

Існують судові та досудові процедури. Щоб справа не потрапила під розгляд верхів, підприємство обирає санацію – вигідну зі сторони оздоровлення та “примхливу” на думку науковців дію, проведення якої є вигідною як для боржника, так і для кредитора.

Отже, ведення судових та досудових процедур банкрутства безперечно є досить важливим процесом, від результату якого залежить подальша доля підприємства. В той же час цей процес вирізняється складністю та існуванням певних проблем, пов’язаних з рядом неосвітлених законодавством питань, які потребують подальшого вирішення та врегулювання.

Література

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

2. Закон України “Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом” від 14.05.1992 р. № 122343-ХІІ зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2343-12>.

3. Битківська А.В. Процедури банкрутства та їх наслідки для підприємств: порівняльний аспект / А.В. Битківська // Економіка, організація і управління підприємством. – 2015. – № 2. – С. 92-99.

Драч Л. В., ст. гр. ФСГм-11
Квасовський О. Р., к.е.н., доцент

ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

В сучасних умовах інтелектуальний капітал став невід’ємною частиною майна підприємства. Інтелектуальні цінності беруть участь у створенні продукції, управлінських процесах, у налагодженні взаємодії підприємства з зовнішнім середовищем. Про важливу роль інтелектуального капіталу в глобальній економіці свідчать такі дані: 60-85% вартості бізнесу найбільших компаній світу становлять нематеріальні (в т. ч. інтелектуальні) активи [1, с. 19]. Економіку вважають ефективною, якщо основним виробничим ресурсом стають інформація, знання та інформаційне суспільство. Знання виходять на ринок у вигляді технологій для виробництва товарів і послуг, які задовольняють потреби споживачів. Тому управління інтелектуальним капіталом повинно стати пріоритетною складовою будь-якого бізнесу та виробництва.

Серед вчених, які займались згаданою проблематикою, відзначимо Б.Б. Леонтьєва, який під інтелектуальним капіталом підприємства розуміє вартість сукупності наявних у нього інтелектуальних активів, включаючи

інтелектуальну власність, його природні і набуті інтелектуальні здатності та навички, а також накопичені ним бази знань і корисні відносини з іншими суб'єктами. Тобто, до інтелектуального капіталу відносять бренди, клієнтуру, фірмове найменування, канали збуту, ліцензійні та інші угоди тощо [2, с. 167].

Отже, інтелектуальний капітал – це сукупність знань усіх працівників компанії, що забезпечують її конкурентоспроможність, а також міра природних здібностей людини, її таланту, рівня освіти, кваліфікації та здатності приносити дохід.

Інтелектуальний капітал фірми, насамперед, оцінюють показником IQ її працівників. Знання, навички та досвід персоналу можна оцінити за допомогою кількісних показників рівня освіти, кваліфікації, виробничого стажу. З цією метою також доцільно використовувати і якісні індикатори, наприклад, наявність досвіду роботи в закордонній фірмі, досвіду виготовлення продукції на експорт, проходження персоналом курсів підвищення кваліфікації. Наявність творчих здібностей і креативного способу мислення, критичного відношення до авторитетів можна оцінити показниками раціоналізаторської та винахідницької активності, які характеризують схильність до генерування нових знань.

Важливою складовою інтелектуального капіталу є організаційний капітал. Права власності на патенти, промислові зразки, “ноу-хау”, товарні знаки свідчать про високий рівень організаційного капіталу та належний ступінь його правової захищеності. Наявність сертифікатів відповідності міжнародним стандартам якості та системи управління нею (ISO 9000 та 9001), вимогам екологічної безпеки (ISO 14000) підвищує рівень організаційного капіталу й одночасно свідчить про високий ступінь його реалізації. При цьому оцінка організаційного капіталу може виконуватися як за якісними, так і за кількісними індикаторами, наприклад, за допомогою показника частки сертифікованої продукції, технологій, виробництв тощо.

Ще одним елементом інтелектуального капіталу виступає інтерфейсний капітал. Імідж підприємства в середовищі споживачів і ділових партнерів, його ділова репутація мають самостійну ринкову цінність (гудвіл) і значною мірою впливають на ефективність ринкової діяльності суб'єкта господарювання, однак і самі залежать від неї. Оцінити імідж і ділову репутацію фірми можна досить об'єктивно, наприклад, шляхом опитувань споживачів, ділових партнерів, або ж за витратами часу та коштів на укладання договорів з економічними контрагентами, на просування продукції на ринок, зокрема, стимулювання попиту порівняно з основними конкурентами [3, с. 349].

Практика показує, що ефективність реалізації інтелектуального капіталу підприємства значною мірою визначається станом його організаційної складової. Реалізація інтелектуального капіталу комерційного підприємства здебільшого проявляється у вигляді:

- просування на ринок нових або вдосконалених товарів (виробів чи послуг), що більш повно відповідають інтересам споживачів та інших економічних контрагентів, ніж товари їхніх конкурентів;
- впровадження більш ефективних технологій виробництва продукції;
- застосування більш ефективних методів управління на всіх стадіях виробництва та збуту продукції.

Особливістю інтелектуального капіталу є те, що керівництво компанії зовсім по-новому вирішує проблеми його збереження та нагромадження. Оскільки основною формою вказаного капіталу виступають знання співробітників фірми, то обов'язково виникає потреба в тому, щоб ці знання не стали надбанням конкурентів, щоб їх використовували лише в певній компанії. Цьому мають сприяти різні заходи, починаючи від укладання керівництвом фірми договорів зі співробітниками про нерозголошення таємниць, задоволення матеріальних інтересів працівників шляхом різних форм матеріального заохочення у збереженні виробничих і комерційних таємниць до широкого залучення співробітників до процесу прийняття рішень, планування й управління діяльністю компанії, створення сприятливих умов для професійного та творчого зростання персоналу компанії. До переліку згаданих заходів, зокрема, належать: курси підвищення кваліфікації, програми стимулювання бізнес-лідерства, удосконалення навичок керівництва для спеціалістів нижчої та середньої ланок тощо.

Отже, роль інтелектуального капіталу підприємства надзвичайно важлива в сучасних ринкових умовах, оскільки його складові елементи безпосередньо впливають на результативність діяльності та створення цінностей для всіх контрагентів. Серед таких цінностей варто виділити: збільшення прибутковості, ринкової вартості, оптимізацію витрат, підвищення ефективності використання усіх наявних ресурсів, розвиток інноваційного потенціалу, збільшення інвестиційної привабливості, забезпечення стійких конкурентних переваг і ринкових позицій підприємства.

Література

1. Андрощук Г.О. Найпотужніші бренди світу: стан і тенденції / Г.О. Андрощук // Інтелектуальна власність. – 2010. – № 12. – С. 19-31.
2. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Б.Б. Леонтьев. – М.: Издательский центр «Аксционер», 2002. – 200 с.
3. Мельник Л.Г. Економіка інформації й інформаційні системи підприємництва: навч. посіб. / [Л.Г. Мельник, С.Н. Іляшенко, В.А. Касяненко]. – Суми: ІТД “Університетська книга”. – 2004. – 400 с.