечення конкурентоспроможності великі підприємства повинні підвищити ефективність інноваційної діяльності, чого можна досягти шляхом підтримки

і співпраці з венчурними підприємствами в даній галузі. Найтісніші комунікаційні відносини властиві внутрішнім венчурам, тому саме вони можуть забезпечити швидкі позитивні зрушення в інноваційній сфері, тобто активізувати інноваційну діяльність вітчизняних підприємств.

Підсумовуючи сказане, можна зробити висновок, що головним каталізатором активізації процесів формування і використання інноваційного капіталу суб'єктів господарювання сьогодні може стати відпрацьована система раціональної взаємодії малих, середніх і великих підприємств щодо фінансування та інформаційного забезпечення.

Виходячи з необхідності забезпечення розвитку інноваційного капіталу на вітчизняних підприємствах зростає увага до активізації винахідницько-раціоналізаторської діяльності, розширення практики створення венчурних фірм, яким для зменшення ризиковості інноваційних проектів варто передавати процеси наукових досліджень. При цьому ризик діяльності таких фірм компенсується значною віддачею при впровадженні нововведень. Враховуючи відсутність у даній час в Україні регіональних інформаційних центрів і

вільних висококваліфікованих працівників вважаємо за доцільне надавати перевагу внутрішнім венчурам, які до того ж вимагають значно менших інвестицій на їх створення і функціонування. Це дасть змогу значно зменшити ризик великих підприємств, тому що вони прийматимуть до впровадження лише перевірені венчурними підприємствами високоефективні інноваційні проекти.

3.3. Захист інтелектуального капіталу підприємства як складова фінансової безпеки підприємства

Сучасні умови господарювання призводять до перегляду теорії та практики розвитку інновацій, конкурентоспроможності окремих галузей та національної конкурентоспроможності в цілому. Сьогодні структуру національної економіки та якість продукції й послуг, які виробляються, визначають інформація, знання, професійний, науковий та культурний капітал суспільства. В той же час інтелектуалізація виробничих процесів,

ускладнення систем управління підприємством призводить до збільшення несанкціонованих та злочинних дій щодо порушення авторського права, привласнення окремих видів нематеріальних активів, тощо. Враховуючи те, що по оцінкам експертів в Україні обсяг інтелектуальних активів (інтелектуального капіталу) складає приблизно 200-250 млрд. дол. [56], сьогодні інтелектуальний капітал стає актуальною основою забезпечення економічної безпеки як окремого підприємства зокрема, так і держави в цілому.

Необхідно підкреслити, що під системою захисту інтелектуального капіталу автором розуміється організаційна сукупність, яка утворює цілком визначену цілісність, єдність елементів, що знаходяться у відносинах і зв'язках один з одним та зі складовими цілісної системи управління. При цьому до елементів захисту інтелектуального капіталу відносяться об'єкти та суб'єкти захисту інтелектуального капіталу. Об'єктами захисту виступають людський капітал у вигляді інтелектуального капіталу людини та капіталу знань та структурний капітал, що представлений організаційним та клієнтським капіталами. Суб'єктами захисту інтелектуального капіталу на макрорівні виступає держава, на мікрорівні – керівництво підприємства або уповноважена ним особа.

При цьому система захисту інтелектуального капіталу є частиною системи управління, однак вона нею не управляє, тобто ефективність її функціонування буде залежати від притаманних їй властивостей та наявного інтелектуального потенціалу.

Крім того, варто зауважити, що промислове підприємство функціонує як відкрита система. Воно піддається впливу факторів зовнішнього середовища, в якому функціонує, та здійснює вплив на нього. Однак, розглядаючи систему захисту інтелектуального капіталу, не можливо говорити про визначення строгих функціональних залежностей між входом та виходом системи, оскільки значний вплив оказує саме людський фактор [110, с.66]. Тому більш доцільним буде простежувати тенденції розвитку, основні залежності,

напрямки та зв'язки між окремими показниками, що створюють ці залежності та зв'язки.

На думку автора, побудова системи захисту інтелектуального капіталу, наведеної на рис. 1 повинна включати наступні етапи:

1) вивчення специфіки бізнесу підприємства, займаного ним сегменту на ринку, штатного розкладу, знайомство з персоналом компанії;

2) аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів впливу, що створюють загрози для підприємства. Отримання інформації про кризові ситуації, що раніше мали місце, їх причини і результати;

3) проведення перевірки наявних (раніше за введених) заходів по забезпеченню захисту і аналіз їх відповідності виявленим загрозам;

4) моделювання нової системи захисту інтелектуального капіталу підприємства: пропозиції по вдосконаленню системи захисту інтелектуального капіталу, розрахунок усіх видів необхідних додаткових ресурсів; плановані щомісячні витрати (бюджет) на забезпечення функціонування системи захисту інтелектуального капіталу;

5) затвердження керівником підприємства моделі нової системи захисту інтелектуального капіталу і бюджету на її підтримку;

6) безпосередня побудова системи захисту інтелектуального капіталу;

7) експертна оцінка дієвості та ефективності побудованої системи захисту інтелектуального капіталу, доведення її до досконалості.

Необхідно звернути увагу, що в Україні робляться спроби захисту тільки однієї зі складових інтелектуального капіталу, а саме - інтелектуальної власності [457, с. 342, 286, с. 9]. Так, в системі українського законодавства основні норми інтелектуальної власності визначено Конституцією, розробленими на її підставі законами та іншими нормативно-правовими актами. Так, стаття 54 Конституції України передбачає, що громадянам гарантується свобода літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захист інтелектуальної власності, їх авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, що виникають у зв'язку з різними видами

інтелектуальної діяльності. А відповідно до статті 41 Конституції України кожен має право володіти, користуватися і розпоряджатися своєю власністю, результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності. Крім того, в Україні діють й законодавчо-нормативні акти, що захищають окремі об'єкти інтелектуальної власності.

Що стосується інших складових інтелектуального капіталу, то поки що їх юридичне та соціально-економічне забезпечення як на теоретичному, так і на практичному рівні відсутнє. Проте, в умовах глобалізації економіки, пов'язаної з конкуренцією у світовому масштабі, зростанням темпів революційних змін у технологічному середовищі в сторону інформаційних технологій, захист інтелектуального капіталу підприємства стає об'єктивною необхідністю як для кожного окремого суб'єкта господарювання, так і для національної економіки.

На думку автора, захист інтелектуального капіталу підприємства, перш за все повинен базуватися на забезпеченні економічної безпеки. Це чимала область відносин – не тільки економічних, але й, правових та організаційно-технічних. До того ж в сучасній літературі в типовій структурі функціональних складових економічної безпеки виокремлюється інтелектуальна. Проте, при розширенні кола проблем, які треба вирішувати для забезпечення комплексного захисту інтелектуального капіталу, утримування цільового призначення системи на формалізованому рівні приймає багатовимірний, векторний характер. При цьому значущість властивостей окремих елементів захисту інтелектуального капіталу знижується, а на перший план висуваються загальносистемні завдання - визначення оптимальної структури і режимів функціонування системи, організація взаємодії між її елементами, облік впливу зовнішнього середовища при цілеспрямованому об'єднанні елементів.

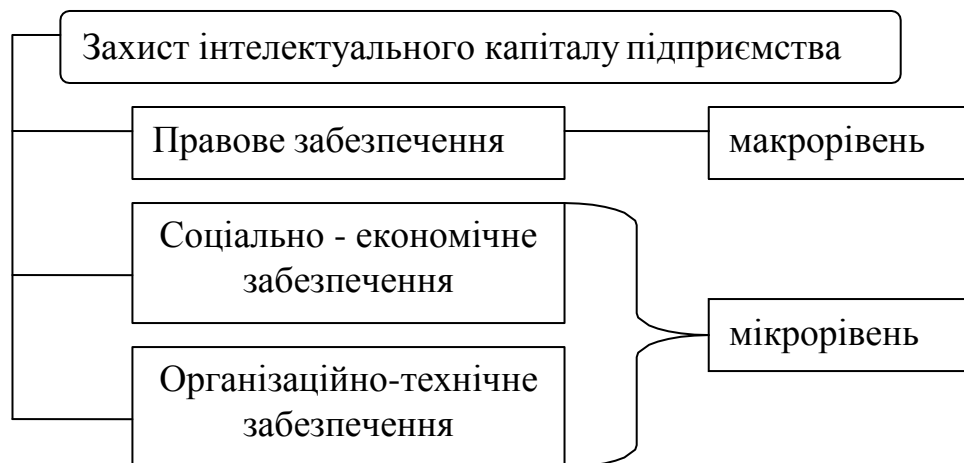


Рис.3. 1. Складові захисту інтелектуального капіталу підприємства

Необхідно звернути увагу, що поряд з поняттям захисту інтелектуального капіталу, на думку автора, також необхідно використовувати і поняття «безпеки інтелектуального капіталу», що окрім іншого окреслює стан його захищеності. При цьому в рамках такого трактування доцільно буде використовувати основні теоретичні положення в сфері економічної безпеки, що є основою захисту сучасних підприємств, та в свою чергу, ґрунтується на політиці інформатизації й інформаційному аспекті політики безпеки держави як сукупності суспільних систем.

Належний рівень економічної безпеки великою мірою залежить від складу кадрів, їх інтелектуального потенціалу і професіоналізму. Тому захист інтелектуального капіталу повинен охоплювати два взаємозв'язаних і в той же час самостійних напрями діяльності того або іншого суб'єкта господарювання:

перше - орієнтований на роботу з персоналом підприємства, на підвищення ефективності діяльності усіх категорій персоналу;

другий - націлений на збереження і розвиток інших складових інтелектуального капіталу, а також на використання накопичених знань і професійного досвіду працівників підприємства.

В той же час, захист інтелектуального капіталу підприємства повинен бути спрямований на підтримання його належного стану. Він має охоплювати організацію системи підбору, найму, навчання й мотивації праці

необхідних працівників, включаючи матеріальні та моральні стимули, престижність професії, волю до творчості, забезпечення соціальними благами, залучення технічних засобів захисту.

Таким чином, у теоретичних і прикладних дослідженнях сучасної економічної науки все частіше піднімається проблема забезпечення захисту інтелектуального капіталу підприємства. Це викликано та ускладнюється комплексом внутрішніх взаємозв'язків та інформаційних потоків, що вимагає оперативного реагування на зовнішні та внутрішні фактори впливу. Тому захист інтелектуального капіталу підприємства варто здійснювати виходячи із уявлення його як динамічної системи, що постійно змінюється за характеристиками ресурсів та прагне розширити зони господарювання шляхом освоєння ресурсних джерел у нових зонах інтересів.

Висновки

Трансформації, які відбуваються у сучасній економічній системі дають підстави стверджувати про перехід суспільства до нового етапу розвитку – «нової економіки», суттєво змінюючи середовище у якому функціонують підприємства. Характерними рисами «економіки знань» стають такі явища як розмивання традиційних меж підприємства, тенденції до створення мереживних зв'язків із іншими господарськими суб'єктами, покращення доступу до знань, інформації, трансформація традиційних каналів дистрибуції в напрямку розвитку віртуального доступу до клієнтів. В умовах «нової парадигми» зазнає значних змін вплив факторів виробництва на ефективність функціонування підприємств, характеризуючись поступовим зниження рівня впливу фізичного та фінансового капіталів, а також підвищенням ролі його нової форми – інтелектуального капіталу, що у все більшій мірі впливає на капіталізацію «інтелектуальних підприємств». На світових біржах ринкова вартість більшості «підприємств знань» зазвичай значно перевищує їхню балансову вартість, що свідчить про зростання впливу інтелектуальних ресурсів, що суттєво перевищує вартість матеріальних активів. Забезпечення стратегічного розвитку «інтелектуальних підприємств» актуалізує дослідження концепції інтелектуального капіталу, його моделей, детермінант та методології моніторингу і оцінки. знань, інформації, ІТ технологій, мереживних систем.

Проблеми інтелектуального капіталу полягають у відсутності загальноприйнятої дефініції і визначеної класифікації понять, пов'язаних з інтелектуальним капіталом; загальноновизнаної методології визначення та оцінки інтелектуального капіталу; способів моніторингу та звітності (рапортування) інтелектуального капіталу.

Гене́за концепції інтелектуального капіталу підприємства, представлена у рамках теоретико-пізнавального напрямку дослідження представлена двома підходами при вивченні його концепції – статичний та динамічний. Прихильники першого підходу розглядають концепцію інтелектуального капіталу підприємства, представляючи формуючі його елементи незмінними складовими. Представники другого підходу вважають, що для категорії інтелектуа-

льного капіталу підприємства характерним є зміна в часі ідентифікуючих її елементів, що видається нам цілком логічним, адже, наприклад, організаційний капітал, включає інфраструктуру, яка у своїй основі не може бути статичною і підлягає постійним удосконаленням відповідно до зміни оточуючого середовища у якому функціонує суб'єкт господарювання. І це не випадково, адже, дослідження вчених підтверджують, що здатність підприємства швидко реагувати на зміни сьогодні є чи не найважливішим фактором його успішності, конкурентоспроможності та інноваційності.

Дослідження напрацювань теоретиків і практиків у сфері інтелектуального капіталу дають підстави виділити основні концепції інтелектуального капіталу підприємства, зокрема: маркетингову; соціологічну; облікову, інноваційну та концепцію «платформи вартості». У межах маркетингової концепції інтелектуального капіталу підприємства виділимо два напрями – один пов'язаний із «Групою Конрада» – полягає у оцінці інтелектуального капіталу з перспектив задоволення потреб клієнтів («Рапорт Конрада»); другий – розглядає інтелектуальний капітал із позицій маркетингу, що забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства у перспективі. Опираючись на приведені вище твердження вважаємо, що цілком логічним буде погодитися із заміною клієнтського капіталу на реляційний, оскільки останній включає як зв'язки із клієнтами, партнерами, коопераційні зв'язки (альянси), мережні зв'язки, а також комплементарні активи – канали дистрибуції, маркетинг).

Опираючись на результати проведеного дослідження динаміки концепцій інтелектуального капіталу підприємства пропонуємо при розгляді його структури виділяти індивідуальний, колективний та соціальний інтелектуальний капітали. Перший охоплює капітал знань і капітал компетенці. Капітал знань – це концепційна здатність сформованих людиною теоретичних, прикладних і духовних знань генерувати інтелектуальні продукти та створювати додану вартість. Капітал знань характеризується специфічними ознаками, зокрема у процесі використання не підлягає зношенню на відміну від інших засобів виробництва; мобільністю, що забезпечується можливістю швидкої

дифузії знань одночасно до кількох споживачів та у різні місця, завдяки розвитку глобальних інформаційних мереж.

Капітал компетенцій характеризується спроможністю індивідуума створювати додану вартість за рахунок розвинутої на базі капіталу знань і природних здібностей професійної спритності. Капітал компетенцій формують професійна, інтелектуальна, комунікативна та креативна компетентність. Інтелектуальна компетентність суттєво розширює можливості розвитку капіталу знань та підвищення якості капіталу компетенцій, зокрема, позитивно впливає на покращення професійної, креативної і комунікативної компетентностей, тобто є енергією людського поступу. Креативна компетентність представляє розвинуту на базі знань і досвіду здатність людини до генерування нестандартних поглядів, оригінальних підходів, що забезпечують формування конструктивних способів розв'язання проблем. Запропонована нами модель інтелектуального капіталу підприємства дозволяє розкрити індивідуальний інтелектуальний капітал з погляду когнітивного аспекту (володіння знаннями) – на основі капіталу знань; мотиваційного (готовності використовувати капітал знань) та аксіологічного (освоєння цінностей) – на основі капіталу компетенцій.

Серед детермінант колективного інтелектуального капіталу такої складової як інформаційний капітал, що охоплює інформаційні системи управління знаннями, інформацією та соціальні інформаційні системи. Додана вартість, створена інформаційним капіталом виникає на основі ефекту, отриманого від мінімізації ризиків при прийнятті рішень, що забезпечується автоматизацією процесів формування, повноти, якості та своєчасності надходження інформації.

Інноваційний капітал, відображаючи здатність інновацій, реалізованих підприємством, створювати додану вартість. Серед основних формуючих елементів інноваційного капіталу, згідно наших міркувань, доцільно виділити інноваційність підприємства, продукції, процесів, що обумовлено необхідністю планування оптимальних меж розподілу витрат на фінансування продуктових і процесових інновацій; інтелектуальній власності, що відображає здатність суб'єкта господарювання до охорони прав інтелектуальної та

промислової власності та знаходить своє втілення у патентній і ліцензійній політиці підприємства.

Глобалізаційні процеси, характерні для сучасного економічного розвитку посилюють вплив ринкового капіталу, який відображається здатністю корпоративного бренду (марки), репутації, іміджу та гудвілу створювати додану вартість для підприємства. ринковий капітал формує інтелектуальний капітал та забезпечує його капіталізацію підприємства шляхом підвищення ефективності маркетингових програм, розширення впливу корпоративного бренду на усі продукти фірми, підвищення ефективності комерційної діяльності підприємства, зростанням рівня лояльності клієнтів тощо.

В умовах «економіки знань» зростає роль соціального інтелектуального капіталу, що охоплює спроможність організаційної культури, філософії управління стимулювати працівників до розвитку комунікативних, креативних та інноваційних навичок, здатних позитивно впливати на створення доданої вартості. Організаційна культура підприємства, сформована на базі філософії управління, відображаючи його історію, каталоги цінностей, які поділяють усі працівники, культурні артефакти активізує людський чинник до пізнавальної діяльності та підвищення продуктивності праці.

Для здійснення моніторингу інтелектуального капіталу підприємства у роботі запропоновано використовувати метод Тобіна, метод ринкової капіталізації та модель Енні Брукінг «Брокер технології». Незважаючи на низку недоліків, відмітимо, що, на нашу думку, використання цих методів для моніторингу інтелектуального капіталу є вмотивованим і оправданим. Використання методу Тобіна є доцільним для здійснення порівняльної оцінки підприємств однієї галузевої спрямованості. На основі аналізу коефіцієнта Тобіна у роботі запропонована шкала визначення рівня інтелектуалізації підприємств, адже було відмічено, що високе значення коефіцієнту Тобіна характерне для підприємств, які активно комерціалізують знання і технології. Підвищення рівня інтелектуалізації праці спричиняє зростання коефіцієнту Тобіна. Запропонована шкала визначення рівня інтелектуалізації підприємств дозволяє виділити три групи: низько інтелектуальні (значення коефіцієнта Тобіна до 2); помірно (середньо) інтелектуальні (значення коефіцієнта Тобіна

від 2 і вище); високо інтелектуальні (значення коефіцієнта Тобіна вище за 7). Визначення рівня інтелектуалізації вітчизняних підприємств засвідчує, що у більшості їх значення коливається у межах біля 1 до 2, що як свідчить досвід функціонування підприємств транзитивних економік є цілком оправданим і логічним. У перспективі запровадження у практику функціонування вітчизняних підприємств діагностики інтелектуального капіталу позитивно впливатиме на зростання даного показника.

Використання методу ринкової капіталізації є доцільним для здійснення моніторингу трендових змін вартості інтелектуального капіталу у довготривалому періоді. Саме цей метод дозволяє підтвердити існування інтелектуального капіталу, не вміщеного у матеріалах офіційної фінансової звітності суб'єкта господарювання, проте не відображає вартісної оцінки інтелектуального капіталу.

З метою ідентифікації і визначення вартості інтелектуального капіталу підприємства запропоновано використовувати модель «Брокер технології», яка є найпростішим видом методик моніторингу, а сфера її застосування є надзвичайно широкою (від підприємств початківців до сучасних інтелектуальних підприємств).

Більш детальну оцінку величини (вартості) інтелектуального капіталу підприємства запропоновано здійснювати на основі наступних методик, зокрема методику «Навігатор Скандії» не можна використовувати для оцінки динаміки інтелектуального капіталу, порівняльного аналізу інтелектуального капіталу різних підприємств, складним, часо- і трудомістким є її застосування, що значно обмежує сферу її використання, проте вона дозволяє ідентифікувати, визначити вартість інтелектуального капіталу; методику «Монітор нематеріальних активів» можна використовувати для визначення рівня розвитку інтелектуального капіталу та ефективності його використання, але лише на підприємствах з великою часткою нематеріальних активів, що обмежує можливості його використання (наприклад для вітчизняних підприємств); методика К. Стандфєльда дозволяє визначати вартість інтелектуального капіталу підприємства та ринкову вартість ринкової суб'єкта господарювання, проте високий рівень суб'єктивізму при визначенні вартісної оцінки домі-

нант інтелектуального капіталу значно обмежує можливості її використання в вітчизняних реаліях; методика Стюарта Г. Беннета «Економічна додана вартість» (EVA) характеризується простотою, зручністю і широким спектром використання, дозволяє оцінювати вклад інтелектуального капіталу у створення доданої вартості на підприємстві, порівнювати вартості різних підприємств, але обмеження врахування впливу окремих елементів інтелектуального капіталу, (наприклад інформаційного інтелектуального капіталу) знижує можливості її одноосібного застосування на сучасних підприємствах, вимагаючи врахування ще низки показників, які відображають діяльність підприємства; метод П. Салівана «Інноваційні нематеріальні активи» дозволяє врахувати альтернативні інвестиційні варіанти рішень на підприємстві, проте це спричиняє складність у розрахунках, а врахування лише частини домінант інтелектуального капіталу підприємства частини детермінант інтелектуального капіталу підприємства та розмежування прибутків, створених інноваційними нематеріальними активами, комплементарними бізнес-активами та структурним капіталом загалом знижує достовірність отриманих даних; методика «Відкривач вартості» уможливорює здійснення вартісної оцінки головних компетенцій підприємства, що дозволяє будувати якісну стратегію розвитку хоча і характеризується певним рівнем суб'єктивізму; методика Лева Баруха «Система формування ланцюга вартості» відображає загальну вартість інтелектуального капіталу підприємства, може бути ефективною з метою прийняття інвестиційних рішень. Проте її застосування є доцільним лише на підприємствах, організаційні структури яких містять науково-дослідні підрозділи, зайняті дослідженням взаємо залежностей взаємозв'язків домінант нематеріальних активів і вартості підприємства; методика Фенга Гу та Лева Баруха «Дохід з капіталу знань» носить універсальний, комплексний характер, що значно підвищує її практицизм і забезпечує перспективний розвиток. Незважаючи на притаманні для кожної із методик недоліків цілком оправданим буде, на нашу думку, використання їхніх постулатів для активізації наукових розвідок у сфері удосконалення методології діагностики інтелектуального капіталу підприємств, функціонуючих в умовах «економіки знань».

Запропоновані пріоритети розвитку інтелектуального капіталу підприємства в сучасних умовах передбачають покращення мотивування працівників до підвищення рівня інтелектуалізації праці, окреслення оптимальних напрямів функціонування міжсекторного партнерства у контексті розвитку соціального капіталу в українських реаліях; врахування векторів поширення офшорингу процесів знань в Україні та підприємницького конструктивізму для формування інноваційного капіталу вітчизняних підприємств

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Аквинский Ф. Сумма теологи / Фома Аквинский.– К.: Ника-Центр, 2005. – [Ч. 2–1. Вопросы 1–48]. / [пер. с лат. С. И. Еремеев, А. А. Юдин,]. – 2006. – 572 с.
2. Аквинский Ф. Сумма теологи / Фома Аквинский.– К.: Ника-Центр, 2011. – 576 с. – [Ч. 2–2. Вопросы 1–46] / [пер., ред. и прим. С. И. Еремеева]. – 2011. – 576 с.
3. Андриюшкіна М. І. Інтелектуальний капітал підприємства: питання обліку та оцінки / М. І. Андриюшкіна, Л. В. Семерунь / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=28180> (10.07.2013)
4. Аристотель Сочинения / Аристотель ; [у 4 т.] / [АН СССР. Институт философии]. – М.: Мысль, 1978. – Т. 2. – М.: Мысль, 1978.– 682 с.
5. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами / Майкл Армстронг; [пер. с англ. Н. В. Гринберг]. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 327 с. – (Серия «Менеджмент для лидера»).
6. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін / Юрій Миколайович Бажал; [навч. посіб. для вузів]; / Міжнародний фонд Відродження. – К.: Заповіт, 1996. – 240 [1] с. – (Трансформація гуманітарної освіти в Україні).
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Даниэль Белл; [пер. с англ., под ред. В. Л. Иноземцева]. – М.: Akademia, 1999. – 787 с.
8. Бём-Баверк О. Избранные труды о ценности, проценте и капитале / Ойген Бём-Баверк; [предисл. Й. А. Шумпетер; пер. с нем. Л. И. Форберта, А. Санина; пер. с англ. Н. В. Автономовой; пер. с лат. А. А. Россиуса]. – М. : Эксмо, 2009. – 912 с. – (Антология экономической мысли).
9. Бендиков М. А. Интеллектуальный капитал развивающейся фирмы: проблемы идентификации и измерения / Михаил Абрамович Бендиков, Катерина Викторовна Джамай // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. –

№ 1. – С. 31–38. – [Електронний ресурс]–Режимдоступу:

<http://www.cfin.ru/press/management/2001-4/01.shtm1> (08.12.2012).

10. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі / Марк Блауг; [переклад з англ. Іван Дзюб]. – К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2001. – 670 с.

11. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Энни Брукинг; [пер. с англ. Н. Мишанова, под. ред. Л. Н. Ковалик]. – СПб.: Питер, 2001. – 288 [1] с. – (Серия: Теория и практика менеджмента).

12. Букович У. Управление знаниями: руководство к действию / Уэнди Букович, Руфь Уильямс; [пер. с англ.; научный консультант серии С. А. Попов]. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 504 с. – XVI. – (Серия «Менеджмент для лидера»).

13. Бухаров А.В., Кирко В.И. Варианты оценки стоимости объектов интеллектуальной собственности // Инновации. – 2002. – № 7. – С. 73-75.

14. Бутнік-Сіверський О. Б. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект // Інтелектуальний капітал. – 2002. – № 1. – С. 16–27.

15. Веблен Т. Теория праздного класса / Торстен Верлен; [пер. с англ., вступ. ст. С. Г. Сорокиной]. – М.: Прогресс, 1984. – 367 с.

16. Вільямсом О. Економічні інститути капіталізму: фірми, маркетинг, укладання контрактів / Олівер Вільямсом; [наук. ред., укр. перекл. С. Бушуев]. – К.: АртЕк, 2001. – с. – (Розділ 3).

16. Вовканич С. Й. Людський та інтелектуальний капітали в економіці знань / Степан Йосипович Вовканич, Любов Казимирівна Семів // Вісник НАН України. – 2008. – № 3. – С.13–23.

17. Врублевський В. К. Інтелектуальний капітал і формування сучасної (модерної) української нації // Науковий вісник Академії муніципального управління. – 2005. – В. 1. – С. 48–55.

18. Гапоненко А. Л. Управление знаниями. Как превратить знания в

капитал / Александр Лукич Гапоненко, Тамара Михайловна Орлова. – М.: Эксмо, 2008. – 400 [1] с. – (Полный курс МВА).

19. Глухов В. В. Экономика знаний/ Владимир Викторович Глухов, Светлана Борисовна Коробко, Татьяна Владимировна Маринина. – СПб.: Питер, 2003. – 528 с. – (Серия «Учебное пособие»).

20. Голубкин В. Н. Интеллектуальный капитал в эпоху глобализации мировой экономики / В. Н. Голубкин, Л. П. Клева, Л. В. Патока. // Бизнес-образование. – 2005. – № 1 (18) . – С. 25–30.

21. Гончаров В. В. В поисках совершенства управления: руководство для высшего управленческого персонала / В.В. Гончаров. – в 2 томах. М.: МНИИПУ, 1997. – 736 с. – (Том 2).

22. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудова відносина: [підручник] / Олена Антонівна Грішнова. – К.: Знання, 2006. – 559 с.

23. Грішнова О. А. Людський розвиток / Олена Антонівна Грішнова: [навч. посібник]. – К.: КНЕУ, 2006.– 308 с.

24. Грішнова О. А. Соціальний капітал: сутність, значення, взаємозв'язок з іншими формами капіталу / Олена Антонівна Грішнова. // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 3. – С. 19–24.

25. Гэлбрейт Дж. К. Новое индустриальное общество. Избранное / Джон Кеннет Гэлбрейт. – М.: Эксмо, 2008.– 1200 [1] с. – (Антология экономической мысли).

26. Гэлбрейт Дж. К. Экономические теории и цели общества / [пер. с англ.; под ред. акад. Н. Н. Иноземцева и члена –корреспондента А.Г. Милейковского] / Джон Кеннет Гэлбрейт. – М.: Прогресс, 1979. – 406 с. –(Для научных библиотек).

27. Дахно І. І. Право інтелектуальної власності: [навчальний посібник]./ Іван Іванович Дахно – К.: Либідь, 2006. – 278 [2] с.

28. Дефіцит держбюджету виріс у 2012 році у 2,3 раза [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dt.ua/ECONOMICS/deficit-derzhbyudzhetu-viris-u-2012-roci-v-2-3-razi-do-53-mlrd-grn.html> (24.09.2013)

29. Дробчак С.З. Особливості управління капіталом підприємства у процесі інтеграції України в глобальну економіку знань // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 11. – С. 44-49.

30. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / [В. М. Геєць та ін.; за ред. акад. НАН України В.М. Геєця]. – К.: Інститут економ. прогнозування НАН України: Фенікс, 2003. – 1008 с.

31. Економічна енциклопедія; [у 3 т.] / [Редакційна рада: Гаврилишин Б. Д., Ющенко В. А., Гальчинський В. С.] – К.: Видавничий центр «Академія», Тернопіль: Академія народного господарства, 2000. – Т. 1. [Редакційна колегія тому: Гаврилишин Б. Д. і ін.; ред. Мочерний С. В.] – 2000. – 864 с.

32. Игнатова М. Г. Расчёт ключевых финансовых показателей эффективности бизнеса / М. Г. Игнатова, Е. А. Кузьмина, А. А. Сентюрова // Аудитор. – 2010. – № 9. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.1-fin.ru/?id=484> (08.07.2013 р.).

32. Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / Владислав Леонидович Иноземцев. – М.: «Academia»: Наука, 1998. – 640 с.

33. Іван Павло II Енцикліка *Centesimus annus* –сотий рік / Іван Павло II // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2000. – № 19. – (Глобалізація, європейський Союз та Україна) / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n19texts/encyklika.htm> (02.10.2012)

34. Ілляшенко С. М. Актуальні проблеми управління інтелектуальним капіталом підприємства / Сергій Миколайович Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 2. – С. 91–101. – (Розділ 2. Інноваційні процеси в економіці).

35. Ілляшенко С. М. Актуальні проблеми управління інтелектуальним капіталом підприємства / Степан Миколайович Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 2. – С. 92–102.

36. Ілляшенко С. М. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства / Степан Миколайович Ілляшенко // Економіка України. – 2008. – № 11. – С. 16–26.

37. Еленева Ю. Стоимостной подход как основа современного управления бизнесом // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – № 3. – С. 110-115.
38. Капіталізація підприємств та фінансових організацій: теорія і практика: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 27 травня 2011 р. / Інститут економіки промисловості НАН України; [редкол. І. П. Булеєв (відпов. ред.) та ін.] – Донецьк, 2011. – 239 с.
39. Каплан Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон; [пер. с англ. М. Павлова]– М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 320 с.
40. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей / Дейл Карнеги; [пер. с англ., общ. ред. и предисловие В. П. Зинченко и Ю. М. Жукова]. – М.: Прогресс, 1989. – 544 с.
41. Курило Л.І. Інтелектуальний капітал аграрної сфери у формуванні інноваційної моделі розвитку//Таврійський державний агротехнологічний університет.-2012.- С.234-244.
42. Кельчевская Н. Р. Сущность интеллектуального капитала / Наталия Кельчевская, Михаил Павлов // Труды Всероссийского симпозиума по экономической теории. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2003. – С. 203–205.
43. Кендрик Дж. Совокупный капитал США и его формирование / Джон Кендрик; [пер. с англ.; общая ред. и предисл. члена-корреспондента АН СССР А. И. Анчишкина]. – М.: Издательство «Прогресс», 1978. – 277 [2] с.
42. Кендюхов О. В. Інтелектуальний капітал підприємства: гносеологія економічної категорії / Олександр Володимирович Кендюхов // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2011. – № 2. – С. 12–16.
43. Кендюхов О. В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом: [монографія] / Олександр Володимирович Кендюхов. – Донецьк: НАН України; Інститут економіки промисловості; ДонУЕП, 2008. – 363 с.
44. Кендюхов О. В. Інтелектуальний капітал підприємства: гносеоло-

гія економічної категорії / Олександр Володимирович Кендюхов // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2011. – № 2. – С. 12–16.

45. Кендюхов О. В. Інтелектуальний капітал підприємства: методологія формування механізму управління / Олександр Володимирович Кендюхов; НАН України, Інститут економіки промисловості. – Донецьк: НАН України. Інститут економіки промисловості; ДонУЕП, 2006. – 308 с.

46. Кенэ Ф. Физиократы. Избранные экономические произведения / Франсуа Кэнэ, Анн Робер Жак Тюрго, П'єр Самюель Дюпон де Немур; [предисл. П. Н. Ключкин; пер. с франц., англ., нем.]. – М.: Эксмо, 2000. – 1200 [1] с. – (Антология экономической мысли).

47. Козырев А. Н. Экономика интеллектуального капитала: Научные доклады № 7 (R) – 2006. – СПб.: НИИ менеджмента СПбГУ, 2006. – 30 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gsom.spbu.ru/files/upload/niim/publishing/papers/Kozyrev.pdf> (15.07.2013)

48. Козырь Ю.В. Размышления о стоимостной оценке знаний. – <http://akadem.kiev.ua/index.php?mode=ona&SID=34590fe4104af29cad5c251288e43b7d>.

49. Колот А. М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань / Анатолій Михайлович Колот // Україна: аспекти праці – 2007. – № 4. – С. 4–9.

50. Корнєєва О. В. Використання характеристик інтелектуального капіталу і інтелектуального потенціалу в управлінні підприємством / О. В. Корнєєва // Наукові праці ДонНТУ. – Випуск 31-3. – (Серія економічна) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.donntu.edu.ua/> «Библиотека» / «Информационные ресурсы».

51. Коэффициент рентабельности инвестированного капитала (ROIC). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/encycl/return_on_invest_capital.shtml (08.07.2013 р.).

52. Крайнев П. П. Інтелектуальна економіка: управління промисловою власністю / Петро Павлович Крайнев / Академія правових наук України; НДІ інтелектуальної власності. – К.: Вид. дім «ІнЮрре», 2004. – 448 с.

53. Критский М. М. Человеческий капитал / Михаил Михайлович Критский. – Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1991. –120 с.
53. Лапко О. М. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання: [монографія] / Олена Миколаївна Лапко. – К.: ІЕП НАНУ, 1999. – 254 с.
54. Лев Б. Нематериальные активы: управление, измерение, отчетность / Барух Лев; [пер. Леонид Лопатников, Валерий Рутгайзер]. – М. : Квинта-Консалтинг, 2004. – 240 с.
55. Леонтьев Б. Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе: оценка, ориентиры, моделирование, защита прав / Борис Борисович Леонтьев. – М.: Издательский центр «Акционер», 2002. – 196 с.
56. Макаренко І. Інновація: порятунок чи «кризова пастка» / І. Макаренко // Вісник НАН України. – 1997. – №7–8. – С. 28–42.
57. Маркс К. Сочинения / Карл Маркс, Фридрих Энгельс. – М.: Госполитиздат, 1961. – Т. 25. – Ч.2. – М.: Госполитиздат, 1961. – 551 с.
58. Марцинкевич В. И. США: человеческий фактор и эффективность экономики. – М.: Наука, 1991. –240 с.
59. Маршалл А. Основы экономической науки / Альфред Маршалл: [предисл. Дж. М. Кейнса; пер. с англ. В. И. Бомкина, В. Т. Рысина, Р. И. Столпера]. – М.: ЭКСМО, 2008. – 832 с. – (Антология экономической мысли).
60. Маршалл А. Принципы экономической науки / в 3 т. / Альфред Маршалл; [пер. с англ.]. – М. : Издательская группа «Прогресс», 1993. – 960 [5] с. – (Экономическая мысль Запада; т. II).
61. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Фриц Махлуп; [пер. с англ. Ипполит Дюмулен, У. Козлов, М. Штернгарц]. – М.: Прогресс, 1966. – 464 с.
62. Мединский В. Г. Инновационное предпринимательство: [учебное пособие] / В. Г. Мединский, Л. Г. Шаршукова.. – М.: ИНФРА – М, 1997. – 240 с.
63. Медынский В. Г. Реинжиниринг инновационного предпринима-

тельства / В. Г. Медынский, С. В. Ильдеменов; [под ред проф. В. А. Ирикова]. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 414 с.

64. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів / [О.Б. Бутнік-Сіверський та ін.]; ред. О.Б. Бутнік-Сіверський; Державне патентне відомство України. – К.: Видавничий дім «Ін Юре», 2000. – 347 с.

65. Милль Дж. С. Основы политической экономии с некоторыми приложениями к социальной философии / Джон Стюарт Милль; [пер. с англ.; биограф. очерк М. И. Туган-Барановского]. – М.: Эксмо, 2007. – 1040 с. – (Антология экономической мысли).

66. Наукоёмкий сектор экономики России: состояние и особенности развития / Кирилл Андреевич Багриновский, Михаил Абрамович Бендиков, Игорь Эдуардович Фролов и др. – М.: ЦЭМИ РАН, 2001. – 120 с.

67. Новая индустриальная волна на Западе / сборник под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, – 1999. – 640с. [Эдвинсон Л. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании / Лейф Эдвинсон, Михаил Мэлоун]. – М.: Academia, 1999. – 450 с. – (Антология).

68. Новая постиндустриальная волна на Западе; [под ред В. Л. Иноземцева]. – М.: Academia. – 1999. – 640 с. / [Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Том Стюарт. – М.: Academia. – 1999. – С. 372–401. – (Антология).

69. Новий тлумачний словник української мови (у трьох томах) / [уклад. Василь Васильович Яремко, Оксана Миколаївна Сліпушко]. – Том 1. А-К. – К.: «АКОНІТ», 2006. – 928 [2] с.

70. Нонака И. Компания создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / Икуджиро Нонака, Хиротака Такеучи; [пер. с англ. А. Трактинский]. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2011. – 384 с.

71. Нордстрем К. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта / Кьел Нордстрем, Йонас Ріддерстрале; [пер. с англ. П. Павловский]. – СПб: Питер, 2011. – 296 с.

72. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування еко-

номіки / Даглас Норт; [пер. з англ. Іван Дзюб]. – К.: Основи, 2000. – 198 с.

73. Ожегов С. И. Словарь русского языка: 70000 слов /

74. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: підручник; [Климко Григорій Никифорович, Каніщенко Леонід Олексійович, Пригода Володимир Миколайович, Чухно Анатолій Андрійович та ін.]; Відп. ред. Г.Н. Климко. – 4-те вид. перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2002. – 615 с. – (Вища освіта ХХІ століття).

75. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности: / Анатолий Николаевич Козырев, Валерий Макаров. – М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. – 352 с.

76. Пасічний М. Д. Дефіцит Державного бюджету в умовах трансформаційної економіки України. // Наукові праці НДФІ. – 2009. – 1 (46). [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/npndfi/2009_1/Statti/Pasichny.pdf

(24.09.2013)

77. Панков В.А. Управление стоимостью наукоемкого машиностроительного предприятия: теория и практика. – К.: Наук. думка, 2003. – 424 с.

78. Петренко В. П. Управління процесами інтелектокористування в соціально-економічних системах: [монографія] / Віктор Павлович Петренко. – Івано-Франківськ: Нова Зоря, 2006. – 352 с.

79. Платон Діалоги / Платон: [пер. с древнегреческого сост., ред. и вступ. статьи А. Ф. Лосев]. – М.: Мысль, 1986. – 607 с. – (Философское наследие).

80. Платон Апология Сократа / Платон; [пер. с древнегреч. Михаил Сергеевич Соловйов и др.; общ. ред. А. Ф. Лосев]. – М.: Эксмо, 2009. – с. – (Античная, старинная литература, мифы, легенды).
http://bookz.ru/authors/platon/apologia_082.html (05.09.2013)

80. Попович М. В. Бути людиною / Мирослав Володимирович Попович. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 223 с.

81. Порівняльний розподіл доходів громадян між Україною, Росій-

ською Федерацією та Польською Республікою. – // Шустер LIVE, ТРК Україна, 22.10.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rutube.ru/tracks/3702124.html> (12.07. 2011).

82. Поручник А. М Венчурний капітал: зарубіжний досвід та проблеми становлення в Україні: [монографія] / А. М. Поручник, Л. Л. Антонюк – К.: КНЕУ, 2000. – 172 с.

83. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное / Давид Рикардо; [пер. с англ.; предисл. П. Н. Ключкина]. – М. : Эксмо, 2007. – 960 [5] с. – (Антология экономической мысли).

84. Романів Є. Загальна кількість безробітних українців – 8,3 мільйон осіб / Євгенія Романів. // Експрес Медіа. – 03.05.2011 р. : (17³⁰) [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.exspres.ua/main/201105/03/45402> (12.07. 2013).

85. Руденко М. Енергія прогресу / Микола Данилович Руденко. – К.: Молодь, 1998. – 527 с.

86. Ситуація з читанням в Україні наближається до катастрофи // Українська банерна мережа. – 2012. – 06 січня. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vsiknygy.net.ua/news/16113/> (21 лютого 2013 р.)

87. Сковорода Г. С. Дві курки / Григорій Савич Сковорода [пер. В. Шевчука] [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.skovoroda.info/stories.php?page=10 (15.06.2013).

88. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / Адам Смит ; [пер. с англ. , предисл. В. С. Афанасьева]. – М. : ЭКСМО, 2007.

–960 [2] с. – (Антология экономической мысли).

89. Сопко В. В. Бухгалтерський облік капіталу підприємства (власності, пасивів): [навч. посібник] / Валерія Василівна Сопко. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 312 с.

90. Социально-экономические проблемы информационного общества / [под ред. д.э.н., проф. Л. Г. Мельника] / [Геец В. М. Социально-экономические трансформации при переходе к экономике знаний. – С. 16–

33]. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2005. – 430 с

91. Социально-экономические проблемы информационного общества: [монография]; / под ред. д.э.н., проф. Л. Г. Мельника, к.э.н., доц. М. В. Брюханова. – Сумы: Университетская книга. – 2010. – Вып. 2. – 895 с.

92. Стежко Н. Роль соціального капіталу у забезпеченні економічного розвитку / Н. Стежко // Схід. – 2010. – № 1 (101). – 47–51.

93. Стоимость капитала WACC: примеры и формула расчёта. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/1/wacc/15-1-0-72 (08.07.2013 р.).

94. Стюарт Т. Богатство от ума / Томас Стюарт; [пер. с англ. В. А. Ноздриной]. – Минск : Парадокс, 1998. – 345 с. – (Деловой бестселлер).

95. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Томас А. Стюарт; [пер. с англ. В. А. Ноздриной]. – М.: Поколение, 2007. – 366 с.

96. Сучасний тлумачний словник української мови / [за ред. доктора філологічних наук, професора В. В. Дубічинського]. – 2-ге вид. – Х.: ВД «ШКОЛА», 2006. – 1008 с.

97. США планують розширити мережу швидкісного Інтернету [Електронний ресурс] // Голос Америки. – 2010. – Режим доступа: <http://www.voanews.com//com/ukrainian/2010-03-16-voa9.cfm?renderforprint=1/> (12.07. 2013).

98. Тюрго А. Р. Ж. Избранные экономические произведения / Анн Робер Жак Тюрбо: [пер с франц. Л. М. Бродской и А. Н. Миклашевского] – М.: Издательство социально-экономической литературы, 1961. – 198 [1] с.

99. Україна у вимірі економіки знань / [за ред. акад. НАН України В. М. Геець; Інститут економіки та прогнозування НАН України]. – К.: «Основа», 2006. – 588 с.

100. Українці втратили цікавість до читання книжок. Освітній портал «Педпреса». – 2012. – 30 березня. [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://pedpresa.com/blog/ukrajintsi-vtratyly-tsikavist-do-chytannya-knyzhok.html> (21 лютого 2013 р).

101. Уманців Г. Проблеми ідентифікації, оцінки та обліку інтелектуального капіталу підприємства / Г. Уманців // Інтелектуальна власність. – 2007. – № 3. – С. 29–33.

102. Управління розвитком інфраструктури транскордонних територій / [за ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АН Вищої школи України І. Р. Михасюка]. – Львів: НВФ «Українські технології», 2010. – 264 с.»

103. УСЕ: Універсальний словник-енциклопедія / [голова ред. ради Мирослав Володимирович Попович]. – К.: Ірина, 1999. – 1551 с.

104. Фитц-енц Дж. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала / Як Фитц-енц; [пер. с англ. М. С. Меншикова, Ю. П. Леонова; под ред. В. И. Ярных]. – М.: Вершина, 2006. – 319 с. – (Актуальность, Компетентность, Достоверность).

105. Фінансова криза 2007-2008 рр. займає четверте місце серед глобальних криз // РБК Україна, 14.12.2010, 08 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/finance/show/finansovyuy-krizis-2007-2008-gg-zanimaet-chetvertoe-mesto-sredi-14122010081500> (08.07.2013 р.).

106. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Франсис Фукуяма; [пер. с англ. Д. Павлова и др.]. – М.: АСТ; Ермак, 2006. – 730 с.

107. Фурье Ш. Избранные сочинения / Шарль Фур'є; / [Новый хозяйственный и социетарный мир. – Т. 3. – М., Л.: Изд-во АН СССР, 1954. — 600 с.; – Т. 4. – М., Л.: Изд-во АН СССР, 1954. – 587 с.

108. Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты: манифест современной институциональной экономической теории / Джеффри Ходжсон; [пер. с англ. М. Я. Каждан; науч. ред. пер. В. И. Маевский]. – М.: Академия народного хозяйства при Правительстве РФ: Дело, 2003. – 464 с. – (Серия «Современная институционально-экономическая теория»).

109. Холодная М. А. Психология интеллекта: парадоксы исследования / Марина Александрова Холодная. – Второе издание, перераб. и дополненное – СПб.: Питер, 2002. – 272 с. – (Серия «Мастера технологии»). [Електронний ресурс]. – Режим доступу

110. Чухно А. А. Интеллектуальный капитал: сущность, формы и закономерности развития / А. А. Чухно. // Экономика Украины. – 2002. – № 11. – С. 48–55.
111. Чухно А. А. Твори: у 3 т. / - К.: НАН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Науково-дослідний фінансовий інститут при Міністерстві фінансів України, 2006. - . – Т. 2 Інформаційна постіндустріальна економіка: теорія і практика. – 2006. – 512 с.
112. Чеботарьов В., Цибульов П. Про методику оцінки прав на об'єкт інтелектуальної власності, що не поставлені на бухгалтерський облік // Інтелектуальна власність. – 2002. – № 1. – С. 29-32.
113. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Йозеф Алоиза Шумпетер; [предисл. В.С. Автономова; пер. с нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко; пер. с англ. В.С. Автономова, Ю.В. Автономова, Л.А. Громовой, К.Б. Козловой, Е.И. Николаенко, И.М. Осадчей, И.С. Семененко, Э.Ю. Соловьева]. – М.: Эксмо, 2008. – 864 [1] с.
112. Эффективный экономический рост: теория и практика; [учеб. пос.] / Т.В. Чечелова, Г.Ю. Ивлева, В.А. Козлова и др. – М.: Экзамен, 2003. – 320 с.
113. A Brief History of The ICM Movement [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/icmmovement.htm> (20.07.2012).
114. Aaker D. A. Strategic Market Management / David A. Aaker. – New-York: John Wiley&Sons, Inc., 1992. – 394 [6] P. – (3 Edition).
115. Antczak Z. Kapitał intelektualny przedsiębiorstwa: wybrane zagadnienia praktyki i teorii zarządzanie funkcją personalną w świetle badań / Zbigniew Antczak. – Warszawa, Kluczbork: Drukarnia Antykwa, 2004. – 256 s.
116. Armstrong M. Personnel Management Practice / Michael Armstrong. – [6th edition]. – London: Kogan Page, 1996. – 959 p. – (A Handbook of).
117. Armstrong M. Zarządzanie zasobami ludzkimi / Michael Armstrong. – Kraków: Dom Wydawniczy ABC, 2000. – 784 s.

118. Armstrong M. Zarządzanie zasobami ludzkimi. Strategia i działanie / Michael Armstrong; [przełożyła Magdalena Loska]. – Kraków: Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, 1996. – 280 s.
119. Baruk J. Zarządzanie wiedzą i innowacjami / Jerzy Baruk. – Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2006. – 408 [1] s.
120. Becker G. S. Human Capital: a Theoretical and Empirical Analysis With Special Reference to Education / Gary S. Becker; [Third Edition]. – London, Chicago: The University of Chicago Press, 1993. – 390 p.– (Winner of the Nobel Prize in Economics).
121. Becker G. S. Investment in Human Capital: a Theoretical Analysis / Garry S. Becker // Journal of Political Economy. – 1962. – P. 9–49.
122. Best Global Brands 2011 / The Ranking of the Top 100 Brands [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.interbrand.com/de/best-global-brands/previous-years/best-global-brands-2011.aspx> (01.05.2013)
123. Best Global Brands 2012 / The Ranking of the Top 100 Brands [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.interbrand.com/de/best-global-brands/2012/Best-Global-Brands-2012-Brand-View.aspx#> (01.05.2013).
124. Björn A. Foreign Direct Investment in Industrial Research and Development: a Study of German MNCs / Ambos Björn // Research Policy. – 2005. – Vol. 34. – № 4. – P. 395–410.
125. Blaug M. Teoria ekonomii: ujęcie retrospektywne / Mark Blaug; [tłumacze Izabela Budzyńska, Hanna Figaszewska, Helena Hagemejem, Stanisław Kubiela, Adam Szeworski, Zofia Wiankowska-Ładyka]. – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2000. – 767 [1] s. – (5 wydanie).
126. Blaug M. G. Metodologia ekonomii / Mark G. Blaug; [przekł. z ang. Bogusław Czarny przy współ. Aliny Molisak]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1995. – 398 [2] s.
127. Bocheński J. M. Współczesne metody myślenia / Józef Maria Bocheński; [przeł. z niem. i oprac. Stanisław Judycki]. – Poznań: Wydawnictwo „W drodze”, 1992. – 158 [2] s.

128. Boni M. Polska 2030 – Trzecia fala nowoczesności / Michał Boni // Edukacja, nauka i rynek pracy: (Presa Rady Ministrów). – (28 marca 2011). [Електронний ресурс]– Режим доступу: http://pkppl Lewiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/_files/2011_04/Rynek_pracy_-_MB_-_AKtywizacja_Zawodowa.pdf (01.06.2013)
130. Bontis N. Assessing Knowledge Assets: a Review of the Models Used to Measure Intellectual Capital / Nick Bontis // International Journal of Management Reviews. – 2001. – Vol. 3. – № 1. – P. 41–60.
131. Bontis N. Intellectual Capital: an Exploratory Study that Develops Measures and Models / Nick Bontis // Management Decision. – 1998. – Vol. 36. – № 2. – P. 63–76.
132. Bratnicki M. Dylematy i pułapki współczesnego zarządzania / Mariusz Bratnicki; Polska Akademia Nauk Oddział w Katowicach. – Katowice: Wydawnictwo Gnome, 2001. – 214 s.
133. Bratnicki M. Kompetencje przedsiębiorstwa: od określenia kompetencji do zbudowania strategii / Mariusz Bratnicki. – Warszawa: Agencja Wydawnicza Placet, 2000. – 156 s. – (Między nadzieją i Strachem. Budowanie Mapy Kompetencji) – (Seria: Biblioteka biznesmena).
134. Bratnicki M. Transformacja przedsiębiorstwa / Mariusz Bratnicki. – Katowice: Wydaw. Uczelniane Akademii Ekonomicznej w Katowicach im. Karola Adamickiego, 1998. – 254 s.
135. Brennan N. Intellectual Capital: Current Issues and Policy Implications / Niamh Brennan, Brenda Connell // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1. – № 3. – P. 206–240.
136. Brilman J. Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania / Jean Brilman; [tł. z fr. Krystyna Bolesta-Kukułka]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2002. – 478 [2] s.
137. Brooking A. Corporate Memory: Strategies for Knowledge Management / Annie Brooking. – London; New-York: International Thomson Business Press. – 1999. – 182 p. – (Thomson Learning).

138. Brooking A. Intellectual Capital. Core Asset for the Third Millennium Enterprise / Annie Brooking. – London: International Thomson Business Press, 1997. – 204 [7] p.
139. Brooking A. The Management of Intellectual Capital / Annie Brooking // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. № 3. – P. 64–365
140. Bukowitz W. R. The Knowledge Management Fieldbook / Wendi R. Bukowitz, Ruth L. Williams. – London: Financial Time, Prentice Hall. – 2000.
– 384 p.
141. Business Finance, Stock Market, Quotes, News / [Електронний ресурс]: Balance Sheet – Режим доступу: <http://finanse.yahoo.com> (01.06.2013).
142. Cameron R. Historia gospodarcza świata. Od paleolitu do czasów najnowszych / R. Cameron; [z ang. przełożyli Hanna Lisicka-Michalska, Mirosław Kluźniak]. – Warszawa: Książka i Wiedza, 2004. – 488 s.
143. Chaffey D. Business Information Management / Dave Chaffey, Gareth White. – [2nd edition]. – London–New-York: Prentice Hall, 2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://catalogue.pearsoned.co.uk/assets/hip/gb/hip_gb_pearsonhighered/samplechapter/Chaffeych1.pdf (15.08.2012).
144. Chen J. Measuring Intellectual Capital a new Model and empirical study / Jin Chen, Zhaohui Zhu, Hong Yuan Xie // Journal of Intellectual Capital. – 2004. – Vol. 5. – № 1. – P. 195–212.
145. Chung K. H. A Simple Approximation of Tobin's-q / Keen H. Chung, Stephen W. Pruitt // Financial Management. – 1994. – Vol. 23. – № 4. – P. 70–74. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.acsu.buffalo.edu/~keechung/A%20Simple%20Approximation%20of%20Tobin%27s%20q.pdf>
146. Ciesielska D. Wpływ offshoringu na rozwój przedsiębiorstwa w świetle koncepcji zarządzania wartością firmy / Dorota Ciesielska [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.e-finanse.com/artykuly_eng/105.pdf (04.08.2011)

147. Claver-Cortés E. Intellectual and environmental capital / Enrigue Claver-Cortés, Maria Dolores López-Gamero, Jozef Francisco Molina-Azorín, P. D. Zaragoza-Sáez // *Journal of Intellectual Capital*. – 2007. – № 8. – P. 171–182.
148. CNN: Wartość rynkowa Apple przekroczyła poziom PKB Polski [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://myapple.pl/content/2852-cnn-wartosc-rynkowa-apple-przekroczylo-poziom-pkb-polski.html> (15.07.2013 p.)
149. *Creative Actions in Organizations: Ivory Tower Visions and Real World Voices* / [red. Cameron M. Ford, Denny Gioia]. – London: Sage Publications, 1995. – 424 p.
150. Czekaj J. Metodyczne aspekty analizy kapitału intelektualnego organizacji / Jan Czekaj, Marek Jabłoński // *Przegląd Organizacji*. – 2004. – № 10. – S. 11–14.
151. Czynniki ludzkie w procesie zarządzania innowacjami / [pod red. Alicji Sosnowskiej, aut. Joanna Górka et. al.]. – Warszawa: SGH, 2003. – 189 s.
152. Davenport T. *Human Capital: What It Is and Why People Invest It* / Tomas Davenport. – San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1999. – 251 [1] P.
153. Davenport T. *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know* / Tomash H. Davenport, Lawrence Prusak. – Boston: Harvard Business School Press, 2000. – 15p. (Reprint) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://wang.ist.psu.edu/course/05/IST597/papers/Davenport_know.pdf (15.02.2012).
154. Denison E. *The Sources of Economic Growth in the United States and the Alternatives before us* / Edward Fulton Denison. – New-York: Committee for Economic Development, 1962. – 297 p.
155. Dobija D. Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa / Dorota Dobija – Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, 2004. – 246 [1] s.

156. Domański S. R. Kapitał ludzki i wzrost gospodarczy / Stanisław Ryszard Domański. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1993. – 272 [3] s.

157. Drucker P. F. Praktyka zarządzanie / Peter Ferdi Drucker; [przekład Tomasz Basiak, Zygmund Broniarek, Janusz Gołębiowski]. – Warszawa: Wydawnictwo MT Biznes Sp. z o.o., 2011. – 590 s. – (Najsłynniejsza książka świata na temat zarządzania).

158. Drucker P. F. Praktyka zarządzanie / Peter Ferdi Drucker; [przetłumaczyli Tomasz Basiak, Zygmund Broniarek, Janusz Gołębiowski]. – Kraków: Akademia Ekonomiczna, 1994. – 431 s. – (Biblioteka Nowoczesności).

159. Druker P. F. Concept of the Corporation. With a new instruction by the autors / Peter F. Druker. – Transaction Publishers, – 329 p. – (Reprint Edition, January 1, 1993).

160. Druker P. F. Innowacja i przedsiębiorczość: praktyka i zasady / Peter F. Drucker; [przekł. z ang. Andrzej Ehrich]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1992. – 285 [1] s.

161. Druker P. F. Społeczeństwo pokapitalistyczne / Peter Feng Druker; [przekład Grażyna Kranas]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1999. – 180 s. – (Seria Przedsiębiorczość).

161. Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006-2009: [Електронний ресурс]: Informacje i opracowania statystyczne / Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Szczecinie / Magdalena Orczykowska, Joanna Piotrowska, Magdalena Wegner, Marta Zelińska. – Warszawa, 2010. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.stat.gov.pl/gus/ nauka_tech_nika_PLK_HTML.htm

163. Dzinkowski R. The Measurement and Management of Intellectual Capital / R. Dzinkowski [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ciberconta.unizar.es/ftp/pub/docs/IntellCapital_IFAC.pdf (лютий 2006)

164. Edvinsson L. Developing a Model for Managing Intellectual Capital / Leif Edvinsson, Patrick Sullivan // *European Management Journal*. – 1996. – Vol.14. – № 4. – P. 356 – 364.
165. Edvinsson L. Developing Intellectual Capital at Skandia / Leif Edvinsson // *Long Range Planning*. – 1997. – Vol. 30. – № 3. – P. 320–373.
166. Edvinsson L. Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower / Leif Edvinsson, Michael Malone. – New-York: Harper Business, 1997. – 225 p.
167. Edvinsson L. Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa odnajdując jego ukryte korzenie / Leif Edvinsson, Michael Malone; [Przekład Monika Marcinkowska] – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, –2001. – 150 s. – (Seria Przedsiębiorczość).
168. Edvinsson L. Some perspectives on intangibles and intellectual capital 2000 / Leif Edvinsson // *Journal of Intellectual Capital*. – 2000.– Vol. 1. – № 1. – P. 12–16.
169. Elliot S. American Productivity&Quality Center conference attendees discover the value and enablers of a successful KM program / Susan Elliot // *Knowledge Management in Practice*. – 1996. – № 5. – P. 1–8.
170. Evans Ch. Zarządzanie wiedzą / Christina Evans; [tł. z ang. Jarosław Sawicki]. – Warszawa: PWE, 2005. – 266 s. – (Tytuł oryginału: *Managing for Knowledge: HR's strategic role*).
171. Fazlagić A. Studium porównawcze wybranych metod pomiaru kapitału intelektualnego / Amir Fazlagić // *Organizacja i Kierowanie*. – 2004. – № 4. – S. 68–89.
172. Feiwel G. R. Intellectual Capital of Michael Kalecki: a Study In Economic Theory and Polisy / George R. Feiwel. – Knoxville: The University of Tennessee Press, 1997. – 583 P.
173. Fisher I. The Nature of Capital and Income / Irving Fisher. – New York: Augustus M. Kelly Publisher, 1906. – (Reprinted, 1965 / Reprints of Economics Classics).

174. Fitz-Enz J. Rentowność inwestycji w kapitał ludzki / Jac Fitz-Enz; [przełożył Grzegorz Łuczkiwicz]. – Kraków: Dom Wydawniczy ABC, 2001. – 287 s. – (Oficyna Ekonomiczna).

175. Florczak W. Mikro- i makroekonomiczne korzyści związane z kapitałem ludzkim / W. Florczak // *Ekonomista*. – 2007. – № 5. S. 651 – 673.

176. Fukuyama F. Wielki Wstrząs: natura ludzka a odbudowa porządku społecznego / Francis Fukuyama; [z ang. przeł. Hanna Komorowska i Krzysztof Dorosz]. – Warszawa: Bertelsmann Media, 2000. – 320 s.

177. Gableta M. Człowiek i praca w zmieniającym się przedsiębiorstwie / Małgorzata Gablota. – Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, 2003. – 229 s.

178. Gereffi G. The Offshore Services Value Chain: Developing Countries and Crisis / Gary Gereffi, Karina Fernandez-Stark. // *World Bank Policy Research Working Paper* – 2010. – nr. 5262. – 31 p. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://elibrary.worldbank.org/doi/pdf/10.1596/1813-9450-5262> (14.07.2013)

179. Grossman M. On the Concept of Health Capital and Demand for Health / Michael Grossman // *The Journal of Political Economy*. – 1972. – Vol. 80. – № 2. S. 223–255 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://porter.ssc.upenn.edu/~hfang/teaching/socialinsurance/readings/Grossman72%283.1%29.pdf> (26.07. 2012)

180. Gu F. Intangible Assets: Measurement, Drivers, Usefulness / Feng Gu, Baruch Lev. – Boston: Published by Boston University School of Management Accounting, 2003. – 52 p. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://smgapps.bu.edu/smgnet/Personal/Faculty/Publication/pubUploads/Gu,_Feng_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,_Feng_05.pdf

181. Hall R. A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage / Richard Hall // *Strategic Management Journal*, 1993. – Vol. 14. – P. 608–618.

182. Hall R. The Strategies Analysis of Intangible Resources / Richard Hall // *Strategic Management Journal*. – 1992. – Vol. 13. – № 2. – P. 135–144.
183. Hiroyuki I. Mobilizing Invisible Assets / Hiroyuki Itami, Thomas W. Roehl. – Cambridge, Massachusetts, London: Harvard University Press. – 1987. – 201 p. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://203.128.31.71/articles/067457771X%20Mobilizing%20Invisible%20Assets1.pdf> (05.08.2012)
184. Housel T. Knowledge Valuation Analysis. Applications for Organizational Intellectual Capital / Thomas J. Housel, Sarah K. Nelson // *Journal of Intellectual Capital*. – 2005. – Vol. 6. – № 4. – P. 544–557.
185. Hudson W. J. Intellectual Capital: how to build it, enhance it, use it / William J. Hudson. – Toronto: John Wiley&Sons Ins., 1993. – 256 p.
186. Hull C. H. Petti's Place in the History of Economics Theory / Charles H. Hull // *The Quarterly Journal of Economics*. – 1900. – Vol. 14. – № 3. – P. 307–340.
187. Innovation Union Competitiveness Report-2011 edition 2011, – Luxembourg. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.google.pl/webhp?hl=pl&tab=Tw#hl=pl&q=innovation+union+competitiveness+report+2011+edition> (10.07.2013).
188. Instrumentarium zarządzania zasobami ludzkimi / [Praca zbiorowa pod red. Kazimierza Makowskiego]. – Warszawa: SGH, 2002. – 545 s.
189. Jabłoński M. Zarządzanie wartością przedsiębiorstw o orientacji jakościowej a kapitał intelektualny / Marek Jabłoński. – Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza Humanista, 2009. – 243 s.
190. Jarugowa A. Rachunkowość i zarządzanie kapitałem intelektualnym. Konceptje i praktyka / Alicja Jarugowa., Justyna Fijałkowska. – Gdańsk: Wydawnictwo «Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr», 2002. – 163 s.
191. Jashapara A. Zarządzanie wiedza: zintegrowane podejście / Ashok Jashapara; [tłumaczenie Jarosław Sawicki]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo

Ekonomiczne, 2006. – 396 s. – (Tytuł oryginału: Knowledge Management: an integrated approach).

192. Kapitał intelektualny. Akademia Balanced Scorecard [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bsc.edu.pl/> (20.07.2012).

193. Kaplan R. Strategiczna karta wyników. Balanced Scorecard / Robert S. Kaplan, David P. Norton; [tłumaczenie mgr. Regina Jańska]. – Warszawa: CJM, 2001. – 369 s. – (Praktyka).

194. Kaplan R. S. Strategiczna karta wyników. Jak przełożyć strategię na działanie / Robert S. Kaplan, David P. Norton; [opracowanie wersji polskiej Krzysztof Pniewski, Alicja Jaruga, Mariusz Polakowski]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006. – 273 s. – (Wydanie drugie).

195. Kaplan R. S. The Balanced Scorecard – Measures then drive Performance / Robert S. Kaplan, David P. Norton // Harvard Business Review. – 1992. – Vol. 70. – № 1. January February. – P. 71–79. (Reprint 92105) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.marketmatch.com/.../Balanced%20Scorecard

196. Kasiewicz S. Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy / Stanisław Kasiewicz, Waldemar Rogowski, Monika Kisińska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2006. – 287 s.

197. Kay J. Podstawy sukcesy firmy / John Kay; [przekład Andrzej Ehrlich]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo ekonomiczne, 1996. – 526 s.

198. Kendrick J. W. The Treatment of Intangible Resources as Capital / John W. Kendrick // The Review of Income and Wealth. – 1972. – № 18. – P. 109–125.

199. Knowledge Economy Index (KEI) 2012 Rankings [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.worldbank.org/kam (12.07. 2013).

200. Kopaliński W. Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem / Władysław Kopaliński. – [wyd. 22] – Warszawa: Wiedza Powszechna, 1994. – 699 s. – (Almanach wyd.1).

201. Kozińska B. Kapitał intelektualny jako zasób majątkowy / Beata Kozińska, Adrianna Żabińska [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.instytut.info/Vkonf/site/15.pdf> (17.07.2012r.)
202. Leśniewski M. A. Kapitał intelektualny w rozwoju organizacji. Wybrane aspekty teoretycznej analizy problemu / Michał Adam Leśniewski / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://miscellanea.ujk.edu.pl/data/Oferta/Pliki/236_1_le_niewski.pdf (25.07.2012)
203. Lev B. Intangibles: Management, Measurement, and Reporting / Baruch Lev. – Washington: Brooking Institution Press, 2001. – 228 p.
204. Levy-Leboyer Cl. Kierowanie kompetencjami: bilans doświadczeń zawodowych / Claude Levy-Leboyer; [przekł. z fran. Marian Egeman]. – Warszawa: Poltext, 1997. – 131 s.
205. Lim L. L. K. Intellectual Capital: Management Attitudes in Service Industries / Lyn L. K. Lim, Peter Dallimore // Journal of Intellectual Capital. – 2004. – Vol. 5. № 1. – P. 187–190.
206. Litschka M. Measuring and analysing intellectual assets: an integrative approach / Michael Litschka, Andreas Markom, Susanna Schunder // Journal of Intellectual Capital. – 2006. – Vol. 7. – № 2. – P. 160–173.
207. Louart P. Kierowanie personelem w przedsiębiorstwie / Pierre Louart; [przekł. z ang. Marian Egeman]. – Warszawa: Poltext, 1995. – 329 [1] s. – (Aby skutecznie kierować pracownikami należy najpierw nauczyć się kierować sobą).
208. Lovelace R. F. Stimulating creativity through managerial intervention / R.F. Lovelace // R&D Management. – 1986. – P 161–174.
209. Løwendahl B. Strategic Management of Professional Service Firm / Bente R. Løwendahl. – [3rd edition]. – Copenhagen: Business School Press, 2005. – 219 p.
210. Luthy D. H. Intellectual Capital and Its Measurement / David H. Luthy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.google.pl/#sclient=psy->

ab&q=Luthy+D+H+Intellectual+capit&oq=Luthy+D+H+Intellectual+capit&gs_l=hp.3..33i21.1944.36528.0.38002.38.35.3.0.0.1.1451.8273.2j19j11j1j0j1j0j1.35.0....0...1c.1.19.psy-

ab.nzUCMhSkNCQ&pbx=1&bav=on.2,or.r_qf.&bvm=bv.48705608,d.bGE&fp=2_7fe36c7a29356f&biw=1254&bih=854 (08.07.2013 p.)

211. M'Pherson Ph. Accounting, empirical management and intellectual capital / Philip M'Pherson, Stephen Pike // Journal of Intellectual Capital. – 2001.– Vol. 2. – № 3. – P. 246–260.

212. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2000. pdf [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2000. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive

213. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2001. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2001. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive

214. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2002. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2002.[Електронний ресурс] –Режим доступу: http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive

215. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2003. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2003. – [Електронний ресурс] – Режим доступу:

http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive

216. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2004. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2004. – [Електронний ре-

сурс]

Режим доступа:

http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive

217. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2005. pdf. [Электронный ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2005. – [Электронный ресурс] Режим доступа:

http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive

218. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2006. pdf. [Электронный ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2006. – [Электронный ресурс] Режим доступа:

http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive

219. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2007. pdf. [Электронный ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2007. – [Электронный ресурс] Режим доступа:

http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive

220. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2008. pdf. [Электронный ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2008. – [Электронный ресурс] Режим доступа:

http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive

221. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2009. pdf. [Электронный ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2009. – [Электронный ресурс] Режим доступа:

http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive

222. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2010. pdf. [Электронный ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2010. – [Электронный ре-

курс] Режим доступу:

http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive

223. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2011. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska.

– Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2011. – [Електронний

ресурс] Режим доступу:

http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive

224. Marcinkowska M. Kształtowanie wartości firmy / Monika Marcinkowska. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – 210 [2] s. – (Seria Przedsiębiorczość).

225. Marshall A. Principles of Economics/ Alfred Marshall. [Reprinted 8-Edotion 1920. – London: Macmillan&COLTD, – 1964. – 731 [5] P. – (Eighth Edition).

226. Marshall A. Zasady ekonomiki: w 2 t. / Alfred Marshall; [przeł. Czesław Znamierowski]. – Tom 2. – Warszawa: Wydawnictwo M. Arcta, 1928. – 383 s. – (z oryg. ang. Principles of Economics) (XII).

227. McElroy M. W. Social innovation capital / Mark W. McElroy // Journal of Intellectual Capital. – 2002.– Vol. 30. – № 1. – P. 30–39 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm/journals.htm?issn=1469-1930&volume=3&issue=1&articleid=883948&show=pdf> (15.07.2013).

228. Measuring and Reporting Intellectual Capital: (International Symposium). – Amsterdam. – 1999. – 9–11 June [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.oecd.org/industry/industryandglobalisation/measuringandreportingintellectualcapitalamsterdam9-11june1999.htm> (17.12.2012)

229. Mill J. S. Zasady ekonomii politycznej i niektóre jej zastosowania do filozofii społecznej: w 2 t. / John Stuart Mill; [wstępem opatrzył Zdzisław Sadowski; przeł. z ang. Edward Taylor]. – Tom 1. – Warszawa: Państwowe Wydawnic-

two Naukowe, 1965. – 672 s. – (Seria Biblioteka Dzieł Ekonomii Politycznej. Szkoła klasyczna) (XXVII).

230. Mill J. S. Zasady ekonomii politycznej: w 2 t. / John Stuart Mill; [przeł. z ang. Edward Taylor; wstępem opatrzył Zdzisław Sadowski]. – Tom 1. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1956. – 676 s. (Seria Dzieł Ekonomii Politycznej. Szkoła Klasyczna) (XIV).

231. Mincer J. Human Capital Responses to Technological Change in the Labour Market / Jacob Mincer // Working Paper. – 1989. – № 3207. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNABD357.pdf (12.08.2012)

232. Mincer J. Investment in Human Capital and Personnel Income / Jacob A. Mincer // Journal of Political. – 1958. – Vol. 66. – № 4. – P. 281–302.

233. Mroziewski M. Kapitał intelektualny współczesnego przedsiębiorstwa. Koncepcje, metody wartościowania i warunki jego rozwoju / Marian Mroziewski. – Warszawa: Difin, 2008. – 142 [1]s.

234. Mun T. Bogactwo Anglii w handlu zagranicznym / T. Mun [w:] Merkantyizm i początki szkoły klasycznej: wybór pism ekonomicznych XVI i XVII wieku; [koncepcje wyboru przygotował i wstępem opatrzył Edward Lipiński; przekł. z łac. Czesław Znamierowski]. – Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1958. – 802 [2] s. – (Seria Merkantyizm) (XXII).

235. Myśli przewodnie Druckera / Peter Druker; [przeł. z ang. Anita Doro]. – Warszawa: MT Biznes, 2002. – 509 s.

236. Nahapiet J. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage / Janine Nahapiet, Sumantra Ghoshal // Academy of Management Review. – 1998. – Vol. 23. – № 2. – P. 242–266.

237. Najdroższe marki świata [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.forbes.pl/najdrozsze-marki-swiata-top-10-najcenniejszych-marki-swiata,galeria,155662,1,1.html> (15.07.2013 p.).

238. Najdroższe marki świata 2012 [Elektronnyj resurs]. – Reżim dostępu: <http://www.komputerswiat.pl/nowosci/wydarzenia/2012/20/najdrozsze-marki-swiata-2012---apple-znowu-na-szczycie.aspx> (08.07.2013 p.).
239. Najdroższe marki świata 2013 [Elektronnyj resurs]. – Reżim dostępu: <http://www.komputerswiat.pl/nowosci/wydarzenia/2013/21/najdrozsze-marki-swiata-2013-zmiany-w-czolowce-kto-liderem.aspx> (08.07.2013 p.).
240. Największe firmy świata 2012: Global 2000 [Elektronnyj resurs]. – Reżim dostępu: <http://www.forbes.pl/rankingi/najwieksze-firmy-swiata-2012,26185,1> (15.07.2013 p.)
241. Nelson R. R. Investment in Human. Technological Diffusion and Economics Growth / Richard R. Nelson, Edmund S. Phelps // The American Economic Review. – 1966. – No 1/2. – Vol. 56. – P. 69–75.
242. Nonaka I. Kreowanie wiedzy w organizacji: jak spółki japońskie dynamizują procesy innowacyjne / Ikujiro Nonaka, Hirotaka Takeuchi . – Warszawa: Poltext, 2000. – 303 s. – (Seria „Euromanagement”).
243. Nonaka I. The Knowledge Creating Company / Ikujiro Nonaka, Hirotaka Takeuchi. – New York: Oxford University Press, 1995. – 299[5] p. – (How Japanese Companies Create the Dynamic of Innovation).
244. Norton D. P. Mapy strategiczne w biznesie. Jak przełożyć wartości na mierzalne wyniki / David P. Norton, Robert S. Kaplan; [przekład Anna Górka]. – Gdańsk, 2011. – 493 [1] s. – (Strategy Maps).
245. Nowa Encyklopedia Powszechna PWN / [red. prowadzący Dariusz Kulisiewicz. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1997. – T. 6. S-Z. – 1100 [4] s.
246. Offshoring and employment. Trends and impacts. – OECD, 2007 – 207 p. [Elektronnyj resurs] – Reżim dostępu: <http://www.oecd.org/industry/ind/38819650.pdf> (22.08.2013)
247. Paliszkievicz J. O. Rozwój organizacji poprzez zarządzanie kapitałem intelektualnym / Joanna Olga Paliszkievicz. – Ostrołęka: Wydawnictwo profesjonalne ALPHApr, 2005. – 156 [1] s.

248. Panasiewicz L. Kontrowersje w sprawie zarządzania wiedzą / Leszek Panasiewicz // *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*. – 2004. – № 7. – S. 42–49.
249. Pens J. Strategie zarządzania: strategie dziedzinowe i ich realizacja zintegrowane zarządzanie strategiczne / Jozef Pens. – Warszawa: PLACET, 1995. – 253 s. – (Biblioteka biznesmena).
250. Pens J. Zarządzanie w warunkach globalizacji / Jozef Pens. – Warszawa: Difin, 2003. – 248 s.
251. Perechuda K. Metody zarządzania przedsiębiorstwem / Kazimierz Perechuda. – Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, 1998. – 107 [1] s.
252. Petrash G. Dow's Journey to a Knowledge Value Management Culture / Gordon Petrash // *European Management Journal*. – 1997. – Vol. 14. – № 4. – P. 365 – 373.
253. Petti W. Traktat o podatkach i daninach oraz autonomia polityczna Irlandii / W. Petti [w:] *Merkantylizm i początki szkoły klasycznej: wybór pism ekonomicznych XVI i XVII wieku; [konceptje wyboru przygotował i wstępem opatrzył Edward Lipiński; przekł. z łac. Czesław Znamierowski]*. – Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1958. – 802 [2] s. – (Seria Merkantylizm) (XXII).
254. Petty R. Intellectual Capital Literature Review. Measurement, reporting and management / Richard Petty, James Guthrie. // *Journal of Intellectual Capital*. – 2000. – Vol. 1. – № 2. – P. 155–176.
255. Piasny B. Zarządzanie wiedzą w organizacjach gospodarczych / Beata Piasny // *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa*. – 2001. – № 10. – S. 11–21.
256. Pieruszka-Ortyl A. Kapitał intelektualny wyznacznikiem poziomu zasobów niematerialnych przedsiębiorstwa. / A. Pieruszka-Ortyl; – s. 79 – 92. [w:] *Przedsiębiorstwa jako świątynie wiedzy; [Praca zbiorowa pod red. W. Cieślińskiego]*. – T. 2. – Wałbrzych: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsię-

biorczości, 2002. – 195 s. – (Prace naukowe Wałbrzyskie Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości).

257. Pike S. Intellectual Capital Measurement and Holisting Value Approach (HVA) / Stephen Pike S., Göran Roos. – Works Institute Journal (Japan). – 2000. – Vol. 42.

258. Pocztkowski A. Zarządzanie zasobami ludzkimi. Strategie – procesy – metody / Aleksy Pocztkowski. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2003. – 480 s.

259. Pogorzelski W. Pitagorejskie życie badaczy systemowych: operacyjny wyraz filozofii nowej ery / Witold Pogorzelski. – Warszawa: Scholar, 2004. – 310 s.

260. Polanyi M. The Logic of Tacit Inference. Philosophy / Michael Polanyi. – 1966. – 41 (1): S. 1–18.

261. Pomiar kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa / [pod redakcją naukową Piotra Wachowiaka]. – Warszawa: Szkoła Główna Handlowa, 2005. – 167 s.

262. Probst G. Zarządzanie wiedzą w organizacji / Gilbert Probst, Steffen Raub, Kai Romhardt; przeł. Kaja Wacowska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2004. – 352 s.

263. Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny / [Praca zbiorowa pod red. Mariusza Bratnickiego, Janusza Stryżyny; współ. aut. Kamiły Butrym, et. al.]. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2001. – 205 s. – (Seria: Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamickiego w Katowicach).

264. Przedsiębiorstwo przyszłości: fikcja i rzeczywistość / [Zbigniew Kierkowski. Usługi centrów informacyjnych w zarządzaniu wiedzą przedmiotową organizacji wirtualnej. – 2004. – S. 99–115] : Praca zbiorowa za red. Ireny Krystyny Hejduk. – Warszawa: Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemysle „ORGMASZ”. – 2004. – 331 s.

265. Pulić A. VAICTM – an Accounting Tool for IC Management / Ante Pulić // International Journal of Technology Management. – 2000. – Vol. 20. – № 5–8. – P. 702–714.
266. Puntillo P. A. Critical Review of the Relationship Between Human Capital Management and Corporate Performance / Pina Puntillo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://virtusinterpress.org/IMG/pdf/Volume_9_is_3_Spring_2012_Continued_4pdf (25.07.2012)
267. Pysz P. Społeczna gospodarka rynkowa: ordoliberalna koncepcja polityki gospodarczej / Piotr Pysz. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008. – 202 [1] s. – (Współczesna ekonomia).
268. Rae J. The Sociological Theory of Capital: Being a Complete of the New Principles of political economy / John Rae. – Macmillan, London, 1834. – 485 p.
269. Rodov I. FiMIAM: Financial Method of Intellectual Assets Measurement / Irena Rodov, Philippe Leliaert // Journal of Intellectual Capital. – 2002. – Vol. 3. – № 3. – P. 323–336.
270. Roos G. Managing Intellectual Capital in practice / Göran Roos, Stephen Pike, Lisa Fernström. – Amsterdam [ets.]: Elsevier, 2005. – 384 P.
271. Roos G. Measuring Your Company's Intellectual Performance / Göran Roos, Johan Roos // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. – № 3. – P. 413–426
272. Roos J. G. Intellectual Capital: navigating the New Business Landscape / Johan Roos, Göran Rooss, Leif Edvinsson and Nikola Dragonetti. – Hampshire: Macmillan Press, 1997. – 143 p.
273. Russell B. Human Knowledge – Its Scope and limits / Bertrand Bendle Russell. – London: George Allen and Unwin Ltd., 1948. – 538 p.
274. Saint-Onge H. 'Tacit knowledge: the key to the strategic alignment of intellectual capital? / Hubert Saint-Onge // Strategy and Leadership. – 1996. – Vol. 24. – № 2. – P. 10–16.

275. Samuelson W. F. *Ekonomia menedżerska* / William Samuelson, Stephen G. Marks; [red. nauk. przekł. Ryszard Rapacki, tl. Bogusław Czarny]. – Warszawa: PWE, 1998. – 870 s.

276. Say J. B. *Traktat o ekonomii politycznej czyli prosty wykład sposobu, w jakie się tworzą, rozdzielają i spożywają bogactwa* / Jean-Baptiste Say; [przeł. z fr. Witold Giełżyński, Stefan Czernecki]; Polska Akademia nauk, Zakład nauk Ekonomicznych. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1960. – 906 [2] s. – (Seria Biblioteka Dzieł Ekonomii Politycznej) (XIV).

277. Schultz T. W. *In Menschen Investieren: die Ökonomik der Bevölkerungsqualität* / von Theodore W. Schultz; [übersetzt von Arnulf Kraus]. – Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebek), 1986.– 195 P.

278. Schultz T. W. *Investing in People: The Economics of Population Quality* / Theodore William Schultz. – Berkeley&Los Angeles, London, University of California Press, 1981. – 173 p.

279. Schultz T. W. *Investment in Human Capital: The Role of Education and of Research* / Theodore William Schultz. – New-York, London: The Free Press, 1971. – 272 p.

280. Schultz T. W. *Investment in People. The Economics of population Quality* / Theodore William Shultz. – Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 1980. – 173 p.

281. Senge P. M. *Piąta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się* / Peter M. Senge; [przełożyła Helena Korolewska-Mróż]. – Warszawa: Dom Wydawniczy ABC, 1998. – 389 s.

282. Senge P. M. *Piąta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się* / Peter M. Senge. – [Wydanie IV porzeżone] ; [przełożył Michał Lipa]. – Warszawa: Oficyna a wolters kluwer business, 2012. – 456 s. – (Światowy Bestseller).

283. Senge P. M. *Piąta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się* / Peter M. Senge; [przeł. Michael Lipa]. – Warszawa: Oficyna a Wolters Kluner business, 2012. – 456 s. – (Wydanie 6).

284. Serenko A. Meta-Review of Knowledge Management and Intellectual Capital Literature: Citation Impact and Research Productivity Rankings / Alexander Serenko and Nick Bontis // John Wiley&Sons, Ltd. – 2004 – Vol. 11. – № 3. – P. 85 –198 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://go.webassistant.com/wa/upload/users/u1000057/kpmserenkobontis.pdf> (15.07.2013).
285. Skrzypek E. Zarządzanie wiedzą i kapitałem intelektualnym w warunkach globalizacji / Elżbieta Skrzypek [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.instytut.info/images/stones/ksiazki_polecana/17_ksztalcenieustawiczne/07-Skrzypek.pdf (30.12.2008).
286. Smith A. Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów: w 2 t. / Adam Smitt; [przekł. ang. G Wolf i in.; przedmowę napisał Seweryn Żurawicki] . – Tom 1. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1954. – 541 [2] s. (Seria Dzieł Ekonomii Politycznej) (L).
287. Smith A. Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów / Adam Smitt; [przekł. ang. A. Prejbisz i in.]. – Tom 2. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1954. – 810 [2] s. (Seria Dzieł Ekonomii Politycznej) (L).
288. Smith A. An Inquiry into the Nature and Consensus of Wealth of Nations / Adam Smith; [Edited and with an Instruction, Notes, Marginal Summary and index by Edwin Cannan; With the new Preface by George J. Stigler]. – Chicago: The University of Chicago Press, 1976. – 568 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.amazon.com/Inquiry-Nature-Causes-Wealth-Nations/dp/0226763749#reader_0226763749 (06.09.2013)
289. Sokołowska A. Zarządzanie kapitałem intelektualnym w małym przedsiębiorstwie / A. Sokołowska. – Warszawa: PTE, 2005. – 154 [1] s. – (Nowe trendy w naukach ekonomicznych).
290. Sopińska A. Jak mierzyć kapitał intelektualny w przedsiębiorstwie / Agnieszka Sopińska, Piotr Wachowiak [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

291. Stankiewicz W. Historia myśli ekonomicznej / Waław Stankiewicz. – [wydanie II] . – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2000. – 659 s.

292. Stankiewicz W. Historia myśli ekonomicznej / Waław Stankiewicz. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1987. – 715 [1] s. – (Wydanie 2 rozsz.)

293. Steward T. A. Brainpower. How Intellectual Capital is becoming America's Most Valuable Asset / Tom Steward // Fortune. – 1991. – 3rd of June. – P. 44 – 60.

294. Steward T. A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations / Tomas A. Steward. – New-York: Doudleday&Currency, 1997. – 278 [2] p.

295. Stoner J. A. F. Kierowanie / James A. F. Stoner, R. Edward Freeman, Daniel R. Gilbert; [przekł. z ang. Andrzej Ehrich]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. – 656 s. – (Wydanie 2 zm.) (Tytuł oryginału „Managament”).

296. Strategia Lizbońska a zarządzanie wartością / [Andrzej Drwiłło, Małgorzata Wróblewska, Dorota Czykier-Wierzba i in.]; red. Leszek Pawłowicz. – Warszawa: CeDeWu, 2006. – 529 [1]s.

297. Study on the Measurement of Intangible Assets and Associated Reporting Practices / [coordinator of the study Stefano Zambon]. – Ferrara: University of Ferrara, (April) 2003. – (Prepared for the Commission of the European Communities) [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.google.co.uk/#hl=ru&tbo=d&sclient=psy-ab&q=study+on+the+measurement+of+intangible+assets+and+associated+reporting+practices&oq=study+on+the+measurement+of+intangible+assets+and+&gs_l=hp.1.0.0i3012.9037.9960.1.15483.5.2.0.3.3.0.131.262.0j2.2.0...0.0...1c.1.2.hp.UnrhxeqWaYo&pbx=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.&bvm=bv.41867550,d.d2k&fp=60f9dd90c3d3fd8e&biw=1280&bih=862 (січень 2013)

298. Sullivan P. H. Valuing Intangibles Companies. An Intellectual Capital Approach / P. H. Sullivan, Jr., P. H. Sullivan, Sr. // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 4. – № 1. – P. 195–212.

299. Sveiby K. E. The Balanced Score (BSC) and the Intangible Assets Monitor – a Comparison / Karl-Erik Sveiby [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sveiby.com/articles/BSCandIAM.html> (лютий 2013)
300. Sveiby K. E. The New Organizational Wealth / Karl-Erik Sveiby. – San Francisco, 1997. – 220 [8] p. – (Managing & Measuring Knowledge-Based Assets).
301. Sveiby K.-E. Methods for Measuring Intangibles Assets / Karl –Erik Sveiby [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sveiby.com/articles/IntangileMetods.htm> (травень 2012)
302. Sveiby K. E. Intangible Assets Monitor / Karl-Erik Sveiby [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sveiby.com/articles/Company_Monitor.html (лютий 2006)
303. Sveiby K. E. The Invisible Balance Sheet: key indicators for accounting, control and valuation of know-how companies / Karl-Erik Sveiby [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sveiby.com/TheLibrary/IntangibleAssets/tabid/81/Default.aspx.-2005>
304. Sztompka P. Socjologia. Analiza Społeczeństwa / Piotr Sztompka. – Kraków: Wydawnictwo Znak, 2004. – 653 s.
305. Tan H. Intellectual Capital and Financial Returns of Companies / Hong Pew Tan, David Plowman, Phil Hancock // Journal of Intellectual Capital. – 2007. – Vol. 8. – № 1. – P. 76–95.
306. Taubman P. The Relative Influence of Inheritable and Environmental Factors and the Importance of Intelligence in Earnings Functions / Paul Taubman // proceedings of a conference “Personal income distribution”, April 18–23, 1997 in the Netherlands; held by the International Economic Association [Introduction Wilhelm Krelle] – Amsterdam: In Personal Income Distribution, 1978. – 381–395 p.
307. Teece D. J. Managing Intellectual Capital: organizational, strategic and Policy Dimensions / David J. Teece. – Oxford: Oxford University Press, 2000.

308. The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge / [ed. by Chun Wei Choo, Nick Bontis] / [Nick Bontis Managing Organizational Knowledge by Diagnosing Intellectual Capital: Framing and Advancing the State of the Field. – 2002. – P. 621– 642. – [7 Section]. – Oxford: Univ. Press, 2002. – 748 p.

309. Thirery D. Zatrudnienie i kompetencje w przedsiębiorstwie w procesach zmian / Dominique Thierry, Christian Sauret z udziałem Nicole Monod; [przekł. z fr. Hanna Bełżecka, Marian Egeman]. – Warszawa: Poltext, 1994. – 238 [2] s. – (Seria: Finanse, Zarządzanie, Rozwój).

310. Thünen J. H. Der isolierte Staat/ Johann Heinrich Thünen. – Paderborn: Histor Wirtschaftsarchiv, 2011. – 696 p. – (Reprint des originale aus dem jahr 1921).

311. Tobin J. A General Eguilibrium Approach to Monatary Theory / James Tobin // Journal of Money, Credit and Banking. – 1969. – Vol. 1. – № 1. – P. 15–29. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.deu.edu.tr/userweb/yesim.kustepeli/dosyalar/tobin1969.pdf>

312. Toffler A. Rewolucyjne bogactwo / Alvin Toffler i Heidi Toffler; [przekład Paweł Kwiatkowski]. – Przeźmierowo: Wydawnictwo KUPISZ S. A., 2007. – 497 [2] s.

313. Toffler A. Trzecia fala / Alvin Toffler; [przeł. Ewa Wogdyłło]. – Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1986. – 514 [1] s.

314. Urbanek G. Pomiar kapitału intelektualnego i aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa / Grzegorz Urbanek. – Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2007. – 397 s.

315. Varian H. R. Mikroekonomia: kurs średni – ujęcie nowoczesne / Hall R. Varian; [przekł. Stanisław Ryszard Domański]. – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 1995. – 664 s.

316. Walsh J. R. Capital Concept Applied to Man / J. R. Walsh // The Quarterly Journal of Economics, 1935. – Vol. 49. – № 2. – PP. 255–285. [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: <http://qje.oxfordjournals.org/content/49/2.toc> (26.07.2012)

317. Warschat J. Measurement System for the Evaluation of R&D Knowledge in the Sector, Report on Workshop Intellectual Capital / J.Warschat, K. Wagner, I. Hauss // Intangible Investments. – 1999. – November 22th, European

Commission.

318. Wartość rynkowa Apple przez chwilę przekroczyła próg 600 mld dolarów [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://myapple.pl/content/3064-wartosc-rynkowa-apple-przez-chwile-przekroczylo-prog-600-mld-dolarow.html> (15.07.2013 p.)

319. Webber R. A. Zasady zarządzania organizacjami / Roos A. Weber; [przeł. z ang. Andrzej Ehrlich]. – [Wydanie III]. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo ekonomiczne, 1996. – 614 [2] s.

320. West M. A. Rozwijanie kreatywności wewnątrz organizacji / Michael Alun West; [przekład Maria Woźniak]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – 158 [2] s. – (Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości).

321. Wiedza w gospodarce, społeczeństwie i przedsiębiorstwach: pomiary, charakterystyka, zarządzanie; [red. nauk. Krzysztof Piech oraz Elżbieta Skrzypek]. – Warszawa: Instytut Wiedzy i Innowacji. – 2007. – 370 s.

322. Wiig K. M. Integrating Intellectual Capital with Knowledge Management / Karl M. Wiig // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. – № 3. – P. 399–406.

323. Wikipedia, hasło Knowledge [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pl.wiktionary.org/wiki/knowledge> (12.06.2013).

324. Współczesne źródła wartości przedsiębiorstwa / [Andrzej Herman, Władysław Szymański, Grzegorz Wójtowicz]; Praca zbiorowa pod redakcją naukową Barbary Dobiegały-Korony i Andrzeja Hermana. – Warszawa: Difin, 2006. – 499 [6] s.

325. Zaliwski A. Korporacyjne bazy wiedzy / Andrzej Zaliwski – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2000. – 173 [3] s.

326. Zarządzanie kapitałem intelektualnym przedsiębiorstwa / Praca zbiorowa pod redakcją Barbary Woźniak-Sobczak. – Katowice: Wydawnictwo Uczelniane Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamickiego, 2002. – (Zbiór przykładów i zadań).

327. Zarządzanie wartością firmy w dobie kryzysu / Praca zbiorowa pod redakcją Stanisława Jasiewicza i Leszka Pawłowicza. – Warszawa: CeDeWu Sp. z o.o., 2003. – 237 s.

328. Zarządzanie wartością kapitału ludzkiego organizacji / Praca zbiorowa pod redakcją Anny Lipki i Stanisława Waszczaka. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2007. – 498 s.

329. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji / Praca zbiorowa pod redakcją naukową Edwarda Urbańczyka. – Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2003. – 688 s.

330. Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie [red. nauk. Kazimierz Pelechuda]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005. – 230 s.

331. Zarządzanie wiedzą: [podręcznik akademicki] / [Aleksander Chrostowski, Dorota Dobia, Dariusz Jemielniak oraz in.]; redakcja naukowa Dariusz Jemielniak, Andrzej K. Koźmiński. – Warszawa: Wydawnictwa akademickie i Profesjonalne, 2008. – 555 [3] s.

332. Zarządzanie zasobami ludzkimi. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji / [Pod red. naukową Henryka Króla, Antoni Ludzwichyński]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006. – 269 s. – (Materiały do ćwiczeń).

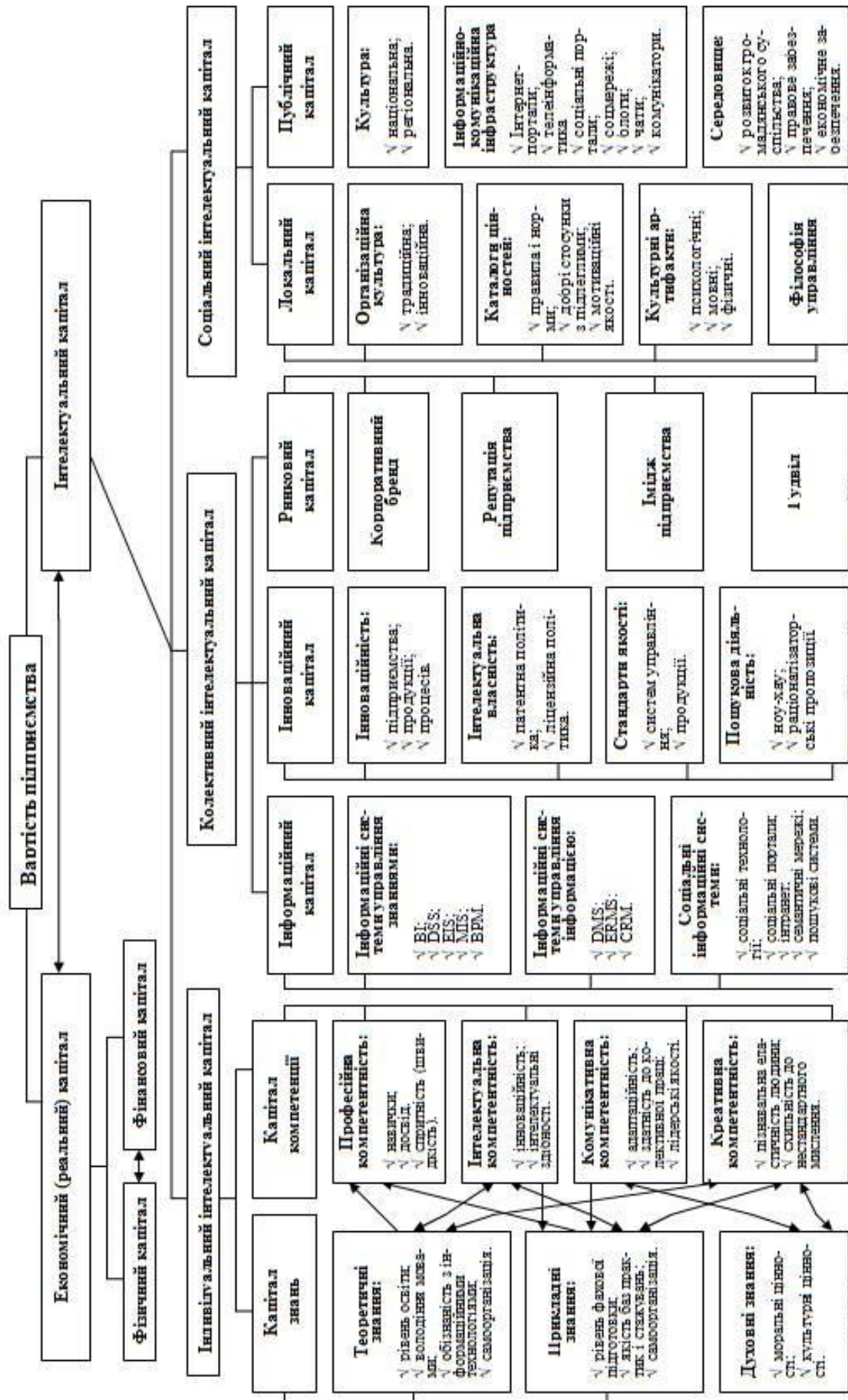


Рис. 1.20. Модель інтелектуального капіталу підприємства у межах концепції платформи вартості (джерело: складено автором самостійно).

Методи діагностики інтелектуального капіталу підприємства

Назва методу	Вчений, рік публікації	Вимірники			
		вартісні	Відносні (індек)	Бальні	Кількісні
1	2	3	4	5	6
Невидимий баланс («Intangible Balance Sheet»)	К. Е. Свейбі, Група Конрада 1989	+			
Збалансована система показників («Balanced	Р. Каплан, Д. Нортон, 1992	+	+		+
Навігатор Скандії («Skandia	Л. Едвінсон, М. Меллоун,	+	+		
Брокер технологій («Technology Broker»; «Intellectual Capital	Е. Брукінг, 1996			+	(+)
Економічна додана вартість («Economics Value Added» – EVA)	Стюарт Г. Беннет, 1991-1994	+			
Цитування патентів (Citation Weighted Pat- ents)	Бонтіс Нік, 1996				+
Метод ринкової капіталізації	Стюарт Т., 1997	+	+		
Коефіцієнт Тобіна («Tobin's Q»)	Тобін Дж., 1969	+			
Розрахунок вартості («Calculated Intangible Value» - «CIV»)	Стюарт Т., 1997; Лютий Д., 1998	+			
Визначення ринкової вартості інвесторами (Investor Assigned Market Value – IAMV™)	Стандфельд К., 1998,	+			
Індекс інтелектуального капіталу	Едвінсон Л., Рус Й., Драгонетті Н 1997		+		+
ІК-рейтинг («IC Rating™»)	Едвінсон Л., 1997			+	
Монітор нематеріальних активів («Intangible Asset	Свейбі К. Е., 1997	+	+		+
Методологія оцінки вартості («Inclusive Valuation Methodology» -	М'Ферсон Ф., Пайк С., 1998-2001	+			

Продовж. Додатку Б

1	2	3	4	5	6
Відкривач вартості (The Value Explorer)	Андріссен Д., Тіссен Р., 2000	+	+		+
Інноваційні нематеріальні активи («Intellectual Asset Valuation»)	Салліван П., 2000	+			
Система показників ланцюга формування вартості («Value Chain Score-board» – VCS TM)	Лев Б., 2001				+
Фінансові методи обчислення вартості інтелектуальних активів («Financial Method of Intellectual Assets Measurement» – Meritum Guidelines)	Родов І, Лельберт Ф. 2002	+			
Оцінювання активів знань («Assessing Knowledge Assets»)	Проект «Meritum», 2002	-	-	-	-
Дохід з капіталу знань («Knowledge Capital Earnings» – Bontic H, 2004)	Бонтіс Н, 2004	+			
Інтелектуальна додана вартість («VAIC TM »)	Лев Б., Гу Фенг, 2003-2004	+			
Визначення вартості («Holistic Value Approach» – Пуліч А., 2002-2004)	Пуліч А., 2002-2004	+			
Паспорт інтелектуального	Рус Г., Пайк С., 2004	+		+	
Модель оцінки інтелектуального капіталу на основі системи якісних індексів	Лін Лім, П. Деллімор, 2004		+	+	+
Модель комплексної оцінки інтелектуального капіталу підприємства	Чен Дж., Зу Ж., 2004	+	+		+
	Бендіков М.А., Джамай Е.В., 2004	+	+		

Додаток В

Методи діагностики інтелектуального капіталу підприємства

Назва методу	Вчений, рік пуб-лікації	Підходи		Можливості викорис-тання
		статич	динамічн	
1	2	3	4	5
Невидимий баланс («Intangible Balance Sheet»)	К. Е. Свейбі, Група Конрада 1989	+	(+)	опосередковано
Збалансована сис-тема показників («Balanced Score-»)	Р. Каплан, Д. Нортон, 1992	+		Після врахування змін
Навігатор Скандії («Skandia Naviga- tor™»)	Л. Едвінсон, М. Меллоун,	+		Після врахування змін
Human Capital Intel- ligen- ce	Дж. Фітз-Енз, 1994	+		
Брокер технологій («Technology Bro- ker»; «Intellectual	Е. Брукінг, 1996	+	(+)	безпосередньо
Економічна додана вартість («Economics Value Added» – EVA)	Стюарт Беннет, 1991-1994	+		безпосередньо
Цитування патентів (Citation Weighted Patents)	Бонтіс Нік, 1996,	+	+	безпосередньо
Метод ринкової ка-піталізації (Market- too-	Стюарт Т., 1997	+	(+)	безпосередньо
Коефіцієнт Тобіна	Tobin J.,1969	+		безпосередньо
Розрахунок вартос-ті («Calculated Intan- gible Value»	Стюарт Т., 1997; Luthy, 1998	+		Після врахування змін
Визначення ринко-вої вартості інвес-торами (Investor Assigned Market Value – IAMV™)	Станфельд К., 1998	+		Опосередковано
Індекс інтелектуа-льного капіталу («ІС	Л. Едвінсон, Й. Рус, Драгон-неті Н.	+	(+)	Опосередковано

Продовж. Додатку В

1	2	3	4	5
ІК-рейтинг («IC Rating™»)	Л. Едвінсон, 1997		(+)	Опосередковано
Монітор нематеріальних активів («Intangible Asset Monitor»)	К. Е. Свейбі, 1997	+	(+)	Після врахування змін
Методологія оцінки вартості («Inclusive Valuation Methodology» – IVM™)	М'Ферсон Ф., Пайк С., 1998-2001	+		Опосередковано
Відкривач вартості (The Value Explorer™ –	Андріссен Д., Тіссен Р., 2000,	(+)	+	Опосередковано
Створення вартості («Total Value Creation» – TVC)	Андерсон Р., 2000	+	(+)	Опосередковано
(«Intellectual Asset Valuation»)	Салліван П., 2000	+	(+)	Після врахування змін
(Knowledge Audit Cycle – KAC)	Schiama, Marr, 2001	+	+	Опосередковано
Система показників ланцюга формування вартості («Value Chain Scoreboard»)	Лев Б., 2001	+	+	Після врахування змін
Фінансові методи обчислення вартості інтелектуальних активів («Financial Method of Intellectual Assets Measurement»)	Родов І, Ф. Ле-льєрт, 2002	+	+	Опосередковано
Meritum Guidelines	Проект «Meritum»,	+	(+)	Після врахування змін

Продовж. Додатку В

1	2	3	4	5
Оцінювання активів знань («Assessing Knowledge Assets»)	Бонтіс Нік, 2004	+	(+)	Опосередковано
Дохід з капіталу знань («Knowledge Capital Earnings» – КСЕ™)	Лев Б., Фенг Гу 2003-200	+	(+)	Опосередковано
Бізнес IQ («Business IQ»)	Сандвік, 2004	+		Опосередковано
Інтелектуальна додана вартість («VAIC™»)	Пуліч А., 2002-2004	+	(+)	Після врахування змін
Визначення вартості («Holistic Value Approach» – HVA)	Рус Г., Пайк С., 2004	+	(+)	Опосередковано
Паспорт інтелектуального капіталу	Лін Лім, Даллімор П., 2004	+	(+)	Опосередковано
MAGIC	Проект ЄС	+		Після врахування змін
Звіт про інтелектуальний капітал	Результати праць датських вчених	+	(+)	Після врахування змін
Модель оцінки інтелектуального капіталу на основі системи якісних індексів	Чен Дж., Зу Ж., 2004		+	Опосередковано
Модель комплексної оцінки інтелектуального капіталу підприємства	Бендиков М.А., Джамай Е.В., 2004	+		Після врахування змін

Додаток Д

Рейтинг придатності показників для оцінки інтелектуального капіталу підприємства С. Маврінаца, Г. Сестерфельда, М. Міллера, А. Борнеманна

Показник	Результати досліджень		
	С. Маврінац і Г. Сестерфельд	М. Міллера	А. Борнеманна
Сфера людського капіталу			
Лідерські якості		1	
Впровадження стратегії фірми	1		
Довір'я до керівництва	2		
Мотивація працівників		3	
Задоволення працівників		4	
Професійний досвід (роки)		6	
Вміння набору персоналу	5		6
Досвід в управлінні	7		
Якість політики оплати праці	8		5
Володіння персоналом ІТ технологіями		8	
Сфера клієнтського капіталу/ зв'язків			
Якість очікувана клієнтами			2
Задоволення клієнтів		2	1
Зростання продажу		5	
Частка на ринку	6		8
Кількість скарг від клієнтів		7	
Сфера структурного капіталу			
Якість стратегії фірми	3		4
Інноваційність	4		7
Якість процесів			

1 – найбільш значущий показник; 8 – найменш значущий показник

* Джерело: Brennan N. Intellectual Capital: Current Issues and Policy Implications / N Brennan,

B. Connell // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1. – № 3. – P. 231.

Методика Джім Чен (Jin Chen), Жаохі Зу (Zhaohui Zhu), Гонг Ян Хі (Hong Yuan Xie) для оцінки інтелектуального капіталу підприємства

Складові елементи інтелектуального		Показники
Людський капітал	Компетенції працівників	Індекс стратегічної націленості керівництва.
		Індекс якісного складу працівників.
		Індекс здібностей до навчання.
		Ефективність вишколу працівників.
		Індекс здібностей працівників до участі у формуванні політи- ки та управлінні.
		Індекс підготовки ключових технічних та управлінських кад- рів.
	Ставленн я працівників	Індекс ідентифікації себе з цінностями підприємства.
		Рівень довіри.
		Показник плинності кадрів.
		Середній період придатності працівників.
	Креативні сть	Індекс креативної спритності працівників.
		Дохід з оригінальних пропозицій працівників.
Структурний капітал	Культура підприємства	Формування культури підприємства.
		Індекс ідентифікації працівників з цілями підприємства.
	Організаці йна структура	Індекс зв'язку між владою, відповідальністю і корисністю.
		Індекс важливості системи контролінгу підприємства.
	Організаці йне навчання	Наявність та індекс використання внутрішніх інформаційних мереж.
		Індекс опрацювання і використання бази даних
	Операцій ний процес	Фаза господарського процесу.
		Рівень якості продуктів.
		Ефективність функціонування підприємства.
	Інформаці йна система	Індекс взаємо підтримки та співпраці між працівниками.
		Індекс доступності інформації на підприємстві.
		Частка знань.
Інноваційний капітал	Інноваці йні досягнення	Середня кількість патентів.
		Частка нових продуктів у загальному обсязі реалізованої продукції на підприємстві.
		Кількість нових технологій, опрацьованих за останні три ро- ки.
	Механіз м інновації	Частка інвестицій у науково-дослідну діяльність у виручці від реалізації.
		Якісний і кількісний склад науково-дослідницького персоналу підприємства.
		Індекс співпраці між науково-дослідними, виробничими та ринковими підрозділами у сфері інновацій.
		Індекс співпраці у сфері інновацій із зовнішніми інституція- ми.
		Здібності управління інноваційними проектами.
		Стимули, скеровані до працівників, зайнятих інноваційною діяльністю.

Продовж. Додатку Е 1

1	2	3
	Інноваційна культура	Індекс підтримки культур підприємства і заохочення працівників до інновацій.
		Індекс підтримки інновацій керівництвом підприємства.
Клієнтський капітал	Маркетингові здібності	Наявність і індекс використання клієнтської бази даних.
		Індекс здібностей обслуговування клієнтів.
		Індекс здатності ідентифікації потреб клієнтів.
	Ринкова інтенсивність	Частка на ринку.
		Потенціал ринку.
		Обсяги продаж у розрізі окремого клієнта.
		Торгова марка і репутація товарного знаку.
		Формування дистрибуційних каналів.

*Джерело: *Chen J. Measuring Intellectual Capital: a new Model and empirical study / J. Chen,*

Z. Zhu, H. Xie // Journal of Intellectual Capital. – 2004. – Vol. 5. – № 1. – PP. 203–206.

Показники методики Лім Ліна і Пітера Даллімора для оцінки
інтелектуального капіталу підприємства

Людський капітал
1
Індекс довіри персоналу.
Плинність персоналу – квартальна, піврічна, річна.
Питома вага персоналу, зайнятого на повну ставку.
Рівень використання потенціалу працівників.
Питома вага винагород в загальних витратах.
Система оплати праці.
Додана вартість на одного працівника.
Структура управлінців щодо статі.
Плинність експертів – квартальна, піврічна, річна.
Середній віковий досвід праці персоналу, (роки).
Індекс мотивації персоналу.
Середній вік усіх категорій персоналу.
Корпоративний капітал
Коефіцієнт співвідношення прибутків і видатків.
Рівень ідентифікаційності (розпізнавальності) марки.
Середня ринкова вартість – місячна, квартальна, піврічна, річна.
Витрати на ІТ в обсягах реалізації продукції.
Прибуток на одного працівника.
Індекс довіри між підрозділами.
Індекс лідерства підприємства.
Кількість отриманих винагород.
Вартість підприємства.
Кількість закордонних філій.
Співвідношення ринкової і балансової вартості підприємства.
Вартість активів, що припадає на одного працівника.
Бізнесовий капітал
Ріст/спад обсягів продаж (вартісні показники та відносні.)
Дохід, створений новими заходами.
Кількість нових ринків або дистрибуційних каналів.
Обсяги продаж через Internet.
Зниження обсягів реалізації у співвідношенні до середній обсягів реалізації.
Кількість комерційних, бізнес центрів або дистриб'юторських контор.
Обсяги продаж через «call center».
Тривалість циклу запровадження інноваційної продукції.
Кількість запроваджених інноваційних видів послуг.
Витрати на брак у співвідношенні до отриманих доходів.
Кількість винагород, отриманих за якість.
Частка адмінвитрат у загальних витратах підприємства.

1
Функціональний капітал
Загальний обсяг витрат на навчання у розрізі функціональних підрозділів.
Питома вага з бюджетних коштів, призначених на навчання.
Питома вага часу на навчання у загальному робочому часу.
Витрати на ІТ у співвідношенні до адміністративних витрат.
Кількість впроваджених нових ідей щодо поданих.
Час на навчання.
Витрати на навчання.
Адміністративні витрати на одного працівника.
Середній вік функціональних систем.
Доступність систем обміну інформацією.
Індекс технологічного потенціалу.
Кількість комп'ютерів та ноутбуків на одного працівника.
Клієнтський капітал
Індекс довіри клієнтів.
Частка ринку (на основі кількості клієнтів).
Дохід на клієнта.
Плинність клієнтів.
Кількість корпоративних і некорпоративних клієнтів.
Час на реалізацію одного замовлення.
Маркетингові витрати на пошук нового клієнта.
Маркетингові витрати на утримання клієнтів.
Питома вага постійних клієнтів.
Обсяг продаж на одне замовлення.
Кількість трансакцій.
Питома вага часу на обслуговування одного клієнта у загальному робочому часі.
Постачальницький капітал
Електронний доступ до постачальників.
Питома вага відмовлень від постачальників.
Індекс довіри постачальників.
Середній час обслуговування постачальника.
Питома вага продаж з рекомендації постачальників
Кількість постачальників.
Рівень реакції постачальників.
Кількість зміни постачальників протягом року.
Частка постачальників, які обслуговуються через ІТ.
Партнерський капітал
Ріст партнерських порозумінь, (%).
Кількість спільних заходів.
Частка доходів, отримані від бізнесових порозумінь у загальних доходах.
Доступність каналів електронного банку для клієнтів.
Кількість партнерів.
Кількість міроприємств.
Кількість порозумінь у мережі.
Кількість спонсорських об'єднань.
Співвідношення витрат на порозуміння і загальних витрат.
Питома вага зовнішніх договорів у загальній їх кількості.

1
Інвесторський капітал
Кількість пайовиків.
Частка інвесторів, власність яких перевищує 10 % у капіталі.
Кількість скарг від інвесторів.
Класифікація інвесторів (індивідуальні, корпоративні, трастові)
Частота зміни інвесторів.
Частка закордонних інвесторів.
Частка вітчизняних інвесторів.
Кількість постійних інвесторів.
Середній час співпраці з інвестором
Додатковий дохід, отриманий від інвесторів.
Витрати на обслуговування інвесторів у загальних витратах.
Кількість нових ідей чи інновацій від інвесторів.
Індекс довіри серед 20 найбільших інвесторів.
Кількість інвесторів, які є одночасно клієнтами.

*Джерело: Lim L. L. K. Intellectual Capital: Мінвестиційні витрати на навчання.anagement Attitudes in Service Industries / Lin K. Lim, Peter dallimore // Journal of Intellectual Capital. – 2004. – Vol. 5. – № 1. – PP. 187–190.

Додаток Е 3

Застосування методики «CIV» Т. Стюартом для оцінки інтелектуального ка-піталу акціонерного товариства «АДАК» на 31.12.1996 р.

Показники	Значення	Примітка
1	2	3
Балансовий прибуток (до оподаткування), дол. США	18033	Звіт про прибутки і збитки (середнє значення за 3 роки).
Матеріальні активи, дол. США	148245	Баланс(середнє значення за 3 роки).
ROA товариства, %	12,2	18033 / 148245
Середнє значення ROA для сектора, %	8,9	За 3 роки
Профіцит, дол. США	4839	$18033 - (148245 * 8,9\% / 100\%)$
Ставка податку, %	34	
Інтелектуальна премія, дол. США	3194	$4839 * (1 - 0,34)$
Дисконтова ставка, %	7,5	Вартість капіталу товариства
Вартість премії, дол. США	42585	$3194 / 7,5\%$

*Джерело: Luthy D. H. Intellectual Capital and Its Measurement / David H. Luthy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.google.pl/#sclient=psy-ab&q=Luthy+D+H+Intellectual+capit&oq=Luthy+D+H+Intellectual+capit&gs_l=hp.3..33i21.1944.36528.0.38002.38.35.3.0.0.1.1451.8273.2j19j11j1j0j1j0j1.35.0....0...1c.1.19.psy-ab.nzUCMhSkNCQ&pbx=1&bav=on.2.or.r.qf.&bvm=bv.48705608,d.bGE&fp=27fe36c7a29356f&biw=1254&bih=854 (08.07.2013 р.)

Додаток Ж

Перелік низки питань з моделі Енні Брукінг «Брокер технології» для аудиту інтелектуального капіталу підприємства

Етапи	Анкетні питання
I етап	Деякі основні проблемні питання для підприємства
	Чи на підприємстві кожен працівник знає свої функціональні обов'язки і їх вклад у забезпечення реалізації стратегічних завдань?
	Чи на підприємстві аналізують показник дохідності з інвестицій (ROI) і науково-дослідницьку діяльність?
	Чи на підприємстві знають вартість марки?
	Чи на підприємстві відпрацьований механізм отримання рекомендацій для за-провадження нових заходів?
	Чи на підприємстві є розуміння інноваційних процесів і заохочення усіх працівників до участі в них?
II етап	Аудит інтелектуального капіталу
	Який розмір річних витрат, призначених для охорони марки?
	Якими є потенційні можливості повторення бізнесу з клієнтами
	Що означає назва Вашого підприємства для фінансових посередників і інвесторів?
	Якою є оптимальна вартість нереалізованих замовлень на підприємстві?
	Чи на підприємстві слідкують і ідентифікують шанси співпраці з
	Чи оптимально використана на підприємстві інтелектуальна власність (патен-
	Чи проєктуються можливості отримання конкурентних переваг підприємства у визначеній сфері?
	Чи на підприємстві існують дорадчі і консультативні підрозділи у сфері планування навчання?
	В який спосіб працівники дізнаються, коли потрібно розпочати підвищення кваліфікації?
	Від яких фахових знань залежить операційна діяльність Вашого
	Які знання на підприємстві нагромадження завдяки проведенню анкетних опитувань?
	Які ключові фахові компетенції плануються у майбутньому?
	Яким є граничний період дезактуалізації знань на підприємстві?
	Чи існує філософія управління активами і пасивами на підприємстві?
	Чи існує культура, що сприяє реалізації стратегічних завдань?
	Яка частка працівників підприємства користується персональними комп'ютерами?
	Чи існують бази даних, що рівня задоволеності потреб користувачів?
Чи на підприємстві використовуються Інтернет, сторінки www., e-mail?	

Brooking A. Intellectual Capital. Core Asset for the Third Millennium Enterprise / Annie Brook- ing. – London: International Thomson Business Press, 1996. – 224 p.

Додаток К

Групування методів діагностики інтелектуального капіталу підприємства відповідно до етапів її здійснення

Назва методу	Вчений, рік публікації	Моніторинг інтелектуального капіталу	Аналіз вартості і ефективності використання інтелектуального	Оцінка впливу інтелектуального капіталу на капіталізацію під-
1	2	3	4	5
Невидимий баланс («Intangible Balance Sheet»)	К. Е. Свейбі, Група Конрада 1989		+	
Збалансована система показників («Balanced Scorecard»)	Р. Каплан, Д. Нортон, 1992		(+)	
Навігатор Скандії («Skandia Navigator™»)	Л. Едвінсон, М. Меллоун, 1997		+	(+)
Human Capital Intelligence	Дж. Фітз-Енз, 1994	+		
Брокер технологій («Technology Broker»; «Intellectual Capital Auditing»)	Е. Брукінг, 1996	+	(+)	
Економічна додана вартість («Economics Value Added» – EVA)	Стюарт G. Веннет., 1991-1994		+	
Цитування патентів (Citation Weighted Patents)	Bontis N., 1996			
Метод ринкової капіталізації (Market-to-Book Value)	Стюарт Т., 1997	+		
Коефіцієнт Тобіна («Tobin's Q»)	Tobin J., 1969	+		
Розрахунок вартості («Calculated Intangible Value» - «CIV»)	Стюарт Т., 1997, Luthy, 1998		+	
(Investor Assigned Market Value – IAMV™)	Standfield, 1998		+	
Індекс інтелекту-	Л. Едвінсон,			+

ального капіталу («IC Index™»)	Й. Рус, Н. Драгоненні 1997			
(«IC Rating™»)	Л. Едвінсон, 1997		(+)	
Монітор немате- ріальних активів («Intangible Asset Monitor»)	К. Е. Свейбі. 1997		(+)	
Методологія («Inclusive Valua- tion Methodology» - IVM™)	Philip M'Pherson, Stephen Pike, 1998-2001			
(The Value Ex- plorer)	D. Andriessen, R. Tiessen, 2000		+	
(«Total Value Creation» – TVC)	R. Anderson, R. McLean, 2000		(+)	
(«Intellectual Asset Valuation»)	P. Sullivan, 2000, [76]		(+)	
(Knowledge Audit Cycle – KAC)	Schiuma, Marr, 2001		+	
(«Value Chain Scoreboard» – VCS™)	Лев Б., 2001		+	
(«Financial Method of Intellectual As- sets Measurement» – FiMIAM)	I. Rodov , Ph. Leliaert, 2002		+	
(«Assessing Knowledge Assets»)	<i>Bontis N.</i> , 2004		(+)	
Дохід з капіталу знань («Knowledge Capi- tal Earnings» –	Лев Б., Gu F., 2003-2004		(+)	+

КСЕ™)				
Інтелектуальна додана вартість («VAIC™»)	Пуліч А., 2002-2004		+	
(«Holistic Value Approach» – HVA	G. Roos, Stephen Pike, 2004		(+)	
Паспорт інтелектуального капіталу	Lim L.K, P.Dallimore, 2004	+	(+)	
Модель оцінки інтелектуального капіталу на основі системи якісних індексів,	J. Chen, Z. Zhu, H. Xie 2004		+	
Методика оцінки інтелектуального капіталу за елементами потенційної та здатнісної складових	С. М. Ілляшенко, 2008	+	+	
Модель комплексної оцінки інтелектуального капіталу підприємства	Бендиков М.А., Джамай Е.В., 2004		+	

Додаток Л 1

Цілі і відповідні їм показники «Збалансованої системи показників» Р.
Каплана і Д. Нортона

Перспектива	Цілі	Показники
1	2	3
Фінансова	Ефективність функціонування підприємства	Грошові потоки, фінансова ліквідність, темп росту операційного прибутку, темп росту обсягів продажу; зростання виручки; відсоток прибутку; прибуток на інвестиції; економічна додана вартість; прибуток на вкладений капітал; управління операційними витратами; операційні показники та коефіцієнт збитковості; економія витрат; коефіцієнт чистої прибутковості; виручка від реалізації; дохід на вкладений капітал.
	Розвиток підприємства (корпоративні цілі)	Частка на ринку, ріст дохідності з інвестицій (ROA, ROE); рентабельність; зростання; збільшення рентабельності активів; збільшення прибутку; зростання виручки від реалізації; зниження собівартості; ціна акцій; рентабельність коштів акціонерів.
Клієнта	Представлення підприємства	Резюме, логотип, бренд
	Ринкова позиція підприємства	Частка на ринку, частка продаж постійним клієнтам, рівень цін у порівнянні із конкурентами, сприйняття співвідношення ціна-якість.
	Задоволення потреб і вимог клієнта	Рівень лояльності клієнтів, споживчі рейтинги, індекс довіри споживачів, терміни постачання продукції, надійність, індекс задоволення клієнтів, повернення замовлень.
	Розвиток партнерства з споживачами	Час відповіді на запитання (зауваження) споживачів (середній час обробки замовлень), кількість реалізованих спільних проектів, час реалізації замовлень, своєчасна доставка, кількість скарг.

Продовж. Додатку Л 1

1	2	3
Процесів	Розвиток рівня компетентності	Техніко-економічні параметри, відповідність проектування технологій і продукції, тривалість виробничого циклу, ефективність проектування, збільшення виробничих потужностей,
	Якість продукції	Рівень відповідності нормам якості (стандартизація і сертифікація), зниження браку, частка побічного виробництва (переробки відходів).
	Розвиток рівня компетентності працівників	Зміни рівня кваліфікації, дохід на 1 працівника, здатність до швидкого розв'язування конфліктних ситуацій, підвищення продуктивності праці,
	Маркетингова відповідність	Показник реклаमाції, частка сприйнятих споживачами пропозицій, рівень знайомості марки.
Інновацій і навчання	Розвиток інноваційної діяльності	Кількість нових продуктів, частка інноваційної продукції у загальному обсязі випуску.
	Лідерство технологічне	Час, необхідний для оволодіння новою генерацією виробничих процесів; кількість набутих стратегічних навичок; вартість продажу нового продукту.
	Розвиток персоналу	Рівень розширення прав і можливостей співробітників; відсоток науково-дослідних робіт від продаж; кількість пропозицій працівників; тренінги (навчання).

*Джерело: опрацьовано автором на основі [79, с. 72; 188, с.27-28; 189, с. ; 284, с. 174-176].

Додаток Л 2

Перелік основних показників методу індексу інтелектуального капіталу («IC Index™»), запропонованих у «Навігаторі Скандії»

Сфера	Показник	Одиниці вимірювання
1	2	3
Фінансів (18)	Активи	гр. од.
	Активи на одного працівника	гр. од./особу
	Находження / Активи	%
	Доходи / Активи	%
	Находження, пов'язані з роботою нових підрозділів	гр. од.
	Прибутки, від функціонування нових підрозділів	гр. од.
	Доходи на одного працівника	гр. од.
	Явочний час виходу на роботу	%
	Прибутки на одного працівника	гр. од.
	Показник втрачених клієнтів (до середньо-секторного значення)	%
	Находження від нових клієнтів / Доходи	%
	Інвестиції у дослідження і розвиток на одного працівника	гр. од.
	Клієнтів (20)	Частка ринку
Кількість клієнтів		од.
Річний обсяг продаж на одного клієнта		гр. од.
Кількість втрачених клієнтів		од.
Середній час взаємозв'язків з клієнтами		місяць, рік
Середня величина клієнта		гр. од.
Рейтинг клієнта		%
Кількість відвідувань підприємства клієнтом		од.
Кількість днів, витрачених на відвідування клієнтів		дні
Клієнти / Працівники		%
Працівники, які генерують доходи	гр. од.	
Людей (22)	Індекс лідерства	%
	Індекс мотивації	%
	Індекс стабільності	#
	Кількість працівників, які працюють на повну ставку	од.
	Плинність кадрів	%
	Середній час роботи на підприємстві	#
	Кількість керівників	осіб
	Кількість жінок на керівних посадах	осіб
	Середній вік працівників	роки
	Час, витрачений на навчання (кількість днів у рік)	днів/рік
Витрати на навчання у розрахунку на одного працівника	гр. од./особу	

Продовж. Додатку Л 2

1	2	3
Процесів (19)	Адміністративні витрати / Надходження	#
	Вартість адміністративних помилок / Надходження від діяльності адмінперсоналу	%
	Час опрацювання	#
	Контракти, заповнені безпомилково	#
	Функціональні бали на одного працівника в місяць	бал/особу #
	Кількість персональних комп'ютерів та ноутбуків на працівника	од./особу#
	Продуктивність комп'ютерної техніки	#
	Адміністративні витрати на одного працівника	гр. од.
	Витрати на ІТ на одного працівника	гр. од.
Розвитку (32)	Витрати на підвищення кваліфікації на одного працівника	гр. од./особу
	Маркетингові витрати на одного працівника	гр. од./особу
	Індекс задоволеності працівників	#
	Інвестиції у взаємовідносини на одного клієнта	гр. од./од.
	Частка навчальних годин у загальній кількості робочих годин	%
	Частка годин самоосвіти (розвитку) в загальній кількості робочих годин	%
	Частка осіб, віком понад 40 років	%
	Витрати на дослідження і розвиток / Адміністративні витрати	%
	Витрати на навчання на одного працівника	гр. од./особу
	Витрати на навчання / Адміністративні витрати	%
Витрати на розвиток бізнесу / Адміністративні витрати	%	

*Джерело: Edvinsson L. Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa odnajdując jego ukryte korzenie / Leif Edvinsson, Michael Malone; [Przekład Monika Marcinkowska] – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, – 2001. – S. 107–117, 129–132.

– (Seria Przedsiębiorczość).

Додаток Л 2.1

Перелік основних показників методу індексу інтелектуального капіталу («IC IndexTM»), запропонованих у «Навігаторі Скандії» для визначення продуктивності інтелектуального капіталу

<i>Позиція</i>
Частка на ринку
Індекс задоволених клієнтів
Індекс керівництва
Індекс мотивації
Індекс науково-дослідних ресурсів у відношенні до ресурсів загалом
Індекс навчальних годин
Індекс досягнутого рівня якості у відношенні до мети якості
Утримання (показник утримання) працівників
Адміністративна продуктивність / Доходи (вияв показника: Адміністра- тивні помилки / Надходження)
Час, витрачений на навчання (кількість днів у рік)

*Джерело: Edvinsson L. Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębior- stwa odnajdując jego ukryte korzenie / Leif Edvinsson, Michael Malone; [Przekład Moni- ka Marcinkowska] – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, – 2001. – S. 133–135, – (Seria Przedsiębiorczość).

Додаток Л 2.2

Перелік вартісних показників методу індексу інтелектуального капіталу («IC Index™»), запропонованих у «Навігаторі Скандії»

<i>Показники</i>
Доходи, від функціонування нових підрозділів.
Інвестиції у розвиток нових ринків (клієнтів, програм)
Інвестиції у розвиток галузі.
Інвестиції у розвиток нових каналів продаж.
Інвестиції у розвиток нових інформаційних технологій у дистрибуції і сервісному обслуговуванні.
Інвестиції у розвиток нових інформаційних технологій у адміністративній сфері.
Інвестиції для підтримки зв'язків з клієнтами.
Інвестиції у покращення сервісного обслуговування.
Інвестиції на навчання клієнтів.
Інші клієнтські видатки.
Інвестиції у навчання, комунікацію і підтримку постійних працівників.
Видатки на навчальні програми для тимчасових працівників, які зайняті на повну ставку.
Видатки на навчальні програми для тимчасових працівників, які зайняті на не- повну ставку.
Інвестиції у розвиток альянсів.
Видатки на актуалізацію електронних систем опрацювання даних.
Інвестиції у створення бренду.
Інвестиції на нові патенти, авторські права.
Інвестиції, скеровані на підвищення якості фахового рівня працівників.

*Джерело: Edvinsson L. Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa odnajdując jego ukryte korzenie / Leif Edvinsson, Michael Malone; [Przekład Monika Marcinkowska] – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, – 2001. – S. 133–135, – (Seria Przedsiębiorczość).

Система показників оцінки інтелектуального капіталу підприємства проф.

Сергія Ілляшенка

Елементи	Оціночні показники
1	2
Показники оцінки елементів ЛК як складової інтелектуального капіталу підприємства	
Потенціальна (ресурсна) складова	
Інтелект працівників.	Показник IQ (індивідуально для кожного працівника й середній по підрозділу або організації).
Знання. Навички. Досвід.	Кількісні показники: рівень освіти, кваліфікації, виробничого стажу (загального й відповідно до профілю діяльності підприємства) і т.п. Якісні показники: досвід роботи в закордонній фірмі, виготовлення продукції на експорт, проходження персоналом курсів підвищення кваліфікації тощо.
Ноу-хау.	Частка працівників, що мають знання, які можна передати тільки безпосередньо від людини до людини шляхом демонстрації певних прийомів роботи, особливостей технології тощо.
Творчі здібності. Креативний спосіб мислення. Критичне відношення до авторитетів.	Показники раціоналізаторської й винахідницької активності, які характеризують схильність до генерування нових знань, рівень оригінальності розробок тощо.
Моральні цінності. Культура праці.	Кількісні показники: частка браку в роботі, наявності претензій і позовів з боку споживачів. Оптимальність трудових дій і т.п. Якісні показники: поведінка на роботі й у побуті, обов'язковість у відносинах з колегами й діловими партнерами, організація робочого місця й т.д.
Показники оцінки елементів ОК як складової інтелектуального капіталу підприємства	
Потенціальна (ресурсна) складова	
Патенти. Ліцензії. Ноу-хау. Товарні знаки. Промислові зразки.	Якісна оцінка: наявність права власності на патенти, промислові зразки, ноу-хау, товарні знаки, що свідчить про високий рівень організаційного капіталу і ступені його правової захищеності. Кількісна оцінка (вартісна) : витратний метод, метод доходів (звільнення від роялті), метод аналогій, визначення ринкової вартості тощо.
Інформаційне забезпечення (технічна частина). Технічне забезпечення.	Програмне забезпечення. Показники оснащення сучасними засобами комунікації і зв'язку (у порівнянні з кращими підприємствами та організаціями на ринку або і галузі). Рівень інформаційного, програмного, технічного забезпечення систем підтримки прийняття рішень доцільно визначати за допомогою коефіцієнтів їхньої прогресивності, оновлюваності й т.п.

1	2
	Доцільним є порівняння техніко-економічних параметрів програм, комп'ютерної техніки, інформаційних баз даних і знань із кращими зразками або тими, які використовують лідери ринку або галузі.
Інформаційне забезпечення (власне інформаційна частина).	Коефіцієнт повноти інформації, що розраховується як відношення обсягу інформації, наявної в особі. Що приймає рішення (ОПР), до загального обсягу інформації, необхідної для ухвалення обґрунтованого рішення. Коефіцієнт точності інформації, що розраховується як відношення обсягу релевантної інформації до загального обсягу наявної інформації. Коефіцієнт суперечливої інформації, що розраховується як відношення кількості наявних незалежних свідочств на користь ухвалення рішення до загальної кількості незалежних свідочств.
Конструкторська і технічна документація.	Кількісні показники: визначаються здебільшого, непрямим методом, наприклад, рівень прогресивності конструкцій і технологій, рівень ремонтпридатності, технологічності виготовлення й економічності експлуатації й т.п. Якісні, що характеризують рівень якості документації (визначаються методом експертної оцінки).
Сертифікати якості, екологічності тощо.	Оцінка може виконуватися як за якісними (наявність сертифікатів відповідності стандартам якості й системи управління якістю – ІСО 9000, вимогам екологічної безпеки – ІСО 14000), так і за кількісними показниками, наприклад, частка сертифікованої продукції, технологій, виробництв тощо.
Організаційна структура.	Рівень організаційної структури управління підприємством можна оцінити шляхом побудови матриці аналізу й розподілу функцій, прав і обов'язків між підрозділами підприємства.
Корпоративна культура.	Стан соціально-психологічного клімату у колективі працівників підприємства і його структурних підрозділів, корпоративної культури оцінюють за допомогою методів і показників соціології й психології.
Система мотивації творчої праці.	Стан системи мотивації можна оцінити показниками результативності творчої праці (наприклад, частка технічних, технологічних, організаційних інновацій у загальній кількості розробок тощо).
Показники оцінки елементів ІК як складової інтелектуального капіталу підприємства	
Потенціальна (ресурсна) складова	
Зв'язки з економічними контрагентами (ЕК). Інформація про	Якісні: тривалість контактів, ступінь зацікавленості економічних контрагентів у співробітництві, умови співробітництва та ін. Кількісні: частка продукції, що реалізується постійним споживачам, частка одержуваного від цього прибутку й т.п.
Торговельна марка (бренд)	Правова захищеність, володіння часовим пріоритетом на ринку, унікальність.

Перелік основних показників, використаних К. Е. Свейбі у «Моніторі нематеріальних активів» для визначення рівня розвитку інтелектуального капіталу та ефективності його використання на підприємстві

Показники	Фінансові показники	Нематеріальні активи		
		Зовнішня структура	Внутрішня структура	Індивідуальна компетентність
Зростання	Прибуток і зростання	Зростання підприємства. Зростання частки на ринку.	Інвестиції в ІТ. Інвестиції в внутрішню структуру.	Індекс компетентності. Професійний стаж праці. Рівень освіти.
Оновлення / інноваційність	Доходи від нових послуг	Кількість клієнтів, що покращують імідж підприємства. Частка продаж для нових клієнтів.	Кількість перспективних клієнтів підприємства. Частка інноваційної продукції (послуг) в обсягах реалізованої.	Кількість клієнтів, що підвищують компетенції. Витрати на навчання і освітні витрати.
Ефективність	Валовий прибуток	Рентабельність клієнта. Обсяг продаж на одного клієнта.	Частка персоналу підприємства (без зовнішніх).	Професійний Частка професіоналів (фахівців) Ефект фінансового ля. Додана вартість на працівника. Додана вартість на професіонала. Прибуток на одного працівника. Прибуток на одного професіонала.
Стабільність	Одноразовий прибуток.	Індекс довіри клієнтів. Частка великих клієнтів. Показник лояльності клієнтів. Частка стабільних клієнтів. Частота повторних замовлень.	Рух персоналу. Частка персоналу.	Професійна плинність днів Професійне персоналу

* Джерело: Local Government Home Care Monitor
<http://www.sveiby.com/articles/companymonitor.html>
 (18.09.2013) ; The Intangible Assets Monitor Karl-Erik Sveiby 1996, 1997, 2001. All rights reserved. <http://www.sveiby.com/articles/companymonitor.html> (18.09.2013.)

Додаток Л 5

Матриця «компетенції – продукція – балансовий прибуток»
для визначення балансового прибутку підприємства, що припадає на i -ту
го- ловну компетенцію суб'єкта господарювання згідно методики Д.
Андріссена (D. Andriessen) і Р. Тіссена (R. Tissen) «Відкривач вартості» (*The
Value Ex- plorerTM – TVETM*)

Головн а компетенція	Номенклатура (чи асортимент) продукції підприєм- ства				Балансов ий прибуток, що припадає на компетенцію
	П1	П2	...	Пn	
Знання =>	1 бал =>	3 бал =>	...	3ба л => 15	30 грод..
Вміння =>	2 бал =>	1 бал =>	...	2 бал =>	20 гр.од.
Процеси =>	1 бал =>	2 бал =>	...	1 бал =>	16 гр.од.
Культур а =>	3 бал =>	1 бал =>	...	3 бал =>	28 гр.од.
∑Балів	7 балів	8 балів	...	9 балів	X
Балансо вий прибуток, що припа- дає на про-	21 грн/ 7= 3 гр.од.	28 грн/ 7= 4 гр.од.	...	45 грн/ 9= 5 гр.од.	94 гр.од.

Джерело: Daniels H.A.M. Knowledge Management by Project Selection in R&D
Departaments. [Електронний ресурс] – Режим доступу:

[https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-
29717/Knowledge_managment_by_projectselection_in_R&D_departaments.pdf](https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-29717/Knowledge_managment_by_projectselection_in_R&D_departaments.pdf)
(лютий, 2006)

(лютий,

Додаток Л 6

Схема ланцюг формування вартості інтелектуального капіталу підприємства
Лева Баруха («Value Chain Scoreboard» – VCSTM)

VCS TM		
Відкриття і самонавчання	Пристосування (імплементация)	Комерціалізація
1. Зовнішнє відновлення – дослідження і розвиток, навчання і розвиток працівників, організаційний капітал, процеси.	4. Інтелектуальна власність – патенти, торгові знаки, авторські права, ліцензії, know-how.	7. Клієнти – маркетингові альянси, вартість марки, збитки, отримані у результаті втрати клієнтів.
2. Набуті здібності – закупівля технології, використання посередницьких ефектів, спричинених діяльністю інших суб'єктів господарювання, капітальні витрати.	5. Дослідження рівня технологічного завершення проекту – клінічні тести, експериментальні тести, робочий проект, інноваційний продукт.	8. Результати – доходи, прибутки, частка на ринку, доходи з інновацій, прибутки від володіння патентами і know-how, капітал знань, доходи, отримані від ресурсу знання.
3. Мережі зв'язків – альянси відділів дослідження і розвитку, товариства joint venture, інтеграція із постачальниками та клієнтами, колективи практиків	6. Інтернет – кількість відвідувань інтернет сторінок, обсяги закупівель і продаж у мережі on-line, головні альянси через інтернет.	9. Перспектива зростання – ошадливість, плановані ініціативи, очікуваний рівень рентабельності, коефіцієнт витрачання грошових засобів.

*Джерело: Lev B. Intangibles: Management, Measurement, and Reporting / Baruch Lev. – Washington: Brooking Institution Press, 2001. – P. 111; Study on the Measurement of Intangible Assets and Associated Reporting Practices / [coordinator of the study Stefano Zambon]. – Ferrara: University of Ferrara, (April) 2003. – P. 183. – (Prepared for the Commission of the European Communities) [Електронний ресурс] – Режим доступу:

http://www.google.co.uk/#hl=ru&tbo=d&scient=psy-ab&q=study+on+the+measurement+of+intangible+assets+and+associated+reporting+practices&oq=study+on+the+measurement+of+intangible+assets+and+&gs_l=hp.1.0.0i3012.9037.9960.1.15483.5.2.0.3.3.0.131.262.0j2.2.0...0.0...1c.1.2.hp.UnrhxeqWaYo&pbx=1&bav=on.2.or.r_gc.r_pw.r_qf.&bvm=bv.41867550,d.d2k&fp=60f9dd90c3d3fd8e&biw=1280&bih=862 (січень 2013)

Додаток Л 7

Перелік деяких показників, запропонованих Левом Барухом у рамках методу формування ланцюга вартості інтелектуального капіталу підприємства («*Value Chain Scoreboard*» – *VCSTM*)

<i>Показники VCSTM</i>		
Відкриття і самонавчання	Прийняття (імплементация)	Комерціалізація
1. Інвестиції у проведення внутрішніх досліджень на протязі 3 років. 2. Інвестиції у придбання результатів наукових досліджень на протязі 3 років. 3. Інвестиції у розвиток альянсів і joint venture. 4. Кількість створених альянсів (активних і пасивних). 5. Інвестиції у інформаційні технології, створені власними силами та придбані.	1. Кількість нових патентів. 2. Аналіз портфеля патентів. 3. Кількість товарних знаків. 4. Кількість авторських свідоцтв. 5. Кількість проданих ліцензій на користування патентами. 6. Отримані від продажу ліцензій для користування патентами. 7. Результати експериментальних тестів. 8. Результати клінічних тестів. 9. Показник плинності кадрів. 10. Структура працюючих щодо частки наукових і науково-дослідних працівників у загальній чисельності працюючих. 11. Кількість активних і успішних працівників (які отримали престижні винагороди).	1. Доходи від інновацій. 2. Частка доходів від нових впроваджених продуктів. 3. Доходи від альянсів, joint venture, проданих ліцензій. 4. Оборотноість готівки. 5. Очікувані дати впровадження на ринок інновацій.

*Джерело: *Lev B. Intangibles: Management, Measurement, and Reporting / Baruch Lev. – Washington: Brooking Institution Press, 2001. – PP. 117–118.*

Додаток М 1

Вартість бренду найбільш відомих світових фірм у 2012 р.

Сфера функціонування	Назва бренду	Вартість бренду, млн. дол. США	Співвідношення вартості бренду до попереднього року, %	Рух за місцем у рейтингу в порівнянні до попереднього
1	2	3	4	5
Інформаційні технології	Apple	182,951	+ 19	відсутній
Інформаційні технології	IBM	115,985	+ 15	+ 1
Інформаційні технології	Google	107,857	- 3	- 1
Фаст-фут	McDonalds	95,188	+ 17	відсутній
Інформаційні технології	Microsoft	76,651	- 2	відсутній
Напої	Coca-Cola	74,286	+ 1	відсутній
Тютюн	Marlboro	73,612	+ 9	+ 1
Телекомунікації	Atak	68,70	- 1	- 1
Телекомунікації	Verizon	49,151	+ 15	+ 4
Телекомунікації	China Mobile	47,041	- 18	- 4

*Джерело: Najdroższe marki świata 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.komputerswiat.pl/nowosci/wydarzenia/2012/20/najdrozsze-marki-swiata-2012---apple-znowu-na-szczycie.aspx> (серпень, 2013)

Вартість бренду найбільш відомих світових фірм у 2013 р.

Сфера функціонування	Назва бренду	Вартість бренду, млн. дол. США	Співвідношення вартості бренду до попереднього року, %	Рух за місцем у рейтингу в порівнянні до попереднього року
1	2	3	4	5
Інформаційні	Apple	185,071	+ 1	відсутній
Інформаційні	Google	113,669	+ 5	+ 1
Інформаційні	IBM	112,536	- 3	- 1
Фаст-фут	McDonal	90,256	- 5	відсутній
Напої	Coca-Cola	78,415	+ 6	+1
Телекомунікації	Atak	75,507	+ 10	+ 2
Інформаційні	Microsoft	69,814	- 9	- 2
Тютюн	Marlboro	69,383	- 6	- 1
Банківська сфера	VISA	56,060	+ 46	+6
Телекомунікації	China Mobile	55,368	+ 18	відсутній

*Джерело: Najdroższe marki świata 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.komputerswiat.pl/nawosci/wydarzenia/2013/21/najdrozsze-marki-swiata-2013-zmiany-w-czolowce-kto-liderem.aspx> (серпень, 2013)

І.М Зеліско, Г.Ю. Пономаренко

**УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ
ПІДПРИЄМСТВ**

МОНОГРАФІЯ