

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ**  
**УНІВЕРСИТЕТ**

*Ольга Собко*

**ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ**  
**КАПІТАЛ**  
**і**  
**КРЕАЦІЯ ВАРТОСТІ**  
**ПІДПРИЄМСТВА**

**МОНОГРАФІЯ**

Тернопіль  
ТНЕУ  
2016

УДК 658.15:330.14.01  
ББК 65.291.573+65.290.5  
С 54

**Рецензенти:**

**Гораль Л. Т.**, доктор економічних наук, професор, Директор Інституту економіки та управління в НГК Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу;

**Орлов В. М.**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства і корпоративного управління Одеської національної академії зв'язку імені О. С. Попова, академік Академії економічних наук України;

**Нижник В. М.**, доктор економічних наук, професор, проректор з НПП Хмельницького національного університету.

***Рекомендовано до друку***

*Вченою радою*

*Тернопільського національного економічного університету  
(протокол № 7 від 22. 06. 2016 року )*

***Собко О. М.***

С 54 **Інтелектуальний капітал і креація вартості підприємства:** моногр. /  
О. М. Собко. – Тернопіль : ТНЕУ, 2016. – 444 с.  
ISBN 978-966-654-448-6

Розрахована на науковців, викладачів, студентів вищих навчальних закладів, практиків і широке коло дослідників людського прогресу.

У монографії досліджено теоретико-методологічні доміанти креації вартості підприємства, розглянуті крізь призму розвитку інтелектуального капіталу. Досліджено прагматизм економічної діагностики впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства. Окреслено пріоритети розвитку інтелектуального капіталу для забезпечення креації вартості суб'єктів молочної індустрії Тернопільської області в умовах глокалізації. Акцентовано на інтелектуальності як модерному векторі розбудови інструментальної перспективи в теорії креації вартості підприємства. Запропоновано розширення застосування компетенційного підходу для посилення креаційного потенціалу індивідуального інтелектуального капіталу підприємства. Обґрунтовано доцільність пришвидшення імплементації систем управління якістю і безпечністю молочної продукції для посилення креаційного потенціалу інноваційного інтелектуального капіталу підприємства.

УДК 658.15:330.14.01  
ББК 65.291.573+65.290.5

ISBN 978-966-654-448-6

© Собко О. М., 2016  
© «ВПЦ «Економічна думка  
ТНЕУ», верстка, 2016.  
© ТНЕУ, 2016.

*Світлій пам'яті  
моєї матері –  
Ірини Сулятицької, –  
присвячую...*

# ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
Розділ 1. Концептуалізація інтелектуального капіталу підприємства в умовах «нової парадигми».....	9
1.1. Дефініція, форми та функції інтелектуального капіталу підприємства.....	9
1.2. Генеза розвитку та моделі інтелектуального капіталу підприємства в межах концепції «платформи вартості».....	41
1.3. Методичні аспекти оцінки інтелектуального капіталу підприємства.....	81
Розділ 2. Теоретико-організаційні аспекти креації вартості підприємства крізь призму розвитку інтелектуального капіталу.....	107
2.1. Ретроспективний погляд на імператив вартості в економічній думці.....	107
2.2. Поняття, напрями, критерії і корисності креації вартості підприємства.....	116
2.3. Механізм креації вартості підприємства: архітектура, генератори та особливості функціонування.....	132
Розділ 3. Методологічні домінанти економічної діагностики впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства.....	148
3.1. Прагматизм дослідження креації вартості підприємства інтелектуальним капіталом.....	148
3.2. Фінансові методи аналізу впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства.....	163
3.3. Комплексна методика оцінки ефектів креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу.....	195
Розділ 4. Пріоритети розвитку інтелектуального капіталу підприємства.....	210
4.1. Мотивування працівників до підвищення рівня інтелектуалізації праці.....	210
4.2. Оптимальні напрями функціонування міжсекторного партнерства у контексті розвитку соціального капіталу.....	223
4.3. Моделювання векторів поширення офшорингу процесів знань в Україні.....	227

---

Розділ 5. Конструктивізм креації вартості підприємства крізь призму розвитку інтелектуального капіталу в умовах глокалізації.....	234
5.1. Інтелектинг як модерний вектор розбудови інструментальної перспективи в теорії креації вартості підприємства.....	234
5.2. Інтерактивна модель реалізації компетенційного підходу у креації вартості підприємства.....	264
5.3. Імплементация систем управління якістю молочної продукції для посилення креаційного потенціалу інтелектуального капіталу підприємства.....	284
5.4. Інтелектуальні резерви креації вартості суб'єктів господарювання в секторі молочної індустрії Тернопільщини.....	300
Висновки.....	314
Література.....	317
Додатки.....	457
Перелік таблиць.....	429
Перелік рисунків.....	431
Іменний покажчик.....	435

## ВСТУП

Ера знань та інфомаційних технологій, екологізація виробництва та посилення соціальної відповідальності бізнесу – основні вектори сучасного прогресу. Із новою парадигмою господарювання змінилися й цільові орієнтири суб'єктів господарювання – від отримання максимального прибутку до максимізації вартості підприємства, що обумовлено вартісними орієнтирами конкурентоспроможності. Господарські суб'єкти, які хочуть модернізувати свої конкурентні переваги в напрямку вартісних чинників, змушені переміщувати акценти на генератори, які мають інтелектуальне походження: знання, компетенції, інформаційно-комунікаційні технології, інтелектуальну власність, що в результаті спричинює посилення їх креаційної спроможності. В зв'язку з цим у підприємств, зорієнтованих на зрівноважений розвиток і високу конкурентоспроможність, спостерігаємо підвищення зацікавленості щодо креації вартості. Власне це дозволяє суб'єктам господарювання підвищувати інвестиційну привабливість, формувати транспарентність, а значить визначати кращі можливості для успішної діяльності.

Дефініція креації вартості підприємства стала об'єктом дослідження численних представників економічної науки саме із популяризацією теорії інтелектуального капіталу Т. Стюартом, Р.Капланом, Д. Нортонем, В. Хадсоном, Р. Холлом, Е. Брукінг, Г. Сант-Онжем, Л. Едвінссоном, М. Меллоуном, К. Свейбі, Й. Русом, Г. Русом, Б. Ловендалем, Дж. Нагапет, С. Гошал, В. Іноземцевим, П. Салліваном, М. Братніцким, Я. Стрижиною, Б. Левом, Н. Бонтісом, Б. Леотньєвим, Д. Добією, І. Родовим, Ф. Лельртом, А. Козирева, В.Макарова, М. Павлова, Н. Кільчевскої, К. Перехуди, М. Літшкою, А. Марком, С. Шундер, Е. Скжипек, Г. Урбанком, А. Гапоненко, Ю. Бажалом, І. Булеєвим, О. Бутнік-Сіверським, В. Врублевським, В. Геєцем, Н. Гавкаловою, А. Коло том, О. Кендюховим, І. Михасюком, В. Петренком, С. Ілляшенком, А. Чухном та ін.

Вектор креації вартості підприємства, сформований на базі наукових розвідок А. Сміта, Д. Рікардо К. Маркса, Л. Вальраса, К. Менгера, Й. Шумпетера пізніше А. Берлі, П. Друкера, Ф. Котлера, М. Портера нині широко представлений у працях закордонних науковців І. Ансоффа, Ш. Балбірера, П. Дойля, Т. Копеланда, П. Контеса, Дж. Мактаггарт, М. Манкінса, А. Раппапорта,

А. Сливозького, М. Сюдаяка, А. Шапіро, А. Які та вітчизняних економістів Н. Брюховецької, І. Булеєва, М. Козоріз, О. Мендрула, Т. Момот, О. Терещенка та багатьох ін.

Глобалізація економічних процесів – з одного боку та інтелектуальна спеціалізація регіонів – з іншого, перетворюються у гарантів економічного зростання. Власне поява інтелектомістких виробництв (послуг) усе більшою мірою базується на формуванні унікального виробничого ресурсу – інтелектуальному капіталі. Виступаючи каталізатором економічного зростання і поліпшення соціального рівня розвитку громадянського суспільства, інтелектуальний капітал стає популярною термінологічною одиницею як в теоретичних дослідженнях, так і в господарській практиці суб'єктів господарювання, супроводжуючи їх трансформацію в «інтелігентні підприємства». 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.

Презентація концептуальних засад розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємств у сучасних умовах є метою представленої монографії. Складається дослідження із чотирьох розділів у змісті яких розкрито вплив інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства з погляду його широкоплощинності та інтердисциплінарності.

Перший розділ «Концептуалізація інтелектуального капіталу підприємства в умовах нової парадигми» представляє оформлення термінологічного поля, враховуючи той факт, що концепція інтелектуального капіталу підприємства є новітнім вектором розвитку сучасної економічної думки. З цього приводу, 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 синктеричне знання про його еволюцію і сутність. Розвиваючи економічну думку в монографії запропоновано уточнення предметного простору теорії інтелектуального капіталу підприємства, що базуються на опрацьованій у рамках концепції платформи вартості, авторської моделі інтелектуального капіталу підприємства.

Другий розділ монографії «Теоретико-організаційні аспекти креації вартості підприємства крізь призму розвитку інтелектуального капіталу» представлений у трьох етапах здійснення. Запропоновано ретроспективний погляд на імператив вартості в економічній думці. Представлена авторська дефініція, на-

прями, критерії і корисності креації вартості підприємства. Запропоновано архітектуру, генератори, розроблено механізм креації вартості підприємства, який дозволяє посилити вартісні конкурентні переваги.

Третій розділ «Методологічні домінанти економічної діагностики впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства» розкриває соціально-економічну доцільність і дієвість запровадження моніторингу інтелектуального капіталу підприємства, підтверджену апробацією наявних методик. Аспекти вимірювання, ефективності використання інтелектуального капіталу та оцінка його впливу на креацію вартості суб'єктів господарювання охоплені окремими питаннями цього розділу. Запропоновано авторський підхід до розвитку методології оцінки ефектів креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу.

Четвертий розділ «Конструктивізм креації вартості підприємства, забезпеченої розвитком інтелектуального капіталу в умовах глокалізації» вміщує європейський досвід щодо реалізації компетенційного підходу у креації вартості підприємства, який посилює мотиваційну складову у підвищення продуктивності праці персоналу. Значну увагу приділено питанням пришвидшення імплементації систем управління якістю молочної продукції для посилення креаційного потенціалу інтелектуального капіталу підприємств. Саме це, на нашу думку, забезпечить підвищення конкурентних переваг для вітчизняного сектора молочної індустрії та покращення можливостей їх виходу на європейський ринок. Визначено інтелектинг як модерний вектор розбудови інструментальної перспективи в теорії креації вартості підприємства, аргументовано виділення окремого наукового напрямку – інтелектуалістики, запропоновано створення мережі інтелектингових агенцій, які дозволять активізувати інтелектуальну діяльність на усіх рівнях функціонування економічних систем.

Монографія є результатом емпіричних досліджень проблем забезпечення креації вартості підприємств на основі розвитку інтелектуального капіталу, що стало можливим завдяки участі авторки у грантовому проекті «*Program Stypendialny im. Lane'a Kirklanda*» (rok akademicki 2007/2008).

Маємо надію, що запропонована монографія зацікавить проблематиками креації вартості та інтелектуального капіталу широке коло науковців, викладачів, підприємців, державних службовців, аспірантів і студентів, тобто активізує людський чинник, який виступає ядром процесу інтелектуалізації господарського життя у XXI сторіччі.

З повагою

авторка



# РОЗДІЛ 1

## Концептуалізація інтелектуального капіталу підприємства в умовах нової парадигми господарювання

### 1.1. Дефініція, форми та функції інтелектуального капіталу підприємства

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 креації вартості підприємства. Однак, варто звернути увагу на те, що певні складові інтелектуального капіталу, окреслені в наукових публікаціях значно раніше щодо концепцій капіталу, зокрема перші згадки знаходимо у економіста Джона Рея (Re)<sup>1</sup> «Соціологічна теорія капіталу»<sup>2</sup> (1834)<sup>3,4</sup>, який за свідченням Ойгена фон Бем-Баверка досліджував

<sup>1</sup> Джон Рей (Re) – вчений, дослідження якого залишились недооціненими його сучасниками, автор вперше опублікованої у 1834 р. книги під назвою «Theory of Capital: Being a Complete of the New Principles of political economy», яка пізніше була перейменована у «The Sociological Theory Capital» та видана К. У. Мікстером у 1905 р.: див. Шумпетер Й. А Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й.А. 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. Соловоьева]. – М.: Эксмо, 2008. – С. 57.

<sup>2</sup> Rae J. The Sociological Theory of Capital: Being a Complete of the New Principles of Political economy / John Rae. – Macmillan, London, 1834. – 485 p.

«природу капіталу та закони, які визначають його ріст і падіння», говорив про «велике значення інтелектуального прогресу, винаходів (*invention*)», пов'язуючи останні з творчістю, а збільшення національного багатства – з «винахідницькими якостями»<sup>5</sup>; або управління знаннями, наприклад американський професор з управління Петер Друкер (1909–2005), починаючи з кінця 1950<sup>их</sup> років ХХ ст. аналізує посткапіталістичне суспільство і акцентує увагу на зростанні ролі знань у забезпеченні розвитку та подальшому прогресі<sup>6</sup>.

Фуруролог Елвін Тоффлер<sup>7</sup> (нар. 1928 р.) співзасновник відомої у всьому світі фірми «*Toffler Associates*», яка надає консалтингові послуги для підприємств і урядів, говорячи про інтелектуальну економіку та зростання ролі знань і соціального капіталу (волонтаріат, батьківські обов'язки тощо) у створенні багатства у майбутньому, вводить термін «*prosument*» – особи, яка сама споживає те, що виготовляє, представляючи таким чином трансформації у суспільно-економічному житті людства<sup>8</sup>. Саме у 1987 р. Ітамі Хіроякі визнає ефект свідомого використання «невидимих активів» («*Invisible Assets*») найважливішими чинниками успішності функціонування японських корпорацій, що відображали результати фінансової звітності. Економіст доводить, що власне наявність нематеріальних активів ще не є гарантом успіху, оскільки окремі нематеріальні активи приносять невелику користь, а, отже, лише комплексне й одночасне їх використання є невід'ємним атрибутом підвищення ефективності функціонування суб'єктів господарювання<sup>9</sup>.

<sup>3</sup>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. – С. 560–600. – (Антология экономической мысли).

<sup>4</sup>Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Йозеф Алоиз 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. Семеновко, Э.Ю. Соловьева]. – М.: Эксмо, 2008. – С. 57.

<sup>5</sup>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. – С. 562. – (Антология экономической мысли).

<sup>6</sup>Druker P. F. Społeczeństwo pokapitalistyczne / Peter Feng Druker; [przekład Grażyna Kranas]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1999. – S. 157. – (Seria Przedsiębiorczość).

<sup>7</sup>Елвін Тоффлер автор численних книг, які стали бестселерами – «Третя хвиля», «Революційне багатство» тощо. Прочитати можна переклад польською мовою – «Trzecia fala», «Zmiana władzy», «Wojna i antywojna», «Budowa nowej cywilizacji», а також англійською «The Culture Conument».

<sup>8</sup>Toffler A. Trzecia fala / Alvin Toffler; [przeł. Ewa Wogdyło]. – Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1986. – S. 348.

<sup>9</sup>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).

Дана тематика активно досліджувалася у кінці 1980 рр. ХХ ст., зокрема вчений Девід Аакер<sup>10</sup> доводить, що засоби і вміння є основою забезпечення конкурентоспроможності, а в США з'являється ініціатива управління «засобами знань»<sup>11</sup>. Науковець Річард Холл (1992–1993) оцінює «інтелектуальні нематеріальні засоби», в основі яких лежать знання та ідея як визначальні в сфері забезпечення конкурентоспроможності підприємства<sup>12,13</sup>.

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 нефінансовими показниками 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<sup>14</sup>. 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 «інтелігентними 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 реалі-

<sup>10</sup> Дослідження вченого Каліфорнійського університету вміщені у книзі: *Aaker D. A. Strategic Market Management / David A. Aaker.* – New-York: John Wiley&Sons, Inc., 1992. – 394 [6] P. – (3 Edition), яка на сьогодні витримала три перевидання відповідно у 1984р., 1988 р. та 1992 р.

<sup>11</sup> *Aaker D. A. Strategic Market Management / David A. Aaker.* – New-York: John Wiley&Sons, Inc., 1992. – 394 [6] P. – (3 Edition).

<sup>12</sup> *Hall R. The Strategies Analysis of Intangible Resources / Richard Hall // Strategic Management Journal.* – 1992. – Vol. 13. – № 2. – P. 135–144.

<sup>13</sup> *Hall R. A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage / Richard Hall // Strategic Management Journal,* 1993. – Vol. 14. – P. 608–618.

<sup>14</sup> *Sveiby K. E. The Invisible Balance Sheet: key indicators for accounting, control and valuation of know-how companies / Karl-Erik Sveiby [Електронний ресурс].* – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/TheLibrary/IntangibleAssets/tabid/81/Default.aspx.-2005>.

зацію 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<sup>15,16</sup>. 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<sup>17</sup>. Зважаючи на підвищення зацікавленості вказаною тематикою можемо стверджувати про активізацію досліджень проблем розвитку інтелектуального капіталу для забезпечення зрівноваженого економічного розвитку сучасної економіки.

Дефініція «інтелектуального капіталу підприємства» стала об'єктом дослідження численних представників економічної науки починаючи з 1990 рр. XX ст.: Т. Стюарта (1991, 1997) [453; 454], Р. Каплана, Д. Нортон (1992, 2001, 2006, 2011) [304; 305; 306], В. Хадсона (1992) [286], Р. Холла (1992) [275], Е. Брукінг (1996, 1997, 2001) [207; 208; 209], Г. Сант-Онжа (1996) [422], Л. Едвінссона (1997; 2000) [249; 250; 251; 252; 253], М. Меллоуна (1997) [251], К. Свейбі (1997) [459; 460; 461; 462; 463], Й. Руса, Г. Руса (1997) [413; 414; 415], Б. Ловендаля (1997) [327], Я. Нагапет, С. Джошела (1998) [360], В. Іноземцева (1998) [32; 67], П. Саллівана (2000) [458], М. Братніцького [202; 203; 204; 402], Я. Стрижини (2001) [402], Б. Лева (2001) [319], Н. Бонтіса (2002) [199; 200], Б. Леотньєва (2002) [82], Д. Добії (2002) [234], І. Родова (2002) [269], А. Козирєва [69; 109], В. Макарова (2003, 2006) [69; 109], М. Павлова (2003) [60], Н. Кельчевської (2003) [60], К. Перехуди (1998) [382], М. Літшка, А. Маркома, С. Шундер (2006) [324], Е. Скжипек (2007) [442], Г. Урбанека (2007) [479], А. Гапоненко (2008) [28] та ін.

<sup>15</sup> Sopińska A. Jak mierzyć kapitał intelektualny w przedsiębiorstwie / Agnieszka Sopińska, Piotr Wachowiak [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/4/id/51> (15.07.2013).

<sup>16</sup> Sveiby K. E. The New Organizational Wealth / Karl-Erik Sveiby. – San Francisco, 1997. – P. 86. – (Managing & Measuring Knowledge-Based Assets).

<sup>17</sup> 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. – PP. 185–198 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://go.webassistant.com/wa/upload/users/u1000057/kpmserenkobontis.pdf> (15.07.2013).

Інтерес українських економістів (Ю. Бажал (1996) [9], О. Бутнік-Сіверський (2002) [19], В. Врублевський (2005) [26], Вовканич С. (2008) [25], В. Гець (2003–2013) [150; 132], О. Грішнова (2004; 2009) [32; 33; 34], А. Колот (2007) [71], О. Кендюхов (2006, 2008, 2011) [62; 63; 64; 65; 66; 145], С. Ілляшенко (2008) [54; 55], А. Череп (2013) [153; 162, 163, 164], А. Чухно (2002) [166; 167]) до теорії інтелектуального капіталу сягає ХХ ст. У сучасній економічній літературі суттєву увагу вчені приділяють питанням формування і розвитку інтелектуального капіталу (О. Амосов, О. Бутнік-Сіверський, В. Гець, Н. Гавкалова, Ю. Зайцев, Л. Михайлова, А. Чухно, Г. Жаворонкова). Дослідженням питань удосконалення управління інтелектуальним капіталом присвячені роботи таких економістів, як С. Ілляшенко, О. Кендюхов, маркетингового управління – Г. Жаворонкова, В. Яценко, В. Матвеев, визначення сфер впливу інтелектуального капіталу – А. Череп тощо. Водночас, дискусійною є низка питань, пов'язаних з окресленням домінант інтелектуального капіталу, не вирішеною залишається проблема обґрунтування ролі та оцінки впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємств в умовах нової парадигми господарювання.

Генеза інтелектуального капіталу підприємства, опрацьована нами, базується на дослідженнях світової економічної думки і схематично представлена в Додатку А. Низка публікацій уміщує інформацію про перше використання терміна «інтелектуальний капітал» Джоном Гелбрейтом (1908–2006) у 1969 р. в листі до польського економіста Майкла Калецького<sup>18</sup> (1899–1970), де використовується поняття «інтелектуальний капітал особи»<sup>19 20</sup>.

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»<sup>21</sup> (1975), у якій вперше згадувався термін «інтелектуальний капітал особи».

У подальшому в економічній науці для вивчення теорії інтелектуального капіталу підприємств активно використовується класифікаційний метод, зокрема через дев'ять років після згадки у наукових публікаціях терміна «інтелектуальний капітал» відnotовуємо лише окремі характеристики його структурних

<sup>18</sup> Michał Kalecki (1899–1970) – відомий польський економіст.

<sup>19</sup> Колот А. М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань / Анатолій Михайлович Колот // Україна: аспекти праці – 2007. – № 4. – С. 7.

<sup>20</sup> Feiwel George R. Intellectual Capital of Michael Kalecki: a Study In Economic Theory and Policy / George R. Feiwel. – Knoxville: The University of Tennessee Press, 1997. – 583 P.

<sup>21</sup> Назва оригіналу «The Intellectual Capital of Michal Kalecki: A Study in Economic Theory and Policy» (1975 p.).

елементів ученим Карлом Еріком Свейбі у книзі «Компанії знань»<sup>22</sup> (1986 р.), присвяченій тематиці управління нематеріальними активами підприємств<sup>23</sup>. 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»<sup>24</sup> (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<sup>25</sup> (Швеція). Крім того, цікавою була пропозиція щодо модернізації методики оцінки стану суб'єктів господарювання, опрацьованої у «Рапорті 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<sup>26,27</sup>. З іншого боку, підприємницький сектор у 1991–1994 рр. вносить зміни у організаційні структури підприємств, вперше вводячи 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)<sup>28</sup>.

Гене́за інтелектуального капіталу підприємства в своїй основі характеризується тим, що започатковується саме у практичній сфері. У зв'язку з цим до

<sup>22</sup> Назва оригіналу «*The Know How Company*» (1986 р.).

<sup>23</sup> Sveiby K. E. *The New Organizational Wealth / Karl-Erik Sveiby*. – San Francisco, 1997. – P. 40–50. – (Managing & Measuring Knowledge-Based Assets).

<sup>24</sup> Назва оригіналу «*The New Annual Report*» (1988 р.).

<sup>25</sup> Власна назва «*Umea University*» заснований у 1965 р., розміщений у м. Умео (шв. Umeå) на півночі Швеції та входить до переліку п'яти найстаріших університетів країни. При Університеті працює лікарня, так як місто Умео є центром медичних досліджень в Швеції. На 2014 р. місто Умео оголошено культурною столицею Європи. Університет за результатами 2013 р. ввійшову топ-рейтинг серед кращих молодих (до 50 років) університетів світу, які мають високий майбутній потенціал, зокрема за результатами британського тижневика «*Times higher Education*» (THE) Умеоунський університет розмістився на 29 місці; за індексом-QS – на 34 місці (серед європейських університетів, створених до 1963 р.): див. сайт Університету <http://www.umu.se>.

<sup>26</sup> Sveiby K. E. *The New Organizational Wealth / Karl-Erik Sveiby*. – San Francisco, 1997. – P. 185–186. – (Managing & Measuring Knowledge-Based Assets).

<sup>27</sup> Sveiby K.-E. *Metods for Measuring Intangibles Assets / Karl –Erik Sveiby* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm> (травень 2012).

<sup>28</sup> Kasiewicz S. *Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy / Stanisław Kasiewicz, Waldemar Rogowski, Monika Kisińska*. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2006. – S. 66–67.

початку 1990 рр. XX 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»<sup>29</sup>. Звісно, що виникає запитання, який вплив цей момент мав на розвиток концепції інтелектуального капіталу? Наскільки повним є дане тлумачення? Чи можна вважати його першим кроком у формуванні термінологічного поля цієї сфери? Одразу ж зазначимо, що абсолютно виправдано наголосити на позитивному впливі напрацювань дослідника загалом, 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.

В умовах «нової парадигми» знання стають субститутом будь-якого виробничого ресурсу (який є обмеженим), а характерною рисою знань є необмеженість. Глобалізація, характерна для сучасного етапу розвитку економіки, передбачає і поширення знань в усіх без винятку галузях. Інформаційне суспільство сприятиме необмеженому поширенню знань як у розвинутих країнах, так і країнах із трансформаційними процесами. Саме розробка методів екстраполяції знань, на нашу думку, створить можливості для вирівнювання соціально-економічного розвитку суспільства в майбутньому. Вищевикладене підтверджує наші висновки про загалом позитивний вплив досліджень і публікацій Тома Стюарта на розвиток теоретико-концептуальних положень інтелектуального капіталу.

Із часу публікацій Тома Стюарта активізувався розвиток теорії інтелектуального капіталу, зокрема, вченими-економістами. Вагомий внесок у розвиток доктрини інтелектуального капіталу зробили директор з інтелектуального капіталу шведської страхової фірми «*Skandia AFS*» Лейф Едвінсон, менеджер американської фірми Гордон Петраш та Патрік Салліван, які у січні 1995 р. організували першу конференцію «*The ICM Gathering*», присвячену проблемам управління інтелектуальним капіталом<sup>30</sup>. Учасниками конференції було лише 12 найбільш зацікавлених даним напрямом фірм з усього світу, а завершилася вона появою в науковому економічному просторі першої формальної дефініції інтелектуального капіталу, що загалом можна вважати позитивним явищем.

Отже, теорія інтелектуального капіталу активно розвивається навіть не повних 30 років, проте в сучасній економічній літературі можна виділити кілька шкіл із притаманними їм філософськими підходами до дефініції інтелектуально-

<sup>29</sup> Kapitał intelektualny. Akademia Balanced Scorecard [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bsc.edu.pl/> (20.07.2012).

<sup>30</sup> Kozińska В. Kapitał intelektualny jako zasób majątkowy / Beata Kozińska, Adrianna Żabińska. – S. 6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.instytut.info/Vkonf/site/15.pdf> (17.07.2012г.)

го капіталу підприємства та класифікації формуючих його елементів. Насамперед, це японська школа, яка зародилася на початку 1980 рр. ХХ ст. і базується на дослідженнях Ітамі Хіроякі, пов'язаних із дослідженнями впливу взаємозалежних різних видів «невидимих активів» («*Invisible Assets*») на якість управління і забезпечення зростання вартості японських корпорацій. Аналізуючи фінансові результати функціонування японських підприємств, учений робить висновки про виявлення суттєвих розбіжностей, які мають місце у фінансових звітностях суб'єктів господарювання, що є результатом «одночасного та комплексного використання усіх видів нематеріальних активів»<sup>31</sup>.

Найбільш динамічно зростає північноамериканська школа, представниками якої є журналіст за фахом популяризатор теорії інтелектуального капіталу Том Стюарт [293; 294], вчені Майкл Армстронг [5; 117; 118; 119], Вільям Хадсон [185], Кейт Брейді [49], Барух Лев [203], Губерт Сент-Ондрж [274], Стівен Уоллман [49], Гордон Петраш [252] та ін., яка за часткою у загальному обсязі опублікованих праць з тематики інтелектуального капіталу займає перше місце – майже 37% (США – 32,3 %; Канада – 4,4 %) <sup>32</sup>.

Вагомий внесок у розвиток концепції інтелектуального капіталу вносять північноамериканська, англійська та скандинавська наукові школи, внесок яких становить більше 2/3 від загального обсягу опублікованих праць<sup>33</sup>. Однак, звернемо увагу, що утримувати передові позиції в сучасних умовах дуже складно, зокрема, згідно даних Світового Банку індекс економіки знань у США має негативну тенденцію, адже країна опустилася у рейтингу із першого місця (у 1995 р.) до четвертої позиції (у 2000 р.) та дванадцятої (у 2012 р.). Зауважимо, що саме це, на нашу думку, і мало негативний вплив на те, що США за даними на 2012 р. присутні у рейтингу провідних економік світу лише в секторі інновації (6 місце)<sup>34</sup>.

Узагальнивши теоретичні дослідження, представник північноамериканської школи, журналіст Том Стюарт на початку 1990 рр. ХХ сторіччя уперше дав визначення поняттю «інтелектуальний капітал» («*Intellectual Capital*»), виділяючи його складові елементи. У статті «Брайнпауер. Інтелектуальний капітал стає найбільш цінним американським активом»<sup>35</sup> (1991) він стверджував, що «... діяльність кожного підприємства залежить від патентів, процесів, управлінських умінь, технології, інформації про споживачів і постачальників, а також

<sup>31</sup> Mroziwski M. Kapitał intelektualny współczesnego przedsiębiorstwa. Koncepcje, metody wartościowania i warunki jego rozwoju / Marian Mroziwski. – Warszawa: Difin, 2008. – S. 26.

<sup>32</sup> 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. 185–198. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://go.webassistant.com/wa/upload/users/u1000057/kpmserenkobontis.pdf> (15.07.2013).

<sup>33</sup> Там же.

<sup>34</sup> Knowledge Economy Index (KEI) 2012 Rankings [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.worldbank.org/kam](http://www.worldbank.org/kam) (12.07. 2013).

<sup>35</sup> Назва статті мовою оригіналу «BrainPower. How Intellectual Capital is becoming America's Most Valuable Asset» (1991).



досвіду. Такі поєднані знання створюють інтелектуальний капітал. ... Це сума всіх знань, якими володіє кожна людина в організації, яка дає фірмі конкурентну перевагу на ринку»<sup>36</sup>. Запропоновані Томом Стюартом положення інтелектуального капіталу як «інтелектуального матеріалу представленого у вигляді знань, патентів, процесів, технології, інформації, досвіду, що можуть бути використані для створення багатства» зводяться в основному до широкого та узагальненого підходу до трактування цієї категорії, що чітко відтворює його думку як журналіста<sup>37</sup>. Автор говорить про інтелектуальний капітал як «упаковані корисні знання», стверджуючи, що «інтелектуальний капітал – це те, про що всі знають на підприємстві і що свідчить про конкурентну перевагу»<sup>38</sup>, а це черговий раз доводить обмежений підхід при поданні запропонованого терміна та засвідчує ненауковий характер його роботи.

У подальших публікаціях, зокрема в праці «Інтелектуальний капітал. Нове багатство організацій»<sup>39</sup> (1997) дослідник представляє структурні елементи інтелектуального капіталу: людський, структурний (технології, організаційні процеси, патенти) та споживчий (клієнти, постачальники, ін.) капітал<sup>40</sup> (рис.1.1).



Рис. 1. 1. Складові елементи інтелектуального капіталу за Т. Стюартом (джерело: складено автором на основі: Steward T. A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations / Tomas A. Steward. – New-York: Doudleday & Currency, 1997. – 278 [2] p.)

Саме споживчий капітал забезпечує можливості підприємства задовольняти вимоги споживачів, акцентуючи, таким чином, увагу на маркетинговій

<sup>36</sup> Steward T. A. Brainpower. How Intellectual Capital is becoming America's Most Valuable Asset / Tom Steward // Fortune. – 1991. – 3rd of June. – P. 44 – 60.

<sup>37</sup> Steward T. A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations / Tomas A. Steward. – New-York: Doudleday&Currency, 1997. – P. 67.

<sup>38</sup> Там же P. 67.

<sup>39</sup> Назва оригіналу «Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations» (1997). Переклад на російську мову здійснено у 1999 р.

<sup>40</sup> Там же P. 67.

складовій, що пояснювалося зростанням у цей період ролі маркетингу в підвищенні ефективності функціонування підприємств.

Запропоновані Томом Стюартом доміанти 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<sup>41</sup>.

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»<sup>42</sup>. 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.

Інший представник цієї наукової школи у 1993 р. вчений Вільям Хадсон (1993) у своїх працях більш детально описує інтелектуальний капітал як «компетентність людини, яку формують психофізіологічні можливості особистості, здобуті знання і поведінка, сформована в процесі навчання, виховання та практичної діяльності, набуті вміння і здібності, визначні здібності (таланти)»<sup>43</sup>. Отже, науковець говорить лише про інтелектуальний капітал людини, який, на нашу думку, виступає одним зі складових елементів інтелектуального капіталу підприємства, а, значить, має право розглядатися при його оцінці, вимірюванні та моделюванні векторів розвитку.

<sup>41</sup> Книга «Багатство від розуму» стала діловим бестселером.

<sup>42</sup> 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».

<sup>43</sup> Hudson W. J. Intellectual Capital: how to build it, enhance it, use it / William J. Hudson. – Toronto: John Wiley&Sons Ins., 1993. – P. 16.

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)<sup>44</sup>. 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.)<sup>45</sup>. 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»<sup>46</sup>

<sup>44</sup> 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. 10–14.

<sup>45</sup> Корнеева О. В. Використання характеристик інтелектуального капіталу і інтелектуального потенціалу в управлінні підприємством / О. В. Корнеева // *Наукові праці ДонНТУ*. – Випуск 31-3. – (Серія економічна) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.donntu.edu.ua/> «Библиотека» / «Информационные ресурсы».

<sup>46</sup> Назва оригіналу книги «Intangibles: Management, Measurement and Reporting» (2001). Переклад на російську мову здійснено у 2004 р.

(2001), вихід якої спричинив великий суспільний резонанс<sup>47</sup>. 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 суб'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.

Вивчення інтелектуального капіталу підприємства з погляду управлінських аспектів представлено Канадським об'єднання менеджерів,<sup>48</sup> які вважають, що «інтелектуальні активи, сформовані на базі знань, які є власністю фірми, а .... у майбутньому будуть джерелом цінності для фірми»<sup>49</sup> та вченим Майклом Армстронгом, який стверджує, що «інтелектуальний капітал організації складається із невидимих активів – це корпоративна експертиза, запас знань, комерційні секрети, системи та методики»<sup>50</sup>.

Пожвавилися дослідження теорії інтелектуального капіталу в межах європейського наукового простору, зокрема, це – англійська школа, основоположником якої вважається Енні Брукінг [207;208; 209], Уенді Буковіч, Руф Вільямс [211], Ѓйоран Рус, Йохан Рус [415; 415], Лін Лім, Пітер Делімор [323] та ін., вклад якої у розвиток теоретико-методологічних положень інтелектуального капіталу за поданими у пресі оцінками ледь перевищує 23 % (Великобританія – 23,2 %) <sup>51</sup>.

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»<sup>52,53</sup>, зокрема, це ринкові активи – назва фі-

<sup>47</sup> Lev B. Intangibles: Management, Measurement, and Reporting / Baruch Lev. – Washington: Brooking Institution Press, 2001. – 228 p.

<sup>48</sup> Оригінальна назва «The Society of Management of Canada».

<sup>49</sup> Kapitał intelektualny. Akademia Balanced Scorecard [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bsc.edu.pl/> (20.07.2012).

<sup>50</sup> Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами / Майкл Армстронг; [пер. с англ. Н. В. Гринберг]. – М.: ИНФРА-М, 2002. – С. 282. – (Серия «Менеджмент для лидера»).

<sup>51</sup> 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. – PP. 185 –198 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://go.webassitant.com/wa/upload/users/u1000057/kpmserenkbontis.pdf> (15.07.2013).

<sup>52</sup> Brooking A. Intellectual Capital. Core Asset for the Third Millennium Enterprise / Annie Brooking. – London: International Thomson Business Press, 1997. – P. 12.

<sup>53</sup> Брукінг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Энни Брукінг; [пер. с англ., под ред. Л. Н. Ковачин]. – СПб.: Питер, 2001. – С. 30.

рми, 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<sup>54,55</sup>. 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»<sup>56</sup>. 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 Гьйораном Русом, Лейфом Едвінсоном, Ніколя Драгонетті та Лізою Фернстрьом, де зазначається, що це «сума ... активів «мислячих» і «немислячих»<sup>57</sup>.

Принагідно зазначимо, що у розвитку теорії інтелектуального капіталу продовжують брати участь практики, зокрема, Ларрі Прусак, прес-секретар фірми «Ernst & Young», тлумачить інтелектуальний капітал «як інтелектуальну матерію, ... взятую та використану для створення високоцінних активів»<sup>58</sup>.

Динамічний розвиток даної школи засвідчують дослідження вчених Уенді Буковича, Руфа Вільямса, які, дотримуючись засобового підходу, стверджують, що інтелектуальний капітал, на відміну від інших засобів, є нематеріальною формою майна, що має потенціал до створення багатства завдяки припливу знань<sup>59</sup>. При цьому серед елементів інтелектуального капіталу вчені виділяють: людський капітал, який визначається можливостями не лише окремих людей, а й колективу підприємства; клієнтський капітал, що характеризується тісними зв'язками з клієнтами; організаційний капітал, який знаходить відображення у можливостях підприємства у вигляді кодифікованих знань усіх працюючих – бази даних; процеси, технічна інфраструктура. Отже, у представників англійської школи помітним є удосконалення структури інтелектуального капіталу в напрямі її спрощення, що можна вважати позитивним моментом.

<sup>54</sup> Brooking A. Corporate Memory: Strategies for Knowledge Management / Annie Brooking. – London; New-York: International Thomson Business Press. – 1999. – P. 16–21. – (Thomson Learning).

<sup>55</sup> 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..33i2l.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](http://www.google.pl/#sclient=psy-ab&q=Luthy+D+H+Intellectual+capit&oq=Luthy+D+H+Intellectual+capit&gs_l=hp.3..33i2l.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 p.)

<sup>56</sup> Roos G. Measuring Your Company's Intellectual Performance / Göran Roos, Johan Roos // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. – № 3. – P. 413–426.

<sup>57</sup> Roos G. Managing Intellectual Capital in practice / Göran Roos, Sthepen Pike, Lisa Fernström. – Amsterdam [ets.]: Elsevier, 2005. – P. 19.

<sup>58</sup> Jarugowa A. Rachunkowość i zarządzanie kapitałem intelektualnym. Koncepcje i praktyka / Alicja Jarugowa., Justyna Fijałkowska. – Gdańsk: Wydawnictwo «Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr», 2002. – S 59.

<sup>59</sup> Bukowitz W. R. The Knowledge Management Fieldbook / Wendi R. Bukowitz, Ruth L. Williams. – London: Financial Time, Prentice Hall. – 2000. – P. 223.

Заслуговує на увагу і виділення у структурі людського капіталу, крім індивідуального, ще й групового (колективного) капіталу. Звичайно, що врахування такого елементу є надзвичайно важливим, враховуючи твердження науковця Пітера Сенге про «потенціальну мудрість колективів»<sup>60</sup>, яка ґрунтується на «відчутті реальності, сприйнятті змін»<sup>61</sup>. Однак, на нашу думку, врахування групового капіталу у структурі людського є недоцільним, адже останній появляється як ефект налагодження міжлюдських комунікацій, а отже, в основі свого виникнення є соціальним капіталом. Зважаючи на вищесказане, вважаємо за правильне в авторській моделі інтелектуального капіталу підприємства говорити не про людський капітал, а про індивідуальний інтелектуальний капітал.

На протигагу такому підходу щодо тлумачення інтелектуального капіталу, Карл Вііг підтверджує формування інтелектуального капіталу шляхом синтезу «активів, що з'явилися в результаті інтелектуальної діяльності, яка починалася з набуття нових знань (або навчання підприємства) через інтенцію (випадок) до створення цінних і унікальних взаємозв'язків з іншими»<sup>62</sup>.

Оригінальним є тлумачення К. Йогансона інтелектуального капіталу як «знань на тему знань і нагромадження попередніх знань»<sup>63</sup>. Автор звертає особливу увагу на те, що амбіцією інтелектуального капіталу є не відображення дійсності, а саме зміна суспільно-економічної ситуації.

Досліджуючи розвиток теорії інтелектуального капіталу відзначимо використання вченими, наприклад Лін Лім, Пітер Делімор у статті «Інтелектуальний капітал: менеджерські відносини в сервісній індустрії»<sup>64</sup> (2004), цього терміна в якості синоніма до поняття «капітал знань» («*Knowledge Capital*»), що згідно з нашими міркуваннями є недоцільним, оскільки останній є лише складовим елементом інтелектуального капіталу підприємства<sup>65</sup>.

Починаючи з 1999 р., відстежуємо започаткування дослідження теорії інтелектуального капіталу в рамках австрійсько-німецької школи (внесок у розвиток концепції – 2,1 %) <sup>66</sup>, представленій у працях таких учених, як Й. Варшат, К. Вагнер, І. Гаусс [483], які вважають, що інтелектуальний капітал формують чотири елементи – людський, організаційний, ринковий та інноваційний. У зв'язку з детальними дослідженнями людського, організаційного та ринкового

<sup>60</sup> Senge P. M. Piąta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się / Peter M. Senge; [przeł. Michael Lipa]. – Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business, 2012. – S. 241. – (Wydanie 6).

<sup>61</sup> Там же S. 435.

<sup>62</sup> Wiig K. M. Integrating Intellectual Capital with Knowledge Management / Karl M. Wiig // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. – № 3. – P. 399.

<sup>63</sup> Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie [red. nauk. Kazimierz Perechuda]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005. – S. 88.

<sup>64</sup> Назва оригіналу «*Intellectual Capital: Management Attitudes in Service Industries*» (2004).

<sup>65</sup> 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.

<sup>66</sup> 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. 185–198 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://go.webassistant.com/wa/upload/users/u1000057/kpmserenkobontis.pdf> (15.07.2013).

капіталів ученими-попередниками, Й. Варшат, К. Вагнер, І. Гаусс у своїх працях сконцентрували увагу на ролі інноваційного капіталу як найважливішої на сьогодні формуючої ланки інтелектуального капіталу<sup>67</sup>. Дослідники Міхаель Літшка, Андреас Марком, Сусанна Шундер (Австрія) називають інтелектуальний капітал «інтелектуальними цінностями, які формують людські, організаційні та кодифіковані засоби»<sup>68</sup>.

Бенте Ловендаль є послідовником вченого Ітамі Хіроякі та вважає, що для успішного функціонування сучасні підприємства мають у наявності фізичні, людські і грошові засоби, а також «засоби, які базуються на інформації», що згідно з міркуваннями вченого, є інтелектуальним капіталом<sup>69</sup>.

Популярність доктрини інтелектуального капіталу спричинила активізацію цих досліджень у межах польської наукової школи, представлені моделями А. Яругової, Ю. Фіялковської [300], Г. Урбанека [479], Д. Добії [234], Е. Скішпек [442], К. Перехуди [382], М. Братніцкего, Я. Стрижини [402], М. Марцінковської [343], М. Мрозевського [356], С. Касевича, В. Роговського, М. Кісінської [307] тощо. Піддаючи аналізу дефініції інтелектуального капіталу, запропоновані польськими науковцями, зауважуємо неоднозначні трактування. Більшість дослідників при тлумаченні пропонованого економічного терміну пов'язує його з управлінням знаннями. Зокрема, Моніка Марцінковська стверджує, що інтелектуальний капітал – це «знання працівників і керівництва, які є стратегічним засобом, що має вплив на конкурентну позицію і ринковий потенціал підприємства»<sup>70</sup>. Аліція Яругова, Юстина Фіялківська переконані, що інтелектуальний капітал – це «знання, які можуть бути замінені на вартість»<sup>71</sup>. Вдало доповнює їх думку вчений Маріуш Братніцкий, стверджуючи, що «інтелектуальний капітал є сумою знань, якими володіють люди, що формують колектив працівників, і практичним перетворенням цих знань у складники вартості фірми»<sup>72</sup>.

Низка науковців пропонує дещо вужчий погляд щодо цього терміна, наприклад, Казімеж Перехуда пов'язує поняття інтелектуального капіталу підприємства лише «зі знаннями у сфері менеджменту, які при використанні у ви-

<sup>67</sup> 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 22<sup>th</sup>, European Commission.

<sup>68</sup> 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.

<sup>69</sup> Løwendahl B. Strategic Management of Professional Service Firm / Bente R. Løwendahl. – [3<sup>rd</sup> edition]. – Copenhagen: Business School Press, 2005. – P 87.

<sup>70</sup> Marcinkowska M. Kształtowanie wartości firmy / Monika Marcinkowska. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – S. 93. – (Seria Przedsiębiorczość).

<sup>71</sup> Jarugowa A. Rachunkowość i zarządzanie kapitałem intelektualnym. Koncepcje i praktyka / Alicja Jarugowa., Justyna Fijałkowska. – Gdańsk: Wydawnictwo «Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr», 2002. – S. 52.

<sup>72</sup> Bratnicki M. Dylematy i pułapki współczesnego zarządzania / Mariusz Bratnicki; Polska Akademia Nauk Oddział w Katowicach. – Katowice: Wydawnictwo Gnome, 2001. – S. 111.

робничих процесах на підприємстві здатні генерувати додану вартість»<sup>73</sup>. У своїх подальших дослідженнях економіст виділяє інтелектуальний капітал, як пріоритетний для динамічного, еластичного підприємства – здатного швидко адаптуватися та трансформуватися до змін навколишнього середовища<sup>74</sup>. Дотримання вузького підходу при термінологічному визначенні інтелектуального капіталу підприємства віднотуємо у Джака Фітц-Енза, який стверджує, що це «інтелектуальна власність фірми та складне поєднання процесів і культури, пов'язане з мережею різного виду зв'язків і людським капіталом»<sup>75</sup>.

У широкому розумінні бачення інтелектуального капіталу представляє Гжегож Урбанек, вважаючи, що він становить «невидимий засіб підприємства, який створює видимі ефекти»<sup>76</sup>. Більш деталізованим є підхід дослідників Маріуша Братніцького та Януша Стрижини, які, дотримуючись засобового підходу, вказують, що інтелектуальний капітал «...репрезентують невидимі засоби і процеси ... та людський капітал»<sup>77</sup>. Дорота Добія дотримується думки, що інтелектуальний капітал представляють нематеріальні засоби фірми, які не мають фізичних чи фінансових вимірників<sup>78</sup>. Ельжбета Скшипек стверджує, що «інтелектуальний капітал – це інтелектуальні активи, які є сумою знань окремих працівників та колективів»<sup>79</sup>. Дуже точно з економічного погляду дефініція інтелектуального капіталу підприємства представлена, на нашу думку, Станіславом Касевичем, Вальдемаром Роговським та Монікою Кісінською, що трактують його як «новий чинник, що динамізує зростання ринкової вартості фірми». Характерно, що цей новий чинник автори представляють в якості нематеріальних активів та «взаємовідносин між матеріальними і нематеріальними активами»<sup>80</sup>.

Однак, найбільш вдалим, за нашими міркуваннями, є визначення інтелектуального капіталу за Мар'яном Мрозевським, який називає його «...концепційною здатністю підприємства і працівників одержувати доходи і формувати потенціал конкурентоспроможності в майбутньому, на базі інтелектуальних ак-

<sup>73</sup> Perekhuda K. *Metody zarządzania przedsiębiorstwem* / Kazimierz Perekhuda. – Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, 1998. – S. 64–65.

<sup>74</sup> *Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie* [red. nauk. Kazimierz Perekhuda]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005. – S. 147.

<sup>75</sup> Fitz-Enz J. *Rentowność inwestycji w kapitał ludzki* / Jac Fitz-Enz; [przełożył Grzegorz Łuczkiwicz]. – Kraków: Dom Wydawniczy ABC, 2001. – S. 23–24. – (Oficyna Ekonomiczna).

<sup>76</sup> Urbanek G. *Pomiar kapitału intelektualnego i aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa* / Grzegorz Urbanek. – Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2007. – S. 38.

<sup>77</sup> *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny* / [Praca zbiorowa pod red. Mariusza Bratnickiego, Janusza Stryżyny; współ. aut. Kamili Butrym, et. al.]. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2001. – S. 71–72. – (Seria: Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamickiego w Katowicach).

<sup>78</sup> Dobija D. *Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa* / Dorota Dobija – Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, 2004. – S. 38.

<sup>79</sup> *Wiedza w gospodarce, społeczeństwie i przedsiębiorstwach: pomiary, charakterystyka, zarządzanie*; [red. nauk. Krzysztof Piech oraz Elżbieta Skrzypek. – Warszawa: Instytut Wiedzy i Innowacji. – 2007. – S. 5.

<sup>80</sup> Kasiewicz S. *Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy* / Stanisław Kasiewicz, Waldemar Rogowski, Monika Kisińska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2006. – S. 63.



тивів і соціальних взаємовідносин, скерованих на пошук знань, їх перетворення, збагачення і передачу зацікавленим особам у якості артефактів, які забезпечують різні цінності і суспільно-економічний прогрес»<sup>81</sup>. Проте, запропоноване тлумачення, на нашу думку, не дає можливості чітко визначити економічну суть поняття, що досліджується, а також є дещо громіздким, що ускладнює його практичне використання.

Найстаршою за часом виникнення є скандинавська школа, яка сформувалася наприкінці 1980 рр. ХХ ст. Її засновником вважається вчений Карл Ерік Свейбі. У рамках даної школи активно працюють колишній директор з інтелектуального капіталу шведської фірми «Skandia AFS», а на сьогодні «приїжджий професор»<sup>82</sup> з питань інтелектуального капіталу/економіки знань Лундського Університету<sup>83</sup> в Школі економіки і менеджменту<sup>84</sup> Лейф Едвінсон, а також вчені Майкл Меллоун, Патрік Салліван, Філіп М'Ферсон, Стефан Пайк, Марк Мак-Ілрей та ін., дослідження яких ґрунтувались на нових поглядах щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств в умовах «нової парадигми». Внесок представників даної школи у розвиток концепції інтелектуального капіталу за поданими оцінками становить дещо більше 7 % (Швеція – 3,3 %; Фінляндія – 2,2 %; Данія – 1,6 %) <sup>85</sup>. Саме їх праці, за твердженням Аліції Яругової і Юстини Фіялковської стали фундаментальною основою для визначення вартості суб'єктів господарювання на базі знань і компетенцій їх працівників<sup>86</sup>.

Перші практичні спроби напрацювання доктрини інтелектуального капіталу пов'язують зі скандинавською школою, зокрема вченим Карлом Е. Свейбі, який, використавши класифікаційний метод, разом зі створеною ним

<sup>81</sup> Mroziewski M. Kapitał intelektualny współczesnego przedsiębiorstwa. Koncepcje, metody wartościowania i warunki jego rozwoju / Marian Mroziewski. – Warszawa: Difin, 2008. – S. 48.

<sup>82</sup> Посада мовою оригіналу: Visiting Professor IC/Knowledge Economics w Lund University's School of Economics and Management w Szwecji.

<sup>83</sup> Лундський університет (Lund University) – один із найстаріших (понад 350 р.) і найпотужніших вищих навчальних закладів Швеції, створений у 1666 р. Сьогодні тут навчаються близько 47 тис. студентів (1900 р. – лише 1000 студентів): див.: <http://www.lunduniversity.lu.se> <sup>84</sup> Школа економіки і менеджменту (створена у результаті реорганізації університету у 2004 р.) є одним із восьми факультетів Лундського університету (Швеція), що розташований у південній провінції країни Скоке в м. Лунд (шв. Lund), заснованого у 990 р, коли земні належали Данії: див. сайт школи <http://www.lusem.lu.se>

<sup>85</sup> 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. 185–198 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://go.webassistent.com/wa/upload/users/u1000057/kpmserenkobontis.pdf> (15.07.2013).

<sup>86</sup> Jarugowa A. Rachunkowość i zarządzanie kapitałem intelektualnym. Koncepcje i praktyka / Alicja Jarugowa., Justyna Fijałkowska. – Gdańsk: Wydawnictwo «Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr», 2002. – S. 64–65.

12 листопада 1987 р. «Групою Конрада» опрацював методику управління нематеріальними активами підприємства.

На ґрунтовні теоретико-методологічні дослідження поняття «інтелектуальний капітал підприємства» натрапляємо в працях Лейфа Едвінсона, який дотримується думки, що це «знання, досвід, технологія, взаємозв'язки з клієнтами, професійні навички, які дають організації конкурентну перевагу на ринку» (1997 р.)<sup>87</sup>. Зважаючи на те, що вчений працює у даній тематиці з початку 1990 рр. ХХ ст., можемо простежити постійне уточнення дефініції «інтелектуальний капітал». Так, зазначаємо зниження неточності формулювань (наприклад, конкурентна перевага) та поступову конкретизацію поданих дефініцій. Зокрема, в подальших дослідженнях помітним є розгляд Лейфом Едвінсоном і Патріком Салліваном (1996) поняття інтелектуального капіталу як «знань, які можуть бути замінені на вартість» із позицій управління знаннями з метою впливу на підвищення вартості підприємства<sup>88</sup>. Лейф Едвінсон і Майкл Мелоун, стверджуючи, що інтелектуальний капітал – «це сума прихованих активів підприємства, ... які відображають розрив між ринковою і балансовою вартістю» (1997 р.)<sup>89</sup>, позначають його термінологічні контури, вказуючи, що це «знання, практичний досвід, технологія, добрі стосунки з клієнтами і будь-які вміння»<sup>90</sup>. Досліджуючи внесок учених у теоретико-практичні доміанти інтелектуального капіталу, звернемо увагу на переваги, які полягають у чіткому визначенні економічної суті досліджуваного поняття шляхом виокремлення його структурних елементів – людського та структурного капіталів, обґрунтованих на підставі досліджень у страховій компанії «Skandia AFS»<sup>91 92</sup>.

Перехід суспільства на якісно вищий щабель свого розвитку – еру інформатики, новітніх технологій і комп'ютеризації – спричинили у високорозвинутих країнах розбудову громадянського суспільства, його демократизацію, покращення якості життя населення, тобто появу якісно нових, прогресивних, інноваційних змін, зумовлених активізацією людського чинника, пришвидшенням трансферу інформації, технології, дифузії знань, що проявляється у зростанні ролі внутрішніх і міжорганізаційних взаємовідносин, джерелом виникнення яких є міжлюдські комунікації. Усі ці зміни в розвитку суспільства знайшли своє відображення і в формуванні теоретико-концептуальних доміант

<sup>87</sup> Edvinsson L. Developing Intellectual Capital at Skandia / Leif Edvinsson // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. – № 3. – P. 368.

<sup>88</sup> Edvinsson L. Developing a Model for Managing Intellectual Capital / Leif Edvinsson, Patrick Sullivan // European Management Journal. – 1996. – Vol. 14. – № 4. – P. 363.

<sup>89</sup> 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. 39–40. – (Seria Przedsiębiorczość).

<sup>90</sup> Там же S. 57.

<sup>91</sup> Там же S. 45.

<sup>92</sup> Edvinsson L. Developing Intellectual Capital at Skandia / Leif Edvinsson // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. – № 3. – P. 368.

інтелектуального капіталу підприємства на базі так званого «соціального капіталу».

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 [346], Яніни Нахепет, Самантри Джошел [360], Маріуша Братніцького [202; 402], 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.)<sup>93</sup>. Це забезпечує активізацію людського фактора, яка, в свою чергу, долучається до креації вартості підприємства за рахунок інтелектуального капіталу.

На початку ХХІ 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 капітал, друга – людський капітал»<sup>94</sup>. 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»<sup>95</sup>. 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 умо-

<sup>93</sup> 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.

<sup>94</sup> Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny / [Praca zbiorowa pod red. Mariusza Bratnickiego, Janusza Stryżyny; współ. aut. Kamila Butrym, et. al.]. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2001. – S. 71–72.– (Seria: Prace Naukowe akademii Ekonomicznej im. Karola Adamieckiego w Katowicach)

<sup>95</sup> McElroy M. W. Social innovation capital / Mark W. McElroy // *Journal of Intellectual Capital*. – 2002. – Vol. 30. – № 1. – P. 31 [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)

вах «нової економіки». Становлення і розвиток «економіки знань», яка є сьогоdnішнім 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 [249–253], Філіпа М'Ферсона, Стефана Пайка [330], де економісти, досліджуючи поняття «інтелектуальний капітал», враховують зміни в глобалізованому економічному просторі. Науковець Лейф Едвінсон приходить до думки, що в умовах нової парадигми додана вартість створюватиметься у «невидимій сфері», яку він отожднює зі «сферою інтелектуального капіталу» (2000 р.)<sup>96</sup>.

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 (рис. 1.2)<sup>97</sup>.

Згідно з нашими міркуваннями, розширення сфери функціонування інтелектуального капіталу до всієї площини «невидимих активів» є недоцільним, оскільки такий підхід суттєво розширює його термінологічне визначення і ускладнює його економіко-теоретичне обґрунтування. Крім того, на нашу думку, людський, організаційний та інноваційний капітали функціонують як у матеріальній, так і нематеріальній сферах підприємства, що виявляє економічні суперечності при їх відображенні лише у нематеріальній сфері функціонування інтелектуального капіталу.

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: організаційний (структурний) капітал та людський капітал» (2000 р.)<sup>98</sup>. 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<sup>99</sup>.

<sup>96</sup> Edvinsson L. Some perspectives on intangibles and intellectual capital 2000 / Leif Edvinsson // *Journal of Intellectual Capital*. – 2000. – Vol. 1. – № 1. – P. 12–16.

<sup>97</sup> M'Pherson Ph. Accounting, empirical management and intellectual capital / Philip M'Pherson, Stephen Pike // *Journal of Intellectual Capital*. – 2001. – Vol. 2. – № 3. – P. 252.

<sup>98</sup> Petty R. Intellectual Capital Literature Review. Measurement, reporting and management / Richard Petty, James Guthrie. // *Journal of Intellectual Capital*. – 2000. – Vol. 1. – № 2. – P. 157.

<sup>99</sup> *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny* / [Praca zbiorowa pod red. Mariusza Bratnickiego, Janusza Stryżyny; współ. aut. Kamili Butrym, et. al.]. – Katowice: Wydawnictwo Akademii

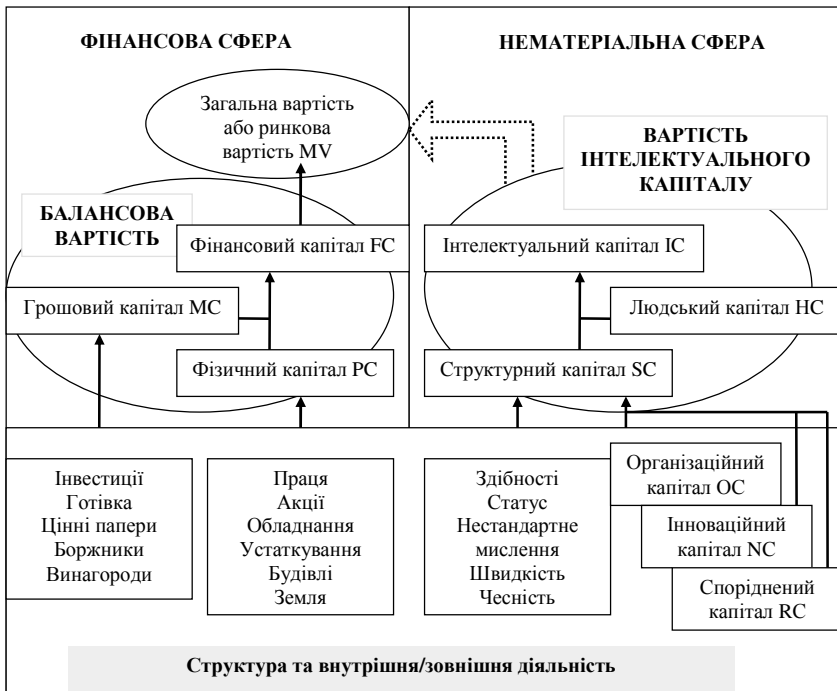


Рис. 1. 2. Інтелектуальний капітал як відображення «невидимої сфери» функціонування організації (джерело: M'Pherson Ph., Pike S. Accounting, empirical management and intellectual capital / Philip M'Pherson, Stephen Pike // Journal of Intellectual Capital. – 2001.– Vol. 2. – № 3. – Р. 246–260. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/accounting-empirical-measurement-and-intellectual-capital-9UGV0XHgQ>).

На початку 1990 рр. ХХ ст. простежується зацікавленість проблематикою інтелектуального капіталу російськими науковцями, зокрема А. М. Козирева [46; 109], Б. Б. Леонтьєва [54], В. Л. Макарова [109], В. Л. Іноземцева [51], Є. В. Джамай [12], М. А. Бендікова [12], М. Є. Павлова [60], Н. Р. Кельчевскої [60], О. Л. Гапоненко [28], Т. М. Орлової [18] та ін.

Варто зазначити, що найбільш відомими, новаторськими та дискусійними є дослідження і публікації професора кафедри ЮНЕСКО з авторського права та інших галузей інтелектуальної власності, автора першого підручника з інтелектуальної власності в Росії Анатолія Козирева [46; 109]. Учені Анатолій Козирев та Валерій Макаров (2003 р.) при розгляді поняття «інтелектуальний капітал» дотримуються широкого тлумачення та вважають, що останній охоплює біль-

ше ніж нематеріальні активи та інтелектуальна власність, і не регламентується нормативними актами. Також, економісти акцентують увагу на тому, що зміст нематеріальних активів чітко регулюють правові документи та бухгалтерські стандарти<sup>100</sup>. Отже, Анатолій Козирев та Валерій Макаров не ототожнюють дані поняття, і, на відміну від Ріхарда Петті, Джеймса Гутрі (2000 р.), пропонують вважати нематеріальні активи та інтелектуальну власність складовими елементами інтелектуального капіталу, що, на нашу думку, є логічним, доцільним та економічно виправданим.

На протигагу вищесказаному, окремі науковці, зокрема Наталія Кельчевская, Міхаїл Павлов, стверджують, що поняття «інтелектуальний капітал» і «нематеріальні активи» доцільно використовувати як синоніми, що, за нашими переконаннями є дискусійним<sup>101</sup>.

Вузького підходу при тлумаченні інтелектуального капіталу як «суми знань усіх працівників компанії» дотримуються вчені Міхаїл Бендіков та Катеріна Джамай (2001 р.)<sup>102</sup>. Дослідники Кірілл Багріновський, Міхаїл Бендіков, Ігор Фролов вважають, що «інтелектуальний капітал – це гудвіл, який досліджується менеджерами, для виявлення пояснення зростаючої різниці між ринковою капіталізацією конкурентоспроможного підприємства та його балансовою вартістю»<sup>103</sup>. Таким чином, економісти пропонують розглядати поняття «інтелектуальний капітал» як «гудвіл». Привертає увагу дослідження, здійснене через два роки колективом вчених під керівництвом Тамари Чечелової, які розглядають інтелектуальний капітал як «сукупність знань, навичок, умінь людини, її мобільність (здатність до сприйняття нової інформації, навчання, перепідготовки, адаптації до нових умов) і креативність (неординарне мислення...), які забезпечують можливість створення додаткового продукту в процесі руху інтелектуального капіталу» (2003 р.)<sup>104</sup>. Отже, наведені думки дають підстави стверджувати, що при тлумаченні поняття «інтелектуальний капітал» для цих учених характерною є обмеженість знаннями, навичками, індивідуальними здібностями, а, отже, відображення даної економічної категорії лише в рамках людського

<sup>100</sup> Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности: / Анатолий Николаевич Козырев, Валерий Макаров. – М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. – С. 198.

<sup>101</sup> 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.

<sup>102</sup> 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. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/management/2001-4/01.shtml> (08.12.2012).

<sup>103</sup> Наукоёмкий сектор экономики России: состояние и особенности развития / Кирилл Андреевич Багріновський, Михаил Абрамович Бендиков, Игорь Эдуардович Фролов и др. – М.: ЦЭМИ РАН, 2001. – 120 с.

<sup>104</sup> Эффективный экономический рост: теория и практика; [учеб. пос.] / Т.В. Чечелова, Г.Ю. Ивлева, В.А. Козлова и др. – М.: Экзамен, 2003. – С. 113.

чинника або ж «гудвілу», що, на нашу думку, є неповним і неприпустимим, оскільки унеможлиблює розкриття його економічної та гносеологічної суті.

Борис Леонтьєв подає широке і цікаво потрактоване поняття інтелектуального капіталу суб'єкта господарювання як «сукупності наявних у нього законних прав на результати творчої діяльності, природних і набутих інтелектуальних здібностей, навичок, а також нагромаджені ним бази знань і корисні взаємовідносини з іншими суб'єктами»<sup>105</sup>. Однак, на нашу думку, таке трактування не містить чітко сформованих його складових, що, в свою чергу, вимагає певного уточнення і конкретизації.

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<sup>106</sup>. На думку дослідника «інформація і знання – специфічні за своєю природою та формою участі у виробничому процесі фактори, що в межах фірми приймають вид інтелектуального капіталу»<sup>107</sup>. 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<sup>108</sup>, як ендogenous детермінанти «інтелектуального капіталу організації», який формує «її капіталізоване знання»<sup>109</sup>.

Вітчизняна наукова фінансова та економічна думка має свої теоретико-методологічні положення інтелектуального капіталу, вміщені у працях таких учених як О. Бутнік-Сіверський [19], В. Врублевський [26], С. Вовканич [25], В. Гесць [150], О. Грішнова [32; 33; 34], А. Колот [71], М. Козоріз [70], С. Ілляшенко [53; 54; 55], О. Кендюхов [62–66], А. Череп [162–164], А. Чухно [166; 167] 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,

<sup>105</sup> 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.

<sup>106</sup> Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / Владислав Леонидович Иноземцев. – М.: «Academia»: Наука, 1998. – С. 322.

<sup>107</sup> Там же С. 340.

<sup>108</sup> Гапоненко А. Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / Александр Лукич Гапоненко, Тамара Михайловна Орлова. – М.: Эксмо, 2008. – С. 97. – (Полный курс MBA).

<sup>109</sup> Там же С. 93.

об'єктивованій та ідентифікованій, утримується підприємством для ймовірності одержання прибутку (2002 р.)<sup>110</sup>.

Дискусійною є думка вчених Степана Вовканича і Любові Семів, які стверджують про доцільність розгляду інтелектуального капіталу в якості ендогенної домінанти людського капіталу, враховуючи те, що перший охоплює змістовні характеристики другого<sup>111</sup>. 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 виробництв – суттєвий. Дослідник Петро Крайнев визначає інтелектуальний капітал як «... знання, продукт творчих зусиль, розумової, інтелектуальної праці, які оцінені, належать організації, і ... приносять додаткову вартість»<sup>112</sup>. 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, ствержуючи, що інтелектуальний капітал втілений працівниками у вигляді досвіду, знань, навичок, здатності до нововведень, а також інформацією, яка належить компанії<sup>113</sup>. 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 Гець, ствержуючи, 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.)<sup>114</sup>. Однак, згідно з нашими міркуваннями, у даній дефініції важливо конкретно визначити об'єкти інтелектуального капіталу з метою опрацювання

<sup>110</sup> Бутнік-Сіверський О. Б. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект // Інтелектуальний капітал. – 2002. – № 1. – С. 19.

<sup>111</sup> Вовканич С. Й. Людський та інтелектуальний капітал в економіці знань / Степан Йосипович Вовканич, Любов Казимирівна Семів // Вісник НАН України. – 2008. – № 3. – С. 19.

<sup>112</sup> Крайнев П. П. Інтелектуальна економіка: управління промисловою власністю / Петро Павлович Крайнев / Академія правових наук України; НДІ інтелектуальної власності. – К.: Вид-дім «ІнЮрре», 2004. – С. 75.

<sup>113</sup> 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. – С. 275–276.

<sup>114</sup> Україна у вимірі економіки знань / [за ред. акад. НАН України В. М. Гець; Інститут економіки та прогнозування НАН України]. – К.: «Основа», 2006. – С. 192.



методології оцінки впливу на креацію вартості підприємства та виявлення резервів її динамізації.

Досить широкою панорамою є окреслення сфер впливу фінансового та інтелектуального капіталу на рівень соціального та економічного добробуту в країні, управління інтелектуальною власністю, методичних підходів до її оцінки зустрічаємо у численних наукових розвідках академіка НАН України Алли Череп<sup>115,116,117</sup>. Відтак, доцільним видається дальший розвиток вказаного напрямку досліджень в частині усіх складових модулів інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання.

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»<sup>118</sup>.

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»<sup>119</sup>. Однак, думка економіста, 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

<sup>115</sup> Череп А. В. Інтеграція освіти, науки та бізнесу: монографія [за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Алли Василівни Череп] ; Держ. вищ. навч. заклад «Запорізький нац. ун-т». – Запоріжжя: ЗНУ, 2013. – 263 с.

<sup>116</sup> Управління інтелектуальною власністю як складова бюджетування на рівні держави, регіонів і суб'єктів господарювання монографія ; [за ред. д-ра екон. наук, проф. Алли Василівни Череп] ; Держ. вищ. навч. заклад «Запорізький нац. ун-т». – Запоріжжя: ЗНУ, 2012. – 276 с.

<sup>117</sup> Череп А. В. Методичні підходи до оцінки інтелектуальної власності промислових підприємств: монографія / Алла Василівна Череп, Вікторія Віталіївна Ярмош ; Держ. ВНЗ «Запорізький нац. ун-т». – Запоріжжя: ЗНУ, 2013. – 255 с.

<sup>118</sup> Петренко В. П. Управління процесами інтелектокористування в соціально-економічних системах: [монографія] / Віктор Павлович Петренко. – Івано-Франківськ: Нова Зоря, 2006. – С. 84.

<sup>119</sup> Кендюхов О. В. Інтелектуальний капітал підприємства: гносеологія економічної категорії / Олександр Володимирович Кендюхов // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2011. – № 2. – С. 14.

для «принесення додаткового прибутку»<sup>120</sup> 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.

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. Кельчєвска, М. Павлов, Р. Петті, Дж. Гутрі, У. Буковіч, Р. Вільямс, К. Вііг, С. Касєвіч, В. Роговскі, М. Кісіньска, Е. Скшипек);

✓ «нематеріальні засоби», «інтелектуальні нематеріальні засоби», «невидимі засоби» (Р. Холл, Г. Урбанек, М. Братніцкі, Я. Стрижина, 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. Кендохов);

<sup>120</sup> Кендохов О. В. Інтелектуальний капітал підприємства: гносеологія економічної категорії / Олександр Володимирович Кендохов // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2011. – № 2. – С. 15.



Рис. 1. 3. Семантичний аналіз термінів, що лежать в основі дефініції поняття «інтелектуальний капітал підприємства» (джерело: складено автором самостійно).

✓ «управління знаннями», «капітал знань» «сукупність знань та інформації» (Т. Стюарт, К. Бреді, 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. Багріновський, М. Бендіков, І. Фролов, Є. Хрусталев);

✓ 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, С. 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. Касевіч, В. Роговські, 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. Мрозевські, О. Бутнік-Сіверський).

Опираючись 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);

6) 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 zdeцентралізованих мереж;

7) підлягає одночасному та багаторазовому використанню в економічних процесах. Під час ужитку, на відміну від матеріального чи фінансового 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<sup>121</sup>;

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 моніторингових 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 перерозподілу* 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

<sup>121</sup> 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. 14. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/press/management/2001-4/01.shtml> (08.12.2012).

вартістю суб'єктів господарювання, зокрема ринкова вартість фірми «Kraft» при її продажі у 4 рази перевищила балансову вартість; фірми «Rowntree» – у 5 разів<sup>122</sup>, 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»<sup>123</sup>;

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»<sup>124</sup>. Необхідно зазначити, що саме це сприяє підвищенню соціальних стандартів, 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,

<sup>122</sup> Андрюшкіна М. І. Інтелектуальний капітал підприємства: питання обліку та оцінки / М. І. Андрюшкіна, Л. В. Семерунь / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=28180> (10.07.2013)

<sup>123</sup> 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] – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/press/management/2001-4/01.shtml> (08.12.2012).

<sup>124</sup> Senge P. M. Pięta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się / Peter M. Senge; [przeł. Michael Lipa]. – Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business, 2012. – S. 437. – (Wydanie 6).

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 домінант 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 виробничий ресурс інтелектуального походження, який генеруючи інтелектуальну додану вартість позитивно динамізує процес креації вартості підприємства.

Інтелектуальний капітал підприємства виконує низку функцій, зумовлених 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 уможливило 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.

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 найважли-



віщої 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.

## **1. 2. Генеза розвитку та моделі інтелектуального капіталу підприємства в межах концепції «платформи вартості»**

Генеза концепції інтелектуального капіталу підприємства представлена у контексті теоретико-пізнавального напрямку дослідження цього економічного терміну. Ретроспективний аналіз наукових поглядів дослідників інтелектуального капіталу підприємства дає підстави стверджувати, що саме у 1990<sup>их</sup> роках минулого століття відновуємо активізацію теоретико-емпіричних досліджень, пов'язаних із формуванням дефініції та класифікації інтелектуального капіталу. Опираючись на результати здійсненого нами дослідження, виділимо два підходи, які використовують при моніторингу розвитку концепції інтелектуального капіталу підприємства, – статичний і динамічний. Прихильники першого підходу розглядають концепцію інтелектуального капіталу підприємства, вважаючи, що його складові елементи є незмінними.

Представники другого підходу вважають, що для поняття інтелектуального капіталу підприємства характерним є зміна в часі ідентифікуючих його елементів, що видається нам цілком логічним, адже, наприклад, зміни у людському капіталі, пов'язані з усвідомленням працівниками необхідності активізації своєї діяльності у сфері самоосвіти та самовдосконалення. Організаційний капітал включає інфраструктуру, яка в своїй основі не може бути статичною і підлягає постійним удосконаленням відповідно до зміни оточуючого середовища, де функціонує суб'єкт господарювання. Це не випадково, адже дослідження вчених підтверджують, що здатність підприємства швидко реагувати на зміни є сьогодні чи не найважливішим фактором його успішності, конкурентоспроможності й інноваційності.

Здійснений на основі групування поглядів вчених і практиків моніторинг розвитку концепції інтелектуального капіталу підприємства дає підстави виділити такі її види: маркетингову, облікову, соціологічну, інноваційну та концепцію «платформи вартості», які детально описані у попередній нашій монографії<sup>125</sup>. Зважаючи на досліджувану проблематику детально зупинимося на концепції «платформи вартості».

<sup>125</sup> Собко О. Інтелектуальний капітал підприємства: концептуалізація– функціонування– розвиток : монографія / Ольга Собко. – Тернопіль: Крок, 2014. – 360 с.

Фундаментальною основою розвитку інтелектуального капіталу підприємства в межах концепції «платформи вартості» можна вважати праці вважати Карла Еріка Свейбі та створену ним із шести шведських відомих наукових статей так звану «Групу Конрада», що вперше опрацювала універсальну методику вимірювання і оцінки нематеріальних активів «підприємств знань» («*Knowledge Company*») <sup>126</sup>, тобто тих, які в своїй діяльності використовують знання <sup>127</sup>. 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» <sup>128</sup>. 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*») <sup>129</sup>. 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 <sup>130</sup>.

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,

<sup>126</sup> Терміни «*knowledge company*» та «*knowledge organization*» автор використовує як синоніми.

<sup>127</sup> Sveiby K. E. *The New Organizational Wealth / Karl-Erik Sveiby*. – San Francisco, 1997. – P. 44; 47. – (Managing & Measuring Knowledge-Based Assets).

<sup>128</sup> Sveiby K. E. *The Invisible Balance Sheet: key indicators for accounting, control and valuation of know-how companies / Karl-Erik Sveiby* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/TheLibrary/IntangibleAssets/tabid/81/Default.aspx.-2005>.

<sup>129</sup> Sveiby K. E. *The New Organizational Wealth / Karl-Erik Sveiby*. – San Francisco, 1997. – P. 203. – (Managing & Measuring Knowledge-Based Assets).

<sup>130</sup> Sveiby K. E. *The Invisible Balance Sheet: key indicators for accounting, control and valuation of know-how companies / Karl-Erik Sveiby* –P. 15–17; 28–37 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/TheLibrary/IntangibleAssets/tabid/81/Default.aspx.-2005>

що при характеристиці структурного капіталу суттєву увагу приділяють споживчому капіталу, розвиток якого, на думку дослідника, також забезпечується на основі використання маркетингу<sup>131</sup>. Схематично модель інтелектуального капіталу «підприємства знань» Карла Еріка Свейбі представимо на рис.1. 4.

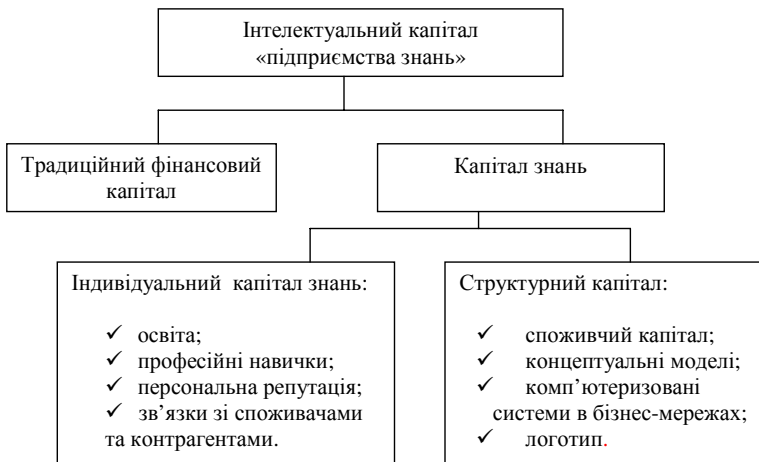


Рис. 1. 4. Модель інтелектуального капіталу «підприємства знань» К.-Е. Свейбі (джерело: складено автором на основі: Sveiby K.-E. The Invisible Balance Sheet [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/TheLibrary/IntangibleAssets/tabid/81/Default.aspx>. – 2005; Sveiby K.E. The New Organizational Wealth / Karl-Erik Sveiby. – San Francisco, 1997. – P. 163–184. – (Managing & Measuring Knowledge-Based Assets).

Таким чином, Карл Ерік Свейбі як менеджер у «Рапорті Конрада», на основі критики традиційних форм фінансової звітності суб'єктів господарювання акцентує увагу на тому, що в умовах «нової економіки» зростає роль позабалансової інформації, яка визначає перспективний напрям у розвитку концепції інтелектуального капіталу підприємства і стає фундаментальним чинником у забезпеченні стратегічного розвитку суб'єктів господарювання.

Серед економістів, котрі розглядали розвиток інтелектуального капіталу в межах «платформи вартості» доцільно виділити С. Джілдіна та Р. Пайка (1990), які серед чотирьох груп інтелектуальних цінностей відокремлювали «креаторів вартості»<sup>132</sup>.

Важливим напрямом розгляду інтелектуального капіталу із позицій «платформи вартості» є дослідження менеджера Карла Еріка Свейбі (1997 р.). Адже,

<sup>131</sup> Там само.

<sup>132</sup> Dobija D. Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa / Dorota Dobija – Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, 2004. – S. 44.

тут вперше серед трьох компонент виділено індивідуальні компетенції («*Individual Competence*»), які нині є основою креації вартості підприємства (рис. 1. 5)<sup>133</sup>.



Рис. 1. 5. Модель інтелектуального капіталу підприємства у контексті статичного підходу К.-Е. Свейбі (джерело: складено автором на основі: Sveiby K.-E. Measuring Intangibles and Intellectual Capital – An Emerging First Standart [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/EmergingStandart.html> (лютий 2006)).

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 постійного удосконалення.

<sup>133</sup> Sveiby K.-E. Methods for Measuring Intangibles Assets / Karl –Erik Sveiby [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm> (травень 2012).

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).

Існування інтерактивних зв'язків між усіма елементами інтелектуального капіталу підприємства спричинює появу синергічного ефекту, який також чинить вплив на креацію ринкової вартості підприємства. Наукові доробки представників цього вектора досліджень [251; 461] 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<sup>134</sup>, опрацьованої спільно з Лейфом Едвінсоном<sup>135</sup>, Гордоном Петрашем<sup>136</sup>, Чарльзом Армстронгом<sup>137</sup>. 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 креації ринкової вартості суб'єкта господарювання.

<sup>134</sup> Hubert Saint-Onge, «Canadian Imperial Bank of Commerce».

<sup>135</sup> Laif Edvinsson, «Skandia AFC».

<sup>136</sup> Gordon Petrash, «Dow Chemical Company».

<sup>137</sup> Charlse Armstrong, «Armstrong World Industry».

Яскравим прикладом прихильників концепції «платформи» вартості інтелектуального капіталу підприємства є вчені Лейф Едвінсон і Майкл Мелоун<sup>138</sup>, які стверджують, що ринкову вартість підприємства формують його фінансовий та інтелектуальний капітали (рис.1. 6).

Варто зазначити, що виникнення інтерактивних зв'язків і залежностей у моделі інтелектуального капіталу підприємства Лейфа Едвінсона та Майкла Мелоуна між інтелектуальним та фінансовим капіталом, а також між складовими елементами інтелектуального капіталу, на думку вчених-практиків, обумовлюється тим, що<sup>139</sup>:

- фінансовий капітал виступає функцією інтелектуального капіталу;
- домінантами інтелектуального капіталу є людський капітал та структурний капітал;
- людський капітал виступає основним чинником структурного капіталу;
- 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 Мелоун удосконалили структуру інтелектуального капіталу фірми «Skandia»<sup>140</sup>; Уенді Буковіча і Руфа Вільямса<sup>141</sup>; вітчизняного вченого Анатолія Чухна, який вважає, що людський капітал втілюють працівники підприємства, а структурний – вміщений в інформації, якою володіє суб'єкт господарювання<sup>142</sup>.

<sup>138</sup> 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. 17, 33–36, 45, 106. – (Seria Przedsiębiorczość).

<sup>139</sup> 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. 31–35. – (Seria Przedsiębiorczość).

<sup>140</sup> 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. 45. – (Seria Przedsiębiorczość).

<sup>141</sup> Bukowitz W. R. The Knowledge Management Fieldbook / Wendi R. Bukowitz, Ruth L. Williams. – London: Financial Time, Prentice Hall. – 2000. – P. 275–276.

<sup>142</sup> Чухно А. А. Інтелектуальний капітал: сутність, форми і закономірності розвитку / А. А. Чухно. // Економіка України. – 2002. – № 11. – С. 48–55.



Рис. 1. 6. 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).

Варто зазначити, що найбільш повного відображення концепція «платформи вартості» («*Value Platform*») інтелектуального капіталу підприємства набула у працях учених Ніка Бонтіса [199; 200], спільних дослідженнях Губерта Сант-Онжа, Лейфа Едвінсона, Гордона Петраша [251; 422; 384], 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.

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. 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 підприємства – 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<sup>143</sup>.

Отже, трансформації моделей інтелектуального капіталу підприємства у межах концепції «платформи вартості» («*Value Platform*») відображає модель Губерта Сант-Онжа, опрацьована в рамках спільних дослідницьких проєктів 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), що наочно представлено науковцями у вигляді рис. 1. 7.

<sup>143</sup> 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. – P. 629.



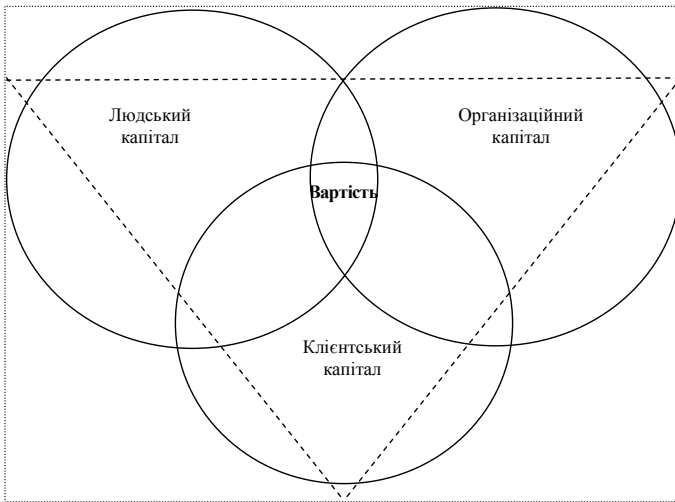


Рис. 1. 7. Синтез моделей інтелектуального капіталу в рамках концепції «платформи вартості» (джерело: Edvinsson L. Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa odkrywając jego ukryte korzenie / Leif Edvinsson, Michael Malone; [Przekład Monika Marcinkowska] – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, – 2001. – s. 106 – (Seria Przedsiębiorczość); Bukowitz W. R. The Knowledge Management Fieldbook / W. R Bukowitz, R. L. Williams. – London: Financial Time, Prentice Hall. – 2000. – P. 223.).

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. 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<sup>144</sup>.

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<sup>145</sup>. Так, якщо стан людського капіталу є незадовільним, напри-

<sup>144</sup> 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.

<sup>145</sup> Edvinsson L. Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa odkrywając jego ukryte korzenie / Leif Edvinsson, Michael Malone; [Przekład Monika Marcinkowska] – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, – 2001. – S. 107. – (Seria Przedsiębiorczość).

клад, 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 фундаментальне 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 зовні 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 доміант 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 багатогранності у трактуванні поняття «інтелектуальний капітал», відсутністю єдиноприйнятної класифікації і загальної методології його моніторингу й оцінки, що певною мірою виступає вектором розвитку сучасної 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 віднотуємо у кінці 1990<sup>их</sup> роках минулого сторіччя. Так, Владислав Іноземцев, даючи визначення категорії інтелектуального капіталу, представляє соціальний капітал як «колективний мозок..., спілкування» (1998 р.)<sup>146</sup>. 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.)<sup>147</sup>. 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. Звичайно, 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

<sup>146</sup> Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / Владислав Леонидович Иноземцев. – М.: «Academia»: Наука, 1998. – С 322.

<sup>147</sup> Бутнік-Сіверський О. Б. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект // Інтелектуальний капітал. – 2002. – № 1. – С. 21–23.

сукупність неформальних цінностей і норм, визнаних членами певної групи, які забезпечують їм співпрацю<sup>148</sup>.

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<sup>149</sup>. 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.) [402] та модель Марка Мак-Ілрея (2002 р.) [346].

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. 8). 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<sup>150</sup>.

<sup>148</sup> Fukuyama F. Wielki Wstrząs: natura ludzka a odbudowa porządku społecznego / Francis Fukuyama; [z ang. przeł. Hanna Komorowska i Krzysztof Dorosz]. – Warszawa: Bertelsmann Media, 2000. – S. 240; 180; 181; 182.

<sup>149</sup> Грішнова О. А. Соціальний капітал: сутність, значення, взаємозв'язок з іншими формами капіталу / Олена Антонівна Грішнова. // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 3. – С. 20–22.

<sup>150</sup> Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny / [Praca zbiorowa pod red. Mariusza Bratnickiego, Janusza Stryżyny; współ. aut. Kamili Butrym, et. al.]. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2001. – S. 70. – (Seria: Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Karola Adameckiego w Katowicach).

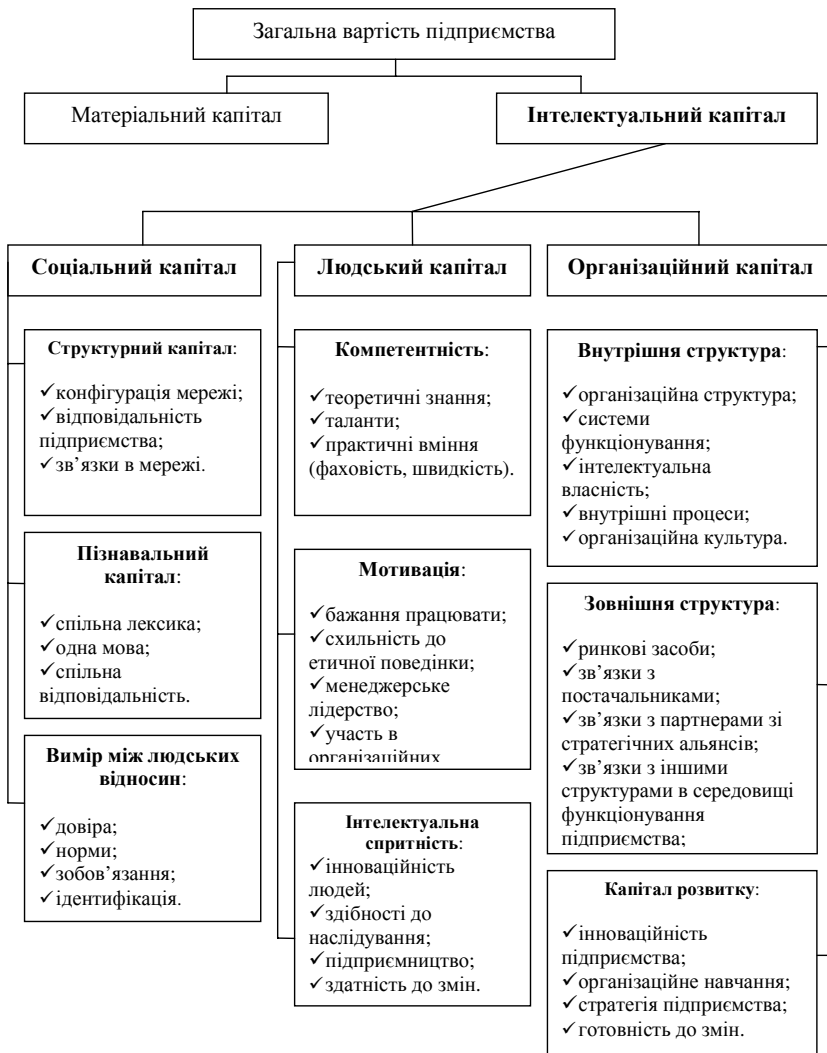


Рис. 1. 8. Модель інтелектуального капіталу підприємства М. Братніцького і Я. Стрижини в межах концепції «платформи вартості» (джерело.: Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny / [Bratnicki Mariusz, Stryżyna Janusz, Butrym Kamiła]; [pod red. Mariusza Bratnickiego, Janusza Stryżyny]. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2001. – s.70 – (Seria: Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamieckiego w Katowicach)).

Людський капітал формують: компетентність, рівень якої визначають практичні вміння працівника (швидкість виконання завдання, рівень теоретичної підготовки, фаховість, таланти); мотивація – характеризується бажанням працювати, залученням до організаційної і громадської діяльності; інтелектуальні здібності – інноваційність людського фактора, здатність до наслідування, підприємництво, здатність змінюватися<sup>151</sup>.

Варто зауважити, що модель інтелектуального капіталу підприємства Марка Мак-Ілрея, опрацьована в межах концепції «платформи вартості», суттєво відрізняється від своїх попередників, є найбільш повною, складною і в повному обсязі відображає стосунки не лише усередині підприємства, а й комунікації підприємства з іншими суб'єктами господарювання.<sup>152</sup> До того ж, на відміну від моделі інтелектуального капіталу підприємства Маріуша Братницького і Януша Стрижини, дослідник Марк Мак-Ілрей не нівелює інноваційний капітал, а, поєднуючи теорію соціального та інноваційного капіталів, виділяє поняття «соціального інноваційного капіталу», що робить цю модель цікавою, дискусійною і популярною, такою, що дає ґрунтовні відповіді на сучасні питання, наче зображення якої представляє (рис. 1. 9).

Крім того, розвиток теорії «соціального інноваційного капіталу» Марка Мак-Ілрея стає підґрунтям для появи інновацій, які відповідають потребам людей, характеризуються тривалим часом використання, вищою ринковою ціною, а, в кінцевому результаті, гарантують довготривалу конкурентну перевагу і зростання ринкової вартості суб'єкта господарювання<sup>153</sup>. Стратегічну конкурентоспроможність сучасних підприємств можна забезпечити на основі систематичних розробок і впровадження інновацій, яка, на думку вченого, є «ефектом соціального інноваційного капіталу», який розглядається на основі трьох підходів:

- 1) егоцентричного, який передбачає розгляд соціального капіталу як вартості відносин між працівниками підприємства;
- 2) соціоцентричного, що трактує соціальний капітал як цінність з позиції людини (більше, ніж у підході егоцентричному) в структурі підприємства та її використання для досягнення доданої вартості підприємства;
- 3) соціального інноваційного капіталу, який утворюється в результаті поєднання соціального та інноваційного капіталів. При цьому вчений стверджує, що соціальний інноваційний капітал з'являється при спільних діях індивідумів, які формують групу, а це, в свою чергу, зумовлює появу синергічного ефекту від спільної праці. Отже, величина соціального інноваційного капіталу не буде дорівнювати сумі індивідуальних інноваційних капіталів членів групи, оскільки кінцевий ефект збільшує ефект синергічний.

<sup>151</sup> *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny* / [Praca zbiorowa pod red. Mariusza Bratnickiego, Janusza Stryżyny; współ. aut. Kamili Butrym, et. al.]. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2001. – S. 70. – (Seria: Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Karola Adameckiego w Katowicach).

<sup>152</sup> 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).

<sup>153</sup> Там же.



Рис. 1. 9. Модель інтелектуального капіталу підприємства М. Мак-Ілрея в межах концепції «платформи вартості» (джерело: McElroy M. W. Social innovation capital / Mark W. McElroy // Journal of Intellectual Capital. – 2002. – Vol. 30. – № 1. – P. 35 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm/journals.htm?issn=1469-1930&volume=3&issue=1&articleid=883948&show=pdf>).

Принагідно звернемо увагу на таку якісну відмінну характеристику моделі інтелектуального капіталу підприємства Марка Мак-Ілрея, як специфічний підхід до трактування інноваційності як процесу соціальної праці, що знаходить своє відображення у формі «соціального інноваційного капіталу», представленого як здатність працівників підприємства до самоорганізації для розробки і впровадження інновацій<sup>154</sup>. На думку науковця, «соціальний інноваційний капітал» виступає найважливішою формою інноваційного капіталу, оскільки стимулює розвиток інших форм капіталу, інтелектуальної власності і кожної особистості зокрема<sup>155</sup>. Отже, характерною рисою «соціального інноваційного ка-

<sup>154</sup> McElroy M. W. Social innovation capital / Mark W. McElroy // Journal of Intellectual Capital. – 2002. – Vol. 30. – № 1. – P. 32–35. [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)

<sup>155</sup> Там же.

піталу» є здатність до самоорганізації для створення, дифузії, використання й інтеграції знань для активізації інноваційних процесів підприємства з мережевою структурою, а також взаємовідносини між суб'єктами (учасниками) інноваційної діяльності.

У моделі вченим уперше запропоновано інтрасоціальний капітал, який об'єднує егоцентричний і соціоцентричний соціальний капітали, які формують внутрішній соціальний капітал підприємства. Крім того, оригінальним є підхід автора до виділення інтерсоціального капіталу, який включає клієнтський і партнерський капітали. Таким чином, характерною домінантою інтелектуального капіталу в моделі Марка Мак-Ілрея залишається людський капітал, який формується на базі знань, умінь, досвіду та бажання удосконалюватися.

Подальшого розвитку в наукових школах набули погляди Марка Мак-Ілрея щодо вищої ринкової вартості інноваційної продукції, що користувалася довірою у споживачів, які стали основою для подальшого напрацювання нових моделей інтелектуального капіталу в рамках концепції «платформи вартості» та базуються на понятті «капітал середовища». Так, доцільно згадати моделі Клявер-Кортес, Моліна Азорін, Лопес-Гамеро, Зарагоза-Сасз. Учені вперше вводять у науковий обіг поняття «капітал середовища» як структуротворчий елемент інтелектуального капіталу сучасних підприємств<sup>156</sup>. Дана модель інтелектуального капіталу базується на твердженні, що для зрівноваженого, збалансованого розвитку підприємств в умовах «нової парадигми» важливе значення має випуск продукції і надання послуг, сприятливих до оточення, які характеризуються вищою доданою вартістю, що дає можливості у майбутньому генерувати вищу різницю між балансовою та ринковою вартістю підприємства. Значимо, що «капітал середовища» частково є відповідником «соціального інноваційного капіталу» у моделі Марка Мак-Ілрея, хоч можемо вважати його ширшим поняттям, оскільки у ньому не конкретизується, що це буде створення лише інноваційної продукції (послуг). Зауважимо, що така модель є доцільною при розгляді «капіталу середовища» з точки зору екобезпеки, оскільки проблема забруднення навколишнього середовища на сучасному етапі розвитку суспільства є чи не найважливішими.

Таким чином, наукові школи, розвиваючи концепцію «платформи вартості» інтелектуального капіталу підприємства, опираються на комплементарність його складових, інтеракційні взаємозв'язки, соціальні, інноваційні домінанти, екологічні аспекти, що в результаті позитивно впливає на капіталізацію суб'єкта господарювання.

Розмаїття термінологічного поля, строкатість і диференціація складових інтелектуального капіталу підприємства доводить, що дефініції понять не повністю узгоджені й уточнені. Порівняльна характеристика моделей інтелектуального капіталу підприємства, що існують на сьогодні, дає підстави стверджу-

<sup>156</sup> 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. 172.



вати, незважаючи на їхню різноманітність, про спільну складову, характерну для усіх без винятку моделей – людський капітал, а також уможливлене окреслення трьох основних векторів – зв'язки з процесами, працівниками та ринком (у т. ч. із клієнтами). Такі висновки засвідчує той факт, що практично всі дослідники феномена інтелектуального капіталу підприємства найважливішим складовим елементом виділяють людський капітал – Том Стюарт, Лейф Едвінсон, Майкл Мелоун, Губерт Сант-Онж, Нік Бонтіс, Валерій Геєць, Анатолій Чухно, Борис Леонт'єв тощо. Однак, низка інших дослідників інтерпретують дане поняття, як людські активи (Енні Брукінг), людські засоби (Казімеж Перехуда), індивідуальні компетенції (Карл Ерік Свейбі) чи персоналізований капітал (Олександр Кендюхов).

Інший структуротворчий елемент інтелектуального капіталу підприємства, запропонований Томом Стюартом, – зовнішній структурний капітал у інтерпретації Енні Брукінг – це активи інтелектуальної власності. Водночас, за Карлом Еріком Свейбі – зовнішня структура вміщує багато елементів, зокрема назву марки, торгові знаки, репутація, логотип, поданих як ринкові активи у Енні Брукінг. Продовжуючи моніторинг моделей важливо зазначити, що серед інших суттєво відрізняються пропозиції науковців Енні Брукінг і Патріка Саллівана, які важливою складовою моделі інтелектуального капіталу підприємства вважають інтелектуальну власність, що, на думку дослідника Ніка Бонтіса, є недоцільним, оскільки об'єкти промислової та інтелектуальної власності належать до нематеріальних активів підприємства, що підлягають охороні.

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. 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»<sup>157</sup>. 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 – доводить

<sup>157</sup> 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. 43. – (Seria Przedsiębiorczość).

необхідність опрацювання 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 креації вартості 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 креацію вартості суб'єкта господарювання.

Запропоновані нами вектори удосконалення класифікації елементів інтелектуального капіталу підприємства базуються на загальноприйнятій, відносно гомогенній таксономії його структури, проте головним критерієм виступає спільне джерело формування (виникнення) усіх без винятку таксономічних одиниць – інтелект.

На наше переконання, креація вартості підприємства є визначальною домінантою таксономії структури інтелектуального капіталу і повинна здійснюватися за схемою, що вміщує три ланки в межах яких відображено системи відносин з генерування та комерціалізації інтелектуальної продукції: індивідуальний інтелектуальний капітал, який виступає суб'єктом інтелектуальної діяльності; корпоративний (колективний) інтелектуальний капітал, який охоплює (представляє) інституційне (інфраструктурне) середовище функціонування інтелектуального капіталу; соціальний інтелектуальний капітал, який забезпечує інтеграційні процеси у межах першого та другого компонентів, усуваючи асиметричність інформації та вирівнюючи інформаційні можливості суб'єктів господарювання (Додаток Б).

На нашу думку, дискусійним є визначення у якості таксономічної одиниці інтелектуального капіталу – людського, оскільки це поняття базується не лише на таксонах в основі виникнення яких лежить інтелект, а й охоплює також, наприклад, талант, природні здібності, які не є продуктом інтелектуальної праці. Вважаємо, що останні характеристики людина отримує при народженні як генетичні дані, а тому відносити їх до інтелектуального капіталу індивіда можна винятково в разі врахування динаміки розвитку. При цьому важливо зазначити, що якщо сфера зайнятості людини вимагає не лише використання зазначених характеристик, а й обов'язково передбачає появу талантів у новій якості чи удосконалення природних здібностей індивіда, то лише в цьому випадку можна стверджувати про їхню інтелектуалізацію та відносити до таксономічних одиниць індивідуального інтелектуального капіталу. Враховуючи наведене вище, цілком обґрунтованим є твердження, що індивідуальний інтелектуальний капітал охоплює розвинений людиною капітал знань і сформований капітал компетенцій, інтегрованих такими якісними характеристиками, як креативність, інтелігентність і комунікативність.

Згідно з нашими міркуваннями, виокремлення у структурі індивідуального інтелектуального капіталу підприємства двох складових – капіталу знань та компетенцій базується на необхідності врахування не лише теоретичних знань людини, але і якісної характеристики ефективності використання набутих знань. За дослідженнями вчених, суттєва розбіжність притаманна впливу рівня освіти (від 6 % у дослідженнях Пола Тобмена<sup>158</sup> до 60 % у Едварда Денісона<sup>159</sup>) та природних здібностей (від 10 % до 45 % у П. Тобмена) на доходи людей. Отже, базовим методологічним положенням запропонованого індивідуального інтелектуального капіталу в нашому випадку є використання економічного підходу до оцінки впливу його елементів на збільшення доходів їх носіїв-власників в умовах посилення інтелектуалізації праці та креації вартості суб'єктів господарювання. Враховуючи вищезазначене можемо стверджувати, що індивідуальний інтелектуальний капітал представляє собою економічну додану вартість знань і компетенцій кожного окремого працівника підприємства.

Економічна глобалізація, швидкий розвиток інформаційних технологій створили неймовірні можливості для збору, нагромадження, поширення та зберігання знань, інформації, даних. Так, двократне збільшення знань від часу 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 швидко ерозію знань, що, у свою чергу, спонукає кожного до системного навчання та підвищення кваліфікації впродовж усього життя.

Зауважимо, що термін «знання» досліджувався і в стародавні часи ще філософами, проте, лише інформаційна революція забезпечила їх швидке поширення, доступність, а необмеженість цього ресурсу, яка пояснюється тим, що використання знань не зменшує їх кількості, а, навпаки, розширює та підвищує якість, перетворили їх на стратегічний виробничий ресурс. Дослідження термі-

<sup>158</sup> 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. – P 393.

<sup>159</sup> 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. – P. 69–70.

на «знання» знаходимо ще у працях античних філософів. Так, давньогрецький мислитель Сократ (469–399 рр. до н. е.) не залишив жодного письмового твору (реабілітований через 2500 років), проте ідеї вченого розвинув, поглибив та опублікував його учень Платон (427–347 рр. до н. е.), який займався «етичною освітою громадян» і вважав, що знаннями (*episteme*) може бути доведене, правдиве висловлювання, яке викликає довіру (*justified, true and believed*)<sup>160 161</sup>. Під знаннями Платон розумів «душевну мудрість» та «сприйняття душі, відповідно до якого розум (*logos*) безсилий; здатність сприйняття яких-небудь речей, що не піддається розуму; істинне мислення, яке твердо закріплене в розумі (*dianoia*)<sup>162</sup>.

Згодом дослідження чотирьох видів знань (що – «*hoti*»; чому – «*dioti*»; чи є – «*ei esti*»; що є – «*ti estin*»;) відтворюємо у Аристотеля (384–322 рр. до н. е.)<sup>163</sup>, який ототожнює знання із «поглядами», «мисленням як здатністю миттєво знайти середній термін»<sup>164</sup>. Середньовічний філософ-схоласт, теолог святий Фома (Тома) Аквінський (1225–1274) доводить важливість «божественних знань»<sup>165</sup>; а Іван Павло II (1920–2005) логічно зауважує, що «багатство промислово розвинутих країн базується на володінні знаннями, технікою та вміннями»<sup>166</sup>.

У когорті сучасних філософів відзначимо англійських Гілберта Райла (1900–1976)<sup>167</sup> і математика-філософа Бертранда Рассела, який розглядає «знання як дійсні переконання, що сприяють успіху»<sup>168</sup>; британського Майкла Поляни (1891–1976), який увів у науковий обіг поняття «мислячі знання»<sup>169</sup>; швейцарського – Джона Мак-Мюррея<sup>170</sup>; польського Юзефа Марії Бохеньського

<sup>160</sup> Wikipedia, *has to Knowledge* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pl.wiktionary.org/wiki/knowledge> (12.06.2013).

<sup>161</sup> Платон Апологія 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](http://bookz.ru/authors/platon/apologia_082.html) (05.09.2013).

<sup>162</sup> Платон Диалоги / Платон: [пер. с древнегреческого сост., ред. и вступ. статьи А. Ф. Лосев]. – М.: Мысль, 1986. – С. 122–123, 145 – (Философское наследие).

<sup>163</sup> Аристотель Сочинения / Аристотель ; [у 4 т.] / [АН СССР. Институт философии]. – М.: Мысль, 1978. – Т. 2. – М.: Мысль, 1978. – С. 54; 70; 78–79, 182; 315.

<sup>164</sup> Там же С. 312–314.

<sup>165</sup> 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.

<sup>166</sup> 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/d19texts/encyklika.htm> (02.10.2012)

<sup>167</sup> Jashapara A. Zarządzanie wiedza: zintegrowane podejście / Ashok Jashapara; [tłumaczenie Jarosław Sawicki]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2006. – 396 s. – (Tytuł oryginalny: Knowledge Management: an integrated approach).

<sup>168</sup> Russell B. Human Knowledge – Its Scope and limits / Bertrand Bendle Russell. – London: George Allen and Unwin Ltd., 1948. – P. 172.

<sup>169</sup> Polanyi M. The Logic of Tacit Inference. Philosophy / Michael Polany. – 1966. – 41 (1): S. 1–18.

<sup>170</sup> Jashapara A. Zarządzanie wiedza: zintegrowane podejście / Ashok Jashapara; [tłumaczenie Jarosław Sawicki]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2006. – 396 s. – (Tytuł oryginalny: Knowledge Management: an integrated approach).

(1902–1995), що займався дослідженнями стародавньої та середньовічної логіки та писав: «чим є знання, то важке і суперечливе питання. ... Тракуємо знання як щось психічне, а значить, як щось, що можна відшукати у душі і лише в ній. ... Будь-яке пізнання доходить до завершення через певний психічний процес. ... Знання є тим, завдяки чому якусь людину називають знаючою»<sup>171</sup>.

Серед українських філософів відзначимо гуманіста, «мандрівника за знаннями» Григорія Савича Сковороду (1722–1794), який звертав увагу на важливість дотримання відповідності обраного людиною фахового напрямку з її талантами, вважав, що «наука та досвід – се одне і те ж, вона не в знанні, а в діянні. Як і робота без природженості, так і знання без роботи – мала різниця між знаннями та наукою»<sup>172</sup>; філософа, культуролога, громадського діяча Мирослава Поповича (нар. 1930 р.), який стверджує, що «... сукупність людських знань розпадається на окремі поля, зв'язки між якими подекуди неясні й сумнівні. Важка інтелектуальна праця із синтезу й осмислення всіх досягнень людського розуму, уже прийняті як доведені теоретично або на підставі фактів, дедалі більше відстає від експансії науки»<sup>173</sup>.

Енциклопедичне трактування терміна «знання у вузькому значенні – це узагальнення вірогідної інформації про дійсність із умінням її використовувати; натомість у широкому розумінні – це довільний збір інформації, поглядів, тверджень і ін., які мають пізнавальну і/чи практичну цінність»<sup>174</sup>. Сучасний тлумачний словник української мови подає «знання як обізнаність у чому-небудь, наявність відомостей про кого-небудь, що-небудь»<sup>175</sup>. Звернемо увагу на той факт, що при цьому окремо виділяється поняття «знання справи як уміння, досвідченість у чому-небудь. Сукупність відомостей із якої-небудь галузі, набутих у процесі навчання, дослідження і т. ін.»<sup>176</sup>. Отже, опираючись на вище вказане пропонуємо розділяти теоретичні та прикладні знання.

Цікаве тлумачення терміна в економічній літературі представляє вчений Елвін Тоффлер (нар. 1928 р.), окреслюючи знання як кінцевий субститут для усіх інших засобів виробництва<sup>177</sup>. Зауважимо, що трактування поняття «знан-

<sup>171</sup> Bocheński J. M. Współczesne metody myślenia / Józef Maria Bocheński; [przeł. z niem. i oprac. Stanisław Judycki]. – Poznań: Wydawnictwo „W drodze”, 1992. – S. 14–15.

<sup>172</sup> Сковорода Г. С. Дві курки / Григорій Савич Сковорода [пер. В. Шевчука] [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.skovoroda.info/stories.php?page=10](http://www.skovoroda.info/stories.php?page=10) (15.06.2013).

<sup>173</sup> Попович М. В. Бути людиною / Мирослав Володимирович Попович. – К.: Вид. дім «Киево-Могилянська академія», 2011. – С. 55–56.

<sup>174</sup> Nowa Encyklopedia Powszechna PWN / [red. prowadzący Dariusz Kulisiewicz]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1997. – Т. 6. S-Z. – S. 733.

<sup>175</sup> Сучасний тлумачний словник української мови / [за ред. доктора філологічних наук, професора В. В. Дубічинського]. – 2-ге вид. – Х.: ВД «ШКОЛА», 2006. – С. 341.

<sup>176</sup> Сучасний тлумачний словник української мови / [за ред. доктора філологічних наук, професора В. В. Дубічинського]. – 2-ге вид. – Х.: ВД «ШКОЛА», 2006. – С. 341.

<sup>177</sup> Toffler A. Trzecia fala / Alvin Toffler; [przeł. Ewa Wogdyłło]. – Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1986. – S. 397.

ня» дещо відрізняється у літературі фахового спрямування, зокрема, можемо говорити про інтерпретацію цього поняття, що ґрунтується на використанні інформаційної термінології. Погляди дослідників можемо поділити на три напрями: перший ґрунтується на доведенні ідентичності терміна «знання» з поняттям «інформація», зокрема таких поглядів дотримуються вчені Лешек Панасевич, стверджуючи, що «відповідна інформація, яка зберігається у базах даних разом із створеними моделями, забезпечуючи її всебічне перетворення і висновків, становить знання» (2004 р.)<sup>178</sup>; Джон Мак-Мюррей акцентує увагу на тому, що знання являють собою опрацьовану інформацію; Сюзен Елліот розглядає знання як цінну інформацію (1996 р.)<sup>179</sup>; Майкл Веггемен вважає, що знання є «особистими здібностями, продуктом інформації, досвіду, кваліфікації та позицій, притаманих людині в певний момент часу» (1997 р.)<sup>180</sup>.

Цілком логічно буде також погодитися з позицією Мирослава Поповича, який доводить, що «нові знання несуть лише фактичні істини, але вони не є номологічними висловлюваннями (висловлюваннями про закони), оскільки істинність їхня не залежить від обставин теоретичного характеру» (2011 р.)<sup>181</sup>, а «досвід покаже нам, що реально сталося, але не покаже, що повинно бути»<sup>182</sup>. Згідно з нашими міркуваннями, ототожнення понять «знання» та «інформація» є необґрунтованим, оскільки саме «інформація» виступає чинником, що впливає на опрацювання і вибір певного альтернативного варіанта використання знань у прийнятті рішень, якість яких визначається рівнем креативності, інтелігентності та інноваційності людини.

Прихильники другого напрямку, розділяючи терміни «знання» та «інформація» (наприклад, Анджей Залівскі), вважають, що, «знання виходить за рамки інформації, оскільки представляє можливості вирішення проблем, здатність інтелігентно поводитися і діяти. ... Таке розуміння знань ототожнюється з набором законів (базою знань), у той час як інформація інтерпретується як база фактів. ... Знання – це здатність ефективно вирішувати певний набір проблем»<sup>183</sup>. Низка дослідників розглядає знання як результат розумового процесу, що ґрунтується на здійсненні аналізу й інтерпретації отриманих із навколишнього середовища сигналів – інформації. Так, Томас Давенпорт, Лауренсе Прусак, дотримуючись стверджують, що знання – це «... суміш вираженого досвіду, цінностей, інфор-

<sup>178</sup> Panasiewicz L. Kontrowersje w sprawie zarządzania wiedzą / Leszek Panasiewicz // *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*. – 2004. – № 7. – S. 47.

<sup>179</sup> 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.

<sup>180</sup> Baruk J. Zarządzanie wiedzą i innowacjami / Jerzy Baruk. – Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2006. – P. 21.

<sup>181</sup> Попович М. В. Бути людиною / Мирослав Володимирович Попович. – К.: Вид. дім «Кисво-Могилянська академія», 2011. – С. 80.

<sup>182</sup> Там же. – С. 35.

<sup>183</sup> Zaliwski A. Korporacyjne bazy wiedzy / Andrzej Zaliwski. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2000. – S. 23.

мації, отриманої в контексті і з експертної проникливості, які формують основи оцінки й присвоєння нового досвіду та інформації» (1998 р., 2004 р.)<sup>184</sup>. Розвиток цього підходу представлений в працях (2005 р.) науковця Крістін Еванс. На її думку, «інформація перетворюється у знання лише на основі здійснення таких типів аналізу: як порівняння (як інформація виглядає на фоні іншої), послідовності (який вплив має інформація на прийняття рішень), зіставлення (як інформація взаємопов'язана з іншою), діалогу (як інші люди сприймають дану інформацію)»<sup>185</sup>. Аналогічних поглядів дотримуються Дейв Джаффі та Герет Вайт. За їх міркуваннями знання є контекстово залежною інформацією, тобто знання означає розуміння інформації. Знання є доданою вартістю до інформації досвідченої людини (2011 р.)<sup>186</sup>. Мирослав Попович вважає, що «поняття інформації відносно – сукупність знаків (сигнал) стає інформацією тоді, коли вона ліквідує певну невизначеність вибору»<sup>187</sup>. Отже, вважаємо за доцільне погодитися з думкою щодо необхідності розмежування понять «інформація» та «знання».

Представники третього напрямку дослідження терміна «знання», крім «інформації», виділяють ще поняття «дані», стверджуючи, що знання, на відміну від «інформації» і «даних», завжди пов'язані з конкретною людиною<sup>188</sup>. Дослідження терміна «дані» відготовуємо у працях вчених Джеймса Стонера, Едварда Фрімена, Данієля Гілберта, які вважають, що «дані – це кількість і факти щодо явищ чи випадків, які не аналізувалися»<sup>189</sup>. Дослідник Джейн Брілмен доводить, що «дані – це ... неупорядковані сигнали, які можуть мати різні джерела походження – як зовнішні, так і внутрішні»<sup>190</sup>.

Підаючи логічному аналізу представлені вище твердження, вважаємо, за доцільне розмежовувати поняття «інформація», «знання», «дані», оскільки «знання» є поняттям ширшим, ніж «інформація» чи «дані». Крім того, згідно з нашими переконаннями знання формуються на базі опрацювання даних, інформації, виступаючи, таким чином, якісною характеристикою двох перших. Роз-

<sup>184</sup> Davenport T. Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know / Tomash H. Davenport, Lawrence Prusak. – Boston: Harvard Business School Press, 2000. – P. 1. (Reprint) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://wang.ist.psu.edu/course/05/IST597/papers/Davenport\\_know.pdf](http://wang.ist.psu.edu/course/05/IST597/papers/Davenport_know.pdf) (15.02.2012).

<sup>185</sup> Evans Ch. Zarządzanie wiedzą / Christina Evans; [tł. z ang. Jarosław Sawicki]. – Warszawa: PWE, 2005. – S. 30. – (Tytuł oryginalu: Managing for Knowledge: HR's strategic role).

<sup>186</sup> Chaffey D. Business Information Management / Dave Chaffey, Gareth White. – [2<sup>nd</sup> 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](http://catalogue.pearsoned.co.uk/assets/hip/gb/hip_gb_pearsonhighered/samplechapter/Chaffeych1.pdf) (15.08.2012).

<sup>187</sup> Попович М. В. Бути людиною / Мирослав Володимирович Попович. – К.: Вид. дім «Киево-Могилянська академія», 2011. – С. 86.

<sup>188</sup> Probst G. Zarządzanie wiedzą w organizacji / Gilbert Probst, Steffen Raub, Kai Romhardt; przeł. Kaja Wacowska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2004. – S. 35.

<sup>189</sup> Stoner J. A. F. Kierowanie / James A. F. Stoner, R. Edward Freeman, Daniel R. Gilbert; [przekł. z ang. Andrzej Ehrlich]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. – S. 589. – (Wydanie 2 zm.) (Tytuł oryginalu «Managament»).

<sup>190</sup> Brillman J. Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania / Jean Brillman; [tł. z fr. Krystyna Bolesła-Kukułka]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2002. – S. 397.

глядаючи знання як ресурс виробництва, переконаємося, у його невичерпності в результаті використання, а, звідси, необмеженості порівняно з іншими ресурсами, що суттєво підвищує можливості задоволення потреб споживачів. Враховуючи той факт, що знання асоціюються, насамперед, з конкретною людиною, то і напрацювання, і якість «багажу» індивідуальних знань більшою мірою визначається умінням не лише відшукати інформацію чи дані, а й залежить, по-перше, від інтелектуальних здібностей людини, обумовлених її креативністю, по-друге, від її комунікативних здібностей, оскільки «розділені знання завдяки примноженню (нарощенню), підвищують інтелектуальний капітал підприємства»<sup>191</sup>. Отже, здійснивши аналіз термінологічного поля понять «дані», «інформація», «знання», дотримуємося думки, що дані – це збір різноманітних фактів, висловів тощо; інформація представляє сукупність опрацьованих у певному контексті даних, а знання – це перевірена, уточнена, достовірна інформація.

Узагальнюючи вищенаведене щодо трактування поняття «знання», можемо виділити два підходи: філософський, згідно з яким знання – це набір переконань і науковий, який ґрунтується на твердженні, що знаннями є емпірично чи логічно доведені твердження.

Знанням як специфічному виробничому ресурсу притаманні характерні ознаки, зокрема:

➤ необмеженість – означає, що в результаті використання її обсяги не зменшуються, як інших ресурсів, а навпаки, збільшуються, оскільки кожен на одержаних знаннях може напрацювати нові знання, але для цього людина повинна постійно навчатися;

➤ синхронічність (симультанічність) – знання можуть бути використані багатьма людьми в різних місцях і одночасно;

➤ динамічність – знання постійно змінюються;

➤ асиметричність – знання в суспільстві поширені нерівномірно;

➤ розмаїття і винятковість;

➤ зношення (ерозія) – знання з плином часу втрачають свою вартість;

➤ гуманізм – знання залежать від активності людського чинника.

Використовуючи класифікаційний метод у дослідженні поняття «знання», вчені виділяють різні види знань, зокрема, беручи за основу такі підходи до дефініції терміна:

➤ статичний підхід: описативні (фактографічні) знання – це знання, які містяться в книжках, інтернет-ресурсах, на електронних носіях тощо, а, значить, є відкритими для широкого кола користувачів (наприклад, у вчених Ікуджіро Нонака, Гіротака Такеучі вони називаються «відкриті знання»<sup>192</sup>, у Ельж-

<sup>191</sup> Gableta M. Człowiek i praca w zmieniającym się przedsiębiorstwie / Małgorzata Gablota. – Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, 2003. – S. 159.

<sup>192</sup> Nonaka I. Kreowanie wiedzy w organizacji: jak spółki japońskie dynamizują procesy innowacyjne / Ikuujiro Nonaka, Hirotaaka Takeuchi. – Warszawa: Poltext, 2000. – S. 235. – (Seria «Euromanagement»).



бети Скшипек – «базові знання»<sup>193</sup>, у Крістіні Еванс – «знати хто», «знати що», «знати де»<sup>194</sup>);

➤ динамічний підхід: процедурні знання (знати як) – це знання про методи і способи вирішення проблем, вміщені у підручниках, навчальних посібниках, методичних рекомендаціях, а також інтуїтивні знання, що можуть проявлятися спонтанно під час виконання певних завдань (наприклад, у вчених Ікуджіро Нонака, Гіротака Такеучі – це «закриті знання»<sup>195</sup>; у Ельжбети Скшипек – «технічні знання»<sup>196</sup>; у Крістіні Еванс – коєзистенційні (структурні) знання, які аналітично відображають зв'язки і взаємозалежність між фактами, процесами<sup>197</sup>). Важливим аспектом у класифікації знань, на думку вчених, є комунікаційні якості людини, оскільки саме вони забезпечують цивілізаційний поступ суспільства, зокрема для цього дослідники виділяють семантичні знання (знати що це значить) – знання, необхідні у соціальних комунікаціях (наприклад, Е. Скшипек послуговується назвою «соціальні вміння»<sup>198</sup>).

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.

<sup>193</sup> Wiedza w gospodarce, społeczeństwie i przedsiębiorstwach: pomiary, charakterystyka, zarządzanie; [red. nauk. Krzysztof Piech oraz Elżbieta Skrzypek. – Warszawa: Instytut Wiedzy i Innowacji. – 2007. – S. 4–5.

<sup>194</sup> 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).

<sup>195</sup> Nonaka I. Kreowanie wiedzy w organizacji: jak spółki japońskie dynamizują procesy innowacyjne / Ikuujiro Nonaka, Hirotaka Takeuchi. – Warszawa: Poltext, 2000. – S. 25. – (Seria «Euromanagement»).

<sup>196</sup> Wiedza w gospodarce, społeczeństwie i przedsiębiorstwach: pomiary, charakterystyka, zarządzanie; [red. nauk. Krzysztof Piech oraz Elżbieta Skrzypek. – Warszawa: Instytut Wiedzy i Innowacji. – 2007. – S. 4–5.

<sup>197</sup> 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).

<sup>198</sup> Wiedza w gospodarce, społeczeństwie i przedsiębiorstwach: pomiary, charakterystyka, zarządzanie; [red. nauk. Krzysztof Piech oraz Elżbieta Skrzypek. – Warszawa: Instytut Wiedzy i Innowacji. – 2007. – S. 4–5.

Капітал знань – це концепційна здатність сформованих людиною теоретичних, прикладних і духовних знань генерувати інтелектуальні продукти та створювати інтелектуальну додану вартість. Вважаємо, що гуманізація суспільства дає нам підстави акцентувати увагу на важливості теоретичних знань, які людина формує під час здобуття гуманітарної (фундаментальної) освіти, самонавчання і самовдосконалення, адже, за дослідженнями американського економіста Джона Кендріка «...створений освітою запас знань ... – капітал» приносить «дохід лише в негрошових, психологічних формах»<sup>199</sup>. Однак, дозволимо собі частково не погодитися із даним твердженням науковця, оскільки вважаємо, що теоретичні знання, по-перше, суттєво розширюють межі для формування капіталу знань людини, а значить і збільшення її доходів та підвищення економічних ефектів для підприємства, де зайнята людина-носіє знань; по-друге, теоретичні знання позитивно впливають на появу у соціумі критичної маси інтелектуалів, формування еліти та розвиток громадянського суспільства в країні. Звідси, найважливішим питанням для кожної країни, у тому числі і розвинutih економік світу, є забезпечення однакового доступу до вищої освіти якомога більшої кількості населення, адже, за прогнозами вчених, найближчим часом і високорозвинуті країни також відчуватимуть проблеми з кадровим забезпеченням інтелектуальними працівниками – інженерами, конструкторами, програмістами та ін., тобто такими, що володіють методиками нових нестандартних підходів до вирішення поставлених завдань у перманентному оточенні.

Важливою якісною характеристикою теоретичних знань людини виступають прикладні знання, здобуті під час фахової підготовки, тренінгів, семінарів, які, за твердженнями вченого Джона Кендріка, «спеціально спрямовані на збільшення здатності людини створювати дохід»<sup>200</sup>. Прикладні знання охоплюють ноу-хау («*know-how*»), представлене в межах капіталу знань людини.

Духовні знання представимо у вигляді сформованих життєвих і культурних цінностей, здатних забезпечувати активізацію людського чинника та підвищувати його продуктивність праці.

Капітал знань характеризується специфічними ознаками, зокрема в процесі його використання, на відміну від інших засобів виробництва, не підлягає зношенню і характеризується мобільністю, що забезпечується можливістю швидкої дифузії знань одночасно до кількох споживачів у різні місця, завдяки розвитку глобальних інформаційних мереж.

Зауважимо, що наші погляди щодо таксономії індивідуального інтелектуального капіталу базуються на твердженні, що природні здібності самі по собі (таланти), отримані людиною на генетичному рівні, не містять в основі свого ви-

<sup>199</sup> Кендрік Дж. Совокупный капитал США и его формирование / Джон Кендрік; [пер. с англ.; общая ред. и предисл. члена-корреспондента АН СССР А. И. Анчишкина]. – М.: Издательство «Прогресс», 1978. – С. 45.

<sup>200</sup> Кендрік Дж. Совокупный капитал США и его формирование / Джон Кендрік; [пер. с англ.; общая ред. и предисл. члена-корреспондента АН СССР А. И. Анчишкина]. – М.: Издательство «Прогресс», 1978. – С. 45.

никнення інтелектуальної складової, а тому не можуть бути враховані як таксономічна одиниця. Проте, якщо людина розвиває природні здібності, то останні виступають каталізатором у формуванні капіталу компетенцій, який і пропонуємо визначати як таксон у структурі індивідуального інтелектуального капіталу.

Сучасний тлумачний словник української мови подає таке тлумачення терміну «компетенція (лат. *competens* – відповідний, здібний) – добра обізнаність із чимось; коло повноважень певної організації, установи, особи»<sup>201 202</sup>. У польському словнику виразів зазначено, що компетентна особа уповноважена до дій, прийняття рішень, уміє надавати оцінку»<sup>203</sup>. Тлумачний словник С. І. Ожегова пропонує таке трактування: «компетенція – це коло питань, в яких хто-небудь добре обізнаний; коло чіхівсь повноважень, прав»<sup>204</sup>.

Науковці дуже по-різному розглядають поняття «компетенція», зокрема в літературі знаходимо як широкі, так і дещо вужчі трактування, наприклад, Домінік Тьєррі, Крістіан Сурет розглядають поняття компетенція так: «здатність працівника до дій, що дозволяють досягнути мети в певних умовах за допомогою визначених засобів»<sup>205</sup>; П'єр Лоарт пов'язує компетенції лише з „здібностями професійними працівників (знання, уміння, досвід, позиція) відповідно до займаної посади, потенційні можливості відповідно до інших видів діяльності»<sup>206</sup>; Клавді Леві-Лебуер під компетенціями розуміє «визначений набір знань і вмінь, норм поведінки, стандартних процедур, способів сприйняття, які можна використати без нового навчання»<sup>207</sup>; Марина Холодная акцентує увагу на когнітивних аспектах розглядаючи компетентність як вид конструктивних галузевих знань<sup>208</sup>.

<sup>201</sup> Сучасний тлумачний словник української мови / [за ред. доктора філологічних наук, професора В. В. Дубічинського]. – 2-ге вид. – Х.: ВД «ШКОЛА», 2006. – С. 411.

<sup>202</sup> Новий тлумачний словник української мови (у трьох томах) / [уклад. Василь Васильович Яремко, Оксана Миколаївна Сліпущко]. – Том 1. А-К. – К.: «АКОНІТ», 2006. – С. 874.

<sup>203</sup> Kopański W. Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem / Władysław Kopański. – [wyd. 22] – Warszawa: Wiedza Powszechna, 1994. – S. 271. – (Almanach wyd. 1).

<sup>204</sup> Ожегов С. И. Словарь русского языка: 70000 слов / [под ред. Н. Ю. Шведовой]. – 22-е изд., испр. – М.: Русский язык, 1990. – С. 289.

<sup>205</sup> Thirey D. Zatrudnienie i kompetencje w przedsiębiorstwie w procesach zmian / Dominique Thierry, Christian Sauret z udziałem Nicole Monod; [przekł. z fr. Hanna Beżeczka, Marian Egeman]. – Warszawa: Poltext, 1994. – S. 6. – (Seria: Finanse, Zarządzanie, Rozwój).

<sup>206</sup> Louart P. Kierowanie personelem w przedsiębiorstwie / Pierre Louart; [przekł. z ang. Marian Egeman]. – Warszawa: Poltext, 1995. – S. 228. – (Aby skutecznie kierować pracownikami należy najpierw nauczyć się kierować sobą).

<sup>207</sup> Levy-Leboyer Cl. Kierowanie kompetencjami: bilans doświadczeń zawodowych / Claude Levy-Leboyer; [przekł. z fran. Marian Egeman]. – Warszawa: Poltext, 1997. – S. 19.

<sup>208</sup> Холодная М. А. Психология интеллекта: парадоксы исследования / Марина Александрова Холодная. – Второе издание, перераб. и дополненное – СПб.: Питер, 2002. – 272 с. – (Серия «Мастера технологии»). [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://metodist.lbz.ru/lections/2/files/pintel.pdf> (23.08.2013).

Однак, ми вважаємо, що компетентність доцільно розглядати як якісну характеристику капіталу знань людини, оскільки кількісні вимірники не можуть слугувати підґрунтям для оцінки його ефективності, зокрема не завжди кількість закінчених, навіть успішно, університетів свідчить про високий рівень професійної підготовки людини. Таким чином, можемо стверджувати, що якісними характеристиками інтегративного поняття «компетенція» виступають обізнаність, досвід, уміння, навички, які виявляються у рівні професійної спритності, сформовані людиною в результаті використання свого капіталу знань і талантів.

Капітал компетенцій характеризує спроможність індивідуума створювати інтелектуальну додану вартість за рахунок розвинутої на базі капіталу знань і природних здібностей (таланту) професійної спритності.

Запропоноване нами тлумачення терміна «капітал компетенцій» ґрунтується на виокремленні чотирьох таксонів, які визначають професійну спритність індивідуума, зокрема це:

1. Професійна компетентність, сформована на базі навичок («*know-how*»), досвіду та вмінь. Навички являють собою практичні знання («*know-how*») набуті на базі реальних фактів із господарської діяльності. Досвід формується на базі особистих переконань, відкриттів у результаті наявності певних випадків у минулому. На нашу думку, найбільш узагальнене визначення цього поняття дав Вітольд Погожельські (нар. 1944), який стверджував, що «досвід – це здобута мудрість ...»<sup>209</sup>. Уміння характеризують здатність людини до виконання професійних завдань на робочому місці, а їх якісним показником пропонуємо вважати швидкість виконання професійних завдань.

2. Інтелектуальна компетентність, яку формують інноваційність людського фактора (оскільки економіка все більше стає залежною від інновацій) та інтелектуальні здібності. Інноваційність людського фактора відображає рівень використання нових знань у виробництві інноваційної продукції, запровадження інноваційних процесів на підприємстві чи сфері надання послуг. Інтелектуальні здібності людини проявляються у її вміннях мислити, набувати нових знань, навичок, досвіду, а також передавати свій досвід іншим.

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 домінант інтелектуального капіталу підприємств.

<sup>209</sup> Pogorzelski W. Pitagorejskie życie badaczy systemowych: operacyjny wyraz filozofii nowej ery / Witold Pogorzelski. – Warszawa: Scholar, 2004. – S. 66.

ва. 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.

3. 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 на макрорівнях, що суттєво знижує можливості формування інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання, окремих регіонів та країни загалом.

4. 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»<sup>210</sup>, а економістипрактики, зокрема, Камерон Форд уточнює, що «креативність є суб'єктивною рисою цінності й оригінальності праці людини чи групи людей, представлена у специфічному контексті»<sup>211</sup>. Цілком слушним є твердження науковця Руса Вебера, що «більшість творчості є результатом важкої праці: узгодження різних

<sup>210</sup> West M. A. Rozwijanie kreatywności wewnątrz organizacji / Michael Alun West; [przekład Maria Woźniak]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – S. 12 – (Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości).

<sup>211</sup> Creative Actions in Organizations: Ivory Tower Visions and Real World Voices / [red. Cameron M. Ford, Denny Gioia]. – London: Sage Publications, 1995. – P. 7.

фактів та інформації, аналізу і визначення комбінацій, пильної уваги на нові залежності»<sup>212</sup>. 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.

Згідно з нашими міркуваннями, другою важливою таксономічною одиницею інтелектуального капіталу підприємства виступає колективний інтелектуальний капітал, серед структурних елементів якого пропонуємо виділити інформаційний, інноваційний та ринковий капітал.

Інформаційна революція суттєво розширила можливості нагромадження, поширення і зберігання стратегічного виробничого ресурсу – знань, інформації, які стають для підприємств ключовими чинниками їх капіталізації. Вважаємо за доцільне звернути увагу на здатність суб'єктів господарювання до швидких інформаційно-технологічних змін, що зумовлено високими темпами старіння ІТ-технологій. У зв'язку з цим, у науковому середовищі, зокрема в сучасних працях, наприклад, Роберта Нортон і Давіда Каплана, все більше увага зосереджується на ролі інформаційного капіталу як важливого інструмента підтримки стратегії підприємства<sup>213</sup>. Науковці в структурі інформаційного капіталу виділяють технологічну інфраструктуру – технології і знання менеджерів, стандарти якості, аварійні плани, тобто все необхідне для ефективного постачання і використання програм; інформаційні транзакційні програми, які забезпечують автоматизацію рутинної праці (системи ERP/MRP, CRM, IVR, SCM), інформаційні аналітичні програми, які забезпечують реалізацію процесів нагромадження даних та інформації, здійснення аналітичних оцінок, поширення інформації і знань на підприємстві «Бізнес-аналітики»<sup>214</sup>, «Управління ефективністю бізнесу»<sup>215</sup>, «Системи управління знаннями»<sup>216</sup> (KM)<sup>217</sup>.

<sup>212</sup> Webber R. A. Zasady zarządzania organizacjami / Roos A. Weber; [przeł. z ang. Andrzej Ehrlich]. – [Wydanie III]. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo ekonomiczne, 1996. – S. 472.

<sup>213</sup> Norton D. P. Mapy strategiczne w biznesie. Jak przełożyć wartości na mierzalne wyniki / David P. Norton, Robert S. Kaplan; [przekład Anna Górka]. – Gdańsk, 2011. – S. 229. – (Strategy Maps).

<sup>214</sup> «Business Intelligence» – BI.

<sup>215</sup> «Corporate Performance Management» – CPM.

<sup>216</sup> KM.

Значимо, що дослідження також свідчать про швидке зростання витрат підприємств на інформаційний капітал, зокрема їх частка в інвестиційних витратах досягає майже 50%<sup>218</sup>. Низький рівень використання наявної у суб'єкта господарювання інформації доповнюється ще й наявністю недоліків в управлінні інформаційними потоками, які зумовлюють низьку ефективність її використання.

На нашу думку, посилення інформатизації суспільства все більшою мірою вимагатиме врахування даного фактора, насамперед, для забезпечення розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання, тому вважаємо за доцільне виділення серед елементів колективного інтелектуального капіталу такої складової, як інформаційний капітал, що охоплює інформаційні системи управління знаннями та передбачає створення банку знань, інформаційні системи управління інформацією – створення банку інформації. Інформація стає підставою у прийнятті рішень шляхом обмеження впливу невизначеності і ризику в умовах перманентних змін оточення, де функціонує підприємство. Отже, сферою інформатизації на підприємстві вважатимемо ту частину інформаційних систем, які здійснюють процеси нагромадження, перетворення, поширення і зберігання інформації, яка є основою при прийнятті рішень.

Таким чином, можемо стверджувати, що інформаційний капітал охоплює інформаційні потоки та характеризується здатністю упорядкованої, згромадженої і систематизованої на підприємстві інформації створювати інтелектуальну додану вартість. Варто зазначити, що сучасні підприємства для нагромадження, перетворення, передачі та зберігання інформації створюють інформаційно-технологічну інфраструктуру, яка охоплює мережеві та обчислювальні технології – сервери, комп'ютери, телеінформаційні мережі, засоби передачі даних, стандарти якості, засоби для трансмісії та упорядкування даних, інші допоміжні засоби, тобто все те, що уможливує ефективне використання інформаційних програм.

Першою складовою інформаційного капіталу виступають інформаційні системи управління знаннями, які забезпечуватимуть перебіг процесів формування, консолідації (нагромадження і кодифікації), поширення й захисту знань. Моніторинг використання інформаційних технологій з метою побудови систем управління знаннями дає підстави виділити найбільш популярні, зокрема, «Бізнес аналітики»<sup>219</sup>, «Системи підтримки прийняття рішень»<sup>220</sup>, «Управлінські інформаційні системи»<sup>221</sup>, «Інформаційні системи управління»<sup>222</sup>, «Управління

<sup>217</sup> Norton D. P. Mapy strategiczne w biznesie. Jak przelożyć wartości na mierzalne wyniki / David P. Norton, Robert S. Kaplan; [przekład Anna Górka]. – Gdańsk, 2011. – S. 2519. – (Strategy Maps).

<sup>218</sup> Strategia Lizbońska a zarządzanie wartością / [Andrzej Drwiłło, Małgorzata Wróblewska, Dorota Czykier-Wierzbą i in.]; red. Leszek Pawłowicz. – Warszawa: CeDeWu, 2006. – S. 393.

<sup>219</sup> «Business Intelligence» – BI.

<sup>220</sup> Decision Support Systems – DSS.

<sup>221</sup> Executive Information Systems – EIS.

бізнес-процесами»<sup>223</sup> і ін. Необхідно вказати, що на сьогодні розвиток інформаційних технологій характеризується швидкими якісними змінами, а тому запропонована низка інформаційних систем буде доповнюватися новітніми розробками, які з'являються майже щорічно в цій сфері досліджень, а це вимагатиме від вітчизняних суб'єктів господарювання при їх впровадженні пильно стежити за змінами на ринку ІТ-технологій, оскільки впровадження застарілих систем є низькоефективним.

Відомо, що системи «Бізнес аналітики»<sup>224</sup> охоплюють підходи, методики і комп'ютерні програми, які уможливають отримання даних та інформації щодо функціонування підприємства, а також забезпечують здійснення аналітичних оцінок та використовуються для підтримки прийняття рішень. До групи цих інформаційних систем відносять системи управлінської інформації «Управлінські інформаційні системи»<sup>225</sup> та «Системи підтримки прийняття рішень»<sup>226</sup>. Зазначимо, що основним недоліком інформаційних систем типу «Бізнес аналітики»<sup>227</sup> є обмежені можливості збереження знань, вирішення цієї проблеми на сьогодні ефективно забезпечується низкою інформаційних продуктів, зокрема «Управління бізнес-процесами»<sup>228</sup>, який дозволяє аналізувати вузькі місця, витрати, ефективність; «Система управління документами»,<sup>229</sup> що представляє на інформаційному ринку систему управління документами, забезпечуючи нагромадження і доступність до інформації, збереженої у вигляді документів – схем, таблиць, рисунків, фотографій чи карт, інших сканованих документів, кошторисів, калькуляцій, комп'ютерних презентацій, технологічних (маршрутно-технологічні відомості, карти, інструкційні карти) та конструкторських (ескізи, білки, оригінали, копії) документів, збереження яких на паперових носіях є трудомістким, а ризик втрат таких документів продовжує залишатися високим. Крім того, така форма збереження документації суттєво знижує витрати на утримання архівних закладів чи їх підрозділів на підприємстві. Для забезпечення систематичного збереження протягом визначеного періоду часу інформації – книг, дисертацій, технічних проектів тощо, обумовленої згідно з архівним законодавством країни та міжнародних норм ISO 15489, підприємствам доцільно використовувати інформаційний продукт, відомий під назвою «Електронна система управління запасами»<sup>230</sup>, активно впроваджених у прак-

<sup>222</sup> Management Information Systems – MIS.

<sup>223</sup> Business Process Management – BPM.

<sup>224</sup> «Business Intelligence» – BI.

<sup>225</sup> Executive Information Systems – EIS.

<sup>226</sup> Decision Support Systems – DSS.

<sup>227</sup> «Business Intelligence» – BI.

<sup>228</sup> Business Process Management – BPM.

<sup>229</sup> Document Management System – DMS.

<sup>230</sup> Electronic Records Management System – ERMS.



тику відомих фірм «IBM», «Xerox», «Open», «Vignette»<sup>231</sup>. Зазначимо, що сучасні підприємства, використовуючи в своїй діяльності інформаційні системи типу «BPM», здійснюють проектування, впровадження з наступним моніторингом усіх без винятку бізнес-процесів, формують і нагромаджують нові знання, забезпечують їх подальше використання для удосконалення господарських процесів. У колі фірм-розробників інформаційних систем «Управління бізнес-процесами»<sup>232</sup> зазначимо «Metastorm» з її інформаційним продуктом під назвою («e-Work»), «Source Code» («K2.net»), «TIBCO» («iProcess Suite») <sup>233</sup>.

Серед новітніх систем доцільно виділити інформаційні системи підтримки управління людськими ресурсами, експертні системи, які, за оцінками вчених, автоматизують процеси прийняття рішень, проте їх використання на сьогодні є досить обмеженим. Вектори розвитку інформаційних систем даного типу вчені пов'язують із підвищенням можливостей відображення людських знань в інформаційних ресурсах, тобто з дослідженнями так званого «штучного інтелекту» (англ. *artificial intelligence*). Додамо, що розробниками інформаційних систем типу «Бізнес-аналітика»<sup>234</sup> є низка відомих світових фірм, як от «Oracle» (Oracle Business Intelligence Solutions), «SAS» (SAS Enterprise BI Server), «InForum» (InForum Business Intelligence). Крім того, в умовах нової парадигми господарювання високо розвинуті країни намагаються вирівнювати для усіх бізнес-структур можливість використання дорогих інформаційних продуктів, оскільки вони виступають рушійною силою економічного прогресу в усіх сферах суспільства. Ось чому горизонти використання інформаційних систем даного типу постійно розширюються, зокрема завдяки реалізації відкритих проєктів типу (*open source*), які уможливають безплатне користування їх продуктами, наприклад «Pentaho Source Open Business Intelligence»<sup>235</sup>. У нових умовах господарювання ефективне функціонування підприємств базується на розбудові стабільних зв'язків із клієнтами. Зауважимо, що метою «інтелігентних підприємств» є налагодження зв'язків з клієнтом на якомога триваліший період часу, що знайшло своє відображення у змінах управління капіталом марки, зокрема можемо спостерігати у замінах марки окремих товарів на корпоративну марку, яка базується на репутації, іміджі, фірмовому бренді. Наприклад, кредо фірми «Nokia» – «Nokia – connecting people».

<sup>231</sup> 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. –S. 347.

<sup>232</sup> Business Process Management – BPM.

<sup>233</sup> 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. –S. 344.

<sup>234</sup> «Business Intelligence» – BI.

<sup>235</sup> 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. –S. 341.

Для інформатизації процесів співпраці з клієнтами на вітчизняних підприємствах також доцільно використовувати інформаційні продукти, які забезпечують проведення постійного моніторингу таких показників, як прибуток чи *cash flow*, отриманих у результаті трансакцій, проведених з кожним клієнтом. Для цього використовують інформаційні системи управління взаємозв'язками з клієнтами, відомі під назвою «Управління взаємовідносинами з клієнтами»<sup>236</sup>, що дозволяє краще розпізнати потреби споживачів, на підставі аналітичної оцінки отриманих даних. Найбільш відомими такими системами є «*Microsoft CRM*», «*SAP CRM*»; «*ITCube CRM*» (польської фірми «*ICsolution*»), а також безкоштовні системи, які є результатом проєктів *open source* – «*SugarCRM*».

Третьою структурною одиницею інформаційного капіталу, на нашу думку, повинна бути розробка та запровадження на підприємствах сучасних соціальних інформаційних продуктів таких, як соціальні технології, соціальні портали, інтранет, семантичні мережі (*semantic web*), які забезпечують представлення інформації у спосіб, який був би зручним і зрозумілим у використанні, наприклад, розроблені пошукові системи, функціонування яких забезпечує доступ до загальних інформаційних ресурсів підприємства – тексти, таблиці, відеоматеріали, графіки, анімації, що мають різні джерела походження.

Важливим засобом поширення масової інформації сьогодні є Всесвітня мережа Інтернет, розвиток якої повинна забезпечити держава шляхом покращення умов доступу для якомога більшої кількості населення країни. Зауважимо, що питання розширення Інтернет-покриття в Україні постає гостро, оскільки доступ до цього виду комунікаційних ресурсів мають близько третини населення країни, а у США, згідно даних моніторингу федеральної комісії зв'язку, дві третини населення мають доступ до швидкісного Інтернебюту<sup>237</sup>. Проте, на сьогодні США за доступом до швидкісного Інтернету значно відстає від інших розвинутих країн, займаючи лише 25 місце у рейтингу. У зв'язку з цим, прийняті урядові програми передбачають значне (до 90 %) підвищення рівня доступу до швидкісного Інтернету до 2020 р.<sup>238</sup>. Отже, вирішення питання розширення Інтернет-покриття в Україні повинно знайти своє відображення в усіх урядових програмах розвитку, адже це є фундаментальним чинником успішності усіх без винятку реформ для модернізації економіки країни на основі формування інформаційного капіталу.

Дуже важливим моментом аналізу інформаційного капіталу є зосередження уваги на забезпеченні взаємодії у системі «бізнес-наука», що, з одного боку, підвищує ефективність наукових і освітніх закладів та установ, конкурентоспроможність майбутніх фахівців шляхом їхньої участі в розробках проєктів

<sup>236</sup> Customer Relationship Management – CRM.

<sup>237</sup> США планують розширити мережу швидкісного Інтернету [Електронний ресурс] // Голос Америки. – 2010. – Режим доступу: <http://www/voanews.com/com/ukrainian/2010-03-16-voa9.cfm?renderforprint=1/> (12.07. 2013).

<sup>238</sup> Там же.

ще під час здобуття вищої освіти, а з другого – забезпечує бізнесові структури якісно новими, інноваційними пропозиціями вирішення актуальних проблем. У сучасних умовах господарювання доволі часто інформаційний капітал пов'язують зі створенням банку знань та інформації, який, беручи до уваги його відсутність на вітчизняних підприємствах, пропонуємо виділити окремою складовою інформаційного капіталу. При цьому доцільно звернути увагу на те, що недоліком функціонування сучасних підприємств у високорозвинув країнах є низький рівень використання інформації і даних, якими володіє суб'єкт господарювання. За даними «IBM», частка інформації, яку використовують суб'єкти господарювання, сягає ледве 7 %; 64 % часу спеціалісти з фінансового контролінгу витрачають на збір даних (з них 15 % – витрати часу на здійснення аналізу, 21 % – на представлення інформації для керівництва)<sup>239</sup>. Отже, враховуючи неможливість здійснення такого аналізу на вітчизняних підприємствах, доцільність виділення детермінанти інформаційного капіталу є очевидною і зрозумілою, адже це створить можливості для проведення діагностики, яка дозволить виявити нові резерви підвищення ефективності функціонування інтелектуального капіталу підприємств.

Досвід свідчить, що інноваційна теорія, започаткована Йозефом А. Шумпетером, за півстоліття перетворює інновації на рушійну силу розвитку інтелектуального капіталу підприємства. Таким чином, інноваційний капітал, відображаючи здатність інновацій, реалізованих підприємством, створювати додану вартість, перетворюється на рушійну силу, що забезпечує розвиток колективного інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання. Серед основних складових елементів інноваційного капіталу, на наше переконання, доцільно виділити інноваційність підприємства, продукції, процесів, що обумовлено необхідністю планування оптимальних меж розподілу витрат на фінансування продуктивних і процесових інновацій. Цей висновок підтверджують наукові дослідження і зарубіжна практика. Так, витрати на продуктивні інновації коливаються у межах від 80–92 % у США, до 72 % у Німеччині. Відповідно витрати на технологічні інновації становлять 8–20 % у США та 28 % у Німеччині<sup>240</sup>.

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

<sup>239</sup>Strategia Lizbońska a zarządzanie wartością / [Andrzej Drwiłło, Małgorzata Wróblewska, Dorota Czykier-Wierzba i in.]; red. Leszek Pawłowicz. – Warszawa: CeDeWu, 2006. – S. 393.

<sup>240</sup>Гончаров В. В. В поисках совершенства управления: руководство для высшего управленческого персонала / В.В. Гончаров. – в 2 томах. М.: МНИИПУ, 1997. – С. 258. – (Том 2).

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 інтелектуальну 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<sup>241</sup>, марки продуктів у 19 із 22 випадків залишалися на панівних позиціях протягом 60 років, зокрема «Heinz» (супи), «Cambell» (сніданковий салфетки), «Colgate» (зубна паста), «Kodak» (фотографічні плівки), «Gillette» (засоби для гоління), «Johnson's» (засоби для миття)<sup>242</sup>. Капітал марки за більш ніж 50 років виявився одним із «найбільш стабільних ... а зважаючи на високий рівень дохідності ... став альтернативою в інвестуванні»<sup>243</sup>.

В умовах «економіки знань» вплив ринкового капіталу продовжує залишатись значним, що засвічує залежність капіталізації фірми «Coca-Cola» від сукупної вартості торговельних марок на 75 %; вартість бренду банку «Аваль»<sup>244</sup> у 2005 році складала 20 %<sup>245</sup>; у 2011 р вартість бренду у ринковій вартості світових фірм знаходилася у діапазоні від 57 % до 11 %, зокрема «McDonald's» – 57 %, «Coca-Cola» – 53 %, «Walt Disney» – 48 %, «IBM» – 44 %, «Google» – 37 %, «Intel» – 30 %, «Microsoft», «Hewlett-Packard» – 23 %, «General Electric» – 13 %, «Apple» – 11 %<sup>246 247 248</sup>. Незважаючи на те, що у

<sup>241</sup> Назва «Boston Consulting Groups».

<sup>242</sup> Współczesne źródła wartości przedsiębiorstwa / [Andrzej Herman, Władysław Szymański, Grzegorz Wójtowicz]; Praca zbiorowa pod redakcją naukową Barbary Dobiegaj-Korony i Andrzeja Hermana. – Warszawa: Difin, 2006. – S. 414.

<sup>243</sup> Zaborowska R. Kapitał intelektualny w przedsiębiorstwie / Roma Zaborowska. – Poznań: Art boni et aequi, 2009. – S. 100.

<sup>244</sup> Назва «Raiffeisen International Bank Holding»

<sup>245</sup> Дахно І. І. Право інтелектуальної власності: [навчальний посібник]. / Іван Іванович Дахно – К.: Либідь, 2006. – 278 [2] с.

<sup>246</sup> 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)

<sup>247</sup> 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)

2012–2013 рр. динаміка вартості бренду для більшості відомих фірм була невтійною, стабільно перші місця продовжують утримувати бренди фірм інформаційної галузі («Apple», «Google», «IBM»). Загалом, дослідження свідчать про сповільнення темпів зростання вартості брендів, зокрема загальна вартість бренду сотні найвідоміших фірм у 2011 р. зросла на лише 0,4 %, що є надзвичайно низьким результатом в порівнянні з 2010 р., де аналогічний показник становив 17 %<sup>249</sup>. Зауважимо, що вартість бренду «Apple» у 2013 р. також уповільнила зростання з 19 % у 2012 р. до 1 % у 2013 р. Вартість бренду «Google» у 2013 р. зросла на 5 %, що дозволило їй піднятися на друге місце у рейтингу, витіснивши з нього «IBM» (у 2013 р. отримала зниження вартості бренду на 3 %) та розмістивши його у 2013 р. на третьому місці (табл. 1. 1).

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 2012–2015 рр. представлена у табл. 1. 1.

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, зрівноваження 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.,

<sup>248</sup> Business Finance, Stock Market, Quotes, News / [Електронний ресурс]: Balance Sheet – Режим доступу: <http://finanse.yahoo.com> (01.06.2013).

<sup>249</sup> Мединский В. Г. Инновационное предпринимательство: [учебное пособие] / В. Г. Мединский, Л. Г. Шаршукова. – М.: ИНФРА – М, 1997. – 240 с.

«IBM» – 37,19 млрд. дол., «Hewlett-Packard» – 33,47 млрд. дол., «McDonald's» – 32,93 млрд. дол., «Walt Disney» – 24,17 млрд. дол.<sup>250 251 252</sup>.

Таблиця 1. 1. ТОП-10 найдорожчих світових брендів (за версією «Forbs»)

№ пп	Назва бренду	2012	2013	2014	2015
1.	Apple	<b>1</b> / 87,1	<b>1</b> / 104,3	<b>1</b> / 124,2	<b>1</b> / 145,3
2.	Microsoft	<b>2</b> / 54,7	<b>2</b> / 56,7	<b>2</b> / 63,0	<b>2</b> / 69,3
3.	Google	<b>5</b> / 37,6	<b>5</b> / 47,3	<b>3</b> / 56,6	<b>3</b> / 65,6
4.	Coca-Cola	<b>3</b> / 50,0	<b>3</b> / 54,9	<b>4</b> / 56,1	<b>4</b> / 56,0
5.	IBM	<b>4</b> / 48,5	<b>4</b> / 50,7	<b>5</b> / 47,9	<b>5</b> / 49,8
6.	McDonald's	<b>6</b> / 37,4	<b>6</b> / 39,4	<b>6</b> / 39,9	<b>6</b> / 39,5
7.	Samsung	<b>8</b> / 35,0	<b>9</b> / 29,5	<b>8</b> / 35,0	<b>7</b> / 37,9
8.	Toyota	-	-	<b>9</b> / 31,3	<b>8</b> / 37,8
9.	General Electric	<b>7</b> / 33,7	<b>7</b> / 34,2	<b>7</b> / 37,1	<b>9</b> / 37,5
10.	Facebook	-	-	-	<b>10</b> / 36,5
11.	Louis Vuitton	-	<b>10</b> / 28,4	<b>10</b> / 29,9	-
12.	Intel	<b>9</b> / 32,3	<b>8</b> / 30,9	-	-
13.	BMW	<b>10</b> / 26,3	-	-	-

\*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.).

\*\* Примітка: номер у рейтингу / вартість бренду, млрд. дол. США\*

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

<sup>250</sup> 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)

<sup>251</sup> 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).

<sup>252</sup> Business Finance, Stock Market, Quotes, News / [Електронний ресурс]: Balance Sheet – Режим доступу: <http://finance.yahoo.com> (01.06.2013).

другої половини ХХ ст. зріс із 10 % до 25 %<sup>253</sup>. 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<sup>254</sup>.

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'ять дисциплін», 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 Кейтгаса»<sup>255</sup>, 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 інтелектуальної 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<sup>256</sup>. Принагідно відзначимо низку досліджень В. П. Мікловда, зосереджених у сфері пошуку шляхів удосконалення «стратегічного управління як соціальної інституції ... на основі побудови системи соціальних норм: ..., креативності в роботі, інноваційної спрямованості...», побудови корпоративної культури<sup>257</sup> чи формування конкурентоспроможності за фактором продуктивності праці<sup>258</sup>, що нині можна забезпечити лише на основі її інтелектуалізації тощо.

Поняття «організаційної культури підприємства» вважається важким у трактуванні, зокрема, одні вчені дотримуються думки, що її не можна відокремити від суб'єкта господарювання, оскільки саме підприємство в своїй основі і

<sup>253</sup> Стежко Н. Роль соціального капіталу у забезпеченні економічного розвитку / Н. Стежко // Схід. – 2010. – № 1 (101). – С.47.

<sup>254</sup> Карнегі 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. – С. 17–18.

<sup>255</sup> Senge P. M. Pięta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się / Peter M. Senge. – [Wydanie IV porzeżone] ; [przełożył Michał Lipa]. – Warszawa: Oficyna a wolters kluwer business, 2012. – С. 19 – (Światowy Bestseller).

<sup>256</sup> Armstrong M. Zarządzanie zasobami ludzkimi / Michael Armstrong. – Kraków: Dom Wydawniczy ABC, 2000. – 784 s.

<sup>257</sup> Мікловда В. П. Ефективність стратегічного управління підприємствами: сучасні проблеми та перспективи їх вирішення / Василь Петрович Мікловда, Ігор Геннадійович Брітченко, Юрій Олександрович Дідович, Наталя Юріївна Кубиній. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – С. 128–129.

<sup>258</sup> Мікловда В. П. Рейтинг конкурентоспроможності країни за критерієм продуктивності праці / В. П. Мікловда. Наталя Юріївна Кубиній. // Демографія та соціальна економіка. – 2015. – № 3 (25). – С. 199–208.

є організаційною культурою; інші вчені поєднують її з філософією підприємства, культурними колами, системою основних цінностей, норм поведінки і т. ін.

Вивчення дефініцій «організаційна культура підприємства» свідчить, що вони доповнюють одне одного, окреслюючи загальну картину прояву цього багатоплощинного, складного, невидимого, на перший погляд, явища. Власне, на нашу думку, організаційна культура підприємства, сформована на базі філософії управління, відображає його історію, культурні артефакти, каталоги цінностей, які сповідують усі працівники, що, в свою чергу, активізує людський чинник до пізнавальної діяльності та підвищення продуктивності праці.

Важливою складовою, що формує локальний соціальний капітал, виступають каталоги цінностей, які включають правила і норми, добрі стосунки з підлеглими та передбачають розвиток у працівників мотиваційних якостей. Закцентуємо увагу на важливості запровадження таких каталогів цінностей на вітчизняних підприємствах, оскільки, це дозволить підвищити лояльність і мотивацію у працівників до підвищення якості праці, що автоматично спричинить зниження витрат на контроль робочого часу, дасть можливість бути винагородженим і найважливіше в українських реаліях – обмежить рівень корупції й використання адміністративних методів регулювання економіки, тобто створить сприятливий клімат для роботи в колективі. Зовнішній прояв організаційної культури відображають культурні артефакти на підприємстві: психологічні – церемонії, ритуали, спільні традиції; мовні – міфи, легенди, анекдоти, жаргони, які використовують працівники; фізичні – архітектура, зовнішній вигляд працівників і продукції підприємства тощо. Відтак, можна стверджувати, що на працевлаштування, упорядкування і розвиток культурних артефактів продовжує залишатися важливим моментом формування локального соціального капіталу вітчизняних підприємств. Проте, на формування соціального інтелектуального капіталу підприємства впливають і зовнішні чинники, зокрема національна та регіональна культура, розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури та середовище, у якому функціонує суб'єкт господарювання.

Умови здійснення підприємницької діяльності та формування інтелектуального капіталу в «економіці знань» 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 можливість 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. Це, 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 креацію їх вартості.

### 1. 3. Методичні аспекти оцінки інтелектуального капіталу підприємства

В умовах «нової парадигми» у 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 Л. Лім і П. Деллімора [323]; 178 – у методиці Е. Брукінг «Брокер технологій» («*Technology Broker*») [208]; понад 240 – у методиці Л. Едвінсона «*IC Rating<sup>TM</sup>*» і ін.) [252], неузгодженість 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. Меллоун, Г. Рус, Д. Добія та ін.) і вітчизняних (В. Геєць, С. Вовканич, А. Колот, С. Ілляшенко, О. Кендюхов та ін.) економістів є досить широкою – більше тридцяти методик – відображає еволюційні закономірності динаміки підходів до вимірювання і оцінки інтелектуального капіталу.

Незважаючи на існування широкої панорами інструментарію діагностики інтелектуального капіталу підприємства, проблеми напрацювань конструктивної методології його вимірювання й оцінки залишаються очевидними.

Сучасна економічна література подає розмаїття (понад 30) методів діагностики інтелектуального капіталу підприємства (Додаток В 1). 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 Е. Брукінг для аудиту інтелектуального капіталу, відомою під назвою «Брокер технологій» («*Technology Broker*») можна використовувати без попереднього узгодження [208].

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 Г. Русс та С. 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<sup>TM</sup>, VAIC<sup>TM</sup>, 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 синергійного 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 єдиноприйнятної методології їх використання, що підтверджується різними трактуваннями у джерелах. Крім того, велика кількість (Додаток В 1) 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 домінант 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 практиками 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 [205, с. 206–240]. У цьому контексті дослідники виділяють 22 основних показники, які доцільно використовувати як індикатори діагностики інтелектуального капіталу підприємства (табл. 1. 2 і табл. 1. 3). 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.

Враховуючи зростання ролі інформаційних технологій щодо забезпечення розвитку інтелектуального капіталу підприємства, сучасні науковці беруть за основу показники, придатні для оцінки технологічного капіталу (табл. 1. 3). Разом з тим, цілком виправданим є твердження дослідників про важливість якості організації управління процесами на підприємстві, скованої на підвищення рівня задоволеності очікувань клієнтів, що знайшло своє відображення у найчисельнішій групі показників оцінки процесного капіталу (табл. 1. 2).

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.

Таблиця 1. 2. 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] – Режим доступу: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=1469-1930& volume=1&issue=3>).

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 В 2). 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) (Додаток В 2)<sup>259</sup>.

<sup>259</sup> Brennan N. Intellectual Capital: Current Issues and Policy Implications / Niamh Brennan, Brenda Connell // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1. – № 3. – P. 230 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=1469-1930& volume=1&issue=3>.

Таблиця 1.3. Показники оцінки технологічного та процесного капіталу підприємства (за нормами, наданими Данською 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 запровадження 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>).

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

го інвестиційну привабливість та забезпечить ефективне управління стратегічним розвитком в умовах «економіки знань».

У 2004 р. вчені М. Бендіков і К. Джамай цілком слушно критикують цільність використання «Методу ринкової капіталізації» («*Market-too-Boo-Value*»), запропонованого Т. 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 означає скорочення її інтелектуального потенціалу [12]. З іншого боку, частково погоджуємося з цим твердженням, однак, на нашу думку, це не зовсім стосується інтелектуального капіталу підприємства, який у даному випадку справді буде знижуватися. Відтак, заслуговує на увагу пропонування 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 % [12].

Біля витоків емпіричних досліджень щодо напрацювання методики оцінки інтелектуального капіталу були вчені Л.Лім і П. 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 послуговувалися 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) [305, с. 187–190] (Додаток В 4). 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 В 4). 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 В 4). Отже, опрацювання пропонуваної 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 С. Ілляшенко, опрацювавши авторський підхід за «елементами потенційної і здатнісної складових» (Додаток В 5) [53, с. 99–101]. 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 опрацьовано.

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 Я. Чекаєм і М. Яблоньським [226] та Дж. Чен, Ж. Зу [217];

2) монетарні та немонетарні, запропоновані вченими Г. П. Теном, Д. Плоуменом, Ф. Ганкоком [467] та статичні і динамічні – Т. Хауселом, С. Нельсон [284];

3) чотири групи методів, опрацьованих ученим К.-Е. Свейбі, зокрема ті, що базуються на ринковій капіталізації, на картах результатів, безпосередній (прямій) оцінці інтелектуального капіталу та на дохідності активів (ROA).

Запропонована у 2004 р. вченими Я. Чекаєм та М. 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 підприємства. Серед якісних методів оцінки інтелектуального капіталу підприємства привертає увагу модель оцінки, що базується на основі системи якісних індексів, опрацьована вченими Дж. Чен, Ж. Зу, Г. Я. Хі (2004) в аспекті досягнення і утримання під-

приємством довготривалої конкурентоспроможності<sup>260</sup>. Крім цього, проведені дослідження Дж. Чен, Ж. Зу, Г. Я. 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 В 3).

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.

Т. Хаусел і С. Нельсон у 2005 р. запропонували поділ методів оцінки інтелектуального капіталу підприємства на дві групи – статичні (ретроспективні) і динамічні (проспективні). Статичні методи об'єднують усі методики, які дозволяють оцінити інтелектуальний капітал підприємства на певний момент часу, а динамічні – дозволяють спрогнозувати зміни інтелектуального капіталу в майбутньому залежно від вхідних фінансових потоків<sup>261</sup>.

Розвиток даної теорії знайшов своє відображення у 2007 р., коли вчені Г. П. Тенон, Д. Плоумен, Ф. 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 Т. Хаусела і С. Нельсона; та немонетарні, які ґрунтуються на оцінці процесу перетворення нематеріальних активів у інтелектуальний капітал, а це певною мірою є аналогом динамічних (параметрично-якісних) методів Т. Хаусела і С. Нельсона<sup>262</sup>.

До динамічних методів оцінки інтелектуального капіталу вчені відносять модель дисконтування грошових надходжень, 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) компе-

<sup>260</sup> 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. – P. 203–206.

<sup>261</sup> 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.

<sup>262</sup> 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.



тенцій підприємства (CC)<sup>263</sup>. 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 Л. Едвінсона і М. Мелуона. На базі цієї моделі опрацьована новітня модель, відома під назвою «Індекс інтелектуального капіталу» («*IC-Rating*»), захована вченими до динамічних типів методів оцінки інтелектуального капіталу підприємства, що уможливило 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 К.- Е. Свейбі, який, використовуючи у якості класифікаційних ознак вартісні чи неwartісні вимірники) та рівень можливості здійснення оцінки окремих домінант інтелектуального капіталу, запропонував найповнішу на сьогодні класифікацію 34 методів, об'єднавши їх у чотири великі групи [461; 462]:

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 уможливила їх використання на трьох запропонованих етапах діагнос-

<sup>263</sup> Daniels H.A.M. Knowledge Management by Project Selection in R&D Departments. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-29717/Knowledge\\_management\\_by\\_projectselection\\_in\\_R&D\\_departments.pdf](https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-29717/Knowledge_management_by_projectselection_in_R&D_departments.pdf)

тики, зокрема моніторингу інтелектуального капіталу, аналізу його величини й ефективності використання на підприємстві та оцінки впливу на капіталізацію суб'єкта господарювання (Додаток В 1).

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 використання 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 креації вартості підприємств і надалі буде зростати. Вважаємо, що методологічні доміанти діагностики інтелектуального капіталу доцільно доповнити розробкою нових конструктивних методів, використання яких окреслювало б резерви активізації людського чинника, у напрямках креативного мислення, самонавчання і самодосконалення, 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 креацію вартості підприємства, методичне забезпечення кожного з яких пропонуємо далі.

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 варі-

анту 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). 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.

Отож, 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 креації, 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 і теорії вкладників, а також частково теорій, пов'язаних із функціонуванням фінансового ринку, зокрема, теорії сигналізування і теорії прийняття рішень.

Активізація соціального вектора в розвитку ринкової економіки зумовила появу теорії ймовірності, що ґрунтується на популяризації ідеї соціального розуміння 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 ланки, подолання асиметрії інформації тощо.

Зростання кількості товариських об'єднань (акціонерних, з обмеженою відповідальністю та ін.), у свою чергу, зумовило опрацювання теорії вкладників (акціонерів), постулати якої ґрунтуються на створенні однакових можливостей доступу до інформації, зокрема, про стан і динаміку інтелектуального капіталу товариства для усіх пайовиків (акціонерів). Вважаємо, що саме вирішення питань здійснення моніторингу інтелектуального капіталу товариств і представлення їх результатів у якості публічних матеріалів, є конструктивним вирішенням даної проблеми.

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.

У сучасних умовах здійснення моніторингу інтелектуального капіталу та оприлюднення його результатів виявляються основними чинниками утримання й поповнення капіталу, необхідного для здійснення господарської діяльності підприємства. Згідно з нашими міркуваннями, дієвість моніторингу інтелектуального капіталу підприємства проявляється у зниженні інвестиційного ризику і витрат на капітал, підвищенні інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання на фінансовому ринку, що знаходить своє відображення у капіталізації підприємства. Зважаючи на це вважаємо, що моніторинг інтелектуального капіталу підприємства доцільно здійснювати у розрізі його детермінант, зокрема у сфері індивідуального, соціального та колективного інтелектуального капіталів.

Основними аспектами моніторингу індивідуального інтелектуального капіталу є представлення знаннєво-компетенційного потенціалу працівників; колективного інтелектуального капіталу – відображення інформаційно-комунікаційного рівня підприємства та рівня інноваційного капіталу; соціального інтелектуального капіталу – відображення тенденцій у розвитку публічного капіталу та окреслення організаційних цінностей підприємства. При цьому до критеріїв моніторингу інтелектуального капіталу підприємства, тобто тих характеристик, які найбільшою мірою впливають на його дієвість, належать: у сфері індивідуального інтелектуального капіталу – освіченість, фаховість, компетентність, мобільність, комунікаційність, оперативність, адаптаційність, вікова прогресивність; у сфері колективного інтелектуального капіталу – інфомаційність, інноваційність, комунікаційність; у сфері соціального інтелектуального капіталу – інтравекторність, інтервекторність.

Сформовану систему критеріїв і відповідних їм показників, які характеризують стан і динаміку інтелектуального капіталу підприємства, наведено в табл. 1. 4. Звичайно, перелік запропонованих критеріїв та показників носить загальний характер, що робить можливим його широке використання, проте, слід пам'ятати, що вибір показників для моніторингу та відображення його результатів можна також корегувати, враховуючи рівень схильності підприємства до оприлюднення інформації про інтелектуальний капітал. Привертає увагу той факт, що серед запропонованих низка показників має якісні вимірники, а інші – кількісні. Однак, враховуючи, що моніторинг є лише першим етапом діагностики, а його основним завданням, з одного боку, є виявлення тенденцій розвитку публічного соціального капіталу для врахування цих змін у роботі підприємства та перманентного інформування партнерів про покращення чи погіршення в інтервекторному оточуючому середовищі, а з іншого – ліквідація комунікаційної лакуни шляхом надання інформації про інтелектуальний капітал підприємства публічного характеру, то застосування цих показників є виправданим.

Таблиця 1. 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	Рівень освіти	Частка працівників з вищою освітою (у розрізі вікових категорій)
	Фаховість	Рівень фахової підготовки	Частка працівників із фаховою освітою: вища, бакалавр; молодший спеціаліст (у розрізі вікових категорій)
	Компетентність	Рівень компетентності =====	Частка працівників-переможців у фахових конкурсах, проєктах (у т. ч. внутрішніх) тощо
	Оперативність	Рівень фахової спритності	Швидкість виконання певних професійних завдань
	Мобільність	Рівень мобільності =====	Частка працівників, які стажувалися на 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			
Колективний 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	Інтраекторність	Рівень розвитку локального капіталу _____	Розміщення культурних артефактів
			Представлення філософії управління й організаційної культури
			Характеристика цінностей підприємства
	Інтеректорність	Тренди у розвитку публічного капіталу _____	Розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури
			Розвиток правового, економічного забезпечення інтелектуальної діяльності

— вимірники кількісні; ===== вимірники якісні.

(Джерело: власна розробка).

Згідно з нашими міркуваннями, використання запропонованої системи критеріїв і показників моніторингу інтелектуального капіталу підприємства дозволить суб'єктові господарювання суттєво зменшити «комунікаційну лагуну» та знизити інформаційну асиметричність, забезпечуючи поширення і рівний доступ до його інформаційних потоків. Вважаємо за доцільне зауважити, що зважаючи на проблемність отримання інформації науковцями, працівниками університетів, студентами-магістрами, можемо стверджувати, що лише покращення доступу до інформаційних ресурсів дозволить її практичну реалізацію.

Мимоволі привертають увагу дослідження міжнародної практики, де апробовано велику кількість методів для оцінки інтелектуального капіталу підприємства. Виберемо найпростіші з них, які б заповнювали «комунікаційну лагуну» щодо стану і динаміки інтелектуального капіталу підприємства так, щоб зацікавлена сторона змогла на їх основі змоделювати перспективні вектори розвитку суб'єкта господарювання.

Найпростішим методом, який дозволяє виявляти стан і загальні тенденції динаміки інтелектуального капіталу є співвідношення ринкової і балансової вартості суб'єктів господарювання. Недоліком цього підходу є те, що можливості застосування обмежені виключно корпоративним сектором. Крім того, доцільним застосування даного методу є лише в економічних системах, де ефективно і відкрито функціонує фондовий ринок, який і визначає дійсну ринкову вартість акцій товариства. Зважаючи на недостатній рівень розвитку фондового ринку в Україні, використання даного методу для моніторингу інтелектуального капіталу, в тому числі й досліджених молокопереробних товариств Тернопільської області може містити певні відхилення та неточності. Саме ці аспекти будемо враховувати, послуговуючись даною методикою визначення величини інтелектуального капіталу лише тих вивчених корпоративних молокопереробних суб'єктів Тернопільської області, фінансові результати яких є публічними, зокрема це ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод». Оцінку інтелектуального капіталу, низки досліджених у роботі корпоративних суб'єктів проведемо враховуючи те, що фактів лістингу цінних паперів ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» на фондових біржах у цей період не зафіксовано, а торгівля здійснювалася лише на внутрішньому позабіржовому ринку.

У зв'язку з цим, ми пропонуємо використовувати два методи – метод співвідношення ринкової і балансової вартості ( $MV/BV$ ) та коефіцієнт Тобіна ( $q$ -Тобіна), запропонований у 1969 р. лауреатом Нобелівської нагороди з економіки (за 1981 р.) Дж. Тобіном [475].

Перший ґрунтується на розрахунку показника, що відображає співвідношення ринкової і балансової вартості підприємства (англ.  $MV/BV$ ) та представлений коефіцієнтом співвідношення ринкової і балансової вартості підприємства, що розраховується за формулою [454]:

$$K_{cn} = \frac{BP}{BB}, \quad (1.1)$$

де  $K_{cn}$  – коефіцієнт співвідношення ринкової і балансової вартості підприємства;

$BP$  – ринкова вартість підприємства, тис. грн.;

$BB$  – балансова вартість підприємства, тис. грн.

При цьому ринкову вартість розраховують за формулою [454]:

$$BP = C_a \times \mathcal{C}_a, \quad (1.2)$$

де  $C_a$  – ціна акції, грн.;

$\mathcal{C}_a$  – кількість акцій, од.

Для розрахунку балансової вартості підприємства можна скористатися формулою:

$$BB = BB_a - K_z, \quad (1.3)$$

де  $BB$  – балансова вартість підприємства, тис. грн.;

$BB_a$  – балансова вартість активів підприємства, тис. грн.;

$K_z$  – залучений капітал, тис. грн.

Таким чином, економічна діагностика інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» містить такі результати:

– балансова вартість товариства:

$$\begin{aligned} BV_{\text{молокія}}_{2011} &= 112734 - 26737 = 85997 \text{ тис. грн.}; & BV_{\text{борщів}}_{2011} &= 37347 \text{ тис. грн.}; \\ BV_{\text{молокія}}_{2012} &= 305212 - 45762 = 259450 \text{ тис. грн.}; & BV_{\text{борщів}}_{2012} &= 36621 \text{ тис. грн.}; \\ BV_{\text{молокія}}_{2013} &= 334168 - 49728 = 284440 \text{ тис. грн.}; & BV_{\text{борщів}}_{2013} &= 27185 \text{ тис. грн.}; \\ BV_{\text{молокія}}_{2014} &= 216574 - 66881 = 149695 \text{ тис. грн.}; & BV_{\text{борщів}}_{2014} &= 45414 \text{ тис. грн.}; \\ BV_{\text{молокія}}_{2015} &= 266214 - 69656 = 196558 \text{ тис. грн.}; & BV_{\text{борщів}}_{2015} &= 50013 \text{ тис. грн.} \end{aligned}$$

- ринкова вартість товариства:

$$\begin{aligned} MV_{\text{молокія}}_{2011} &= 0,12 \times 175000 = 21000 \text{ тис. грн.}; \\ MV_{\text{молокія}}_{2012} &= 0,49 \times 375000 = 183750 \text{ тис. грн.}; \\ MV_{\text{молокія}}_{2013} &= 0,55 \times 375000 = 206250 \text{ тис. грн.}; \\ MV_{\text{молокія}}_{2014} &= 0,75 \times 375000 = 281250 \text{ тис. грн.}; \\ MV_{\text{молокія}}_{2015} &= 0,99 \times 375000 = 371250 \text{ тис. грн.}; \end{aligned}$$



$$MV_{\text{борців}}_{2011} = 0,03 \times 2439648 = 73189 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{борців}}_{2012} = 0,02 \times 2439648 = 48793 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{борців}}_{2013} = 0,03 \times 2439648 = 73189 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{борців}}_{2014} = 0,04 \times 2439648 = 97586 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{борців}}_{2015} = 0,04 \times 2439648 = 97586 \text{ тис. грн.}$$

– коефіцієнт співвідношення ринкової і балансової вартості товариства:

$$K_{\text{спмолокія}}_{2011} = \frac{21000}{259450} = 0,1;$$

$$K_{\text{спборців}}_{2011} = \frac{73189}{37347} = 1,9;$$

$$K_{\text{спмолокія}}_{2012} = \frac{183750}{259450} = 0,71;$$

$$K_{\text{спборців}}_{2012} = \frac{48793}{36621} = 1,3;$$

$$K_{\text{спмолокія}}_{2013} = \frac{206250}{284440} = 0,73;$$

$$K_{\text{спборців}}_{2013} = \frac{73189}{27185} = 2,7;$$

$$K_{\text{спмолокія}}_{2014} = \frac{281250}{149695} = 0,75;$$

$$K_{\text{спборців}}_{2014} = \frac{97586}{45414} = 2,1;$$

$$K_{\text{спмолокія}}_{2015} = \frac{371250}{196558} = 0,89;$$

$$K_{\text{спборців}}_{2015} = \frac{97586}{50013} = 1,9.$$

Таким чином, проведена оцінка стану і динаміки інтелектуального капіталу двох потужних молокопереробників корпоративного сектору дозволяє стверджувати про позитивну динаміку в ПрАТ «Тернопільський молокозавод», де помітним є зростання у 2,7 рази між мінімальним та кінцевим значеннями, а також негативні зміни в ПАТ «Борщівський сирзавод» – із спадом у 1,4 рази, сформованим у 2013 р. (табл. 1. 5).

Загалом, проведений аналіз інтелектуального капіталу відображає зміни, які відбуваються у функціонуванні даних товариств. Водночас, для ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2013 рр. значення  $MV/BV$  хоча і зростало, але продовжувало залишатися у межах нижче 1, що може свідчити про неефективне використання інтелектуального капіталу. Позитивна динаміка цього показника у 2014–2015 рр., дозволяє стверджувати, що підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» було досягнуто у частині інноваційного (запровадження СУЯІБ) та ринкового модулів (покращення брендингу, диверсифікація виробництва тощо). Зауважимо, що утримання позитивних трендів в перспективі можна забезпечити шляхом змін у розвитку індивідуального (підвищення інтелектуалізації праці) та інноваційного інтелектуальних капіталів (налагодження випуску екопродукції, запровадження екостандартів, формування інтелектуального портфеля) тощо.

Вектор розвитку інтелектуального капіталу для ПАТ «Борщівський сирзавод» є дещо іншими, адже із 2013–2015 рр. віднотуємо тенденцію до зниження значення  $MV/BV$ . Відтак, хоча його рівень на сьогодні не є критичним, але це свідчить про зниження ефективності використання даного виробничого фактора, що неминуче призведе до спаду конкурентоспроможності, а значить й погіршення перспектив виходу товариства на ринок ЄС.

Таблиця 1.5. Вартість інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів корпоративного сектору Тернопільської області у 2011–2015 рр., встановлена на основі методики MV/BV

Суб'єкт	Оціночні показники	Роки				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7
ПРАТ «Тернопільський молокозавод»	Кількість акцій, тис. од.	175000	375000	375000	375000	375000
	Ціна акції, грн.	0,12	0,49	0,55	0,75	0,99
	Ринкова вартість, тис. грн.	21000	183 750**	206 250**	281 250**	371250**
	Балансова вартість, тис. грн.	259450	259450	284440	149695	196558
	<b>MV/BV</b>	0,1	0,71	0,73	1,88	1,89
ПАТ «Борщівський сирзавод»	Кількість акцій, од.	2439648***	2439648	2439648	2439648	2439648
	Ціна акції, грн.	0,03	0,02	0,03	0,04	0,04
	Ринкова вартість, тис. грн.	73189	48793	73189	97586	97586
	Балансова вартість, тис. грн.	37347	36621	27185	45414	50013
	<b>MV/BV</b>	1,9	1,3	2,7	2,1	1,9

\*Джерело: розраховано автором на основі фінансових звітностей товариств

\*\*Примітка: показник ціни простих акцій розрахований нами на основі методики «КСЕ» (в силу відсутності даних про ціну акцій реальне значення може відхилитися від розрахункового); \*\*\* використано дані за 2010 р., зважаючи на зитковість товариства у 2011 р.

Широке використання у діяльності підприємства на сьогодні має коефіцієнт Тобіна ( $q$ -Тобіна), 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.

Для порівняльних цілей, визначимо величину інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів корпоративного сектору Тернопільської області у 2011–2015 рр., застосувавши метод  $q$ -Tobina [475]. Зауважимо, що сьогодні відомо кілька методів розрахунку  $q$ -Tobina, проте нашу увагу привернула цікава і проста у використанні методика запропонована вченими К. Чанг, С. Прутт, згідно з якою даний показник розраховують за формулою [218]:

$$q\text{-Tobin} = \frac{MV}{BV'_a}, \quad (1.4)$$

де  $q$ -Tobin – коефіцієнт Тобіна;

$MV$  – ринкова вартість підприємства, тис. грн.;

$BV'_a$  – відновна вартість активів підприємства, тис. грн.

Ринкова вартість підприємства може бути визначена за формулою [218]:

$$MV = BP_{зв.а.} + BB_{пр.а.} + BBЗ_о + BBЗ_к + BB_{зан} - BB_{об.а.}, \quad (1.5)$$

де  $BP$  – ринкова вартість підприємства, тис. грн.;

$BP_{зв.а.}$  – ринкова вартість звичайних акцій, тис. грн.;

$BBЗ_о$  – балансова вартість довготермінових зобов'язань, тис. грн.;

$BBЗ_к$  – балансова вартість короткотермінових зобов'язань, тис. грн.;

$BB_{зан}$  – балансова вартість запасів, тис. грн.;

$BB_{об.а.}$  – балансова вартість оборотних активів, тис. грн.

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, (наприклад, вище 7 – фірми, які функціонують у галузі комп'ютерного програмування), тоді як на сьогодні для відомих фірм (наприклад, *Nokia*) значення коефіцієнта Тобіна перевищує позначку  $2^{264}$ . Низка вчених стверджує, що додатне значення коефіцієнта Тобіна означає потенційну можливість суб'єкта господарювання отримувати монополістичні прибутки<sup>265</sup>. 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.

<sup>264</sup> 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. – S. 308.

<sup>265</sup> Kasiewicz S. Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy / Stanisław Kasiewicz, Waldemar Rogowski, Monika Kisińska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2006. – 287 s.

Враховуючи наведене вище, пропонуємо класифікувати суб'єкти господарювання на три групи: низькоінтелектуальні (значення  $q$ -Тобіна знаходиться у межах від 1 до 2); середньо- інтелектуальні ( $q$ -Тобіна вище 2); високоінтелектуальні (значення  $q$ -Тобіна більше 7) (табл. 1. 6).

Таблиця 1. 6. Шкала для встановлення інтелектуального рівня підприємства

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

(джерело: власна розробка на основі [307, с. 202; 500, с. 308]).

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 посилення їх креаційного потенціалу.

Застосувавши метод  $q$ -Тобіна для визначення вартості інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» отримаємо:

– ринкова вартість товариства:

$$MV_{\text{молокія}}_{2011} = 0,27 \times 112500 = 30375 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{молокія}}_{2012} = 183750 + 45762 + 29607 + 44575 - 67626 = 236068 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{молокія}}_{2013} = 206250 + 49728 + 15700 + 40445 - 50468 = 216655 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{молокія}}_{2014} = 281250 + 66881 + 51004 + 52648 - 89520 = 362263 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{молокія}}_{2015} = 371250 + 69656 + 73806 + 71593 - 132884 = 586305 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{борщіє}}_{2011} = 73189 + (1619 + 651 + 8477 + 195) + 35870 - 35169 = 84832 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{борщіє}}_{2012} = 48793 + 4757 + 31800 - 34863 = 50487 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{борщіє}}_{2013} = 73189 + 4958 + 15404 - 24774 = 68777 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{борщіє}}_{2014} = 97586 + 52429 + 26265 - 43446 = 132834 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{борщіє}}_{2015} = 97586 + 6730 + 24254 - 48026 = 80544 \text{ тис. грн.}$$

–  $q$ -Тобіна товариства:

$$q - \text{Тобіна}_{\text{молокія}}_{2011} = \frac{60730}{112734} = 0,5;$$

$$q - \text{Тобіна}_{\text{борщіє}}_{2011} = \frac{84832}{37347} = 2,3;$$

$$q - \text{Тобіна}_{\text{молокія}}_{2012} = \frac{236068}{305212} = 0,8;$$

$$q - \text{Тобіна}_{\text{борщіє}}_{2012} = \frac{50487}{36621} = 1,4;$$

$$q - \text{Тобіна}_{\text{молокія}}_{2013} = \frac{216655}{334168} = 0,6;$$

$$q - \text{Тобіна}_{\text{борщіє}}_{2013} = \frac{68777}{27205} = 2,5;$$

$$q - \text{Тобіна}_{\text{молокія}}_{2014} = \frac{362263}{216574} = 1,7;$$

$$q - \text{Тобіна}_{\text{борщіє}}_{2014} = \frac{132834}{45414} = 2,9;$$

$$q - \text{Tobina}_{\text{молока}2015} = \frac{586305}{266214} = 2,2; \quad q - \text{Tobina}_{\text{борщів}2015} = \frac{80544}{50013} = 1,6;$$

Таким чином, застосувавши метод q-Tobina отримуємо додаткове підтвердження (як у попередньому методі) кращої динаміки інтелектуального капіталу у ПрАТ «Тернопільський молокозавод», що свідчить про формування інтелектуальних генераторів креації вартості. Відповідно, у 2011–2015 рр. у ПАТ «Борщівський сирзавод» виявлено нестабільність динаміки із характерними різкими спадами показника q-Tobina, що дозволяє стверджувати про зниження ефективності використання інтелектуального капіталу, а значить і обмеження перспектив креації вартості на основі інтелектуальних чинників (табл. 1. 7).

Проведений моніторинг інтелектуального капіталу двох найбільш потужних суб'єктів молочної індустрії Тернопільської області, зокрема ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод», дозволив виявити певні розбіжності величини показника їх ринкової вартості, що є допустимим, зважаючи на методику розрахунку оціночних показників. Крім того, це відповідає панорамі оцінок, отриманих різними дослідниками ринкової вартості та величини інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання<sup>266,267,268</sup>. Незважаючи на певні розбіжності у значеннях показників, позитивним моментом є те, що загальні тенденції зберігаються. Так, ПрАТ «Тернопільський молокозавод» щорічно нарощує величину інтелектуального капіталу та підвищує ринкову вартість у той час, як ПАТ «Борщівський сирзавод» – підтверджує негативні тенденції у динаміці обидвох показників.

Вважаємо за доцільне зауважити наявні методичні недоліки у розрахунку коефіцієнта співвідношення ринкової і балансової вартості. Так, дослідники справедливо зауважують на існування «часових лагун», 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<sup>269</sup>. Враховуючи цей недолік, більш виправданим є використання не балансової вартості, а відновної вартості активів (як у q-Tobina). 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.

<sup>266</sup> Kasiewicz S. Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy / Stanisław Kasiewicz, Waldemar Rogowski, Monika Kisińska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2006. – 287 s.

<sup>267</sup> Ujwary-Gil A. Kapitał intelektualny a wartość rynkowa przedsiębiorstwa / Anna Ujwary-Gil. – Warszawa: C.H. Beck, 2009. – 202 [1] s.

<sup>268</sup> Śledzik K. Kapitał intelektualny a wartość rynkowa banków giełdowych / Karol Śledzik. – Gdańsk: Fundacja rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, 2011. – 247 [1] s.

<sup>269</sup> Kasiewicz S. Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy / Stanisław Kasiewicz, Waldemar Rogowski, Monika Kisińska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2006. – S. 287.

Таблиця 1. 7. Величина інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів корпоративного сектору Тернопільської області у 2011–2015 рр., встановлена на основі методу q-Tobina

Суб'єкт	Оціночні показники	Роки				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7
ПрАТ «Тернопільський МОЛОКОЗАВОД»	Ринкова вартість простих акцій, тис. грн.	21000**	183 750**	206 250**	281 250**	371250**
	Довготермінові зобов'язання, тис. грн.	26737	45762	49728	66881	69656
	Запаси, тис. грн.	23513	29607	15700	51004	73806
	Короткотермінові зобов'язання, тис. грн.	44788	44575	40445	52648	71593
	Оборотні активи, тис. грн.	55308	67626	50468	89520	132884
	Активи, тис. грн.	112734	305212	334168	216574	266214
	<b>q-Tobina</b>	<b>0,5</b>	<b>0,8</b>	<b>0,6</b>	<b>1,7</b>	<b>2,2</b>
ПАТ «Борщівський сирза- ВОД»	Ринкова вартість, тис. грн.	73189**	48793**	73189**	97586**	97586**
	Довготермінові зобов'язання, тис. грн.	0	0	0	0	0
	Запаси, тис. грн.	10942	4757	4958	52429	6730
	Короткотермінові зобов'язання, тис. грн.	35870	31800	15404	26265	24254
	Оборотні активи, тис. грн.	35169	34863	24774	43446	48026
	Активи, тис. грн.	37347	36621	27205	45414	50013
	<b>q-Tobina</b>	<b>2,3</b>	<b>1,4</b>	<b>2,5</b>	<b>2,9</b>	<b>1,6</b>

\*Джерело: розраховано автором на основі фінансових звітів товариств

\*\*Примітка: показник ціни простих акцій розрахований нами на основі методики «КСЕ» (в силу відсутності даних про ціну акцій реальне значення може відхилитися від розрахунково-го); \*\*\* використано дані за 2010 р., зважаючи на зитковість товариства у 2011 р.

Зазначимо, що застосування цього показника є доцільним, перш за все, для здійснення моніторингу інтелектуального капіталу, адже методика передбачала його спрямування до 1 саме у довгостроковій перспективі. Отже, отримані нами теоретичне значення показника q-Tobina свідчить про позитивну динаміку, а зважаючи на високу ймовірність перевищення реальної ціни акцій товариства, можемо стверджувати про цілком реальну можливість знаходження його в межах від 2 до 3 після 2015 р. Крім того, отримане значення q-Tobina є додатним та перевищує 1, що підтверджує вищий інтелектуальний потенціал у

ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та, відповідно, нижчий у ПАТ «Борщівський сирзавод» щодо посилення креаційної спроможності на базі розвитку інтелектуального капіталу [289, с. 22]. Принагідно відмітимо, що порівняння даного показника із аналогічним у польському секторі харчової промисловості (середньогалузеве значення в межах від 0,52 до 1,9), також дозволяє передбачити позитивну перспективу.

У результаті економічної діагностики інтелектуального капіталу, встановлено, що ПрАТ «Тернопільський молокозавод» протягом аналізованого періоду перейшов із групи низькоінтелектуальних до середньо- інтелектуальних товариств (у 2015 р.). Водночас, ПАТ «Борщівський сирзавод» опустився у цьому рейтингу навпаки, перейшовши із групи середньо- інтелектуальних до низькоінтелектуальних товариств (у 2015 р.). Відтак, отримані результати переконують у доцільності застосування даного показника молокопереробних суб'єктів корпоративного сектору Тернопільської області з метою підвищення інвестиційної привабливості та забезпечення конкурентоспроможності у зв'язку із високою ймовірністю виходу на ринок ЄС.

Зважаючи на переваги й недоліки наведених вище підходів до оцінки інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання, а також враховуючи притаманні для українських реалій обмеження у їх практичному застосуванні в нашому дослідженні визначена група показників, які б надалі також дозволяли виявляти вплив рівня розвитку першого на креацію вартості підприємств.

- питома вага заробітної плати у собівартості продукції;
- питома вага витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку;
- кількість брендів;
- коефіцієнт навантаження на бренд;
- питома вага експорту;
- питома вага інноваційної продукції;
- управління якістю і безпечністю молочної продукції;
- питома вага інформаційних технологій в нематеріальних активах;
- коефіцієнт транспарентності підприємства;
- питома вага витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу в чистому прибутку.

Проведена оцінка рівня розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів молочної індустрії Тернопільщини дає підставити стверджувати, що значні відмінності помічені саме на рівні індивідуального, ринкового та інноваційного модулів (Додаток Л 1). Так, протягом 2011–2015 рр. у позиціюванні суб'єктів молочної галузі Тернопільської області щодо розвитку індивідуального інтелектуального капіталу можна виділити наступні групи: перша – стабільно зростаюча (ПП «Альма Віта» із позитивною динамікою обох оціночних показників, зокрема помітним є збільшення у 2,3 рази питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та у 1,4 рази питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку); друга – позитивної перспективи (ПрАТ «Тернопільський молокозавод» із незначним (– 1,31 %) зниженням питомої ваги заробітної плати

у собівартості продукції та більш ніж двократним підвищенням питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку; ТОВ «Кременецьке молоко» більш ніж двократним зниженням питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та незначним (+ 0,32 %) збільшенням питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку, що неодмінно забезпечить у майбутньому позитивну динаміку першого показника); третя – невизначеної перспективи ТОВ «Галичина Ласунка» незначним (+ 0,58 %) збільшенням питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та зниженням (- 0,86 %) питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку чи ПАТ «Борщівський сирзавод» збільшення у 1,5 рази питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та надзвичайно низькою питомою вагою витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку; четверта – негативної перспективи (ТОВ «Бучацький сирзавод» 1,5 кратним зростанням питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та ТОВ «Цебро» із стабільною питомою вагою заробітної плати у собівартості продукції й стабільно негативною динамікою питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку). Принагідно відзначимо, що суб'єкти господарювання третьої та четвертої груп знаходяться у межі ризику, зниження якого вимагає збалансування витрат. Водночас, аналіз ринкового та інноваційного інтелектуальних капіталів виявляють значні переваги у ПрАТ «Тернопільський молокозавод», брендинг й інноваційна діяльність якого дозволяють утримувати лідерські позиції серед вивчених молокопереробників Тернопільської області (Додаток Л 1).

Проведена оцінка рівня соціального інтелектуального капіталу дозволяє стверджувати про обмежене застосування вивченими молокопереробними підприємствами принципів соціальної відповідальності бізнесу, а, отже, її активізація є значним потенційним резервом розвитку. Свідченням цього є виявлені значні розбіжності питомої ваги витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу в чистому прибутку, зокрема між лідером ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ТОВ «Цебро»; чи, наприклад, більш ніж двократне відставання між першим та другим рейтинговим місцем (ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод»). Додатковим підтвердженням є інший показник – коефіцієнт транспарентності має значний потенціал навіть для тих суб'єктів, які показали найкращий результат серед опитаних, наприклад ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» (Додаток Л 1).

Для проведення економічної діагностики інтелектуального капіталу досліджених молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області застосовано сучасний пакет статистичного аналізу програми «STATISTICA». Сформований аналітичний масив даних, який охоплює одинадцять змінних ознак при числі спостережень 35 дозволив встановити найвищі значення середнього рівня оціночних показників у розрізі наведених вище складових модулів. Так, у розвитку індивідуального інтелектуального капіталу, оціненого показниками питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції і питомої ваги ви-



трат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку встановлене майже шестикратне відхилення між їх середніми значеннями (відповідно 10,59 % та 1,77 %) при незначному відхиленні (відповідно 0,63 % та 0,34 %), правосторонній асиметрії (відповідно 0,2 та 1,01) та дуже низькому коефіцієнті ексцесу, що, загалом, свідчить про незначну варіацію серед отриманих результатів і нормальний розподіл (Додаток Л 2).

Водночас, найнижче середнє значення (0,31 %) було встановлено для коефіцієнту транспарентності – характеристики рівня розвитку інформаційного інтелектуального капіталу підприємства при найнижчому відхиленні від середніх значень (0,03 %), правосторонній асиметрії (відповідно 0,12) та низькому коефіцієнту ексцесу, що, загалом, свідчить про незначну варіацію серед отриманих результатів і гострий пік розподілу (Додаток Л 2). Серед відібраних нами показників оцінки ринкового інтелектуального капіталу наведених вище суб'єктів господарювання помітним є кількість брендів, який відзначався низькими значеннями середнього рівня 1,51 од., незначному відхиленні 0,23, правосторонній асиметрії (1,77) та дещо вищому коефіцієнту ексцесу 3,62, що доводить помірну варіацію серед отриманих результатів і наявність піків розподілу (Додаток Л 2). Водночас, для інноваційного інтелектуального капіталу підприємства помітним був показник кількості систем управління якістю і безпечністю молочної продукції, сформований при низьких значеннях середнього рівня 2,16 од., незначному відхиленні 0,12, правосторонній асиметрії (0,65) та коефіцієнту ексцесу 0,93, що дозволяє стверджувати про незначну варіацію серед отриманих результатів і гладкий пік розподілу (Додаток Л 2).

Відтак, можемо стверджувати про значну строкатість у розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів молочної галузі Тернопільщини. У результаті проведеного аналізу виявлені резерви нарощення інтелектуального капіталу у межах його складових модулів, що забезпечить підвищення інтелектуалізації праці та пришвидшення темпів креації вартості, яка нині перетворюється на ключовий чинником конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Запровадження у господарську практику підприємств методів ринкової капіталізації, q-Tobina для здійснення моніторингу інтелектуального капіталу дозволить, насамперед, представити стан (величину) інтелектуального капіталу (підтвердити його наявність на підприємстві), що є одним із завдань моніторингу. Крім того, доцільним є використання цієї методики для порівняння конкурентних між собою підприємств однієї галузі функціонування і моніторингу трендів змін вартості інтелектуального капіталу підприємства, що є основним мотивом для інвестування в діяльність того чи іншого суб'єкта господарювання.

Опираючись на наведене вище, вважаємо, що використання даних методів можливе, по-перше, для здійснення порівняльної оцінки підприємств однієї галузевої спрямованості, що уможливило доцільність використання коефіцієнта Тобіна; по-друге – для моніторингу трендових змін величини інтелектуального капіталу в довготривалому періоді, що доводить соціально-економічну доцільність використання коефіцієнту співвідношення ринкової і балансової вар-

тості підприємства. Відтак зауважимо, що методи ринкової капіталізації і метод Тобіна є цілком доречним у вирішенні основних завдань моніторингу інтелектуального капіталу підприємства, адже дозволяють обґрунтувати соціально-економічну доцільність та відобразити дієвість упровадження даного процесу в практичну діяльність суб'єктів господарювання. Цілком зрозумілим і очевидним є те, що поширення правдивої інформації через підприємство про стан і динаміку трендів змін інтелектуального капіталу забезпечить збільшення інвестиційних потоків на мікрорівні, а на макрорівні це знайде своє відображення у підвищенні соціальних стандартів у країні, що зумовлено інтелектуалізацією виробництва і збільшенням обсягів реалізації інноваційної продукції.

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, введення 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 лагуни» 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. З іншого – обмеження інформаційної асиметричності щодо інтелектуального капіталу підприємства забезпечує підвищення соціальних стандартів для працівників, а це, в результаті, позитивно впливає на формування середнього класу та локальний розвиток в умовах глобалізації.

## **РОЗДІЛ 2**

# **Теоретико-організаційні аспекти креації вартості підприємства крізь призму розвитку інтелектуального капіталу**

### **2.1. Ретроспективний погляд на імператив вартості в економічній думці**

Поява нової парадигми господарювання у третьому сторіччі, обумовлена переходом економіки у наступну еру розвитку – економіку знань, інформаційних технологій, екологізації виробництв та соціальної відповідальності бізнесу, зумовила зміни у підходах до підприємницької діяльності. При цьому певних уточнень зазнало навіть традиційне розуміння цільових орієнтирів суб'єктів господарювання – від отримання максимального прибутку до максимізації вартості підприємства. Господарські суб'єкти, які хочуть підвищувати свій потенціал конкурентоспроможності, змушені переміщувати акценти на нові генератори економічного зростання: знання, компетенції, інформаційно-комунікаційні технології, що в результаті спричинює побудову інноваційної моделі розвитку та креації вартості підприємства у сфері функціонування інтелектуального капіталу. В зв'язку з цим у підприємств, зорієнтованих на зрівноважений розвиток і високу конкурентоспроможність на глобалізованому ринку, спостерігаємо підвищення зацікавленості щодо креації вартості, а це дозволяє забезпечити існування постійних процесів підвищення їх інвестиційної привабливості, розширюючи, таким чином, можливості користування вільним рухом фінансового капіталу, що є результатом економічної глобалізації.

Практичне підтвердження важливості показника вартості підприємства знайшло відображення у фінансовій аналітиці динаміки ринкової капіталізації відомих світових фірм, які займають у світі панівні позиції. Привертає увагу той факт, що протягом тривалого періоду часу ринкова вартість «Apple» утримує стабільне зростання. Однак, нині уже можемо констатувати, що передбачення економістів щодо її переходу у 2014 р. у рейтинг першої «мільярдної фірми»<sup>269</sup> не збулися (табл. 2. 1).

Таблиця 2.1. Панорама ринкової капіталізації найбільших світових фірм у 2011–2015 рр.

Фірма	Країна	Ринкова вартість і її динаміка, млрд. дол. США			
		2011р.	2015р.	Абсолютна зміна, млрд.дол. США	Відносна зміна, %
1	2	3	4	5	6
Apple	США	317,6	725	+ 407,8	128
Google	США	147,7	375	+ 227,3	154
Exxon Mobil	США		357	x	x
Berkshire Hathaway	США		357	x	x
Microsoft	США	253,2	334	80,8	32
Petro China	Китай		330	x	x
Wells Fargo	США		280	x	x
Johnson & Johnson	США	178,8*	280	101,2	57
ICBC (Chiny)	Китай		275	x	x
Novartis	Швейцарія		267	x	x

\* дані для 2012 року.

\*Джерело: складено автором самостійно на основі: Najwyżej wyceniane firmy świata [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.forbes.pl/najwyzej-wyceniane-firmy-swiata-2015-apple-na-czele,artykuly,196071,1,1,11.html>

Додатковим підтвердженням виступають дослідження, результати яких засвідчують, що ринкова вартість найбільших світових компаній упродовж п'ятих останніх років суттєво зростає, зокрема «Google» перевищило 150 % (227,3 млрд. дол.), «Apple» – сягнуло 128 % (407,8 млрд. дол.) (табл. 2. 1).

Саме з метою відображення впливу інтелектуального чинника на розвиток суб'єктів господарювання в сучасній економічній аналітиці активно послуговуються різними формами поняття «вартість підприємства».

Отже, термін «вартість підприємства» є поєднанням двох економічних категорій – «вартість» та «підприємство», насамперед пропонуємо розглянути категорію вартості з ретроспективного погляду, опираючись на економічну енциклопедію, в якій вартість подано як «економічну категорію, яка виражає уречев-

<sup>269</sup> 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).

лену в товарах та послугах суспільно необхідну працю й економічні відносини, є суб'єктами господарської діяльності, що пов'язані з суспільним поділом праці й обміном товарами та послугами»<sup>270</sup>. У той же час нова парадигма господарювання, тривалі трансформаційні процеси вітчизняної економіки, зокрема у сфері власності, зумовили необхідність напрацювання законодавчо-нормативних актів<sup>271</sup> щодо практичної оцінки підприємств і розгляд вартості «як еквіваленту цінності об'єкта оцінки, вираженого у ймовірній сумі грошей»<sup>272</sup>. Таким чином, можемо констатувати, що такий підхід до розуміння вартості підтверджує її абстрактний характер, а це доводить її існування та проявляється у грошовій формі під час обміну, оскільки саме тоді з'являється поняття еквіваленту.

Варто звернути увагу на те, що категорія вартості детально описана не лише у наукових публікаціях вченими-фундаторами економічної теорії, а й стародавніми філософами та теологами. На перші філософські підходи до поняття вартості натрапляємо у працях стародавніх єгипетських і грецьких філософів. Так, перші погляди на поняття вартості відновуємо у давньогрецьких філософів, софіста Протагора із Абдери (480–410 рр. до н. е.), який представляв вартість у своїй «Антології...» як суб'єктивний прояв свідомості людини і стверджував, що про вартість речі говорить не реальність, а «людина – є мірою всіх речей», а її суб'єктивні відчуття... вартості є змінними від часу, місця, обставин та не існують поза свідомістю людей»<sup>273</sup>, і Ксенофонта (біля 430–354 рр. до н. е.), автора книги «*Oikonomikos*», де вартість співвідноситься лише із «корисними речами, тими, які задовольняють певну потребу»<sup>274</sup>. Деякий об'єктивізм у поняття вартості вносить учень Платона Аристотель (384–322 рр. до н. е.), ототожнюючи його з «благом, правдою, справедливістю»<sup>275</sup>, а в своїй «Політиці», ствержуючи про «мистецтво наживати статки, мінову торгівлю», вперше вводить поняття «споживчої і мінової вартості» та «грошей як вимірника вартості»<sup>276</sup>. Отже, поняття «вартість» у стародавніх філософських напрацюваннях було трактоване по-різному, наприклад, як благо, чесність, справедливість тощо.

<sup>270</sup> 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. – С. 154.

<sup>271</sup> Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2658-14>

<sup>272</sup> Постанова Кабінету Міністрів України Про затвердження Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» від 10 вересня 2003 року № 1440 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-%D0%BF>

<sup>273</sup> Антологія мирової філософії. Софісти. Протагор : в 4 томах. Том 1. Ч. 1 і 2. – М.: Мысль, 1969. – С. 315 – 318, 419.

<sup>274</sup> Ксенофонт. Домострой / Ксенофонт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Article/ksen\\_dom.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Article/ksen_dom.php) (08.04.2015 р.).

<sup>275</sup> Аристотель Нікомахова етика / Аристотель. – К.: Аквилон-Плюс, 2002. – 480 с. – (Книга 1, 4, 5).

<sup>276</sup> Аристотель. Політика / Аристотель ; [переклав з давньогрецької Олександр Кислюк]. – К.: Основи, 2000. – С. 25–27.

Великий обсяг напрацювань і активізація досліджень у цій сфері дозволили наприкінці XIX – початку XX ст. сформувати новий науково-філософський напрям, де формулюється загальна теорія вартості, відомий під назвою «аксіологія»<sup>277</sup>, в межах якого і спостерігався її наступний розвиток завдяки працям австрійського філософа, дослідника проблеми цінності Алексуса Мейнонга<sup>278</sup> (1853–1920), розробника поняття «гештальт-якості» Христіана фон Еренфельса<sup>279</sup> (1859–1920), німецького філософа, основоположника філософської антопології Макса Шелера<sup>280</sup> (1874–1928) та польського філософа, дослідника феноменології, онтології та естетики Романа Інгардена<sup>281</sup> (1893–1970).

У період меркантилізму спостерігаємо поглиблення поглядів на вартість, зокрема найкраще їх відобразив Ніколас Барбон (1640–1698) вважаючи, що вартість блага залежить від його використання<sup>282</sup>, а тому найбільшою вартістю характеризуються грошові засоби.

Пропонована тематика активно досліджувалася й економічною школою фізіократів, про що свідчать наукові підходи Франсуа Кене (1694–1774), відображені у представленні «споживчої» вартості та «вартості реалізації» або цінні<sup>283</sup>, та Анна Роберта Жанна Тюрго (1727–1781), який вбачав «джерело вартості у праці селян, продуктивність яких перевищує вартість праці, затраченої на створення продукту»<sup>284</sup>.

Принагідно зауважимо, що теорія вартості не сходила зі шпальт наукових публікацій представників класичної економіки при дослідженні природи багатства:

<sup>277</sup> Вперше термін аксіологія використав французький філософ Пауль Лап'є (Paul Lapie) у своїй праці «Логіка волі» («Logique de la volonte»), опублікованої у 1902 році.

<sup>278</sup> Мейнонг Алексус – учень Франца Brentano, засновник філософської школи в університеті Граца та першої в Австрії лабораторії експериментальної психології. Найвідоміша праця – «Теорія об'єктів» (1904).

<sup>279</sup> Христіан фон Еренфельс – учень Франца Brentano, представник Австрійської (Грацької) школи, професор німецького університету в Празі. Найвідоміша праця – «Про гештальт-якість» («Über Gestaltqualitäten») (1890). Поняття «гештальт-якості» названі на його честь «якості Еренфельса».

<sup>280</sup> Шелер Макс – німецький філософ і соціолог, працював в університетах Берліна і Мюнхена, Єнському університеті, дослідник феноменологічної теорії цінностей людини. Основні праці – «Особливе становище людини» (1927), «Місце людини в космосі» (1928).

<sup>281</sup> Інгарден Роман Вітольд – польський філософ, професор Львівського та Ягеллонського університетів, а також Торунського університету імені М. Коперніка.

<sup>282</sup> Merkantylizm i początki szkoły klasycznej: wybór pism ekonomicznych XVI i XVII wieku; [koncpcje wyboru przygotował i wstępem opatrzył Edward Lipiński; przekł. z łac. Czesław Znamierowski]. – Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1958. – S. 689–692. – (Seria Merkantylizm) (XXII).

<sup>283</sup> Quesnay F. Piśma wybrane / Francisze Quesnay ; [przeł. Barbara Janina Piekiewiczówna; przeł. i przedm. opatrzył Zygmunt Pietkiewicz]. – Warszawa: Gebethnera i Wolffa, 1928. – S. 129.

<sup>284</sup> Turgot A. R. J. O tworzeniu i podziale bogactwa / Anne Robert Jacques Turgot ; [przeł. z francuzkiego. uzup. przedm. i przepisami Zofia Daszyńska Golińska]. – Warszawa: Gebethnera i Wolffa, 1927. – S. 21. – (Wydanie 2).

➤ фундатором Адамом Смітом (1723–1790), який, розвиваючи трудову теорію вартості, вперше виділив її вимірники, впроваджуючи поняття «мінової» і «споживчої» вартості. Вартість споживча не завжди дорівнює вартості мінової<sup>285</sup>;

➤ прихильником трудової теорії вартості Давідом Рікардо (1772–1823), який в «Основах політичної економії і оподаткування» (1817) переконає, що вартість визначається витратами праці, зокрема вона «...прямо пропорційна кількості праці і обернено пропорційна продуктивності ...»<sup>286</sup>;

➤ представником французької школи політекономії Жаном Батистом Сем (1767–1832), який ототожнює вартість з цінністю, вперше розділяючи «працю продуктивну ... створює додану вартість та не продуктивну...не створює доданої вартості»<sup>287</sup>;

➤ основоположником поняття «економічного примусу до праці» Джоном Стюартом Мілем (1806–1873), який розглядає вартість як характеристику речі, що дозволяє сприймати її «більш чи менш ... очікуваною, цінною, важливою»<sup>288</sup>. Науковець, розвиваючи трудову теорію вартості, доводить, що «непродуктивна та продуктивна праця» мають рівні корисності. Серед елементів вартості праці економист, крім таких, як «... майстерність і знання ... робітників ... або управлінців»<sup>289</sup>, виділяє «рідкість» як чинник зростання вартості праці, що автоматично спричинює підвищення вартості блага. Учений досліджував проблему корисності навчання на різних рівнях<sup>290</sup>. Із суспільного погляду корисність навчання він обґрунтовував збільшенням рівня інтелігентності, моральності, чесності, сумлінності, культури, знань населення. Корисність від навчання на макроекономічному рівні простежується у пришвидшенні темпів економічного зростання, збільшенні схильності населення до заощаджень, а на мікроекономічному – відображається у покращенні матеріального рівня домогосподарств<sup>291</sup>. Крім того, корисність навчання Джон С. Міль вбачає також у

<sup>285</sup> Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / Адам Смит ; [пер. с англ. , предисл. В. С. Афанасьева]. Том 1. – М. : ЭКСМО, 2007. – С. 87–90. – (Антология экономической мысли).

<sup>286</sup> Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное / Давид Рикардо; [пер. с англ.; предисл. П. Н. Ключкина]. – М. : Эксмо, 2007. – С. 405–406, 414. – (Антология экономической мысли).

<sup>287</sup> 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. – S. 291–294. – (Seria Biblioteka Dzieł Ekonomii Politycznej) (XIV).

<sup>288</sup> 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. – С. 482–183, 495. – (Антология экономической мысли).

<sup>289</sup> Там же С. 182.

<sup>290</sup> Там же С. 437–440.

<sup>291</sup> 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. – S. 180–184. (Seria Dzieł Ekonomii Politycznej. Szkoła Klasyczna) (XIV).

зниженні видатків з бюджету держави на фінансування силових органів, зокрема судів та міліції, оскільки навчання сприяє зниженню рівня злочинності<sup>292</sup>, а, отже, може бути на сьогодні ключовим чинником розвитку в Україні демократії і розбудови громадянського суспільства;

➤ прихильником чистої політичної економії Насау Вільямом Сеніором (1790–1864)<sup>293</sup>, який у своїй першій праці «Нариси з політичної економії» (1836) стверджував, що «вартість є функцією корисності (вираженої попитом) або рівнем доступності блага (представленого пропозицією)»<sup>294</sup>.

Подальший розвиток теорії вартості базувався на застосуванні підходів матеріалістичної діалектики вченими Карлом Марксом (1818–1883) – фундатором марксизму (1940 рр.–XIX ст.) та Фрідріхом Енгельсом (1820–1895). Саме марксист, досліджуючи природу капіталу, вперше зауважують матеріально-сусупільний характер вартості. Марксистський дуалізм вартості виражається у виділенні її двох форм – споживчої та мінової. При цьому загальна вартість блага включає заробітну плату та додаткову вартість, яка виступає, на думку економістів, «джерелом збагачення капіталістів»<sup>295</sup>. Однак, цілком логічним нам видається розглядати додану вартість як дохід на вкладений капітал, що використовується у процесі створення певного блага. Власне, на сьогодні головне припущення марксистської теорії, що «праця є єдиним джерелом вартості»<sup>296</sup>, цілком слушно, на нашу думку, викликає багато дискусій. Наприклад, дорогоцінні метали – такі, як золото, діаманти, а також нафта, чисте повітря, вода тощо, де не помічаються витрати праці, мають високу економічну вартість. Отже, марксистська теорія, на жаль, не створила підґрунтя для пояснення природи походження економічної категорії «вартість», це лягло в основу майбутніх наукових розвідок.

Подальший розвиток теорії вартості відбувався у межах досліджень неокласичної економіки, зокрема засновником маржиналізму (напряму виник у середині XIX ст.) репрезентантом психологічної австрійської економічної школи, розробником суб'єктивної теорії вартості Карлом Менгером<sup>297</sup> (1840–1921). За-

<sup>292</sup> 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. – S. 185. (Seria Dzieł Ekonomii Politycznej. Szkoła Klasyczna) (XIV).

<sup>293</sup> Насау Вільям Сенсор – англійський економіст, розробник теорій «помірності» та «останньої години»

<sup>294</sup> *Economic Ideas of Nassau willam Senior* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economicdiscussion.net/economists/economic-ideas-of-nassau-william-senior/21004>

<sup>295</sup> Маркс К. *Сочинения* / Карл Маркс, Фридрих Энгельс. – М.: Госполитиздат, 1961. – Т. 25 – Ч.2. – М.: Госполитиздат, 1961. – С. 380–381.

<sup>296</sup> Там же.

<sup>297</sup> Менгер Карл – професор Віденського університету, засновник австрійської економічної школи, яка бере початок у 1871 році з опублікуванням його основної праці «Основи політичної економії» («*Grundsätze der VolkWirtschaftslehre*»). Опрацювала праксеологічну методологію досліджень та вніс значний вклад у розвиток концепції граничної корисності, що відхилила теорію вартості А. Сміта та Д. Рікардо.



уважимо, що ця теорія обґрунтована на понятті «вартості як ваги (цінності), яку мають для нас окремі блага і кількості благ, з огляду на свідомість залежності задоволення наших потреб від влади над ними»<sup>298</sup>. Вартість, за переконанням ученого, визначається суб'єктивним чинником – «граничною корисністю», вперше запропонованою в науковому обігу Фрідріхом фон Вайсером (1851–1926).

Крім того, значний внесок у розвиток теорії вартості зробили праці представників неокласичної школи – суб'єктивіста, розробника теорії граничної продуктивності Леона Вальраса (1834–1910) та засновника математичної школи в економіці Вільяма Стенлі Джевонса (1835–1882), який, увівши у науковий обіг поняття «кінцевої міри корисності, або міри корисності останньої порції», сформулював закон спадної граничної корисності; теорії оптимальної політики суспільного добробуту Вільфріда Парето (1848–1923); фундатора теорії граничного аналізу Йоганна Г. Тюнена (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<sup>299</sup>.

Подальший розвиток теорії вартості відбувся у течії неокласицизму із появою праць ученого Альфреда Маршала (1842–1924), який, проаналізувавши зв'язки між попитом, пропозицією та ціною товару, стверджував, що «актуальна вартість ... так звана ринкова частота, часто залежить більше від випадкових заходів від чинників, які тривають коротко, ніж від чинників стабільних»<sup>300,301</sup>. Привертає увагу той факт, що запропоновані вченим постулати взаємозалежностей величин попиту від граничної корисності товару, а величини пропозиції – від витрат виробництва, встановлених на основі витрат праці та капіталу, і перше обґрунтування терміна «еластичність попиту» й на сьогодні залишаються актуальними. Вагомий внесок у концепцію вартості внесла розробниця монетарної політики, теорії зайнятості та монополії Джоан Вайолет Робінсон (1903–1983)<sup>302</sup>.

<sup>298</sup> Menger C. *Zasady Ekonomii / Carl Menger* ; [tł. Bogusz Pawiński, Paweł Perka] ; [wstęp i przedmowa Friedrich A. Hayek, Mark Skousen]. – Warszawa: Fijon Publishing Company, 2013. – S. 213.

<sup>299</sup> 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.

<sup>300</sup> 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. – С. 166–176, 369–383. – (Антология экономической мысли).

<sup>301</sup> Маршалл А. *Принципы экономической науки / Альфред Маршалл* ; [пер. с англ.]: в 3 томах. Т. 2. – М. : Издательская группа «Прогресс», 1993. – С. 151, 152. – (Экономическая мысль Запада).

<sup>302</sup> Джоан Вайолет Робінсон стала першою жінкою членом Ради королівського коледжу в Лондоні (King's College London), заснованого у 1829 році королем Георгом IV. Нині це другий за величиною коледж, що пропонує навчання більш як за 200 спеціальностями і єдиний в Європі, що має військову спеціальність.

Варто зазначити, що в 1990-<sup>их</sup> роках ХХ ст. в економічній думці активізувалися дослідження у сфері маркетингу та оцінка його впливу на виробництво, зокрема доцільно відзначити праці американського економіста Філіпа Котлера<sup>303</sup> (нар. 1931 р.), який пропонує розуміння вартості як «здійсненої клієнтом оцінки загальної здатності продукту задовольняти певну потребу»<sup>304</sup>. Таким чином, бачимо, що економічна категорія вартості перебуває у постійному розвитку.

Підвищення ефективності виробництва, зростання продуктивності праці, розширення доступу до фінансових ресурсів дозволяють збільшувати створену додану вартість та забезпечують покращення якості життя населення, особливо високорозвинутих країн, що дозволило нині знову розширити спектр погляду на імператив вартості в напрямі формування поняття «соціальної вартості». Зауважимо, що вперше дефініцію «соціальна вартість» використав представник відносно нової течії в економічній думці – інституціоналізм – професор Кларенце Ейрс (1891–1972), доповнюючи цінову вартість блага (запропоновану неокласиками) вартістю промисловою. При цьому вчений вважав, що промислова вартість блага є нічим іншим, як його внеском у суспільний добробут, тобто за своєю природою має саме соціальне походження, тому її можна називати «соціальною вартістю»<sup>305</sup>. Остання і виступає складовою так званої промислової вартості. У сучасних дослідженнях привертають увагу, насамперед, аспекти забезпечення добробуту, що, на нашу думку, пов'язано швидкими темпами економічного розвитку, гуманізацією та демократизацією суспільства. Такі підходи відображені у працях американсько-канадського економіста Джона Кеннета Гелбрейта<sup>306</sup> (1908–2006), який стверджує, що сьогодні «якість життя визначає вартість блага»<sup>307</sup>. При цьому дослідник зазначає, що створений національний дохід підлягає поділу на двох етапах, зокрема на першому – відбувається поділ пропорційно до вкладених у створення блага праці та капіталу, а другий відбувається відповідно до суспільних потреб. Саме існування другого етапу розподілу створеного доходу нині забезпечує покращення рівня життя у високорозвинутих країнах. Відтак, блага стають доступнішими та набувають так званої, «соціальної вартості», що в динаміці знижується у результаті розширення доступу до їх набуття.

<sup>303</sup> Котлер Філіп – економіст, професор Вищої школи менеджменту Дж. Келлога при Північно-Західному університеті (США). Американець українського походження. Автор багатьох книг і засновник маркетингового напрямку в економіці.

<sup>304</sup> Kotler Ph. Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie, kontrola / Philip Kotler ; [tł. z ang.] . – Warszawa: Gebethner & Ska, 1994. – S. 7. – (XXX).

<sup>305</sup> Clarence Edwin Ayres – The University of Texas at Austin [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.utexas.edu/faculty/council/2000-2001/memorials/SCANNED/ayres.pdf>

<sup>306</sup> Гелбрейт Джон Кеннет – американсько-канадський економіст, кейнсіанець та інституціоналіст. Саме його економічні книги були бестселерами протягом 20 років (1950–1970 рр.).

<sup>307</sup> Galbraith J. K. Ekonomia w perspektywie: krytyka historyczna / John Kennet Galbraith ; [przekł. Wicłwa i Stanisław Rączkowsy]. – Warszawa: Polskie Towarzystwo ekonomiczne, 2011. – S. 303. – (Wydanie 2).

Підсумовуючи вищенаведене, можемо виділити об'єктивний (Адам Сміт, Давід Рікардо та ін.) і суб'єктивний підходи (Джон Б. Сей, Карл Менгер та ін.) при опрацюванні дефініції економічної категорії «вартість», зокрема перший базується на сприйнятті її як характеристики певних предметів (благ, явищ, стану), тоді як другий доповнює останню аспектами цінності, корисності, які носять індивідуальний чи суспільний характер та відображають рівень задоволення потреб. У зв'язку з цим виділяють ринкову (мінову) вартість, що визначається впливом попиту та пропозиції; споживчу вартість – формується рівнем корисності (граничної корисності) блага та соціальну вартість, яка формується шляхом скерування частини створеної доданої вартості на розвиток соціального капіталу, а її функціонування забезпечує підвищення рівня добробуту громадян.

Запропонований ретроспективний погляд на імператив вартості в економічній думці дозволяє зробити низку оцінок та узагальнень, зокрема можемо стверджувати, що термінологічне поле економічної категорії вартості є досить широким і постійно трансформується, зважаючи на етапи розвитку економіки. Відтак, в історичному аспекті трактування вартості як економічного явища розглядалося як благо, правда, справедливість – у стародавніх філософів; як вартість споживча – у фізіократів; як вартість мінова та вартість споживча – у представників класичної течії в економічній теорії; як додана вартість – у марксистів; як цінність (суб'єктивної вартості) – у неокласиків; як соціальної вартості – у представників кейнсіанства та інституціоналізму. Зважаючи на різноманітність поданих дефініцій та постійний розвиток у сфері економічних процесів можемо стверджувати, що й надалі спостерігатимемо розвиток представленої економічної категорії, що базуватиметься на розширенні гуманістичних, соціальних та інформаційних аспектів погляду.

## 2. 2. Поняття, напрями, критерії і корисності креації вартості підприємства

Філософія нової парадигми господарювання розвивається в напрямку розбудови «фундаментальних елементів вартості»<sup>308</sup> підприємства, що перетворюється на основну мету функціонування, підґрунтям якої є теорія зацікавлених сторін (стейкхолдерів), а її логічним продовженням сьогодні виступає концепція соціальної відповідальності чи «цифрових бізнес-моделей»<sup>309</sup>. Власне, перспективність доктрини соціальної відповідальності бізнесу знаходиться в основі моделі зрівноваженого розвитку сучасного конкурентоспроможного підприємства, інноваційний контент якого вимагає налагодження постійних процесів креації вартості в усіх сферах функціонування. Зауважимо, що найшвидшими темпами досягти цього можна шляхом інтелектуалізації як операційної, так й інвестиційної діяльності суб'єкта господарювання поряд із «побудовою оптимальної моделі преференційного оподаткування»<sup>310</sup>. Ключовим моментом в контексті забезпечення високих темпів креації вартості підприємства залишається термінологічне визначення і окреслення домінант, як і б гарантували утримання гармонійного (зрівноваженого) розвитку суб'єкта господарювання у довгостроковій перспективі.

Спираючись на результати досліджень теорії вартості, можемо констатувати, що її дефініцію дослідники застосовують, як правило, у поєднанні з певними доповнюючими характеристиками. Так, у сучасній фаховій літературі в термінологічному полі поняття «вартість підприємства» все частіше трапляється при дослідженні проблем «управління вартістю підприємства», «максимізації ринкової вартості підприємства», «максимізації вартості для акціонерів» тощо. Піддаючи логічному аналізу запропоновані публікації й узагальнивши пропозиції, вважаємо за доцільне в процесі управління вартістю виділити дві стадії: перша – креації вартості (творення), друга – використання (застосування) створеної вартості. В основі такої структуризації процесу вартісно-орієнтованого управління підприємством лежить підприємницький конструктивізм, що дозволяє виокремити генератори креації вартості та сфери її застосування, які характеризуються різним впливом на підвищення його ефективності.

<sup>308</sup> Budowa wartości przedsiębiorstwa poprzez internacjonalizację: wybrane aspekty. Publikacja Europejskiego kongresu Finansowego ; [praca zbiorowa pod redakcją Herberta Wirtha]. – Gdańsk; Instytut badań na Gospodarka rynkowa, 2016. – S. 13.

<sup>309</sup> Cyfryzacja Gospodarki i Społeczeństwa. Szanse i wyzwania dla sektorów infrastrukturalnych. Publikacja Europejskiego Kongresu Finansowego ; [pod red. naukową Jerzego Gajewskiego, Wojciecha Paprockiego i Jany Pieriegut]. – Gdańsk, 2016. – S. 21–22.

<sup>310</sup> Крисоватий А. І. Новітня парадигма преференційного оподаткування / Андрій Ігорович Крисоватий, Галина Василівна Василевська ; [монографія]. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – С. 66.

Зважаючи на предмет нашого дослідження, більш детальну увагу приділимо виокремленню низки підходів саме до тлумачення поняття «креація вартості підприємства»:

➤ онтологічний – дозволить обґрунтувати існування поняття вартості підприємства, зважаючи на різноманітність і багатогранність його трактування економічною думкою;

➤ гуманістичний – дозволить синтезувати поняття вартості підприємства в межах економічних, психологічних, культурологічних і соціологічних аспектів, що є особливо актуальним для сучасного етапу економічного поступу суспільства;

➤ епістемологічний – дозволить виявити технології вивчення процесів креації вартості підприємства та резерви підвищення її ефектів.

Цілком слушно буде погодитися з твердженням, що перша згадка, філософське тлумачення «вартості фірми, як ... ймовірності, що старі клієнти повернуться на попереднє місце навіть тоді, коли старого купця чи продавця ... уже не буде», з'явилася у юридичній площині при винесенні вироку британським судом щодо «*Gruttwell Kontro Lye*» у 1810 р.<sup>311</sup>. Уже сьогодні у термінологічному полі пропонується розглядати «вартість підприємства як грошовий вимір капіталу, вкладеного в операційну діяльність»<sup>312</sup>. Однак, це тлумачення не відображає інвестиційної діяльності, спрямованої на розвиток інтелектуального капіталу.

Крім того, варіативність підходів, представлених економічною думкою і практикою оцінки<sup>313</sup> щодо термінологічного визначення «вартості підприємства», враховуючи ринковий/неринковий аспекти та суб'єктивний чинник корисності, дозволяє виділити основні способи його розуміння, а саме:

➤ балансова вартість (*book value*) – охоплює вартість активів, зменшену на суму боргових зобов'язань підприємства, тобто дорівнює вартості власного капіталу. Однак, закцетнуємо увагу на тому факті, що даний показник лише частково враховує названу нами «інтелектуальну вартість», зокрема у вигляді лише вартості нематеріальних активів, тоді як інші складові залишаються неохопленими (*goodwil, know-how* тощо);

<sup>311</sup> Voluntary and Involuntary Sales of Good Will // Harvard Law Review. – 1914. – Vol. 27. – № 7. – P. 670–673. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.jstor.org/stable/1326461?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/1326461?seq=1#page_scan_tab_contents) (19.01.2015)

<sup>312</sup> Siudak D. Pomiar procesów migracji wartości przedsiębiorstw na polskim rynku kapitałowym / Dariusz Siudak. – Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck, 2013. – S. 16. – (Seria Finanse).

<sup>313</sup> Постанова Кабінету Міністрів України Про затвердження Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» від 10 вересня 2003 року № 1440 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-%D0%BF>; Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2658-14> (19.01.2015)

➤ ринкова вартість (*market value*) – «вартість, за яку можливе відчуження об'єкта оцінки на ринку подібного майна»<sup>314</sup>, тобто ціна, яку готові заплатити інвестори за підприємство у певний момент часу. Звертаємо увагу, що, враховуючи суб'єктивну характеристику корисності, величина ринкової вартості може коливатися у дуже широких діапазонах;

➤ ліквідаційна вартість (*liquidation value*) – визначається сумою коштів, які можуть бути отримані власником при ліквідації підприємства. Цей оціночний показник вартості підприємства не відображає її дійсної величини, оскільки може бути розрахований на момент його ліквідації. Ось чому, на нашу думку, він має обмежене застосування, бо не відображає перспективного аспекту. Зважаючи на таке обґрунтування, можемо стверджувати про недоцільність його врахування при поданні власного підходу до розгляду вартості підприємства;

➤ вартість відтворення (*reproduction value*) – вартість створення в сучасних умовах аналогічного за виробничими потужностями підприємства. Вважаємо, що застосування даного оціночного показника не знаходиться у сфері креації вартості підприємства, а тому розгляд його в якості базового поняття не є виправданим з економічного погляду;

➤ справедлива вартість<sup>315</sup> (*fair value*) – це ринкова оцінка активів чи зобов'язань суб'єкта господарювання, що виникає між зацікавленими, добре поінформованими та незалежними сторонами. Зважаємо на той факт, що саме вказане поняття найкраще відображає процеси креації вартості підприємства, оскільки дозволяє враховувати вартість такого нематеріального активу, як «*goodwill*», збільшуючи, таким чином, величину власного капіталу, підвищуючи інвестиційну привабливість та розширюючи можливості для отримання кредитних ресурсів у міжнародних банківських установах. Враховуючи сучасні зміни у вітчизняній економічній системі України, перспективи, які відкриваються для українських підприємств у зв'язку з підписанням економічної частини Асоціації з ЄС, цілком виправданим виглядає розширення застосування «справедливої вартості» при оцінці бізнесу та «*goodwill*»<sup>316</sup>, що дозволяє збільшувати вартість підприємства на ціну «*goodwill*», адже саме показник «справедливої вартості», дозволяючи дотримуватися принципу транспарентності, забезпечує прозорість звітності, що є надзвичайно важливим позитивним сигналом для виходу та фіксування на європейському ринку вітчизняних суб'єктів господарювання.

Таким чином, перевагою міжнародних стандартів оцінки бізнесу можна вважати відкриття можливостей збільшення/зменшення вартості суб'єкта госпо-

<sup>314</sup> Постанова Кабінету Міністрів України Про затвердження Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» від 10 вересня 2003 року № 1440 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-%D0%BF> (19.01.2015).

<sup>315</sup> Міжнародний стандарт фінансової звітності 13. Оцінка справедливої вартості [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929\\_068\(20.01.2015\)](http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929_068(20.01.2015)).

<sup>316</sup> International Financial Reporting Standard 3. Business Combinations [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/internal\\_market/accounting/docs/consolidated/ifrs3\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/accounting/docs/consolidated/ifrs3_en.pdf) (20.01.2015).

дарювання на суму «goodwill»<sup>317</sup> / «badwill» чи «know-how» – вартість генераторів інтелектуального походження, що виникає при її перевищенні/недосягненні «справедливої вартості». У наявних дослідженнях сучасної науки, усе частіше привертають увагу широкі чи вузькі спектри застосування поняття «goodwill». Так, перші базуються на його розумінні як ділової репутації<sup>318,319</sup>, «доброї волі», що набуває вартісного вираження лише за умов трансакції купівлі/продажу чи «перевищення загальної вартості підприємства над сумою його окремих матеріальних вартостей та ідентифікованих нематеріальних вартостей»<sup>320</sup>. Друга група дослідників розглядає дане поняття дещо вужче, стверджуючи, що «goodwill» та «репутація підприємства» є різними<sup>321</sup>, або ж виділяючи персональну («personal» («professional goodwill»)) чи бізнесову складові («enterprise (business goodwill»)<sup>322</sup>. Отож, представлені підходи до оцінки вартості підприємства дозволяють стверджувати, що при її формуванні помітним є зростання впливу інтелектуального чинника. Однак, ототожнення загальної вартості підприємства лише з вартістю «goodwill», на нашу думку, є не виправданим. Відтак, цілком логічним видається врахування величини «goodwill» як генератора інтелектуальної вартості, що виявляється як синергійний ефект від функціонування індивідуального та колективно-інтелектуального капіталу підприємства.

Принагідно зауважимо, що фахова література сьогодні містить ще багато інших понять вартості підприємства, серед яких поточна, розрахункова, інвестиційна, страхова, податкова вартість, вартість ринкової капіталізації, заміщення тощо<sup>323</sup>, проте за нашими міркуваннями, опираючись на предмет дослідження, вважаємо, що їх розгляд як базової домінанти при інтерпретації «вартості

<sup>317</sup> International Financial Reporting Standard 3. Business Combinations [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/internal\\_market/accounting/docs/consolidated/ifrs3\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/accounting/docs/consolidated/ifrs3_en.pdf) (20.01.2015).

<sup>318</sup> Barkauscas V. Goodwill as Element of Intellectual Capital / Vytautas Barkauscas, Edmundas Jasinskas, Kristina Barkauskiene // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2013. – Випуск 1. – Том 1. – С. 210–214.

<sup>319</sup> Податковий Кодекс України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

<sup>320</sup> Zarecki D. Metody wyceny przedsiębiorstw / Dariusz Zarecki. – Warszawa: Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości, 1999. – S. 35.

<sup>321</sup> Шкроміда В. В. Ділова репутація підприємства: проблеми оцінки та необхідність обліку / В. В. Шкроміда [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.pu.if.uw.edu.pl/Finances/resource/file/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA/2012-2/%D0%A8%D0%BA%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B0.pdf> (21.01.2015)

<sup>322</sup> Personal Goodwill vs. Enterprise Goodwill [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kotzinvaluation.com/articles/goodwill.htm> (21.01.2015)

<sup>323</sup> Котиш О. М. Удосконалення методики оцінки інвестиційної вартості підприємства / Олена Миколаївна Котиш // Економіка розвитку. – 2013. – №2 (66). – С. 114–118; Мендрул О. Г. Управління вартістю підприємств / Олександр Гаррійович Мендрул. – К.: КНЕУ, 2002. – 272 с.; Постанова Кабінету Міністрів України Про затвердження Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» від 10 вересня 2003 року № 1440 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-%D0%BF> (19.01.2015).

підприємства» є недоцільним, оскільки характеризується певними обмеженнями та не дозволяє її узагальнення.

Підсумовуючи зазначимо, що строкатість термінологічного поля, зумовлена неоднозначністю дефініції «вартості підприємства», на сьогодні не дозволяє представити єдиноприйнятого його тлумачення. Відтак, зважаючи на предмет дослідження, пропонуємо розглядати підприємство як об'єкт обміну (продажу), в основі якого лежить поняття «справедливої вартості» інтелектуального походження, тобто визначеної на базі відомих цін з урахуванням ймовірної здатності до креації.

На нашу думку, *вартість підприємства* – це грошове вираження справедливої вартості матеріальної та інтелектуальної складових, а також синергічних ефектів, що виникають у результаті їх функціонування, встановлених на певну дату в умовах конкурентного ринку. Обґрунтуванням так представленої дефініції є переконання наявного і постійно зростаючого інтелектуального контенту процесів креації вартості сучасних підприємств.

Відтак, зважаючи на посилення позитивного впливу інтелектуального капіталу на величину вартості підприємства, цілком логічним є дослідження і забезпечення протікання процесів її креації, адже цілком слушно зауважив Марек Сюдак, що нині саме «створення вартості ... є підставою для доброї конкурентної позиції підприємства»<sup>324</sup>. Крім того, результати аналітичних звітностей, проведених відомими консалтинговими фірмами, засвідчують, що за економічною глобалізацією, швидким розвитком фінансових ринків та інформаційних технологій, однією із ключових цілей функціонування підприємств стає креація вартості саме інтелектуальним чинником.

Обґрунтування наявності таких процесів економісти зауважують ще у 1980<sup>их</sup> рр. минулого ст., пояснюючи зниження цін на акції на фондовому ринку неврахуванням в управлінській політиці проблем креації вартості. Такий стан речей зумовив появу в науковій літературі поняття «лакуни вартості» (*«value gap»*) авторства Алана Шапіро та Шелдона Балбірера<sup>325</sup>, що, власне, акцентують увагу на важливості креації вартості підприємства. Фактично, це означає, що протікання процесів креації вартості дозволяє забезпечувати її максимізацію, а отже, гарантувати зрівноважений розвиток підприємства, попереджати втрату суб'єкта господарювання шляхом виникнення рейдерських атак, що має місце в сучасних умовах господарювання в українських реаліях.

Розвиток теорії креації вартості підприємства спричинений ідеями, що виникли останнім часом у сферах:

➤ інтелігентності підприємств – зростанням ролі інтелектуального капіталу та спробами вчених обґрунтувати його вплив на процес креації вартості. Саме домінанта інтелігентності дозволяє підприємству забезпечити стабільну динаміку еконо-

<sup>324</sup> Siudak M. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa / Marek Siudak. – Warszawa: Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, 2001. – S. 5. – (Seria: Zarządzanie, Marketing).

<sup>325</sup> Shapiro A.C. Modern Corporate Finance: A Multidisciplinary Approach to Value Creation Models / Alan C. Shapiro, Sheldon D. Balbirer. – Upper Saddle River New Jersey: Prentice Hall, 2000. – P. 8. – (First Edition).



мічного зростання за рахунок підвищення рівня адаптаційності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Необхідно вказати, що для розвитку адаптаційного потенціалу підприємства важливим є утримання високих темпів змін у сфері колективного інтелектуального капіталу, зокрема його інноваційної та інформаційної складових. Особливо актуальними ці проблеми є для вітчизняних суб'єктів господарювання, які наразі перебувають у пошуку нових конкурентних переваг на європейському ринку, доступ на який відкрився у зв'язку з перспективами економічного співробітництва між Україною та ЄС. Однак, не менш важливим є вплив індивідуального інтелектуального капіталу вдало помічений у працях О. Кендюхова як «здатність продукувати нові знання ... при створенні інтелектуального продукту»<sup>326</sup>. Звідси, цілком логічно і зрозуміло є доцільність підвищення інтелектуалізації праці в сучасних умовах господарювання;

➤ маркетингу, зорієнтованому на вартість («*value based marketing*»)– дослідженнями у сфері управління вартістю клієнта, а сьогодні спостерігаємо, що підприємства на глобальному ринку все частіше орієнтуються на потреби споживача. Уперше термін «вартість для клієнта» («*customers value*») запропонував у 1954 році Петер Друкер<sup>327</sup>. Представлені постулати вченого знайшли зацікавленість і були ґрунтовно досліджені у теорії вибору споживача; теорії маркетингу, опрацьованої Філіпом Котлером, яка доводить, що джерелом вартості для підприємства виступає задоволення потреб клієнтів<sup>328</sup>; на початку 1980-х рр. XX ст. – у Майкла Портера<sup>329</sup> (нар. 1947 р.), представлених у вигляді поняття «ринкових сигналів» («*market signals*»)<sup>330</sup>, що знайшли свій подальший розвиток у 1985 р. при визначенні місця «вартості покупця» («*buyer value*») у запропонованому «ланцюгу вартості» («*the value chain*»)<sup>331</sup>. Наступний розвиток постулатів теорії вартості скерований на врахуванні у Пітера Дойля (нар. 1943 р.)<sup>332</sup> креації вартості «сильною маркою, лояльністю клієнтів ...» у та обґрунтування залежностей між «вартістю для клієнтів» та «акціонерною вартістю»

<sup>326</sup> Кендюхов О. В. Мотиваційний механізм творчої праці як ключова складова процесу підготовки управлінського персоналу / Олександр Володимирович Кендюхов. // Економіка і менеджмент – 2013: перспективи інтеграції і інноваційного розвитку – Том 1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://confcontact.com/2014\\_04\\_25\\_ekonomika\\_i\\_menedgment/tom1/23\\_Kendychov.htm](http://confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/tom1/23_Kendychov.htm) (13.06.2015)

<sup>327</sup> 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. – (Najślynniejsza książka świata na temat zarządzania).

<sup>328</sup> Kotler Ph. *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie, kontrola* / Philip Kotler ; [tł. z ang.]. – Warszawa: Gebethner & Ska, 1994. – 743 [1] s. – (XXX).

<sup>329</sup> Портер Майкл – професор Гарвардсько бізнес-школи (Harvard Business School).

<sup>330</sup> Porter M. *Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors: with a New Instruction* / Michael Eugeniush Porter. – New-York: The Free Press, 1998. – P. 75– 87.

<sup>331</sup> Porter M. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* / Michael Eugeniush Porter. – New-York: The Free Press, 1985. – P. 130–146.

<sup>332</sup> Doyle P. *Marketing wartości* / Peter Doyle ; [red. nauk. wyd. pol. Języ Altkorn; tł. z ang. Adam Janoszewski, Andrzej Świąch]. – Warszawa: Felberg SJA, 2003. –S. 46. – (XVII).

тю» («*shareholder value*»)»<sup>333</sup>. Цікавим є підхід до шляхів забезпечення креації вартості Анджея Які, який створення вартості пропонує досягати шляхом запровадження заміни набору товарів на товари з вищою якістю<sup>334</sup>. Зауважимо, що й вітчизняні науковці, наприклад, Олександр Кендюхов, здійснюють дослідження «капіталу марки»<sup>335</sup>, як важливої складової інтелектуального капіталу підприємства. Отже, зважаючи на нову філософію функціонування підприємств, що виражається у зміні цілей та новелізації пріоритетів, насамперед їх базування на маркетингових чинниках та якнайшвидше розуміння цього постулату вітчизняними суб'єктами господарювання дозволить формувати портфелі клієнтів, утримувати низький рівень плинності в ньому, покращувати якість обслуговування, запроваджувати нові канали обслуговування клієнтів, скорочувати час на обслуговування одного клієнта тощо;

➤ теорії зацікавлених сторін (стейкхолдерів)<sup>336</sup> – уперше у науковому просторі була представлена Едвардом Фріменом (нар. 1951 р.) у праці «Стратегічний менеджмент. Партнерський підхід» (1984) і базувалася на представленні оточення, названого «партнерами» чи «групами партнерів»<sup>337</sup>, які виступають учасниками процесу креації вартості у корпоративному секторі<sup>338</sup>. Принагідно згадаємо, що ці теорія виникла у руслі розширення підходів, представлених Адольфом Августом Берлі (1895–1971) та Гарденом Меном (1896–1988) ще у 1932 р. про те, що «корпорації ... повинні працювати виключно в інтересах власників... збільшуючи їх багатство»<sup>339</sup>, та Ігорем Ансоффом (1918–2002) щодо корпоративних стратегій при управлінні конфліктами між менеджерами, працівниками, акціонерами, постачальниками та інвесторами, названими вперше у 1965 р. «стейкхолдерами»<sup>340</sup>. Відтак, нині даний вектор наукових досліджень спрямований на врахування інтересів акціонерів, що знайшло своє відображення в концепції управління вартістю Альфреда Раппапорта, шляхом створення

<sup>333</sup> Doyle P. Value-based Marketing: Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value / Peter Doyle. – Hardcover: John Wiley & Sons, 2008. – P. 23–24. – (Second Edition).

<sup>334</sup> Jaki A. Wycena i sztatowanie wartości przedsiębiorstwa / Andrzej Jaki. – Kraków: Wolters Kluwer, 2008. – S. 16.

<sup>335</sup> 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.

<sup>336</sup> англ. «The Stakeholders Theory».

<sup>337</sup> Freeman R. E. Strategic Management. A Stakeholders Approach / R. Edward Freeman. – Boston: Pitman, 1984. – 276 p. – (Pitman Series in Business and Public Policy).

<sup>338</sup> Freeman R. E. Stakeholder Theory of the Modern Corporation / R. Edward Freeman. – P. 45–46 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://academic.udayton.edu/lawrenceulrich/Stakeholder%20Theory.pdf> (19.01.2015)

<sup>339</sup> Berle A. A. The Modern Corporation & Private Property / Adolf August Berle and Gardiner Coit Mean; [with new instruction by Murrau Weidenbaum & Mark Jensen]. – New Brunswick and London: Transaction Publisher, 1991. – 426 p. – (Reprint edition, January 1/1991).

<sup>340</sup> Ansoff I. Corporate Strategy / Igor H. Ansoff. – New-York: McGraw Hill, 1965. – P. 33–34.

«потенціалу креації вартості для акціонерів»<sup>341</sup>; «вартості для інвесторів»<sup>342</sup> у Пітера Дойля та розробки «стратегій креації вартості»<sup>343</sup>, покликаних максимізувати «акціонерну вартість». Зауважимо, що саме для пояснення теорії Альфред Рappaпорт вперше використовує поняття «лакун вартості, як різниці між вартістю, яка максимізує акціонерну вартість та ринкову вартість»<sup>344</sup>. Однак, віддаючи належне напрацюванням науковця, підходи якого будуть нами використані, вважаємо за доцільне погодитися з твердженнями низки економістів, що для креації вартості необхідно зважати не лише на інтереси власників і партнерів, а й на рівень соціальної відповідальності. Правильність цих висновків найкраще доводить вітчизняна практика, коли власники потужних підприємств багатіють швидкими темпами, а локальні громади, де вони функціонують, характеризуються низьким рівнем розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури, відсутністю сучасних транспортних шляхів, а загалом у країні – споживчим кошиком, що не достатньою мірою забезпечує матеріальну, не кажучи вже про нематеріальну якість життя громадян;

➤ соціальної відповідальності бізнесу – сучасне підприємство змушене активно функціонувати як у господарській, так і в соціальній сфері суспільства. Для цього вдалою видається пропозиція Пітера Друкера озвучена ще у 1954 р. щодо аксіоми відповідальності бізнесу – «те, що є добре для суспільства», повинно знайти відображення в «інтересах підприємства»<sup>345</sup>. Дослідники цілком слушно зауважують, що конкурентоспроможні підприємства на глобалізованому ринку «бачать себе як інтегральну частину суспільства», для якої «досягнення прибутків не виступає єдиною ціллю здійснення господарської діяльності, водночас важливим є запевнення корисного візерунку в оточенні»<sup>346</sup>. Практицизм соціальної відповідальності підприємства, що означає дотримання екологічних норм щодо забруднення повітря, ґрунтів і вод; випуск екологічно безпечної продукції; залучення до вирішення соціальних проблем тощо, може бути забезпечений лише при збалансуванні «інтересів держави і економічних агентів»<sup>347</sup>;

<sup>341</sup> Rappaport A. Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors / Alfred Rappaport. – New-York: Free Press, 1998. – P. 63. – (2 Edition).

<sup>342</sup> Doyle P. Value-based Marketing: Marketing Strategies for Corporate Grown and Shareholder Value / Peter Doyle. – Hardcover: John Wiley&Sons, 2008. – P. xiii. – (Second Edition).

<sup>343</sup> Rappaport A. Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors / Alfred Rappaport. – New-York: Free Press, 1998. – P. 41. – (2 Edition).

<sup>344</sup> Там же С. 2.

<sup>345</sup> 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. – (Najślynniejsza książka świata na temat zarządzania).

<sup>346</sup> Pens J. Zarządzanie w warunkach globalizacji / Jozef Pens. – Warszawa: Difin, 2003. – S. 89.

<sup>347</sup> Крисоватий А. І. Новітня парадигма преференційного оподаткування / Андрій Ігорович Крисоватий, Галина Василівна Василевська ; [монографія]. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – С. 67.

➤ моделювання перспектив – пропозиціями застосування стратегічних карт (Каплана, Нортон) для розробки стратегії побудови вартості підприємства. Зміни в пріоритетах здійснення підприємницької діяльності зумовлені пришвидшенням глобалізації економіки, посиленням конкуренції, вільного руху капіталу та впливу інтелектуальних чинників, значно продуктивніших при створенні доданої вартості. Так, наприклад трьох відсоткове щорічне зростання польської економіки «*Blomberg*» та «*Morgan Stenlay*» пов'язують із корпоративними структурами низької/середньої капіталізації (до 500 млн.Євро)<sup>348</sup>.

Зважаючи на вищенаведене, можемо констатувати, що розвиток підприємства все частіше пов'язують із креацією вартості, яка найшвидшими темпами відбувається в сфері функціонування інтелектуального капіталу. Принагідно зауважимо, що вперше в наукове термінологічне поле поняття «креація вартості» («*The Value Creation*») ввела у 1994 р. група дослідників Джеймс Мактаггарт (1928–1974), Пітер Контес (нар. 1946 р.) і Міхаель Манкінс<sup>349</sup>, розглядаючи «імператив вартості» («*Value Imperative*») у створенні багатства<sup>350</sup>, фінансових і стратегічних детермінант креації вартості для стейкхолдерів<sup>351</sup>. Запропоновані науковцями ідеї лягли в основу концепції вартісно-орієнтованого управління («*Value Based Management*»), опрацьованої у 1998 р. для корпоративного сектора Альфредом Раппапортом (нар. 1932 р.) і була скерованої на забезпечення максимізації вартості для акціонерів у довгостроковій перспективі<sup>352</sup> шляхом виокремлення функцій управління і власності та організації контролю власників за ефективністю функціонування товариства.

Сьогодні вказаний напрям перетворився в потік популярних закордонних і вітчизняних економічних досліджень, наприклад, Том Копеланд (нар. 1946 р.) вивчав оцінку управління вартістю компаній (1994)<sup>353</sup>; Чарльз Мульфонд (нар. 1951 р.) – проблеми удосконалення звітності про рух грошових потоків (2005)<sup>354</sup>; Пітер Контес (1946–2012) – аспекти зростання доходу та максимізації

<sup>348</sup> European Financial Congress. Sopot 13–15.06.2016 r. – Gdańsk: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, 2016. – P. 34–35.

<sup>349</sup> McTaggart J. *The Value Imperative: Managing for Superior Shareholder Returns* / James M. McTaggart, Peter W. Kontes, Michael C. Mankins. – New-York: The Free Press, 1994. – 367 p.

<sup>350</sup> Там же С. 2.

<sup>351</sup> McTaggart J. *The Value Imperative: Managing for Superior Shareholder Returns* / James M. McTaggart, Peter W. Kontes, Michael C. Mankins. – New-York: The Free Press, 1994. – 367 p. – P. 69–110.

<sup>352</sup> Rappaport A. *Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors* / Alfred Rappaport. – New-York: Free Press, 1998. – 205 p. – (2 Edition).

<sup>353</sup> Copeland T. *Wycena: mierzenie i kształtowanie wartości firm* / Tom Copeland, Tim Koller, Jack Murrin; przeł., z ang. Alek Kalinauskas, Tomas Wiazowski. – Warszawa: WIG-Press, 1997. – 516 s. – (XVI).

<sup>354</sup> Mulfond C. W. *Creative Cash Flow Reporting: Uncovering Sustainable Financial Performance* / Charles W. Mulfond, Eugene E. Comiskey. – New Jersey: Wiley&Sons, 2005. – 441 p. – (1 Edition).

вартості акціонерного капіталу (2011)<sup>355</sup>; Олександр Мендрул – теорію і практики управління вартістю підприємств (2002)<sup>356</sup>; Микола Чумаченко (1925–2011) – комплексну оцінку вартості підприємства (2008)<sup>357</sup>; Олег Терещенко – «оцінювання вартості підприємства як цілісного майнового комплексу», розглянутого через призму фінансової санації і банкрутства суб'єктів господарювання (2004)<sup>358</sup>, а пізніше й управління підприємства в системах контролінгу (2007)<sup>359</sup> та фінансового менеджменту (2009)<sup>360</sup>; Тетяна Момот (нар. 1970 р.) застосування сучасних технологій оцінки вартості бізнесу (2007)<sup>361</sup> та Наталія Брюховецька при моделюванні інвестиційної привабливості публічних акціонерних товариств, де найбільш впливовими виявилися фактори виплати дивідендів та експортна діяльність<sup>362,363</sup>; Олег Кузьмін – ролі капіталізації активів у вартісній оцінці підприємства<sup>364</sup>. Водночас, підвищення даних чинників можливе лише на основі розвитку інтелектуального капіталу.

Підаючи аналізу напрацювання економістів, приходимо до розуміння, що усі пропозиції знаходяться у полі появи нової парадигми управління підприємствами, яка базується на імперативі вартості. Зважаючи на те, що вартість суб'єкта господарювання є показником, величина якого пов'язана з тривалим періодом часу, цілком зрозумілими і виправданими є запропоновані до-

<sup>355</sup> Kontes P. W. The CEO, Strategy, and Shareholder Value: Making the Choices that Maximize Company Performance / Peter W. Kontes. – New Jersey: Wiley&Sons, 2011. – P. 207 – 213. – (1 Edition).

<sup>356</sup> Мендрул О. Г. Управління вартістю підприємств: монографія / Олександр Гаррійович Мендрул. – К.: КНЕУ, 2002. – 272 с.

<sup>357</sup> Костирко Р. О. Комплексна оцінка вартості підприємства: [монографія] ; / Р. О. Костирко, Н. В. Тертична, О. В. Шевчук ; за заг. ред. докт. екон. наук, академіка НАН України М. Г. Чумаченка. – 2-ге вид. перероб. і доп. – Харків: Фактор, 2008. – 278 с.

<sup>358</sup> Терещенко О. О. Фінансова санація і банкрутство підприємств: навчальний посібник / Олег Олександрович Терещенко. – К.: КНЕУ, 2004. – 412 с.

<sup>359</sup> Терещенко О. О. Управління вартістю підприємства в системі контролінгу / Олег Олександрович Терещенко, Світлана Вікторівна Приймак // Ринок цінних паперів. – 2007. – № 3. – С. 53–60.

<sup>360</sup> Терещенко О. О. Управління вартістю підприємства в системі фінансового менеджменту / Олег Олександрович Терещенко, Микола Васильович Стецько // Фінанси України. – 2009. – № 3. – С. 91–99.

<sup>361</sup> Момот Т. Оцінка вартості бізнесу: сучасні технології: монографія ; / Тетяна Валеріївна Момот. – Харків: Фактор, 2007. – 224 с.

<sup>362</sup> Брюховецька Н. Ю. Моделювання інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства як основа прийняття управлінських рішень / Наталія Юхимівна Брюховецька, Олена Вікторівна Хасанова. // БІЗНЕСІНФОРМ, 2014. – № 1. – С. 307–313.

<sup>363</sup> Брюховецька Н. Ю. Інвестиційна привабливість публічного акціонерного товариства: теорія та практика: монографія / Наталія Юхимівна Брюховецька, Олена Вікторівна Хасанова ; НАН України; Інститут економіки промисловості. – К.: ІЕП НАН України, 2015. – 212 с.

<sup>364</sup> Капіталізація підприємств: теорія і практика; [монографія под ред. д.е.н., проф. Івана Петровича Булева, д.е.н., проф. Натаалії Ефимовни Брюховецької] ; НАН України, Ін-т економіки пром-сти; Дон УЗП. – Донець: Ін-т економіки пром-сти; Дон УЗП, 2011. – С. 125–136.

слідниками стратегічні спектри її розгляду. Власне, саме такі характеристики спрямували вектори модернізації управління підприємствами в напрямках удосконалення стратегічного планування, запропонованих Томом Копеландом; Тімом Коллером та Джеком Мурином<sup>365</sup>, максимізації вартості для акціонерів на основі визначених Альфредом Рappaпортгом показників вартості («*Value Drivers*»)<sup>366</sup>, формування вартості сучасних фірм (2000)<sup>367</sup> чи загалом, максимізації ринкової вартості суб'єктів господарювання.

Однак максимізація ринкової вартості не може розглядатися як єдиний критерій ефективності функціонування підприємства, а пропозиції економістів щодо максимізації вартості для власників (акціонерів), клієнтів чи інших зацікавлених сторін також видаються дискусійними. Адже власники націлені на максимізацію вартості для акціонерів, менеджерський корпус – на максимізацію прибутків, натомість клієнти – на мінімізацію витрат, а інвестори – на максимізацію доходу з інвестицій тощо. Таким чином, очікування у всіх різні, і ключовим завданням в умовах соціально-орієнтованої економіки є гармонізація їхніх інтересів, з вираховуванням очікувань локальних громад, на теренах яких функціонує суб'єкт господарювання.

В умовах інформаційно-знаннєвої економіки спостерігається прагнення до зрівноваженого розвитку підприємств і посилення соціальної відповідальності бізнесу, де поступ усе більшою мірою визначається інтелектуальними генераторами. Очевидно, що інтелектуальна праця є продуктивнішою, ніж фізична, а тому і перетворюється на сферу, де найшвидше відбуваються процеси креації вартості. Це, у свою чергу, породжує нову парадигму в управлінні підприємством, яка базується на процесах креації вартості, що орієнтують суб'єкт господарювання на забезпечення зростання його прибутків на основі інтелектуалізації праці. Умови економічної глобалізації і надалі сприятимуть розширенню доступу до усіх без винятку видів ресурсів, що засвідчують, наприклад декларації ЄС про створення єдиного фінансового ринку і «енергетичного союзу» до 2020 року, формування єдиного наукового простору, а отже – погляд на процеси креації вартості підприємства через призму інтелектуальних генераторів.

У фаховій літературі на сьогодні існує невелика кількість дефініцій креації вартості підприємства, що служить доказом новизни поняття та доцільності більш глибоких наукових розвідок про нього. При цьому, помітно, що більшість тверджень мають узагальнений характер, наприклад, розгляд креації вартості підприємства «... як здатності до системного і цілісного погляду на потенціал ... його ефективне використання при одночасному достосуванню

<sup>365</sup> Copeland T. Wycena: mierzenie i kształtowanie wartości firm / Tom Copeland, Tim Koller, Jack Murrin; przeł., z ang. Alek Kalinauskas, Tomasz Wiazowski. – Warszawa: WIG-Press, 1997. – S. 101–108. – (XVI).

<sup>366</sup> Rappaort A. Wertsteigerung als Maßstab für die Unternehmensführung / von Alfred Rappaort. – Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 1995. – S. 79.

<sup>367</sup> Jaki A. Wycena i kształtowanie wartości przedsiębiorstwa / Andrzej Jaki. – Wydanie IV poszerzone. – Kraków: Oficyna a Wolters Kluwer business, 2008. – S. 167–173.

цього потенціалу до ринкових вимог», представлений економістами Адамом і Мареком Яблоньські<sup>368</sup>. Привертають увагу дослідження науковців, які при тлумаченні поняття креація вартості обмежуються розглядом його лише у площині «доданої операційної вартості», на зразок Міхала Міхальського та Даріуша Сюдака, які вважають, що це «вища ринкова оцінка операційної діяльності підприємства в порівнянні з балансовою вартістю», що, на нашу думку, зводить її розгляд до сфери ринкової вартості<sup>369,370</sup>. Такі узагальнені й обмежені тлумачення, на жаль, не дозволяють оцінити інтелектуальні генератори креації вартості, а дослідження доводять, що «де матеріалізація (*dematerialization*) ... засобів ... підвищує їх плинність, що дозволяє збільшувати їхню здатність до креації вартості на основі компактного поєднання усіх видів ресурсів (*density*)»<sup>371</sup>.

Позитивні передумови для розвитку теорії креації вартості підприємства створили дослідження аспектів забезпечення прибутковості і економічного зростання консультанта українського походження Адріана Сливозкого (нар. 1951 р.)<sup>372</sup>, який у 1995 р. вперше застосував термін «міграція вартості» (*Value Migration*). Базуючись на його твердженнях про міграцію вартості як «відплив вартості від традиційних моделей бізнесу до нових, які більш ефективно створюють корисності для клієнтів, збільшуючи вартість для власників»<sup>373</sup>, приходимо до розуміння важливості процесів креації вартості у практиці господарювання сучасних підприємств.

Серед низки вітчизняних науковців, зайнятих дослідженнями проблем креації вартості суб'єктів господарювання привертають увагу праці з тематики «капіталізації інноваційно-активних підприємств як процесу забезпечення їх економічної стійкості та надійності функціонування» на основі підвищення ринкової вартості Марії Козоріз та Лілії Бенювської<sup>374</sup>; «нематеріальної капіталізації, яка забезпечується людським та інтелектуальним капіталом підприємства»

<sup>368</sup> Jabłoński A. Cykl życia wartości przedsiębiorstw wobec kondycji modelu biznesu / Adam Jabłoński, Marek Jabłoński. // *Кварталник Наук о Przedsiębiorstwie*. – 2013. – № 4. – S. 59.

<sup>369</sup> Siudak D. Pomiar procesów migracji wartości przedsiębiorstw na polskim rynku kapitałowym / Dariusz Siudak. – Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck, 2013. – S. 16, 19. – (Seria Finanse).

<sup>370</sup> Michalski M. Zarządzanie przez wartość. Firma z perspektywy interesów właścicielskich / Michał Michalski. – Warszawa: WIG-Press, 2001. – 95 s.

<sup>371</sup> Rudny W. Tworzenie i podział wartości – nowe tendencje / Włodzimierz Rudny // *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*. – 2012. – № 736. – Seria: Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia. – № 55. – S. 278.

<sup>372</sup> Адріан Сливозкі живе в м. Кембридж – з 1979 р. віце-президент у міжнародній консалтинговій фірмі «Oliver Wyman». Автор світового бестселера «The Profit Zone» (1998 р.). Визнаний одним із кращих консультантів у світі у 2000 р., 2008р.

<sup>373</sup> Slywotzky A. J. Value Migration: How to Think Several Moves Ahead of the Competition / Adrian J. Slywotzky. – Boston, MA: Harvard Business School Press, 1996. – 336 p.

<sup>374</sup> Козоріз М. А. Обґрунтування напрямів підвищення капіталізації інноваційно-активних підприємств України / Марія Андіївна Козоріз, Лілія Ярославівна Бенювська. // *Регіональна економіка*. – 2009. – № 1. – С. 106, 107.

Наталії Брюховецької<sup>375</sup>; «інтелектуальних ресурсів, здатних створювати нову вартість» Олександра Кендюхова<sup>376</sup>, чи «креативних підходів в управлінні доходами підприємств» у Алли Череп та Надії Шмиголь<sup>377</sup> тощо. Власне, в усіх цих працях йдеться саме про креацію вартості інтелектуальним капіталом сучасних підприємств. Таким чином, враховуючи напрацювання науковців і практиків, можемо стверджувати, що дослідження проблем «креації вартості підприємства» через призму інтелектуального капіталу є відносно новим та недостатньо вивченим напрямом. Згідно з нашими міркуваннями, опрацьована дефініція креації вартості підприємства повинна не лише відображати значення терміна, але й вказувати, що можна вважати її результатами.

Запропонований авторський підхід до тлумачення креації вартості підприємств базується на трьох гіпотезах: перша припускає, що максимізація вартості підприємства забезпечується процесами її креації, друга – що креація вартості підприємства значною мірою забезпечується функціонуванням інтелектуального капіталу, третя – критерієм креації вартості виступає мінімізація величини «лакуни вартості». На наш погляд, нині *креація вартості підприємства* – постійні в просторі та часі інноваційно-гармонійні процеси інтелектуалізації праці в виробничій, комерційній чи соціальній сферах його функціонування, які дозволяють мінімізувати величину «лакуни вартості».

Необхідно зазначити, що перше припущення ґрунтується на твердженні, що для максимізації вартості, потрібно її активно «створити», нарощувати (а не просто створювати, відтворювати) шляхом застосування інноваційних рішень як у сфері процесів (випуску, комерціалізації, маркетингу тощо), так і у частині продукції. Спираючись на наведене вище, акцентуємо увагу на вирішальних перевагах креації вартості підприємства, які дозволяють:

➤ підвищувати стійкість суб'єкта господарювання до можливих ризиків, які є невід'ємним елементом підприємницької діяльності, у той час як їх мінімізація є економічно недоцільною, адже з часо неминуче призведе до банкрутства, у результаті постійного свідомого уникнення підприємством ризикових ситуацій. У свою чергу, така поведінка господарського суб'єкта знижуватиме його потенційні можливості боротьби з ризиковими ситуаціями, що в умовах перманентного ринку виникають усе частіше. Таким чином, сучасні підприємства для забезпечення свого успіху повинні не уникати ризику, а роз-

<sup>375</sup> Капитализация предпринятий: теория и практика ; [монография под ред. д.е.н., проф. Ивана Петровича Булева, д.е.н., проф. Натальи Ефимовны Брюховецкой] ; НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти; Дон УЭП. – Донецк: Ин-т экономики пром-сти; Дон УЭП, 2011. – С.7–29, 20.

<sup>376</sup> Теоретико-методологічні основи регулювання економічних процесів: від кризи до сталого розвитку / за заг. ред. Олександра Володимировича Кендюхова. – К.: Вид-во «Центр навчальної літератури», 2015. – С. 143.

<sup>377</sup> Череп А. В. Креативні підходи до управління доходами підприємств харчової промисловості: монографія / Алла Василівна Череп, Надія Миколаївна Шмиголь; Держ. вищ. навч. заклад «Запорізький нац. ун-т». – Запоріжжя: «Дике поле», 2013. – 306 с.



вивати потенційну здатність їх витримувати шляхом підвищення рівня адаптаційності;

➤ забезпечувати зрівноважений розвиток підприємства крізь призму оточення і суспільства, орієнтуватися на високий рівень соціальної відповідальності та налагодження екологічнобезпечного бізнесу (зменшення забруднення вод, повітря, землі та випуск екопродукції). Вплив інвестицій, вкладених у розвиток соціальної відповідальності бізнесу, на розвиток інтелектуального капіталу та додатні кореляційні зв'язки між ними обґрунтовано у працях дослідників Мануеля Бранко, Люції Родрігеса<sup>378</sup> та Матео Педріні<sup>379</sup>. У сучасних дослідженнях звітності зі зрівноваженого розвитку привертають увагу, обґрунтування доцільності доповнення звітів про інтелектуальний капітал даними, які б характеризували соціальну відповідальність, тобто цілком логічно, що соціальний капітал потрібно розглядати як складовий елемент інтелектуального. Водночас, дослідники демонструють, як такий підхід дозволить представити повний обсяг інформації про інтелектуальний капітал суб'єкта господарювання та забезпечить зниження витрат на підготовку звітності<sup>380</sup>. Крім того, практичні розвідки економістів переконують, що узагальнена таким чином інформація про нефінансові генератори креації вартості є більш правдоподібною на підприємствах з вищим рівнем соціальної відповідальності, що відповідає ініціативам глобальної звітності («*Global Reporting Initiative*»)<sup>381</sup>. Не менш важливою, на нашу думку, для вітчизняного бізнесу є також представлений позитивний вплив інтеграції звітностей про інтелектуальний капітал та соціальну відповідальність на підвищення транспарентності підприємства<sup>382</sup>. Вважаємо, що наведені вище аргументи доводять доцільність розширення спектрів застосування звітності із зрівноваженого розвитку у практиці роботи вітчизняних підприємств, адже сьогодні це є основною умовою успішного господарювання;

➤ утримувати високий рівень інвестиційної привабливості гарантуючи високу дохідність інвестицій у інтелектомісткі виробництва, що зумовлено зростанням ролі інтелектуального капіталу в забезпеченні конкурентних пере-

<sup>378</sup> Branco M. Corporate Social Responsibility and Resource Based Perspectives / Manuel Branco, Lacia Rodrigues. // Journal of Business Ethics. – 2006. – Vol. 69(2). – P.111–132.

<sup>379</sup> Pedrini M. Human Capital Convergences in Intellectual Capital and Sustainability Reports / Matteo Pedrini. // Journal of Intellectual Capital, – 2007. – Vol. 8(2). – P. 346–366.

<sup>380</sup> Castillo-Polo F. Social information within intellectual capital report / Franciska Castillo-Polo, Dolores Gallardo-Vázquez. // Journal of International Management. – 2008. – Vol. 14(4). – P.353–363.

<sup>381</sup> Oliveira L. Intellectual Capital Reporting in Sustainability Reports / Lidia Oliveira, Lúcia Lima Rodrigues, Russel Craig. // Journal of Intellectual Capital. – 2010. – Vol. 11(4). – P. 575–594.

<sup>382</sup> Passetti, E. Intellectual capital communication: evidence from social and sustainability reporting / Emilio Passetti, Andrea Tenucci, Lino Cinquini, Marco Frey. // MPRA Paper No. 16589, Munich Personal RePEc Archive. – 2009. – June. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://mpra.ub.uni-muenchen.de/16589/1/MPRA\\_paper\\_16589.pdf](http://mpra.ub.uni-muenchen.de/16589/1/MPRA_paper_16589.pdf) (23.02.2015)

ваг<sup>383,384</sup>. Також, зважаючи на відкриття європейського ринку для українських виробників, що відбулося завдяки підписанню Асоціації з ЄС, наголосимо на розширенні можливостей залучення інвестиційних ресурсів завдяки розвитку саме інтелектуального капіталу, що позитивно впливатиме на креацію вартості підприємств. Ці висновки підсилюються такою низкою корисностей від конструктивного налагодження процесів креації вартості підприємств, які з'являються у публічному, локальному та бізнесовому секторах (рис. 2.1).



Рис. 2. 1. Позитивні результати від креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу (джерело: укладено автором)

Зважаючи на проблеми, притаманні сучасному стану української економіки, та враховуючи вищенаведені переваги від креації вартості підприємств, виникає розуміння економічної ефективності та соціальної доцільності їх активізації саме на основі розвитку інтелектуального капіталу.

<sup>383</sup> Aras G. The Interaction Between Corporate Social Responsibility and Value Added Intellectual Capital: Empirical Evidence from Turkey / Güler Aras, Asli Aybars, Ozlem Kutlu // Social Responsibility Journal. – 2011. – Vol. 7(4). – P. 623.

<sup>384</sup> Lungu C. Intellectual Capital Research through Corporate Social Responsibility: (Re) Constructing the Agenda / Camelia Lungu, Chirata Caraiani, Cornelia Dascălu. // World Academy of Science, Engineering and Technology. – 2012. – Vol: 6(4). – P. 50.

Істинність другої гіпотези доводить той факт, що поява таких інноваційних, неординарних підходів є результатом функціонування інтелектуального капіталу підприємства, адже реальний капітал не створює можливості для реалізації творчих аспектів у його діяльності. Відповідно, забезпечення високих темпів креації вартості підприємства можна гарантувати лише завдяки розвитку інтелектуального капіталу, що має тенденцію до самозростання, яка зумовлена більшою продуктивністю інтелектуальної, а не фізичної праці. Зростання факторної продуктивності інтелектуального капіталу нині можна розглядати як головну ознаку модерної економіки, адже вищезазначені переваги останнього з'явилися завдяки становленню нової парадигми господарювання.

Доведення істинності третього припущення обґрунтовані нижче. Зауважимо, що вони базуються на результатах емпіричних досліджень економічної думки та знаходяться у рамках логічних тверджень і математичних обмежень, які дозволяють ефективно запобігати виникненню «лакун вартості».

Опираючись на предмет нашого дослідження та вищезазначений критичний аналіз «теорії вартості для акціонерів» Альфреда Раппапорта, для розрахунку величини «лакун вартості» пропонуємо послуговуватись формулою<sup>385</sup>, яка базується на тезах дослідника, але враховує не показник вартості для акціонерів, а загальної вартості підприємства:

$$\Delta VG_{\Sigma} = W_{max} - W_p \rightarrow \min, \quad (2.1)$$

де  $\Delta VG_{\Sigma}$  – величина «лакун вартості» підприємства, тис. грн.;

$W_{max}$  – максимально можлива для досягнення (потенційна) вартість підприємства, тис. грн.;

$W_p$  – ринкова вартість підприємства, тис. грн.

Зауважимо, що критерієм тут виступає мінімізація величини «лакун вартості», а одним із ефективних шляхів досягнення цього є якнайповніше використання суб'єктом господарювання потенційних можливостей максимізації вартості. Способи дотримання критерія більш детально описані нижче, поряд із методологічними домінантами оцінки ефектів креації вартості підприємства та механізму її протікання.

Очевидно, що такий підхід до тлумачення терміну креація вартості підприємства робить його універсальним, дозволяє застосовувати загальноприйнятту методологію оцінки її ефектів незалежно від його організаційно-правової форми, розміру чи типу власності суб'єкта господарювання, а також гарантує

<sup>385</sup> Складено автором на основі: Rappaport A. Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors / Alfred Rappaport. – New-York: Free Press, 1998. – P. 50. – (2 Edition); Shapiro A.C. Modern Corporate Finance: A Multidisciplinary Approach to Value Creation Models / Alan C. Shapiro, Sheldon D. Balbirer. – Upper Saddle River New Jersey: Prentice Hall, 2000. – P. 7–9.

збереження високого рівня конкурентоспроможності на глобальному ринку шляхом випуску інтелектомісткої продукції.

Підбиваючи підсумки, зазначимо, що представлений підхід до поняття креації вартості підприємства в контексті ролі інтелектуального капіталу доводить підвищення зацікавленості цим явищем у теорії зрівноваженого розвитку. Концепція креації вартості виникла на підґрунті теорії управління вартістю підприємства як важлива складова, здатна забезпечити підвищення інвестиційної привабливості, адаптаційності та конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. Інноваційна модель розвитку підприємства, його транспарентність та інтелігентність перетворюються на основні чинники економічного зростання. Здатність суб'єкта господарювання аналізувати та застосовувати у своїй господарській практиці аспекти «життєвого циклу вартості» та «міграції вартості», яка нині переміщується у площину функціонування інтелектуального капіталу, дозволяють формувати потенціал до креації вартості, механізм якої розглянемо нижче.

### **2. 3. Механізм креації вартості підприємства: архітектура, генератори та особливості функціонування**

Концепція сучасної економіки базується на знаннях, інформаційних технологіях, цифрових мережах, що виступають домінантами «стратегічної економічної стабільності»<sup>386</sup>, а також контентами інноваційності та швидкого зростання продуктивності праці. Адже ні в кого не викликає заперечень твердження, що високі темпи зростання продуктивності праці нині відбуваються саме завдяки її інтелектуалізації, яка й забезпечує креацію вартості підприємства. У той же час зрозуміло, що нехтування аспектами інтелектуалізації праці неодмінно призведуть до деструкції вартості суб'єкта господарювання, яка, цілком слушно, на думку економістів, «знижує конкурентоспроможність, переваги соціального та інтелектуального капіталів, спричиняє нестачу готівкових коштів на відновлення стратегічних засобів і обмежує можливості розвитку на основі дифузії інновацій»<sup>387</sup>. Принагідно зауважимо, що в українських реаліях деструкція вартості підприємства – це ще й зростання ймовірності втрати власності шляхом відомих у вітчизняній практиці рейдерських захоплень, примусових продаж бізнесу за заниженими цінами, обмеження «соціально-економічну доці-

<sup>386</sup> Шпак Н. О. Економічна стабільність суб'єктів господарювання в умовах хаотичного розвитку національної економіки / Нестор Омелянович Шпак, Ольга Володимирівна Пирог, Марія Ігорівна Романишин ; [монографія]. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. – 285 с.

<sup>387</sup> Jabłoński A. Migracja interesariuszy a wartość przedsiębiorstwa / Adam Jabłoński. // Problemy jakości. – 2011. – № 1. – S. 9.

льність преференційного оподаткування»<sup>388</sup> тощо. Таким чином, нині ні в кого не викликає сумнівів доцільність креації вартості підприємства, що може ефективно забезпечуватися лише на основі застосування інноваційної моделі розвитку, яка дозволяє реалізовувати характерне для сучасного ринку зниження життєвого циклу товарів.

Звідси можемо констатувати, що інноваційний розвиток сучасних підприємств базується на політиці, скерованій на формування потенціалу, здатного забезпечити безперервне протікання процесів креації вартості, генерованих інтелектуальним капіталом. Як наслідок, орієнтація на підтримку постійних процесів креації вартості нівелює неминучий вплив компонентів, зумовлених міграцією вартості до ефективніших сфер застосування. Відтак, стає зрозумілим, що креація вартості підприємства на базі інтелектуальних генераторів є складним, комплексним і неминучим процесом, який не може бути організованим спонтанно, а отже, вимагає опрацювання властивого лише йому механізму функціонування.

Активізацію теоретико-методологічних доміант формування та застосування такого механізму все частіше спостерігаємо у працях як науковців, так і практиків, що зумовлено посиленням впливу чинників інтелектуального походження на процеси креації вартості, забезпечення конкурентоспроможності та успішності функціонування підприємств в умовах «економіки знань». Однак ці напрацювання репрезентують або загальні особливості процесів креації вартості підприємства, зокрема «імперативу вартості» у Дж. Мактаггарт, П. Контес і М. Манкінс [347], процесів її міграції у контексті різних моделей бізнесу у А. Яблонського [295] та А. Які [299]; чи її окремих аспектів на основі взаємобумовленості певними модулями інтелектуального капіталу, наприклад у сфері людського та структурного капіталів – у Л. Едвінсона, М. Мелоуна [251]; соціального капіталу – у М. Братніцко, Я. Стрижини [402], М. Мак-Ілрей [346], А. Лібертовської [322], ринкового капіталу – щодо маркетингу, комунікаційних технологій зв'язків зі споживачами у Т. Дуенінга, Р. Літріха, М. Лехтера [244], клієнтського капіталу – у Т. Добігальського [456], Н. Халлендер та М. Кукко [278], або безпосередньо впливу знань про клієнта у Б. Добегали-Корони [456, с. 341–357, 439–469], інформаційного капіталу – у Р. Ожеховскі [456, с. 391–400] та ін. Проте, змушені констатувати, що дані дослідження, не містять опрацьованого механізму креації вартості, розглянутого крізь призму розвитку інтелектуального капіталу.

Водночас, вивчення фахових літературних джерел дозволило стверджувати, що протягом останніх років помітні дослідження окремих аспектів функціонування механізму креації вартості підприємства, наприклад у сфері управління стратегічними ризиками у Л. Фонг-Вунд. Однак дана сфера дослідження, на жаль, не вміщує конкретного механізму креації вартості підприємства на ос-

<sup>388</sup> Крисоватий А. І. Новітня парадигма преференційного оподаткування / Андрій Ігорович Крисоватий, Галина Василівна Василевська ; [монографія]. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – С. 39–55.

нові розвитку інтелектуального капіталу, який би дозволяв виявляти резерви її активізації і підвищення ефективності.

Сучасні тенденції розвитку бізнесового сектору цілком слушно вимагають врахування аспектів «креації вартості» в системі цілей, тобто вони повинні розглядатися як чинники, які формують потенційні можливості для утримання високих тактичних і стратегічних позицій суб'єкта господарювання. До того ж, це стосується підприємств різних форм власності, розмірів чи видів діяльності, а між векторами «креації вартості» та зацікавленістю в ній власників, менеджерів, працівників спостерігається закономірність: що більші темпи креації вартості, тим сильніше підвищується інвестиційна привабливість суб'єкта. У результаті, це дозволяє залучати значні обсяги інвестицій завдяки зростанню мобільності капіталу на глобальному ринку та утримувати згладжений інноваційний цикл на підприємстві.

Нині певні переваги тут має корпоративний сектор, який користується зовнішнім контрольним механізмом ринку капіталу – фондовою біржею для поширення інформації, що дозволяє визначити ринкову чи балансову вартість суб'єкта господарювання та приймати рішення про доцільність інвестування через ринок акцій. Ось чому зростаюча глобалізація світової економіки, виступаючи характерною ознакою нової парадигми господарювання, значно посилює формування корпоративних відносин у всіх країнах світу. Так, можемо відслідкувати майже двократне зростання корпоративного сектору в економіці США (в межах від 5%<sup>389</sup> у 90-их роках ХХ сторіччя до 10%<sup>390</sup> від загальної кількості фірм на сьогодні). Також спостерігається позитивна динаміка частки корпоративних структур в українських реаліях, зокрема зростання з 0,12%<sup>391</sup> у 2002 році до рівня нинішніх показників, які формуються на основі середньорічного темпу зростання у 1,2 рази<sup>392</sup>. Зауважимо, що креація вартості у корпоративному секторі економіки відбувається завдяки функціонуванню ринкового механізму – фондових бірж, які виконують аналітично-інформаційну функцію на основі безпосередньо представлених річних чи квартальних звітів.

Водночас, ні для кого не секрет, що ринкова економіка – це й потужний підприємницький сектор. Відтак, стає зрозуміло, що не менш зацікавленою «креацією вартості» є велика кількість малих і середніх підприємств, які в силу

<sup>389</sup> Науменкова С. В. Розвиток корпоративного сектора в контексті структурних змін / С. В. Науменкова [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2984/1/24.pdf> (22.01.2015)

<sup>390</sup> Черненко С. М. Корпоративний сектор: сучасний стан та проблеми становлення / С. М. Черненко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=683> (22.01.2015)

<sup>391</sup> Науменкова С. В. Розвиток корпоративного сектора в контексті структурних змін / С. В. Науменкова [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2984/1/24.pdf> (22.01.2015)

<sup>392</sup> Васильєв В. О. Корпоративний сектор економіки як рушійна сила інвестиційних процесів / В. О. Васильєв [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=73199> (22.01.2015)

особливостей функціонування позбавлені можливостей користуватися результатами ринкового механізму комунікацій з оточенням. Цілком зрозуміло, що не менш важливе значення креація вартості відіграє при продажі, реструктуризації чи об'єднанні різних за власністю суб'єктів господарювання. Власне, трансформаційні процеси у сфері власності, які до сьогодні відбуваються у сфері вітчизняних державних чи комунальних підприємств, також доводять їхню зацікавленість у креації вартості.

Суб'єкти господарювання, що функціонують поза межами корпоративних відносин є потужним, конкурентоспроможним на рівні 2/3<sup>393</sup> сектором вітчизняної економіки, сформованим на основі підприємницького конструктивізму, що дозволяє обмежувати рівень безробіття, забезпечувати самозайнятність населення і високі соціальні стандарти життя в країні, а також виявляти не меншу зацікавленість у креації вартості. Для інформування суспільства ці структури, на жаль, не можуть скористатися послугами та отримати переваги від функціонування ринку цінни паперів, а тому очевидним, є напрацювання окремого комунікаційного механізму для залучення інвестиційних ресурсів, формування іміджу тощо. Зважаючи на вищевикладене, приходимо до розуміння доцільності напрацювання універсального, повного, об'єктивного й незалежного механізму інформування оточення, що створить позитивний мікрорівневий простір для креації вартості підприємств.

Опираючись на результати попередніх досліджень та не відкидаючи важливості кожного з розглянутих аспектів функціонування підприємства, можемо виділити сфери креації вартості та низку структуротворчих її доміант. При цьому спектр дослідження скеруємо в напрямі виявлення технологій вивчення процесів креації вартості підприємства, розглянутих через призму процесів гуманізації суспільства, соціопсихологічних і етично-культурних аспектів, які з'являються на вимогу підвищення соціальної відповідальності бізнесу, зрівноваженого розвитку та покращення якості життя населення.

Згідно з нашими міркуваннями, креація вартості підприємства генераторами нематеріального походження відбувається в межах функціонування «інтелектуального ланцюга вартості», в основі якого лежать запропоновані у 1998 р. науковцями Чарльзом Стабелем і Ойльстеном Фельстадтом конфігурації ланцюгової (*chains*), бутікової (*shops*) та мережевої (*networks*) систем креації вартості<sup>394</sup> та маркетингові атрибути Портера.

Отже, в інтелектуальному ланцюгу вартість створюється шляхом трансформації знань у капітал компетенцій та перетворення останнього в інтелекто-

<sup>393</sup> Розраховано на основі: Статистичний щорічник України за 2012 рік / за ред. О. Г. Осауленка. – К.: Держана служба статистики України, 201. – 552 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://library.oneu.edu.ua/files/StatSchorichnyk%20Ukrainy%202012.pdf> (22.01.2015)

<sup>394</sup> Stabell C. Configuring Value for Competitive Advantage: on Chains, Shops and Networks / Charles B. Stabell, Øystein D. Fjelstad. // Strategic Management Journal. – 1998. – № 19. – P. 415. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.peopleandprocess.com/resources/Stabell\\_chain\\_shop\\_net.pdf](http://www.peopleandprocess.com/resources/Stabell_chain_shop_net.pdf) (22.01.2015)

місткі товари (продукти, послуги, роботи). При цьому, необхідним є механізм координації взаємозалежностей, які виникають в межах «інтелектуального ланцюга вартості». Зауважимо, що ці залежності мають послідовний і взаємообумовлений характер. Логіка побудови «інтелектуального ланцюга вартості» та його функціонування на підприємстві акцентує увагу на креації вартості в усіх сферах діяльності – інвестиційній, операційній, фінансовій. Доцільно звернути увагу на факт, що такий підхід є базовою вимогою концепції «ланцюга вартості» («*value chain*»), вперше опрацьованої ще у 1985 р. відомим науковцем Майклом Портером<sup>395</sup> при розробці маркетингової моделі підприємства.

Зауважимо, що інвестиційна діяльність підприємства носить стимулюючий характер й охоплює, так звані Теодором Шульцом «освітні інвестиції». 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 проєктів), 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, що цей 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»<sup>396</sup>. Отже, саме складову набутих людських здібностей учений називав «людським капіталом», характерною рисою якого є те, «що він відо-

<sup>395</sup> Porter M. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* / Michael Eugeniush Porter. – New-York: The Free Press, 1985. – P. 166–169. – (XVIII).

<sup>396</sup> Schultz T. W. *Investmenting in People. The Economics of population Quality* / Theodore William Shultz. – Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 1980. – P. 24.



бражений в людині»<sup>397</sup>, 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 вмінь і навичок, а також піклування про здоров’я<sup>398</sup>. Зазначимо, що винятково важливими вчений вважав саме інвестиції власне у навчання та освіту дітей<sup>399</sup>. 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»<sup>400</sup>.

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 вмінь 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<sup>401</sup>.

Незважаючи на те, що Теодор Шульц належав до грона 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

<sup>397</sup> Schultz T. W. *Investment in People. The Economics of population Quality* / Theodore William Shultz. – Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 1980. – P. 48.

<sup>398</sup> Там же, P. 33–37.

<sup>399</sup> Там же, P. 17.

<sup>400</sup> Там же, P. 21.

<sup>401</sup> Там же, P. 37–39.

працевдатних осіб, враховуючи кількість працюючих, зросла у 6,4 раза<sup>402</sup>. Згідно з підрахунками, в кінцевому результаті помітним було зростання вартості навчання працевдатних осіб у 8,5 раза. Грунтуючи 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<sup>403, 404</sup>. 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 %<sup>405</sup>.

Методика оцінки ефективності освітніх інвестицій у розвиток людського капіталу на макрорівні представлена аналізом впливу на зростання національного доходу таких показників, як збільшення працюючих осіб та збільшення вартості навчання, що припадає на одну особу<sup>406</sup>. 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 спостерігалася в межах від 29 % до 50 %<sup>407</sup>.

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 випускни-

<sup>402</sup> Schultz T. W. *Investment in Human Capital: The Role of Education and of Research* / Theodore William Schultz. – New-York, London: The Free Press, 1971. – P 126–129.

<sup>403</sup> Schultz T. W. *Investing in People: The Economics of Population Quality* / Theodore William Schultz. – Berkeley&Los Angeles, London, University of California Press, 1981. – P 129.

<sup>404</sup> Schultz T. W. *In Menszen Investieren: die Ökonomik der Bevölkerungsqualität* / von Theodore W. Schultz; [übersetzt von Arnulf Kraiss]. – Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebek), 1986– P. 235.

<sup>405</sup> Там же, P. 129.

<sup>406</sup> Там же, P. 239.

<sup>407</sup> Там же, P. 240–241.

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

Таким чином, для забезпечення якісного відтворення індивідуального інтелектуального капіталу підприємство зацікавлене у підвищенні винагород своїм працівникам. В іншому випадку суб'єкт господарювання наражається на зниження темпів креації вартості спричинене зменшенням величини та зниженням якісних характеристик індивідуального інтелектуального капіталу. Зважаючи на вищенаведене, можемо констатувати, що інвестиційна діяльність підприємства, забезпечуючи розвиток індивідуального та соціального інтелектуального капіталу, чинить позитивний вплив на креацію вартості підприємства.

Натомість операційна діяльність підприємства охоплює етапи випуску і комерціалізації інноваційної продукції, формуючи поле для функціонування індивідуального та колективного інтелектуального капіталу. Звертаємо увагу, що розробка і випуск інноваційної продукції, дозволяючи забезпечувати конкурентоспроможність суб'єкта господарювання на глобальному ринку, визначається рівнем розвитку інноваційного капіталу, що чинить позитивний вплив на креацію вартості підприємства. Крім того, як у виробничій, так і в комерційній сферах діяльності суб'єктів господарювання спостерігаємо зростаючу популярність інформаційно-комунікаційних технологій, що вимагає розвитку інформаційного інтелектуального капіталу, який, таким чином, прискорює процеси креації вартості підприємства.

Принагідно зауважимо, що усі ці процеси відбуваються в межах розвитку ринкового капіталу, який в запропонованій нами моделі виступає складовим елементом колективного інтелектуального капіталу. Повний склад генераторів креації вартості підприємства, розглянутих крізь призму розвитку інтелектуального капіталу, відображений на рис. 2. 2.

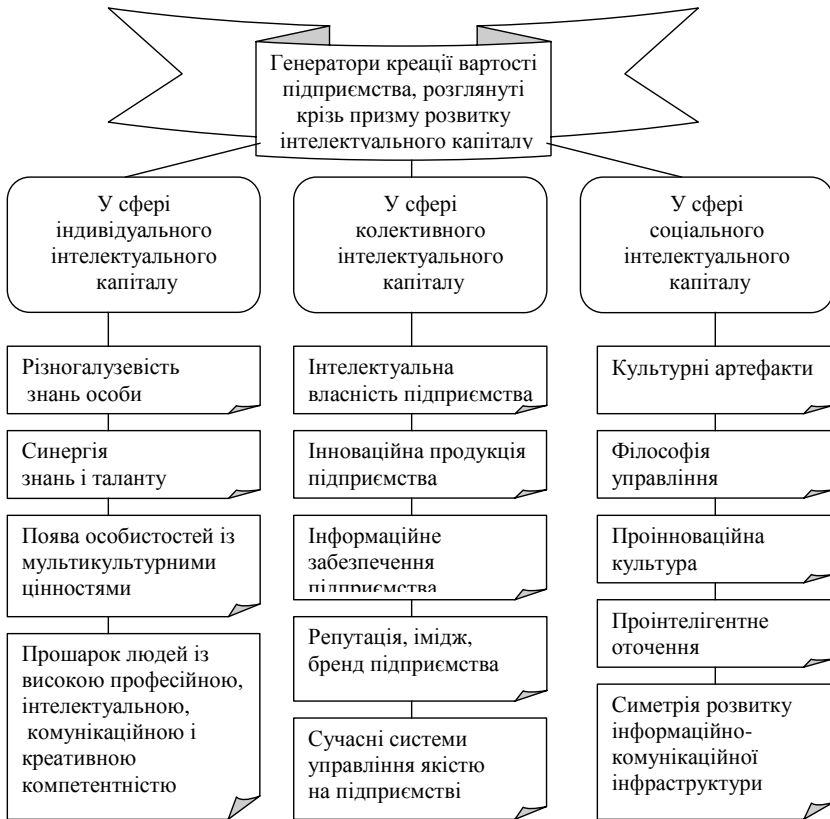


Рис. 2. 2. Інтелектуальні генератори креації вартості підприємства з інноваційною моделлю розвитку (джерело: власна розробка).

Так, наприклад, активізація ринкових генераторів креації вартості підприємства, що вивчається в межах концепції маркетингу, зорієнтованого на вартість («*value based marketing*»), дозволяє враховувати сферу формування вартості для клієнтів («*customers value*»), яка також спричинює синергійний ефект у вигляді вартості «*goodwill*». Крім того, у сфері функціонування колективного інтелектуального капіталу ключова роль нині належить генераторам, що дозволяють усунювати інформаційну асиметрію шляхом формування модерного інформаційного забезпечення виробничих процесів, підтримка високого рівня інноваційності підприємства сьогодні ґрунтується на інтелектуальній власності, її структурі, динаміці тощо.

Усвідомлення зміни генераторів креації вартості підприємства змушує до новелізації її механізму шляхом окреслення принципів побудови та визначення

критеріїв функціонування. Визначення принципів побудови механізму креації вартості підприємства обґрунтуємо, виходячи з інноваційної моделі розвитку, що є базовою на сучасному етапі розвитку економіки. Зважаючи на це, доцільно виділити низку таких принципів побудови механізму креації вартості підприємства, беручи до уваги пріоритетність цінностей:

➤ науковості – гарантуватиме базування на новітніх наукових досягненнях, що набуває надзвичайної актуальності в умовах «економіки знань», забезпечуючи швидкість прийняття правильних рішень;

➤ креативності – розширить застосування творчих підходів при побудові та створенні інтелектуального портфеля на підприємстві; латеральних напрямів аналізу даних, завдань, проблемних ситуацій, що загалом дозволяє вийти на альтернативні та новаторські підходи для забезпечення успішного функціонування суб'єкта господарювання;

➤ гнучкості – забезпечить швидкість реагування на зміни, які виступають важливим атрибутом оточення, де функціонує сучасне підприємство;

➤ соціальної відповідальності – дозволить утримувати високий рівень вартості «goodwill» підприємства, яка сьогодні є ключовим генератором креації вартості інтелектуального походження для відомих світових фірм.

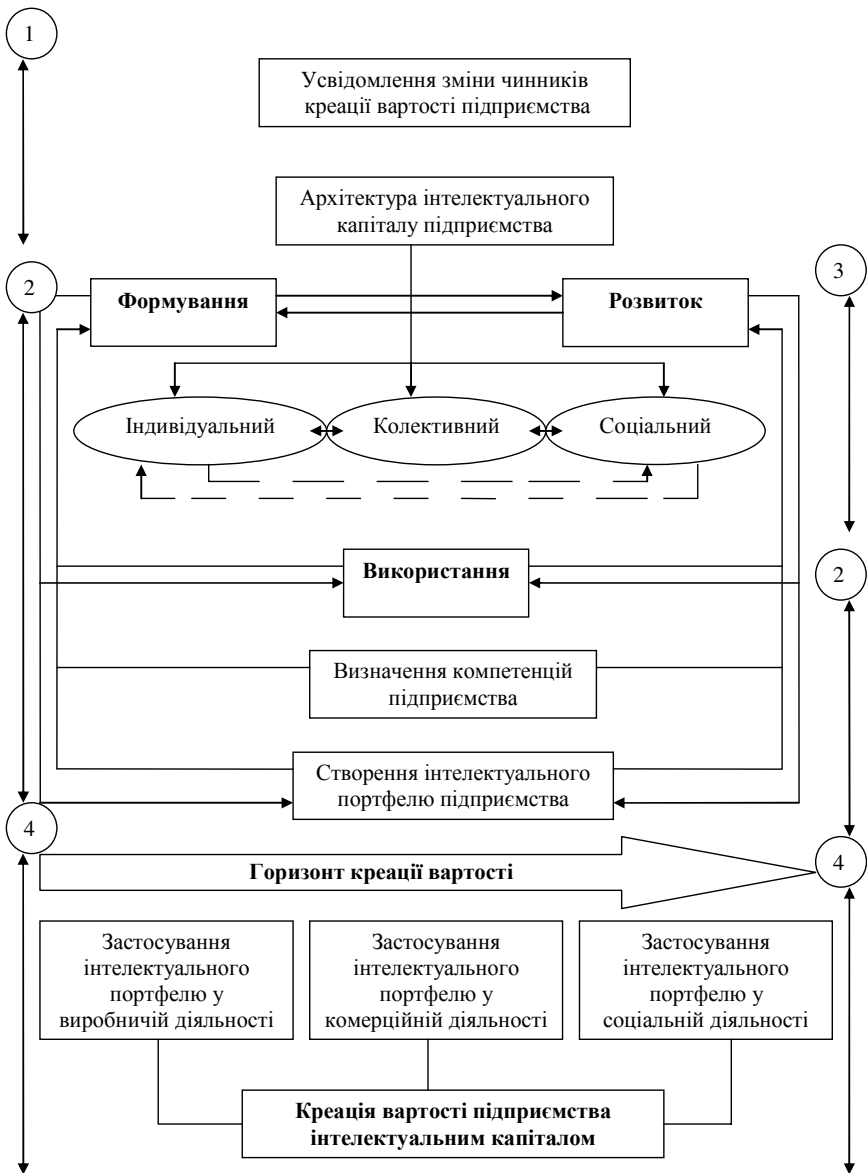
У свою чергу, забезпечення ефективності застосування механізму креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу цілком логічно вимагає його базування на основі врахування двох основних критеріїв:

➤ мінімізації витрат від функціонування ( $min_v$ ), що виступає в якості обґрунтування економічної ефективності;

➤ максимізації корисностей для власників, працівників, клієнтів та інших контрагентів, а також оточення ( $max_k$ ), що є відповіддю на вимоги соціальної доцільності.

Враховуючи те, що емпіричні дослідження засвідчують підвищення ролі інтелектуального чинника в забезпеченні високих темпів зростання ринкової вартості відомих світових фірм, які спостерігаємо протягом останнього часу, можемо припустити, що креація вартості підприємства також буде визначатися позитивною динамікою його функціонування. Цю закономірність можна вважати проявом того, що креація вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу спроможна попередити ймовірність виникнення негативних наслідків існування перманентного ринкового оточення, підґрунтя яких знаходиться в процесах «міграції вартості» в напрямі більш привабливих, інноваційних, а в результаті – конкурентоспроможніших суб'єктів господарювання.

Вважаємо, що «інтелектуальний ланцюг вартості» цілком виправдано може слугувати основою для побудови механізму креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу (рис. 2. 3). У запропонованому нами механізмі креації вартості підприємства вихідним елементом є усвідомлення зміни її генераторів, що зумовлено більш прийнятними умовами сучасної парадигми господарювання, зокрема глобалізацією, зменшенням впливу матеріальних, енергетичних, фінансових чинників, інформатизацією господарського та суспільного життя тощо.



\* Примітка: 1 – фаза дослідження; 2 – фаза освоєння; 3 – фаза інвестування; 4 – фаза зростання вартості.

Рис. 2. 3. Механізм креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу (джерело: власна розробка).

Зауважимо, що такий підхід неодмінно спричинює розуміння факту, що на сьогодні головним джерелом креації вартості виступає інтелектуальний капітал, зважаючи на притаманні йому швидші, порівняно з матеріальним, можливості до самозростання. Основною причиною такого стану речей є більші можливості підвищення продуктивності праці на базі її інтелектуалізації, адже саме модерні інформаційні технології сьогодні дозволяють суб'єктам швидко поширювати ключовий виробничий ресурс – знання, нівелюючи, таким чином, вплив критерію обмеженості цього ресурсу виробництва. Крім того, однакові знання як ресурс дозволяють формувати різні компетенції у суб'єктів господарювання, перетворюючи останніх у сучасний конкурентоспроможний чинник. Отже, усі суб'єкти ринку стають однаково зацікавленими у дифузії знань, поскільки це не знижує їх конкурентоспроможності.

Зростання впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства можна вважати характерною ознакою забезпечення зрівноваженого розвитку сучасних суб'єктів господарювання, що дає можливість поряд із економічними – прибуток, рівень інвестицій, конкурентоспроможність тощо, виділити соціальні – витрати на інформаційно-комунікаційні технології, визначення каталога цінностей, формування артефактів та проінноваційної організаційної культури – генераторів креації вартості підприємства. Такий підхід вимагає виділення в архітектурі інтелектуального капіталу трьох блоків – формування, розвитку і використання, що додатково зумовлюється ще й різними фазами функціонування, а також особливостями економічної діагностики. Так, оцінка стану інтелектуального капіталу буде здійснюватися у сфері його формування, динаміки – у сфері розвитку, а ефекти креації вартості можна проаналізувати як кінцевий результат ефективності його використання.

У свою чергу, усвідомлення переваги інтелектуальних генераторів креації вартості пояснює доцільність структуризації інтелектуального капіталу шляхом виділення в його архітектурі трьох основних груп – індивідуального, колективного та соціального (Додаток Б). Необхідність такого поділу пояснюється також особливостями планування витрат і визначення співвідношення їх структури для знаходження оптимальних меж розподілу.

Якщо, формування інтелектуального капіталу, яке базується на основі економічної діагностики, здійснюється на фазах дослідження й освоєння, то його розвиток забезпечується на фазах дослідження та інвестування. При цьому доцільність врахування результатів діагностики при формуванні інтелектуального капіталу підприємства впливає з економічних цілей здійснення підприємницької діяльності. Саме це в умовах нестабільності та турбулентності оточення зумовлює появу високого рівня невизначеності, отримання, з одного боку, високих економічних ефектів, які пропонуємо розглядати як кінцеві результати функціонування індивідуального та колективного інтелектуального капіталів, а з другого – синергічних, що дозволяє уникати стагнації, попереджувати банкрутство та ліквідацію підприємства.

Однак, нинішні дискусії науковців усе більше спрямовані на доцільності врахування не лише економічних, а й соціальних генераторів креації вартості

підприємства. Сучасна парадигма господарювання, яка характеризується переміщенням акцентів у бік соціуму, змушує науковців та економістів-практиків до пошуку векторів гармонізації інтересів бізнесового, публічного та громадського секторів, що відображається виділенням соціальних цілей підприємства. Так, підвищення соціальної відповідальності бізнесу виступає невід'ємним генератором креації вартості підприємства шляхом створення його позитивного іміджу, формування лояльності клієнтів і стабільної клієнтської бази, довіри контрагентів та відбувається завдяки розвитку соціального інтелектуального капіталу. Зауважимо також, що незважаючи на яскраво виражену соціалізацію економічного поступу, як нівелювання пріоритетності економічних цілей у практиці креації вартості підприємств, так і не врахування соціальних – є однаково неконструктивними рішеннями.

Запропонований механізм креації вартості підприємства базується на припущенні, що його фундаментальною основою є формування, розвиток і використання інтелектуального капіталу, представленого у розрізі його структурних елементів – індивідуального, колективного та соціального. При цьому наголошуємо, що доцільність розмежування вказаних параметрів пояснюється особливостями планування витрат і їх співвідношення з компетенціями підприємства. Відтак, тут закінчуються фази інвестування й освоєння інтелектуального капіталу, логічним завершенням яких, на наше переконання, виступає створення інтелектуального портфеля і визначення компетенцій підприємства.

Ефективність використання інтелектуального капіталу забезпечує створення інтелектомісткої продукції і перехід у фазу креації вартості. Згідно з нашими міркуваннями, економічна оцінка сфер формування, розвитку та використання інтелектуального капіталу повинна завершуватися створенням інтелектуального портфеля і визначенням компетенцій підприємства. Такі припущення відповідають вимогам, які ставляться до сучасних моделей креації вартості підприємств, що функціонують в межах однієї бізнесової мережі («*business network*») (рис. 2. 4)<sup>408</sup>.

Принагідно зауважимо, що підґрунттям для виділення компетенцій послужила розроблена ще на початку ХІХ ст. Фредеріком Тейлором теорія наукового управління – «наука замість традиційних навичок, гармонія замість протиріч, співробітництво замість індивідуальної роботи, максимальна продуктивність замість обмеження продуктивності, розвиток кожного робітника до максимальної доступної йому продуктивності та максимального добробуту» (1911 р.)<sup>409</sup>. Саме «система Тейлора» дозволила доводити залежність між вартістю для клієнта та ключовими компетенціями, представляючи останніх як «вартість, за яку клієнти готові заплатити»; Лауренсе Прусаку у 2001 р. пропонувати в межах концепції менеджменту знань розглядати останніх як потенціалу

<sup>408</sup> Hellander N. A Value-Creating Network Analysis from Software Business / Nina Hellander, Marianne Kukko // International Journal of Management and Marketing. – 2009. – Vol. 2. – № 1. – P. 76.

<sup>409</sup> Тейлор Ф. Принципи наукового менеджмента; [пер. с англ. А. И. Зак] / Фредерик Уинслоу Тейлор. – К.: Журнал «Контроинг», 1991. – С. 101–102. – (Серия «Классики менеджмента»).



для досягнення успіху, а компетенції пов'язувати з продуктивністю<sup>410</sup>; Рону Санчесу в 2002 р. – акцентувати увагу на управлінських компетенціях («*managerial competences*»)<sup>411</sup> та позитивному впливі знань і компетенцій на якість стратегічного управління на підприємстві; Ніні Хелленде та Маріанні Кукко представити у 2009 р. аспекти креації вартості, розглянуті з перспективи трьох основних елементів – вартості для клієнта («*customers value*»), ключових компетенцій («*core competencies*») та зв'язків («*relationships*»)<sup>412</sup>.

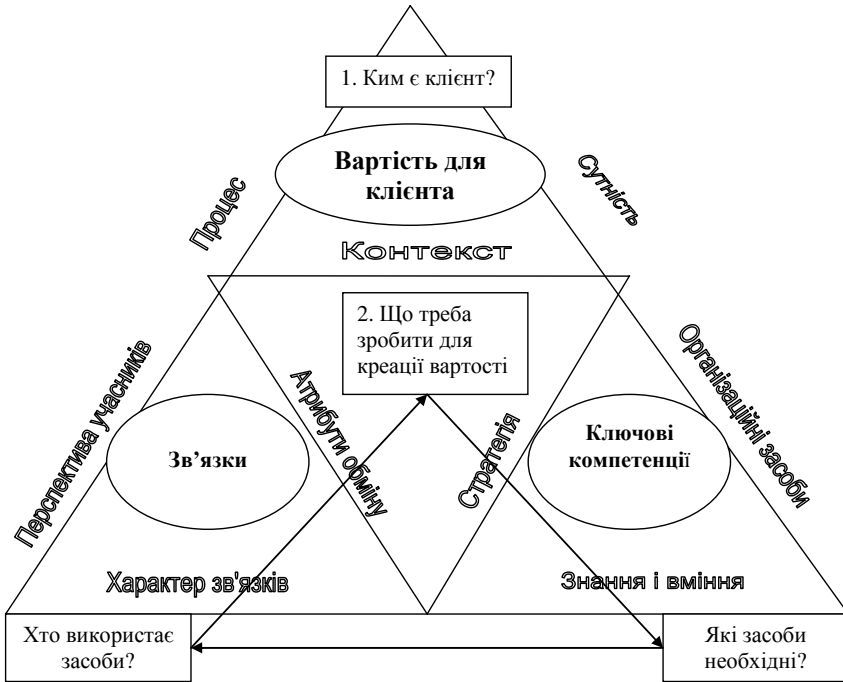


Рис. 2. 4. Модель креації вартості підприємства Н. Хелленде, М. Кукко (джерело: Hellander N. A Value-Creating Network Analysis from Software Business / Nina Hellander, Marianne Kukko. // International Journal of Management and Marketing. – 2009. – Vol. 2. – № 1. – P. 76).

<sup>410</sup> Prusak L. Where did Knowledge Management Come from? / Laurence Prusak. // IBM Systems Journal. – 2001. – Vol. 40. – № 4. – P. 185–206. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://old.disco.unimib.it/simone/tca/prusak.pdf> (22.02.2015)

<sup>411</sup> Sanchez R. Knowledge Management and Organizational Competence / Ron Sanchez, Yasmin Merali, Johan Stein [Edited by Ron Sanches]. – New-York: Oxford University Press, 2001. – P. 172.

<sup>412</sup> Hellander N. A Value-Creating Network Analysis from Software Business / Nina Hellander, Marianne Kukko // International Journal of Management and Marketing. – 2009. – Vol. 2. – № 1. – P. 73–88.

У науковому термінологічному полі на поняття «організаційної компетентності як комбінації організаційних ресурсів і процесів, які лежать в основі стійких конкурентних переваг» («*organizational competence*») натрапляємо у 2001 р. в праці науковця Майкла Левіса при розробці нових продуктів чи процесів<sup>413</sup>; у 2004 р. у Веса Таатіла уточнив дане тлумачення як «внутрішню здатність організації ... залежно від конкретної ситуації – певної комбінації індивідуальних, структурних та засобових досягати можливостей впливати на здатність виконувати цільові завдання»<sup>414</sup>. Дослідник виділяє індивідуальні та організаційні атрибути компетенцій. Цікаво, що у їх площині помітними є домінувати інтелектуального капіталу, зокрема в першій групі – це «креативність, інтелект, знання і навички, поведінкові риси, мотивація, зобов'язання та комунікаційні можливості, а в другій – «керівні принципи, організаційні процеси, організаційна культура, знання, управлінський досвід, організаційне навчання, інформаційні системи й інформаційні технології, виробниче середовище»<sup>415</sup>. Власне, аналізуючи думки економіста, приходимо до розуміння, що запропоновані елементи відповідають, згідно з нашою структуризацією інтелектуального капіталу підприємства, відповідно індивідуальному, колективному та соціальному капіталам.

Зважаючи на предмет дослідження, можемо стверджувати, що коли йдеться про креацію вартості підприємства, то логічно буде послуговуватися поняттями капіталу знань і компетенцій, оскільки їх фундаментальною основою є властивість до самозростання. Саме ідентифікація компетенцій підприємства, на нашу думку, забезпечить повне використання потенціалу до креації вартості. Отже, виділення компетенцій в окремий блок механізму креації вартості підприємства є важливим кроком, який дозволить ідентифікувати її інтелектуальні чинники та створить нові резерви її активізації, що, в результаті забезпечить ймовірність зменшення «лаку вартості».

У представленому авторському механізмі креації вартості підприємства акцентуємо увагу на ключовому значенні побудови якісного *інтелектуального портфеля*, що являє собою сукупність інтелектомістких пропозицій, структурованих за певними параметрами та визначеними на певну дату.

На основі аналізу фахової літератури та практики відомих успішних фірм у площині інтелектуального портфеля підприємства пропонуємо виділити такі складові його елементи:

<sup>413</sup> Lewis A. M. Success, Failure and Organizational Competence: a Case Study of the New Product Development Process / Michael A. Lewis. // Journal of Engineering and Technology Management. – 2001. – Vol. 18 (2). – P. 190.

<sup>414</sup> Taatila V. The Concept of the Organizational Competence – a Foundational Analysis / Vesa Taatila. – P. 4. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/13248/9513917185.pdf?se> (22.02.2015)

<sup>415</sup> Taatila V. The Concept of the Organizational Competence – a Foundational Analysis / Vesa Taatila. – P. 30–66 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/13248/9513917185.pdf?se> (22.02.2015)

- портфель марок, що зумовлено доведеною у численних дослідженнях необхідністю створення вартості для клієнта;
- портфель інтелектуальної власності, доцільність виділення якого визначається перевагами інноваційних моделей розвитку сучасних підприємств;
- портфель інтелектомістких товарів, в т. ч. екологічно-чистої продукції.

Крім того, конструкція механізму креації вартості не була б повною без чіткого окреслення компетенцій підприємства, які посилюють його репутацію серед працівників (в тому числі потенційних), наочно представляючи якісний показник зайнятості (EQ). Такий підхід, у свою чергу, дозволяє забезпечувати системну конкурентоспроможність індивідуального інтелектуального капіталу підприємства шляхом утримання стабільної пропозиції праці з боку найкращих фахівців.

Отже, доцільність розгляду компетенцій як важливого чинника креації вартості підприємства є аргументованою у закордонних дослідженнях економістів. Однак, на жаль, у практиці господарювання вітчизняних підприємств дана тематика є недостатньо дослідженою, що значно обмежує потенційні можливості забезпечення конкурентоспроможності та успішного функціонування. Аргументуючи успішність функціонування механізму креації вартості підприємства, зацентруємо на важливості формування прогресивного, відкритого та інноваційно налаштованого менеджерського корпусу, спроможного його організувати на базі розвитку інтелектуального капіталу.

Підсумовуючи зазначимо, що напрацьований нами механізм креації вартості підприємства дозволяє зважати на аспекти «міграції вартості», нівелюючи вплив ймовірності її деструкції, що виникають внаслідок упущень у розвитку інтелектуального капіталу та кристалізуючи вектори зростання на рівні підприємства й оточення.

## РОЗДІЛ 3

# Методологічні домінанти економічної діагностики впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості сучасного підприємства

### 3. 1. Прагматизм дослідження ефектів креації вартості підприємства

В умовах «нової парадигми» у діяльності суб'єктів господарювання все помітнішим 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 ефектів креації вартості підприємства, розглянутих крізь призму розвитку інтелектуального капіталу. Вирішення вказаних проблем ускладнюється тим, що на сьогодні практично обмежена можливість здійснення його моніторингу та оцінки за традиційною моделлю бухгалтерського обліку, відсутність єдиноприйнята класифікація, наявна різноманітна палітра вимірників тощо. Крім того, розгляд інтелектуального капіталу як багатоаспектного, багатовимірного та широко ендогенно- і екзогеннодетермінованого явища суттєво ускладнює оцінку ефектів креації вартості, спричинених його впливом.

Пошук імпульсів до зрівноваженого розвитку підприємств на основі креації вартості, яка з'являється в науково-термінологічному просторі у зв'язку з популяризацією концепції Альфреда Раппапорта «управління на основі вартос-

ті» (*Value Based Management – VBM*), активізував дискусії щодо посилення позитивного впливу нових чинників. Один із них – розвиток інтелектуального капіталу, який дозволяє найшвидше реагувати на сучасні виклики. Так, інтелектуальний капітал у сфері сучасних наукових розвідок усе частіше вказується фактором, що позитивно впливає на «ринковий потенціал та конкурентні позиції»<sup>416</sup>, «капіталізацію підприємства»<sup>417</sup>, «побудову майбутнього конкурентного потенціалу»<sup>418</sup>, «пошуку конкурентних переваг»<sup>419,420</sup>. Його наявність засвідчена різницею між ринковою та балансовою вартістю суб'єктів господарювання.

Моніторинг наукового дискурсу підтверджує, що залежність між окремими складовими модулями інтелектуального капіталу та креацією вартості сучасних підприємств виділена в рамках концепції «платформи вартості» інтелектуального капіталу, фундатором якої є Лейф Едвінсон<sup>421</sup>. Так, на взаємозв'язках між окремими елементами інтелектуального капіталу та вартістю підприємства наголошували Лейф Едвінсон, Міхаель Мелоун, які довели вплив людського та структурного капіталів на формування ринкової вартості фірми «Skandia»<sup>422</sup>; Лейф Едвінсон і Патрік Салліван<sup>423</sup>, Маріуш Братніцкі та Януш Стрижина, що оцінили вплив знань на вартість<sup>424</sup>.

На впливі складового модуля інтелектуального – соціального капіталу на ринкову вартість підприємства наголошували Маріуш Братніцкі, Януш Стрижина<sup>425</sup> та Марк Мак-Ілрей<sup>426</sup>. Також привертає увагу дослідження взаємозале-

<sup>416</sup> Marcinkowska M. Kształtowanie wartości firmy / Monika Marcinkowska. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – S. 93. – (Seria Przedsiębiorczość).

<sup>417</sup> Dobija D. Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa / Dorota Dobija. – Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, 2004. – s. 27.

<sup>418</sup> Mroziewski M. Kapitał intelektualny współczesnego przedsiębiorstwa. Konceptje, metody wartościowania i warunki jego rozwoju / Marian Mroziewski. – Warszawa: Difin, 2008. – s. 48.

<sup>419</sup> Aras G., Aybars A., Kutlu O. The interaction between corporate social responsibility and value added intellectual capital: empirical evidence from Turkey / Güler Aras, Asli Aybars, Ozlem Kutlu. // Social Responsibility Journal, 2011, Vol. 7(4). – P. 623.

<sup>420</sup> Lungu C. Intellectual Capital Research through Corporate Social Responsibility: (Re) Constructing the Agenda / Camelia Iuliana Lungu, Chirata Caraiani, Cornelia Dascălu. // World Academy of Science, Engineering and Technology, 2012, Vol: 6(4). – P. 50.

<sup>421</sup> 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.

<sup>422</sup> 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. 45, 106. – (Seria Przedsiębiorczość).

<sup>423</sup> Edvinsson L. Developing a Model for Managing Intellectual Capital / Leif Edvinsson, Patrick Sullivan // European Management Journal. – 1996. – Vol.14. – № 4. – P. 363.

<sup>424</sup> Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny/ [Praca zbiorowa pod red. Mariusza Bratnicki, Janusza Strzyżyny]. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2001. – S. 111.

<sup>425</sup> Bratnicki M. Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny/ [Praca zbiorowa pod red. Mariusza, Janusza Strzyżyny]. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2001. – S. 49.

жностей Амі Хіллман та Джеральдом Кеймом між інтелектуальним капіталом та соціальною відповідальністю бізнесу, а також їх впливу на вартість підприємства<sup>427</sup>. Наукові пошуки у цій царині тривають і досі. Наприклад, вартісно-творчу роль соціального капіталу обґрунтовано у працях Анжеліки Лібертовської, що стверджує «соціальний капітал причетний до творення нової вартості підприємств»<sup>428</sup>. Зважаючи на те, що забезпечення зрівноваженого розвитку підприємства стає пріоритетом у сучасних умовах господарювання, то є посилення впливу соціального капіталу, зокрема й у сфері креації вартості, – очевидно й беззаперечне.

За останні роки з'явилася низка дослідників (Томаса Дуенінга, Роберта Лісріха, Міхаеля Лехтера), щовивчають вплив іншої складової інтелектуального капіталу – ринкового (маркетинг, комунікаційні технології зв'язків зі споживачами)<sup>429</sup> – на креацію вартості підприємства («*Creating Enterprise Value*»). Привертають увагу праці Тимотеуша Добегальського, який доводить вплив клієнтського капіталу на вартість підприємства та Барбари Добегали-Корони, що наголошує на визначальному впливі знань про клієнта<sup>430</sup>.

Зважаючи на роль генератора інформаційно-комунікаційних технологій у розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання, позиція Ремігіуш Ожеховські<sup>431</sup> та ін. щодо зростання значення інформаційного капіталу на креацію вартості підприємства є виправданою.

Наукові розвідки Марка Хурля, Веніаміна Робінсона, Йвонна Каннера, Стівена Кортеза, присвячені формуванню потенціалу вартості підприємств (*Potential Enterprise Value*) крізь призму таких структурних елементів інтелектуального капіталу, як ринковий (брендовий, клієнтський капітал) та соціальний (креація культури)<sup>432</sup>. Зазвичай ключова роль ринкового капіталу у ефек-

<sup>426</sup> McElroy M. W. Social innovation capital / Mark W. McElroy // Journal of Intellectual Capital. – 2002. – Vol. 30. – № 1. – P. 35 [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).

<sup>427</sup> Hillman A. Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom Line? / Ami J. Hillman, Gerald Keim // Strategic Management Journal, 2001. – Vol. 22(2). – P. 125–139.

<sup>428</sup> Libertowska A. Kapitał społeczny w zarządzaniu wartością przedsiębiorstwa. Wybrane aspekty / Anzeliika Libertowska // Economics and Management, 2014, – № 2. – S. 88–91, 96.

<sup>429</sup> Duening N. T. Technology Entrepreneurship: Creating, Capturing, and Protecting Value / Thomas N. Duening, Robert A. Lisrich, Michael A. Lechter. – Amsterdam: Published by Elsevier Inc., 2010. – P. 73–75.

<sup>430</sup> Strategia Lizbońska a zarządzanie wartością / [A. Drwiłło, M. Wróblewska, M. Jastrzębska oraz inni] ; red. Leszek Pałwicz. – [Wyd.1]. – Warszawa: Wyd. Fachowe „CeDeWu.pl”, 2006. – S. 341–357, 439–469.

<sup>431</sup> Strategia Lizbońska a zarządzanie wartością / [A. Drwiłło, M. Wróblewska, M. Jastrzębska oraz inni] ; red. Leszek Pałwicz. – [Wyd.1]. – Warszawa: Wyd. Fachowe „CeDeWu.pl”, 2006. – S. 391–400.

<sup>432</sup> Hurley P. M. Creating, Measuring and Unlocking Enterprise Value in a Wealth Manager / Mark P. Hurley, Benjamin J. Robins, Yvonne N. Kanner, Steven E. Cortez, Shehzad Sippy, Jonatan Yu. – Fiduciary Network, LLC, 2010. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.fiduciarynetwork.com/site/wp-content/uploads/2014/04/FN\\_Creating\\_Measuring.pdf](http://www.fiduciarynetwork.com/site/wp-content/uploads/2014/04/FN_Creating_Measuring.pdf) (15.07.2013).

тивності функціонування суб'єктів господарювання, а нині – у креації вартості підприємств, який розширює можливості утримання наявних сегментів та захоплення нових ніш, уже не викликає сумнівів.

Серед науковців, які вперше у 1994 р. зацентрували увагу на необхідності виділення головних факторів для оцінки формування вартості підприємств, були Том Коппеленд, Тім Колле та Джек Муррін<sup>433</sup>. Нині серед пріоритетних чинників цілком заслужено опинився інтелектуальний капітал, що дозволяє суттєво підвищувати продуктивність праці.

Цілком виправданими є твердження науковців щодо важливості нарощення потенціалу формування вартості серед сучасних суб'єктів господарювання. Адже, за даними «*Fiduciary Network*» такий потенціал нині мають лише 10-15% суб'єктів господарювання<sup>434</sup>, це знову ж свідчить про необхідність вивчення аспектів оцінки ефектів креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу. Крім цього, результати таких досліджень через інформування бізнесових кіл допоможуть підвищити інвестиційну привабливість, транспарентність і конкурентоспроможність вітчизняних суб'єктів господарювання. Це означає, що будь-яке підприємство, яке прагне конкурентних переваг, повинне звернути особливу увагу на розвиток інтелектуального капіталу, адже це найефективніший шлях для успішної креації вартості.

Зважаючи на наведені вище взаємозв'язки між елементами інтелектуального капіталу, можемо стверджувати, що існує пряма залежність між рівнем його розвитку та креацією вартості підприємства. При цьому зауважимо, що результат вивчення подібних закономірностей доцільно репрезентувати як вигляді ефекти креації вартості підприємства, спричинені розвитком інтелектуального капіталу. Таким чином, стає очевидним, що подальші дослідження вимагають виділення ефектів креації вартості підприємств, які мають інтелектуальне походження. Для реалізації цього завдання необхідно вивчити архітектуру двох понять: інтелектуальний капітал підприємства та креація вартості підприємства, а також виділити та оцінити ефекти, спричинені їх взаємозв'язками. Враховуючи неведені вище вимоги, вважаємо, що методологічні домінанти економічної діагностики впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства тобто ефектів креації вартості, доцільно сконцентрувати на трьох рівнях (рис. 3. 1):

1) моніторинг вартості підприємства, у результаті якого можна визначити критерії і підходи до його здійснення, що дозволить окреслити вимірники та методики розрахунку основних показників, які характеризують стан, динаміку та окреслюють перспективні вектори креації вартості. Принагідно зауважимо, що умови економіки знань, спричинивши зміни сили впливу різних чинників на креацію вартості, викликаних моделлю зрівноваженого розвитку, перемістили на перемістили на перше місце фактор інтелектуального капіталу;

<sup>433</sup> Copeland T. Wycena: mierzenie i kształtowanie wartości firm; / Tom Copeland, Tim Koller, Jack Murrin; [przeł. z ang. Alek Kaunuskas, Tomasz Wiazowski]. – Warszawa: WIG PRESS, 1997. – P. 87. – (XVI).

<sup>434</sup> Там же, P. 5.

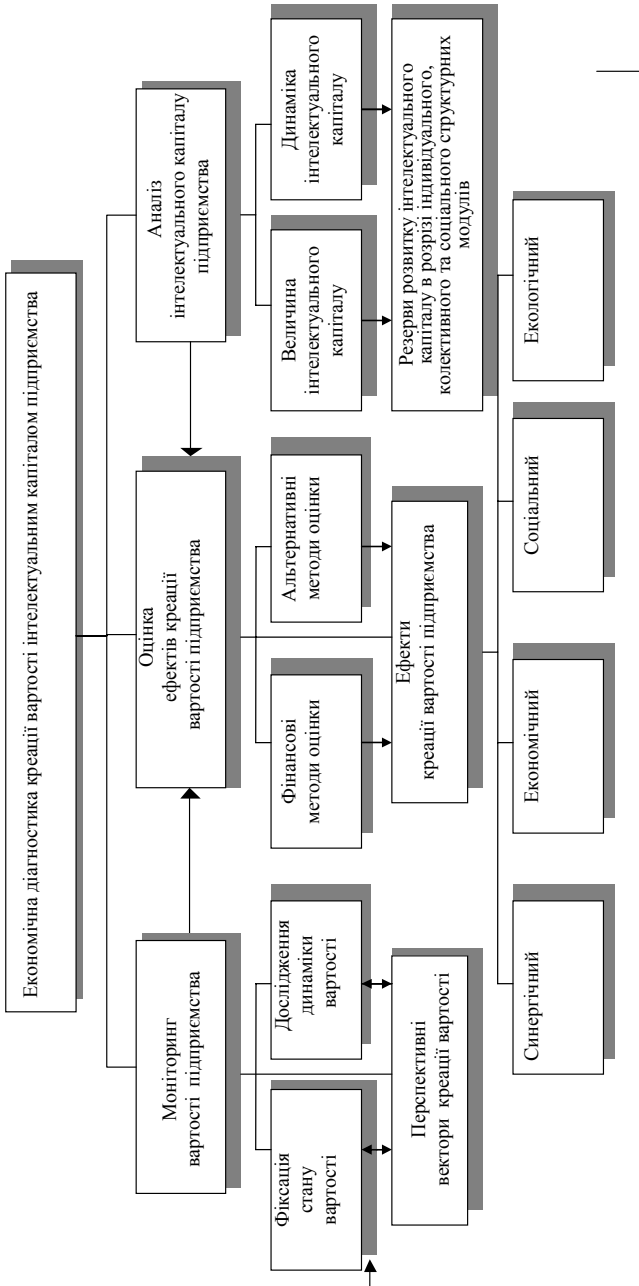


Рис. 3. 1. Економічна діагностика креації інтелектуальним капіталом підприємства (джерело: авторська розробка).



2) здійснення аналізу стану, динаміки та ефективності використання інтелектуального капіталу, що полягає у визначенні резервів розвитку крізь призму таких складових елементів: індивідуального, колективного та соціального капіталів, вплив яких на креацію вартості сучасних підприємств невіддільно зростає. Посилення впливу інтелектуального капіталу наданий процес зумовлене особливостями нового виробничого ресурсу – знань, ефективність яких додатково підтримується можливостями їх поширення інформаційно-комунікаційними технологіями;

3) опрацювання методологічної електики оцінки впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства, оскільки саме цей вплив в умовах економіки знань продовжує бути визначальним для забезпечення зрівноваженого, екобезпечного стратегічного розвитку суб'єкта господарювання.

Необхідність діагностики впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства є беззаперечною, оскільки уможливорює вирішення актуальних проблем забезпечення зрівноваженого розвитку суб'єкта господарювання, тобто поступу в сфері інноваційності, екологічності та соціальної відповідальності бізнесу, зокрема щодо:

- оцінки та виявлення резервів креації вартості, які мають інтелектуальне походження;
- організації планування і контролінгу в сфері інтелектуальної, інноваційної та соціальної діяльності підприємства;
- розширення застосування сучасних систем управління якістю;
- покращення інформаційного забезпечення та комунікаційної політики;
- організації купівлі/продажу прав інтелектуальної власності;
- посилення відповідності підприємства критеріям соціальної відповідальності (*Corporate Social Responsibility – CSR*);
- підвищення конкурентоспроможності;
- модернізації векторів стратегічного розвитку.

Відтак, беручи до уваги напрацювання сучасної фінансової та економічної думки, зауважимо, що діагностика впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства, тобто ефектів креації вартості, повинна здійснюватися із дотриманням певних принципів, зокрема:

- науковості, що полягає у використанні у процесі діагностики нових, прогресивних методів, технологій та інструментів дослідження;
- плановості, який забезпечує перманентність досліджень і гарантує отримання обґрунтованих закономірностей динамічних трендів;
- економічності, що гарантує мінімізацію витрат на здійснення діагностичних процедур.

Дотримання зазначених принципів в умовах економіки знань забезпечить конструктивну діагностику аспектів управління вартістю підприємства та розширить можливості ухвалення управлінських рішень, скерованих на її креацію шляхом розвитку інтелектуального капіталу.

Відтак, згідно з нашими міркуваннями, кінцевим результатом економічної діагностики креації вартості підприємства, розглянутої крізь призму розвитку інтелектуального капіталу будуть її ефекти. Виходячи з цього, вважаємо доцільним виділити три етапи у опрацюванні схеми оцінки ефектів креації вартості підприємства. На першому етапі пропонуємо провести моніторинг вартості підприємства, щоб з'ясувати величину, динаміку та перспективність векторів креації вартості у конкурентних умовах господарювання. Другий етап охоплює процеси аналізу стану, руху та визначення перспективних напрямків розвитку інтелектуального капіталу суб'єкта господарювання<sup>435</sup>. На третьому, завершальному етапі, пропонується визначити методи оцінки та види ефектів креації вартості, які мають інтелектуальне походження.

Економічна діагностика креації вартості передбачає вирішення комплексу таких питань: визначення критеріїв і показників її моніторингу, аналіз інтелектуального капіталу підприємства та опрацювання методологічної електики її зумовленості розвитком інтелектуального капіталу підприємства.

Палітра методів оцінки впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства та визначення її ефектів, яку пропонує сучасна економічна література – багатогранна й неоднозначна (Додаток В). Серед відомих підходів до методології оцінки ефектів креації вартості підприємств є простіші і складніші, дуже трудомісткі й дорогі при застосуванні. Більшість з них дозволяє визначати економічний ефект, базуючись на удосконаленні відомих фінансових показників (WACC<sup>436</sup>, DCF<sup>437</sup>, FCF<sup>438</sup>, CFPS<sup>439</sup>, CFROI<sup>440</sup>, EVA<sup>441</sup>, SVA<sup>442</sup>, TIS<sup>443</sup> тощо), ця методика буде описана нижче. Наприклад, Тадеуш Дудич (нар. 1961 р.) презентує доцільність креації вартості через удосконалення управління оборотним капіталом суб'єктів господарювання<sup>444</sup>, а збільшення загальної «вартості підприємства бачить на основі нарощування часткових вартостей»<sup>445</sup>; Тадеуш Юрковскі стверджує, що показник економічної доданої вартості (EVA) «сконцентрований на створенні вартості»<sup>446</sup>; Збігнев Крисяк при моделюванні

<sup>435</sup> див. Собко О. М. Інтелектуальний капітал підприємства: концептуалізація – функціонування – розвиток / Ольга Собко; [монографія]. – Тернопіль: Крок, 2014. – 360 с.

<sup>436</sup> WACC (*Weighted Average Cost of capital*) – середньо-зважена вартість капіталу.

<sup>437</sup> DCF (*Discounted Cash Flow*) – дисконтовані грошові потоки.

<sup>438</sup> FCF (*Free Cash Flow*) – вільні грошові потоки.

<sup>439</sup> CFPS (*Cash Flow per Share of Company*) – грошові потоки на 1 акцію.

<sup>440</sup> CFROI (*Cash Flow Return of Investment*) – час повернення грошових коштів, вкладених в інвестиційні заходи.

<sup>441</sup> EVA (*Economic Value Added*) – економічна додана вартість.

<sup>442</sup> SVA (*Shareholder Value Added*) – додана вартість для акціонерів.

<sup>443</sup> TIS (*Total Income to Shareholders*) – загальний дохід для акціонерів.

<sup>444</sup> Dudycz T. *Finansowe narzędzia zarządzanie wartością przedsiębiorstwa* / Tadeusz Dudycz; [monografie]. – Wydanie 2. – Wrocław: Wydawnictwo AE, 2002. – 317 s. – (Seria: Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu).

<sup>445</sup> Dudycz T. *Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa* / Tadeusz Dudycz. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2005. – S 30.

<sup>446</sup> *Strategia Lizbońska a zarządzanie wartością* / [A. Drwiłło, M. Wróblewska, M. Jastrzębska] ; red. Leszek Pałwicz. – [Wyd.1]. – Warszawa: Wyd. Fachowe „CeDeWu.pl”, 2006. – S. 378.

вартості фірми опирається на показниках майбутніх грошових потоків (*FCFF*) і середньо-зваженої вартості капіталу (*WACC*)<sup>447</sup>; Бартломеї Ніта, представляючи елементи процесів створення вартості підприємства, виділяє переваги та недоліки фінансових методик оцінки її креації<sup>448</sup>, слухно виводячи їх у дискусійну площину, що підтверджує перспективність предмету нашого дослідження.

Аналіз аксіометодології креації вартості сучасних дозволяє констатувати підприємств, що вони переважно базуються на фінансових методах обрахунку загальної величини економічного ефекту. На жаль, такі підходи не дозволяють виявити резерви зростання сутності суб'єкта господарювання за рахунок окремих складових модулів інтелектуального капіталу. Відтак, актуальними залишаються проблеми опрацювання універсальної методики оцінки ефектів креації вартості «інтелігентних» підприємств, які виступають ключовою первинною ланкою економіки знань.

Суттєвим недоліком наявних методик оцінки ефектів креації вартості підприємств є відсутність обґрунтування можливостей і економічної доцільності їхнього використання на відповідних рівнях, наприклад, для моніторингу креації вартості можна застосувати найпростіші методи, які б забезпечували формування певного інформаційного простору. Водночас оцінка впливу інтелектуального капіталу на величину і якість ефектів креації вартості вимагає застосування професійно підібраних підходів для виявлення резервів підвищення потенціалу підприємства у сфері креації вартості на чому у своїх дослідженнях наголошував ще Альфред Раппапорт. Сучасні науковці, зокрема Адам та Марек Яблоньські, цілком слухно акцентують на необхідності утримання «постійної спроможності підприємства до креації вартості»<sup>449</sup>, що, на нашу думку, досягне лише на основі оцінки її ефектів у розрізі складових модулів інтелектуального капіталу суб'єкта господарювання.

Генезис формування методології оцінки ефектів креації вартості підприємства на основі інтелектуального капіталу включає три етапи: перший (кінець ХХ ст.) – пов'язаний із напрацюванням найпростіших інструментів, які можуть бути використані для вимірювання величини і динаміки інтелектуального капіталу; другий (кінець 80-90 рр. ХХ ст.) – характеризується пристосуванням наявних методик оцінки підприємства (доходових, майнових, змішаних) до використання для оцінки вартості підприємства, зокрема скерування для врахування впливу на креацію вартості підприємства інтелектуального капіталу; третій (із 2004 р.) – представляє альтернативні напрацювання у розробці загальноприйнятої, конструктивної методології оцінки ефектів креації вартості підприємства, в основі виникнення яких лежить інтелектуальний капітал, що забезпечує зни-

<sup>447</sup> Współczesne źródła wartości przedsiębiorstwa/ [A. Herman, W. Szymański, G. Wójtowicz oraz inni] ; red. Barbary Dobiegały-Korony i Andrzeja Hermana. – Warszawa: Difin, 2006. – S. 157–190.

<sup>448</sup> Nita B. Metody wyceny i kształtowania wartości przedsiębiorstwa / Bartłomiej Nita. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2007. – S. 107–143.

<sup>449</sup> Jabłoński A. Cykl życia wartości przedsiębiorstw wobec kondycji modelu biznesu / Adam Jabłoński, Marek Jabłoński // Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie, 2013. – № 4. – S. 61.

ження «лакуни вартості». Зазначимо, що сучасні етапи наукових досліджень ще не досягнув свого логічного завершення, яке дозволить забезпечити прийняття конструктивних управлінських рішень на підприємстві.

Дослідження ефектів креації вартості підприємства на базі розвитку інтелектуального капіталу, представлені у панорамі сучасної економічної літератури, засвідчують, що цей вектор – відносно новий та недостає опрацьований, тому знаходиться в дискусійній площині, що свідчить про своєчасність нашої наукової розвідки. Принагідно зауважимо, що оновлення векторів креації вартості підприємства зумовлене глобалізаційними економічними процесами та змінами умов забезпечення локального розвитку, що виникають на їх основі.

Удосконалення методології оцінки ефектів креації вартості підприємства, породжених розвитком інтелектуального капіталу, відбувається в рамках концепції оцінки підприємства. Тут, не можливо оминати дослідження, здійснені Магдаленою Росінською-Буковською, оригінальний підхід якої до оцінки ефектів креації доданої вартості підприємства базується на виділенні ключової ролі інтелектуальному капіталу, що є «нагромадженням відповідних здібностей до нарощення... капіталу економічного»<sup>450</sup>.

Погоджуючись із положеннями авторки, що інтелектуальний капітал, представлений у якості структурного капіталу, забезпечує утримання високого рівня конкурентоспроможності та інституційного капіталу, виступає підґрунтям до формування «довготривалої конкурентної переваги»<sup>451</sup>, вважаємо за доцільне виділити дискусійні моменти у пропонуваній моделі креації доданої вартості (*Creation of Value Added – CVA*). Так, модель креації доданої вартості за Магдаленою Росінською-Буковською, включає<sup>452</sup>:

$$CVA = EKEK \times EKIN = [EKPS + EKFN] \times [EKBR \times EKOR + EKIS], \quad (3. 1)$$

де *CVA* – показник креації доданої вартості;  
*EKEK* – ефективність економічного капіталу;  
*EKIN* – ефективність інтелектуального капіталу;  
*EKPS* – ефективність ринкового капіталу;  
*EKFN* – ефективність фінансового капіталу;  
*EKBR* – ефективність науково-дослідного капіталу;  
*EKOR* – ефективність організаційного капіталу;  
*EKIS* – ефективність інституційного капіталу.

Відтак запропонована методика оцінки креації вартості, яка базується на пропозиціях оновлення методик оцінки ефективності функціонування окремих підсистем підприємства, на наше переконання, обмежує горизонт застосування

<sup>450</sup> Zarządzanie wartością przedsiębiorstw: finanse – strategie – kompetencje / [praca zbiorowa] ; pod red. nauk. Marka Jabłońskiego. – Dąbrowa Górnicza: Wyższa Szkoła Biznesu, 2011. – S. 175.

<sup>451</sup> Там же, s. 174.

<sup>452</sup> Там же, s. 175.

лише до міжнародних корпорацій. Варта уваги низка оціночних показників, які застосовуються міжнародними агенствами для визначення рейтингу сучасних суб'єктів господарювання:

1. Індекс транснаціоналізації (*Transnationality Indexs – TNI*)<sup>453</sup>, який публікований «*World Investmen Report*», що розраховується як середє арифметичне трьох показників (капіталу, реалізації та зайнятості) за формулою<sup>454</sup>:

$$TNI = \frac{ITA + ITS + ITZ}{3}, \quad (3.2)$$

де *TNI* – індекс транснаціоналізації корпорації, %;

*ITA* – індекс транснаціоналізації капіталу, %;

*ITS* – індекс транснаціоналізації продаж, %;

*ITZ* – індекс транснаціоналізації зайнятості, %.

При цьому, індекс транснаціоналізації капіталу (*ITA*) розраховують за формулою<sup>455</sup>:

$$ITA = \frac{K_Z}{K_\Sigma} \times 100\%, \quad (3.3)$$

де *ITA* – індекс транснаціоналізації капіталу, %;

*K<sub>Z</sub>* – вартість закордонного капіталу, гр. од.;

*K<sub>Σ</sub>* – загальна вартість капіталу, гр. од.

Індекс транснаціоналізації продаж (*ITS*) розраховують за формулою<sup>456</sup>:

$$ITS = \frac{Q_Z}{Q_\Sigma} \times 100\%, \quad (3.4)$$

де *ITS* – індекс транснаціоналізації капіталу, %;

*Q<sub>Z</sub>* – обсяги реалізації продукції за кордон, гр. од.;

*Q<sub>Σ</sub>* – загальні обсяги реалізації продукції, гр. од.

Відповідно індекс транснаціоналізації продаж (*ITZ*) розраховують за формулою:

<sup>453</sup> Transnationality Indexs (*TNI*) вперше опублікований «*World Investmen Report*» у 1995 р.

<sup>454</sup> Zarządzanie wartością przedsiębiorstw: finanse – strategie – kompetencje / [praca zbiorowa] ; pod red. nauk. Marka Jabłońskiego. – Dąbrowa Górnicza: Wyższa Szkoła Biznesu, 2011. – S. 175.

<sup>455</sup> Там же, s. 175.

<sup>456</sup> Там же, s. 175.

$$ITZ = \frac{ЧП_Z}{ЧП_\Sigma} \times 100\%, \quad (3.5)$$

де  $ITZ$  – індекс транснаціоналізації зайнятості, %;

$ЧП_Z$  – кількість працівників за кордоном, осіб;

$ЧП_\Sigma$  – загальна кількість працівників, осіб.

Заслужує на увагу пропозиція економістки застосувати показники, які використовує «Forbes» для оцінки рівня інноваційності фірм, зокрема показника «інноваційна премія»<sup>457</sup> і відповідно рейтингу фірм (*World Most Innovative Companies – MIC*)<sup>458</sup>, та запропонований журналом «Fortune» перелік найбільш шанованих фірм у світі (*World's Most Admired Companies – MAC*)<sup>459</sup>.

Погоджуємось із твердженням авторки про спрощений характер вищеподаної моделі креації вартості та переходимо до розуміння дискусійності низки її положень, зокрема незрозумілої методики розрахунку показників ефективності як економічного, так і інтелектуального капіталів, а також їх складових модулів. Крім того, модель підходить для застосування лише у сфері функціонування транснаціональних корпорацій, а її поширення у інші сфери бізнесу вимагає попередніх уточнень. Водночас запропонована авторкою модель креації вартості та підхід до її оцінки, вміщує низку показників, які можна застосувати для опрацювання методологічних підходів до економічної діагностики креації вартості підприємств на основі розвитку інтелектуального капіталу.

Альтернативним напрямком економічної діагностики ефектів креації вартості підприємства є метод ключових компетенцій («*core competencies*»), зумовлений появою і посиленням впливу нових виробничих факторів капіталу знань і капіталу компетенцій.

Над пошуком простого в практичному використанні стратегічного інструмента контролінгу та управління нематеріальними активами підприємства також працював вчений Карл Ерік Свейбі (1997), який запропонував метод, відомий під назвою «Монітор нематеріальних активів»<sup>460,461</sup>. 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

<sup>457</sup> How we Rank the World's Most Innovative Growth Companies 2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.forbes.com/sites/innovatorsdna/2015/05/13/how-we-rank-the-worlds-most-innovative-growth-companies-2014/> (15.06.2015).

<sup>458</sup> Вперше *MIC* опублікований у книзі «The Innovator's DNA» у 2011 р. авторства Клейтона Крістенсена (Clayton Christensen) з Гарвардської бізнес-школи (Harvard Business School).

<sup>459</sup> The World's Most Admired Companies 2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://fortune.com/worlds-most-admired-companies/> (15.06.2015).

<sup>460</sup> Оригінальна назва «*Intangible Asset Monitor*».

<sup>461</sup> Sveiby K. E. Intangible Assets Monitor / Karl-Erik Sveiby [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/Company Monitor.html> (лютий 2006).

чотирьох аспектів – «зростання», «розвиток», «продуктивність» і «стабільність» (Додаток Д 1). Зауважимо, що економіст наголошує 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 у повному обсязі відображатимуть динаміку і дифузю знань у межах підприємства. Крім того, для зручності та узагальненого представлення динаміки нематеріальних активів підприємства, оптимальний обсяг «Монітору нематеріальних активів» – в межах однієї сторінки.

Основні ідеї дослідника полягають у специфічному підході до трактування працівників «як джерела, яке створює вартість підприємства», оскільки вони генерують грошові потоки підприємства; клієнтів, як фактора, що забезпечує отримання «нематеріальних доходів» (*intangible revenues*), у трьох сферах: поліпшення іміджу (*image enhancing*), покращення організації (*organization enhancing*), підвищення компетенцій працівників (*competence enhancing*). Цікавим для удосконалення методології діагностики інтелектуального капіталу підприємства, на нашу думку, є запропонований ученим показник частки професіоналів, який передбачає розрахунок «ефекту професійного важеля», тобто прибутку, отриманого від працевлаштування професіонала за формулою<sup>462</sup>:

$$P_{\text{проф}} = \frac{P}{Q_p} \times \frac{Q_p}{Ч} \times \frac{Ч}{Ч_{\text{проф}}}, \quad (3.5)$$

де  $P_{\text{проф}}$  – прибуток на професіонала, гр. од. / особу.;

$P$  – прибуток, гр. од.;

$Q_p$  – обсяг реалізованої продукції, гр. од.;

$Ч$  – кількість працівників, осіб;

$Ч_{\text{проф}}$  – кількість професіоналів, осіб;

Зауважимо, що перевагами методики Карла Еріка Свейбі «Монітор нематеріальних активів» є те, що вона дозволяє визначати рівень розвитку інтелектуального капіталу та ефективність його використання для підприємств, які, за твердженням вченого, функціонують в умовах ери знань, а їх стратегії сконцентровані на знаннях<sup>463</sup>.

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

<sup>462</sup> Sveiby K. E. The Balanced Score (BSC) and the Intangible Assets Monitor – a Comparison / Karl-Erik Sveiby [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/BSCandIAM.html> (лютий 2013)

<sup>463</sup> Там же.

«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.

Цікавим типом динамічних фінансових методів є запропонований вченими Даніелем Андріссеном, Рене Тіссеном метод вимірювання головних (фахових) компетенцій підприємства (CC)<sup>464</sup>. За методикою вважається, що вартість, яку головна компетенція дає суб'єктові господарювання дорівнює доданій вартості, яку головна компетенція віддає клієнтам на конкурентному ринку.

Розвиток сучасних підприємств, що функціонують в умовах «економіки знань», базується на формуванні ключових компетенцій суб'єкта господарювання – знання, вміння, процеси та культурні аспекти, вплив яких на досягнення стратегічних цілей дослідили у своїх працях економісти з нідерландської фірми «*Knowledge Advisory Services*» (KPMG) Даніель Андріссен і Рене Тіссен<sup>465</sup>. У результаті наукових пошуків дослідники у 2000 р. опрацювали метод «Відкривач вартості»<sup>466</sup>, який дозволяє розрахувати вартість ключових компетенцій підприємства за формулою<sup>467</sup>:

$$VCC_i = \bar{R} \times \sum_{t=1}^n \frac{\Pi_{\text{бал}} \times (1+P)^t}{(1+B_k)^t}, \quad (3.6)$$

де  $VCC_i$  – вартість  $i$ -ої ключової компетенції підприємства, гр. од.;

$\bar{R}$  – сила впливу  $i$ -ої ключової компетенції, %;

$\Pi_{\text{бал}}$  – балансовий прибуток підприємства, гр. од.;

$P$  – середній рівень потенціалу підприємства, %;

$B_k$  – вартість капіталу, гр. од.;

$n$  – тривалість, утримання підприємством конкурентних переваг на ринку, роки.

Методика Даніеля Андріссена і Рене Тіссена «Відкривач вартості» ґрунтується на розрахунку вартості кожної з чотирьох ключових компетенцій підприємства – знання, вміння, процеси та культурні аспекти, використовуючи такі змінні, як балансовий прибуток, потенціал, тривалість, сила впливу та витра-

<sup>464</sup> Fazlagić A. Studium porównawcze wybranych metod pomiaru kapitału intelektualnego / Amir Fazlagić // Organizacja i Kierowanie. – 2004. – № 4. – S. 80–83.

<sup>465</sup> Kasiewicz S. Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy / Stanisław Kasiewicz, Waldemar Rogowski, Monika Kisińska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2006. – S. 134–135.

<sup>466</sup> Оригінальна назва «*The Value Explorer<sup>TM</sup>*» (*TVE<sup>TM</sup>*).

<sup>467</sup> Kasiewicz S. Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy / Stanisław Kasiewicz, Waldemar Rogowski, Monika Kisińska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2006. – S. 134.



ти на капітал (згідно з формулою 3. 7). Схематично методику «Відкривач вартості» можна представити у вигляді рис. 3. 2.

Основною «метафорою» методики «Відкривач вартості» («*TVE<sup>TM</sup>*») 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:

$$\bar{R} = \frac{\sum \text{Балів}}{5} \times 100\%, \quad (3.7)$$

де  $\bar{R}$  – 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 Д 2). 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. 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  $i^{-oi}$  компетенції.

Таким чином, перевагою методу Данієля 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.

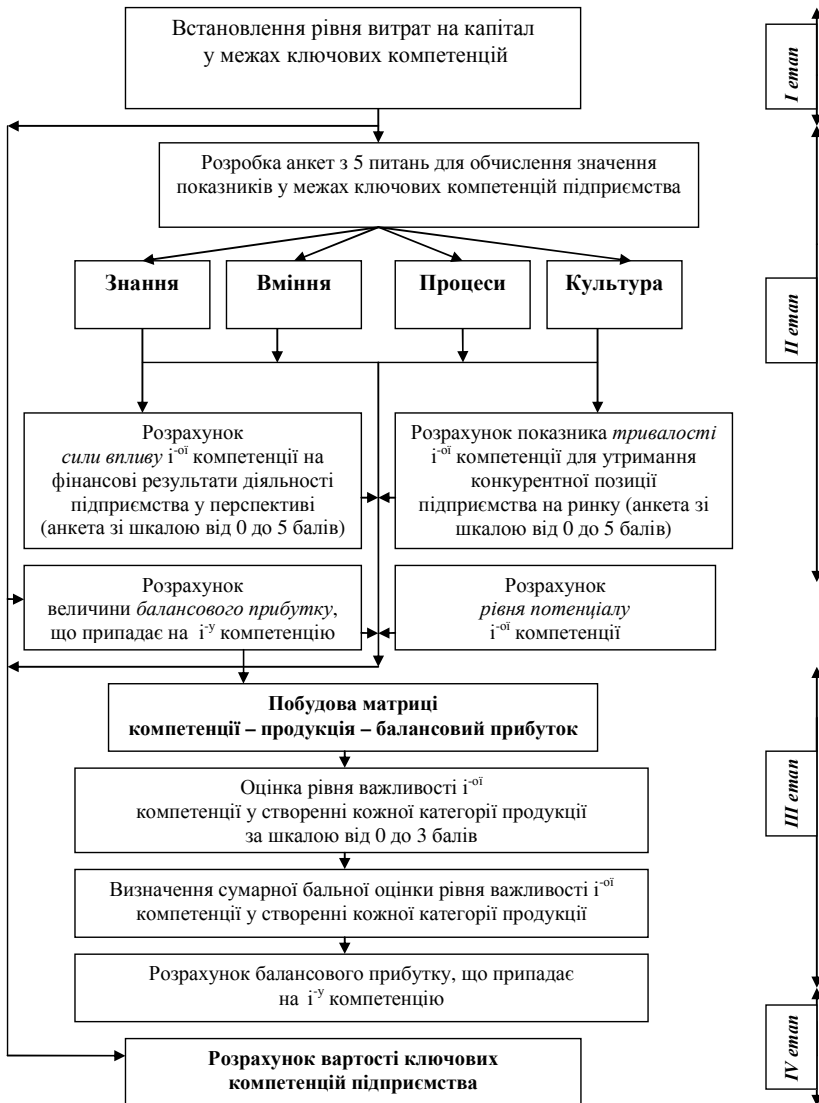


Рис. 3. 2. Алгоритм розрахунку вартості ключових компетенцій підприємства згідно методики Д. Андріссена, Р. Тіссена «Відкривач вартості»: (джерело: складено автором на основі: Kasiewicz S. Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy / Stanisław Kasiewicz, Waldemar Rogowski, Monika Kisińska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2006. – s. 133–135).

Підсумовуючи зауважимо, проведений аналіз розвитку теоретико-методологічних аспектів розвитку теорії креації вартості підприємства засвідчить її перебування на етапі становлення, що пояснює відсутність єдиних, комплексних та систематизованих методологічних підходів до оцінки ефектів креації вартості, розглянутих крізь призму розвитку інтелектуального капіталу. Посилення впливу інтелектуального капіталу на темпи та ефекти креації вартості підприємств вимагають новелізації підходів у методологічній площині їх оцінки. Необхідність напруження конструктивного оціночного інструментарію, технологій та показників, їх систематизація та врахування розмаїтості вимірників, відкриває перспективи для подальших наукових розвідок у цій сфері, враховуючи наші нижче подані пропозиції.

### 3. 2. Фінансові методи аналізу впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства

Фінансові аналітичні методи є найбільш розлого досліджені при оцінці як власне інтелектуального капіталу підприємства, так і вивчення його впливу на ефективність процесів креації вартості. Привертає увагу метод Беннета Стюарта, партнера консалтингової фірми «*Stern Stewart & Company*», відомого в наукових колах під назвою «Економічна додана вартість»<sup>468</sup>, який дозволяє здійснювати оцінку ефективності функціонування підприємства та аналіз інвестицій<sup>469</sup>. Основним постулатом методики Беннета Стюарта «Економічна додана вартість» є твердження, що додана вартість створюється лише тоді, коли дохідність з капіталу перевищує витрати на капітал, зокрема<sup>470</sup>:

$$EVA = I_K \times \frac{ROIC - WACC}{100} \text{ , ,} \quad (3. 8)$$

чи

$$EVA = NOPLAT - I_K \times \frac{WACC}{100\%} \text{ ,} \quad (3. 9)$$

де *EVA*, – економічна додана вартість, гр. од.;

<sup>468</sup> Оригінальна назва «*Economics Value Added*» (*EVA*).

<sup>469</sup> 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. – S. 309-310.

<sup>470</sup> Стоимость капитала WACC: примеры и формула расчёта. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj\\_analiz/1/wacc/15-1-0-72](http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/1/wacc/15-1-0-72) (08.07.2013 p.).

$I_k^{471}$  – інвестиції в капітал підприємства, гр. од.;  
 $ROIC^{472}$  – дохідність від інвестицій у капітал, %;  
 $WACC^{473}$  – середньозважена вартість капіталу, інвестованого в діяльність підприємства, %;  
 $NOPLAT^{474}$  – чистий операційний прибуток<sup>475</sup>, гр. од.

Зауважимо, що дохідність (рентабельність) інвестованого капіталу розраховується за формулою<sup>476 477</sup>:

$$ROIC = \frac{Понеп - П}{I_k} \times 100\%, \quad (3.10)$$

або

$$ROIC = \frac{NOPLAT}{I_k} \times 100\%, \quad (3.11)$$

де  $ROIC$  – дохідність (рентабельність) інвестованого капіталу, %;  
 $I_k$  – інвестиції в капітал підприємства, гр. од.;  
 $NOPLAT$  – чистий операційний прибуток, гр. од.

чи

$$ROIC = \frac{(П_ч + B_{\%}) \times (1 - S_n)}{ДК + K_{вл}} \times 100\%, \quad (3.12)$$

де  $ROIC$  – дохідність (рентабельність) інвестованого капіталу, %;  
 $П_ч$  – чистий прибуток підприємства, гр. од.;  
 $S_n$  – ставка податку на прибуток, %;  
 $B_{\%}$  – виплати за користування кредитами, гр. од.;  
 $ДК$  – довготермінові кредити, гр. од.;  
 $K_{вл}$  – власний капітал, гр. од.

<sup>471</sup> Тут послугуються показником інвестицій в основну діяльність підприємства. Проте, часто на практиці для зручності використовують загальну суму інвестицій. Однак це вимагає врахування похибки, що обумовлена рівнем інвестицій в неосновну діяльність підприємства та величиною прибутку від не операційної діяльності суб'єкта господарювання.

<sup>472</sup> Оригінальна назва «Return On Invested Capital».

<sup>473</sup> Оригінальна назва «Weight Average Cost of Capital».

<sup>474</sup> Оригінальна назва «Net Operating Profit Less Adjusted Tax» – операційний прибуток за мінусом податку на прибуток (для розрахунку застосовують суму податкових платежів (податку на прибуток), отриманих із «Звіту про фінансові результати»).

<sup>475</sup> так званих скорегованих податків, що має місце при застосуванні на підприємстві фінансової і податкової форм звітності. Тут послугуються сумою податкових платежів згідно податкової форми звітності.

<sup>476</sup> Коэффициент рентабельности инвестированного капитала (ROIC). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.cfin.ru/encycl/return\\_on\\_invest\\_capital.shtml](http://www.cfin.ru/encycl/return_on_invest_capital.shtml) (08.07.2013 р.).

<sup>477</sup> 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.).

або

$$ROIC = \frac{EBIT \times (1 - S_n)}{DK + K_{\text{вк}}} \times 100\%, \quad (3.13)$$

де  $ROIC$  – дохідність (рентабельність) інвестованого капіталу, %;  
 $EBIT$ <sup>478</sup> – операційний прибуток підприємства до оподаткування, гр. од.;  
 $S_n$  – ставка податку на прибуток, %;  
 $I_k$  – інвестиції в капітал (основну діяльність) підприємства, гр. од.;  
 $DK$  – довготермінові кредити, гр. од.;  
 $K_{\text{вк}}$  – власний капітал, гр. од.

Для розрахунку показника середньозважена вартість капіталу, інвестованого в діяльність підприємства ( $WACC$ )<sup>479</sup> можна скористатися формулою<sup>480</sup>[336]:

$$WACC = K_s \times W_s + K_d \times W_d \times (1 - S_n), \quad (3.14)$$

де  $WACC$  – середньозважена вартість капіталу, інвестованого в діяльність підприємства, %;

$K_s$  – вартість власного капіталу %;  
 $K_d$  – вартість залученого капіталу %;  
 $W_s$  – частка власного капіталу, %;  
 $W_d$  – частка залученого капіталу, %;  
 $S_n$  – ставка податку на прибуток, %.

Перевагою методу Стюарта Беннета «Економічна додана вартість» є його простота у використанні, високий рівень універсальності методики, що значно розширює горизонти її використання на різних підприємствах. Учені вважають, що застосування у практичній діяльності підприємства методики «Економічна додана вартість» для оцінки вартості підприємств паралельно дозволяє суб'єкту господарювання використовувати її для оцінки доданої вартості інтелектуального капіталу. Згідно наших міркувань, показники, які використовує методика «Економічна додана вартість», також не дозволяють використовувати її для детального аналізу. Це пояснюється неповним набором вміщенням не усіх детермінант інтелектуального капіталу, наприклад, відсутністю інформаційного капіталу, вплив якого, на нашу думку, не можна нівелювати в сьогодишніх умовах господарювання.

<sup>478</sup> Оригінальна назва «*Earning Before Interest and Tax*» – операційний прибуток до оподаткування, вміщений у «Звіті про фінансові результати».

<sup>479</sup>  $WACC$  «*Weight Average Cost of Capital*» – показує мінімальну норму рентабельності капіталу. Показник широко застосовується для обґрунтування доцільності інвестування в цінні папери, проекти.

<sup>480</sup> Стоймость капитала  $WACC$ : примеры и формула расчёта. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://afdanalyse.ru/publ/finansovyy\\_analiz/1/wacc/15-1-0-72](http://afdanalyse.ru/publ/finansovyy_analiz/1/wacc/15-1-0-72) (08.07.2013 р.).

Цікавою є методика оцінки інтелектуального капіталу підприємства вченого Патріка Саллівана (2000), який запропонував метод, відомий під назвою «Інноваційні нематеріальні активи»<sup>481</sup>. 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. 3.3). Саме завдяки безпосередньому продажу, ліцензійним умовам, створенню стратегічних альянсів, спільних підприємств, розширенню сфер господарської діяльності чи отриманню інновацій сучасні підприємства формують прибутки.



Рис. 3.3. Схематичне представлення методики Патріка Саллівана «Інноваційні нематеріальні активи» («ІАВ») 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.

<sup>481</sup> Оригінальна назва «Intellectual Assets Valuation» (ІАВ).

Методика «Оцінка нематеріальних активів» ґрунтується на розрахунку ринкової вартості підприємства на базі чистої теперішньої вартості ( $NPV$ )<sup>482</sup> за формулою<sup>483</sup>:

$$BP = BB_{ma} + NPV_{ia} + NPV_{ka} + NPV_{ck}, \quad (3.15)$$

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.;

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

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

На початку XXI 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»<sup>484</sup>, запропонований у 2001 р. вченим Левом Барухом для оцінки вартості інтелектуального капіталу підприємства<sup>485</sup>. 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

<sup>482</sup> Оригінальна назва «Net Present Value» (NPV).

<sup>483</sup> 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.

<sup>484</sup> Оригінальна назва «Value Chain Scoreboard» – VCS<sup>TM</sup>.

<sup>485</sup> Lev B. Intangibles: Management, Measurement, and Reporting / Baruch Lev. – Washington: Brookings Institution Press, 2001. – 228 p.

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 (імплементация) та комерціалізація (Додаток Д 3, Д 4). Схематичне представлення методики Лева Баруха «Система показників ланцюга формування вартості» відображено на рис. 3. 4.

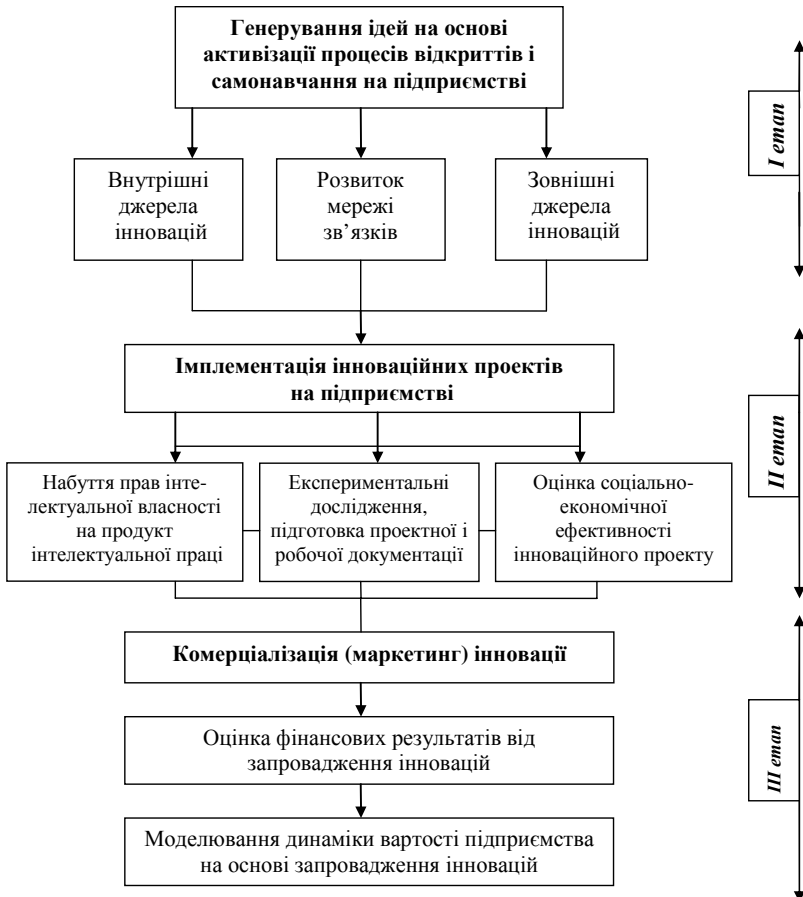


Рис. 3. 4. Схема методики Лева Баруха «Система показників ланцюга формування вартості»: (джерело: складено автором на основі: Lev B. Intangibles: Management, Measurement, and Reporting / Baruch Lev. – Washington: Brooking Institution Press, 2001. – 228 p.)



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 креацію вартості 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 проєктів, що враховує набуття прав інтелектуальної власності (патенти, авторські свідоцтва, товарні знаки, ліцензії), проведення експериментальних досліджень, підготовки проєктної та робочої документації для налагодження випуску інноваційного продукту. Для оцінки ефективності інвестицій в інноваційний проєкт 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.

Креація вартості «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 Д 4) та підтвердженнь результатами «емпіричних досліджень»<sup>486</sup>, які виконуються власними силами підприємства, що, на нашу думку, обмежує горизонти використання лише тими підприємствами, які мають у своїй організаційній структурі науково-дослідні підрозділи.

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

<sup>486</sup> Lev B. Intangibles: Management, Measurement, and Reporting / Baruch Lev. – Washington: Brooking Institution Press, 2001. – P. 115.

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<sup>487</sup>. Головною «метафорою» методики Лева Баруха та Гу Фенга (2004) «Дохід з капіталу знань»<sup>488</sup> 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)<sup>489</sup>:

$$EP = \alpha \times K_{\text{фіз}} + \beta \times K_{\text{фін}} + \delta \times K_{\text{інт}}, \quad (3.16)$$

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

$\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\delta$  – коефіцієнти продуктивності (дохідності) відповідно фізичного, фінансового та інтелектуального капіталів підприємства відповідно;

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

Методику Лева Баруха та Гу Фенга «Дохід з капіталу знань» представлено на рис. 3. 5. Головною «дією» методики Лева Баруха та Гу Фенга «Дохід з капіталу знань» є вияв «чистих стандартизованих прибутків», сформованих функціонуванням інтелектуального капіталу (в авторів методики «капіталу знань»). Отже, за економічний результат діяльності підприємства у методиці Лева Баруха та Гу Фенга «Дохід з капіталу знань» прийнято вважати отриманий (за минулі 3–5 років) та очікуваний (майбутній період 3–5 років) чистий прибуток (скоерований на результати настання надзвичайних подій).

Зауважимо, що період, необхідний для розгляду при розрахунку середньої величини чистого «стандартизованого» прибутку може суттєво перевищувати межі, запропоновані вченими (3–5 років), оскільки це залежить від галузі, в якій функціонує суб'єкт господарювання, що обумовлює період окупності інвестицій. Зокрема, дослідженню підлягали підприємства сфери комп'ютерного програмування та біотехнологій, для яких характерним є високий рівень розвитку інтелектуального капіталу, що значно підвищує продуктивність усіх інших видів капіталу.

<sup>487</sup> 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](http://smgapps.bu.edu/smgnet/Personal/Faculty/Publication/pubUploads/Gu,_Feng_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,_Feng_05.pdf).

<sup>488</sup> Оригінальна назва «*Knowledge Capital Earnings*» (*KCE<sup>TM</sup>*).

<sup>489</sup> Gu F. Intangible Assets: Measurement, Drivers, Usefulness / Feng Gu, Baruch Lev. – Boston: Published by Boston University School of Management Accounting, 2003. – P. 7. [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](http://smgapps.bu.edu/smgnet/Personal/Faculty/Publication/pubUploads/Gu,_Feng_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,_Feng_05.pdf).

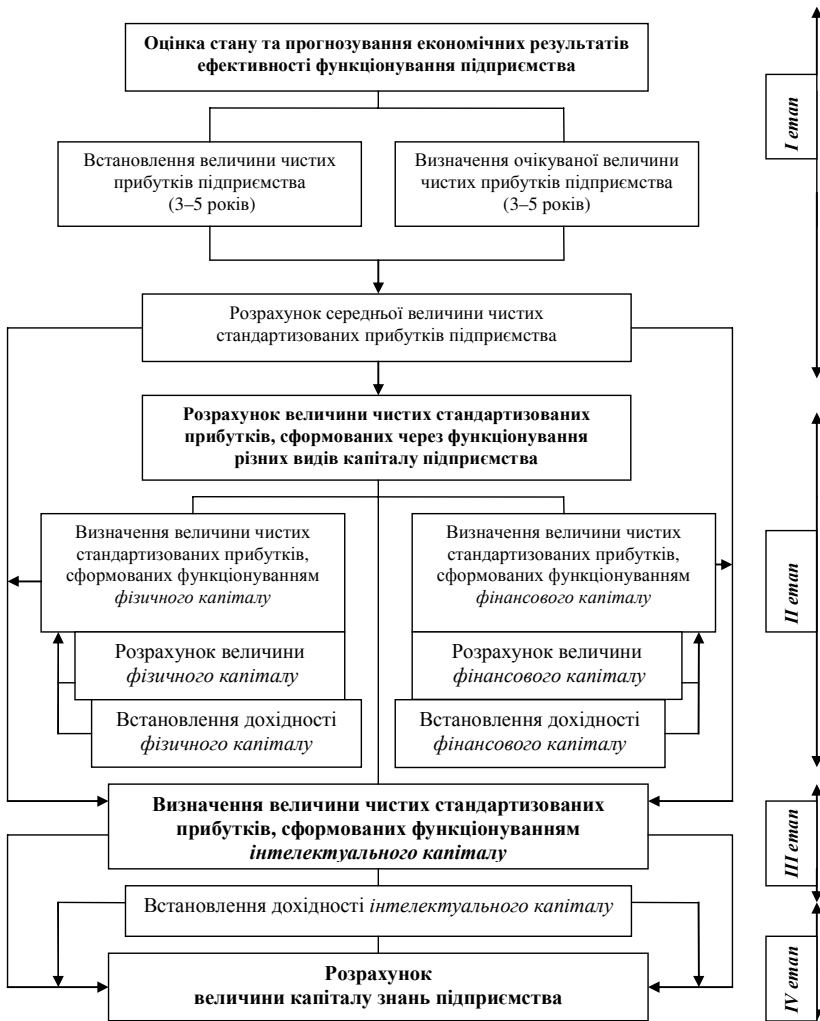


Рис. 3. 5. Алгоритм розрахунку величини капіталу знань за методикою Лева Баруха і Гу Фенга «Дохід з капіталу знань»: (джерело: складено автором на основі: Gu F. Intangible Assets: Measurement, Drivers, Usefulness / Feng Gu, Baruch Lev. – Boston: Published by Boston University School of Management Accounting, 2003. – 52 p. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://smgapps.bu.edu/smgnnet/Personal/Faculty/Publication/pubUploads/Gu,\\_Feng\\_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,\\_Feng\\_05.pdf](http://smgapps.bu.edu/smgnnet/Personal/Faculty/Publication/pubUploads/Gu,_Feng_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,_Feng_05.pdf)).

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<sup>490</sup>:

$$\bar{\Pi} = \frac{\Pi_1 + \Pi_2 + \dots + \Pi_n + \Pi_{n+1} + \Pi_{n+2} + \dots + \Pi_{n+i}}{t}, \quad (3.17)$$

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

$\Pi_1, \Pi_2$  – величина річних чистих прибутків підприємства за минулий період (порівняно з поточним роком – роком обрахунку), гр. од;

$\Pi_n$  – величина річного чистого прибутку підприємства за поточний рік, гр. од;

$\Pi_{n+1}, \Pi_{n+2}, \Pi_{n+i}$  – величина річних чистих прибутків підприємства на прогнозований період (порівняно з роком обрахунку), гр. од;

$t$  – розрахунковий період, роки.

З метою підвищення рівня достовірності отриманих даних доцільно було б використовувати показник величини чистих дисконтованих прибутків підприємства, для розрахунку якого використати показники чистих дисконтованих прибутків за минулий і майбутні періоди (PV), що нівелюватиме вплив ринкових чинників (наприклад, інфляції тощо).

Новаторським є твердження вчених про те, що загальну величину чистих «стандартизованих» прибутків формують у певному співвідношенні величини чистих стандартизованих прибутків через функціонування трьох видів капіталу. У зв'язку з цим привертає увагу спосіб визначення величини чистих стандартизованих прибутків, сформованих функціонуванням фізичного, фінансового та інтелектуального капіталів. Методика передбачає визначення величини фізичного та фінансового капіталів, а також встановлення дохідності для нематеріальних та фінансових активів підприємства відповідно. Дослідники вважають, що фізичний капітал суб'єкта господарювання формують необоротні активи, запаси та довготермінові зобов'язання, а його величину пропонують розраховувати за формулою<sup>491</sup>:

$$K_{\text{фіз}} = A_{\text{необ}} + 3 + ДЗ, \quad (3.18)$$

<sup>490</sup> 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](http://smgapps.bu.edu/smgnet/Personal/Faculty/Publication/pubUploads/Gu,_Feng_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,_Feng_05.pdf).

<sup>491</sup> Там же.

де  $K_{физ.}$  – величина фізичного капіталу підприємства, гр. од.;  
 $A_{необ}$  – 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 Гу Фенга «Дохід з капіталу знань» (« $KCE^{TM}$ ») її визначено на рівні 7% (амплітуда коливань знаходилася у межах 10%–11%; податок на прибуток – 35%)<sup>492</sup>. Таким чином, величину чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням фізичного капіталу, пропонується обчислювати за формулою<sup>493</sup>:

$$\bar{P}_{физ} = \frac{K_{физ} \times ROA_{физ}}{100\%}, \quad (3.19)$$

де  $\bar{P}_{физ}$  – величину чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням фізичного капіталу, гр. од.;

$K_{физ.}$  – величина фізичного капіталу підприємства, гр. од.;  
 $ROA_{физ}$  – дохідність фізичного капіталу підприємства, %.

Фінансовий капітал підприємства, за твердженнями вчених, формують обсяги готівки, цінні папери (облігації, акції) та фінансові інструменти, його величина розраховується так<sup>494</sup>:

$$K_{фин} = A_{об} - З + ИД - КЗ, \quad (3.20)$$

де  $K_{фин.}$  – величина фінансового капіталу підприємства, гр. од.;  
 $A_{об}$  – вартість оборотних активів підприємства, гр. од.;  
 $З$  – величина запасів на підприємстві, гр. од.;  
 $ИД$  – обсяг інвестицій, гр. од.  
 $КЗ$  – обсяг короткотермінових зобов'язань підприємства, гр. од.

Величину чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням фінансового капіталу, пропонується обчислювати за формулою<sup>495</sup>:

<sup>492</sup> 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/publicUploads/Gu,\\_Feng\\_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,\\_Feng\\_05.pdf](http://smgapps.bu.edu/smgnet/Personal/Faculty/Publication/publicUploads/Gu,_Feng_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,_Feng_05.pdf).

<sup>493</sup> Там же.

<sup>494</sup> Там же.

<sup>495</sup> Там же.

$$\bar{P}_{\text{фін}} = \frac{K_{\text{фін}} \times ROA_{\text{фін}}}{100\%}, \quad (3.21)$$

де  $\bar{P}_{\text{фін}}$  – величина чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням фінансового капіталу, гр. од.;

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

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

Зауважимо, що дохідність фінансового капіталу підприємства вчені пропонують визначити на рівні 4,5 % (на основі дохідності урядових облігацій у 1980–1990 рр.)<sup>496</sup>.

Отриману середню величину «стандартизованих» чистих прибутків підприємства зменшують на суму величин чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням фізичного та фінансового видів капіталу, отримуючи, таким чином, показник величини чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням інтелектуального капіталу (в авторській моделі капіталу знань), тобто за формулою<sup>497</sup>:

$$\bar{P}_{\text{інт}} = \bar{P} - \bar{P}_{\text{фіз}} - \bar{P}_{\text{фін}}, \quad (3.22)$$

Доцільно зауважити, що на основі ситуації на ринку, зокрема функціонування підприємств сектора комп'ютерного програмування і біотехнологій, дохідність інтелектуального капіталу ( $ROA_{\text{інт}}$ ) запропоновано визначити на рівні 10,5 %<sup>498</sup>, а розрахунок величини інтелектуального капіталу (в авторській моделі «капіталу знань») здійснити за формулою<sup>499</sup>:

$$K_{\text{інт}} = \frac{\bar{P}_{\text{інт}}}{ROA_{\text{інт}}} \times 100\%, \quad (3.23)$$

де  $K_{\text{інт}}$  – величина інтелектуального капіталу (капіталу знань) підприємства, гр. од.;

$\bar{P}_{\text{фін}}$  – величина чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням інтелектуального капіталу (капіталу знань), гр. од.;

$ROA_{\text{інт}}$  – дохідність інтелектуального капіталу, %.

<sup>496</sup> 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/publicUploads/Gu,\\_Feng\\_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,\\_Feng\\_05.pdf](http://smgapps.bu.edu/smgnet/Personal/Faculty/Publication/publicUploads/Gu,_Feng_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,_Feng_05.pdf).

<sup>497</sup> Там же Р. 9.

<sup>498</sup> Там же Р. 26.

<sup>499</sup> Там же.

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<sup>500</sup>. На основі наведеного вище, робимо висновок, що методика оцінки інтелектуального капіталу підприємства Лева Баруха та Гу Фенга є перспективною для майбутніх наукових розвідок.

Розрахуємо вартість інтелектуального капіталу досліджених нами молоко переробних суб'єктів Тернопільської області, застосувавши технологію «КСЕ». При цьому зауважимо, що можливості її практичного використання дозволяють нам її апробувати на усіх семи вивчених у ході написання роботи суб'єктах господарювання – ПрАТ «Тернопільський молокозавод», ПАТ «Борщівський сирзавод», ТОВ «Буцацький сирзавод», ТОВ «Кременецьке молоко», ТОВ «Галичина Ласунка», ТОВ «Цebro», ПП «Альма Віта», що позитивно її відрізняє від інших методик. Вимірювання вартості інтелектуального капіталу за методикою «КСЕ» ґрунтується на визначених розробником нормах дохідності матеріальних (7 %), фінансових активів (4,5 %) та капіталу знань (10,5 %). При цьому нами дотримана ключова «метафора» даної технології, що найвищу дохідність мають інтелектуальні активи. Проведені нами розрахунки для ПрАТ «Тернопільський молокозавод» представляє табл. 3. 1.

Таким чином, отримані аналітичні результати підтверджують загальну динаміку вартості інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 р., визначену нами методами ринкової капіталізації, q-Tobina та «CIV». Відхилення знаходимо лише у 2011 р., коли за методикою «КСЕ» у товариства інтелектуальний капітал був відсутнім, що доводить отримане мінувате значення. Поза тим, у 2012–2015 р. у ПрАТ «Тернопільський молокоза-

<sup>500</sup> 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/publicUploads/Gu,\\_Feng\\_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,\\_Feng\\_05.pdf](http://smgapps.bu.edu/smgnet/Personal/Faculty/Publication/publicUploads/Gu,_Feng_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,_Feng_05.pdf).

вод» віднотовуємо стабільну зростаючу динаміку вартості «капіталу знань» з відповідними темпами росту 120 %, 158 %, 177 %, що доводить доцільність на-рошення величини інтелектуального капіталу та підвищення ефективності його використання.

Таблиця 3. 1. Визначення вартості інтелектуального ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2015 р. на основі методики «КСЕ»

Показник	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Прибуток, тис. грн.	5833	13060	14766	20328	28207
Норма дохідності матеріальних активів, %	7	7	7	7	7
Вартість матеріальних активів, тис. грн.	80939	120985	132223	176364	205461
Прибуток з матеріальних активів, тис. грн.	5666	8469	9256	12346	14382,27
Норма дохідності фінансових активів, %	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
Вартість фінансових активів, тис. грн.	31724	31521	34768	38516	60908
Прибуток з фінансових активів, тис. грн.	1428	1418	1565	1733	2740,86
<b>Прибуток з капіталу знань, тис. грн</b>	<b>-1261</b>	<b>3173</b>	<b>3945</b>	<b>6249</b>	<b>11083,87</b>
Норма дохідності капіталу знань, %	10,5	10,5	10,5	10,5	10,5
<b>Вартість капіталу знань, тис. грн.</b>	<b>-12009</b>	<b>30219</b>	<b>37571</b>	<b>59514</b>	<b>105561</b>

\*Джерело: розраховано авторкою самостійно на основі статистичних звітів товариства

Розрахунок передбачає зважування показників, враховуючи мінімум два роки до та після звітного періоду. З цією метою, для встановлення прогностичних показників вартості матеріальних активів (рис. 3. 6), фінансових активів (рис. 3. 7) та капіталу знань, представленого у вигляді нематеріальних активів (рис. 3. 8), нами побудовано відповідні ліній тренду Додаток Е 1.



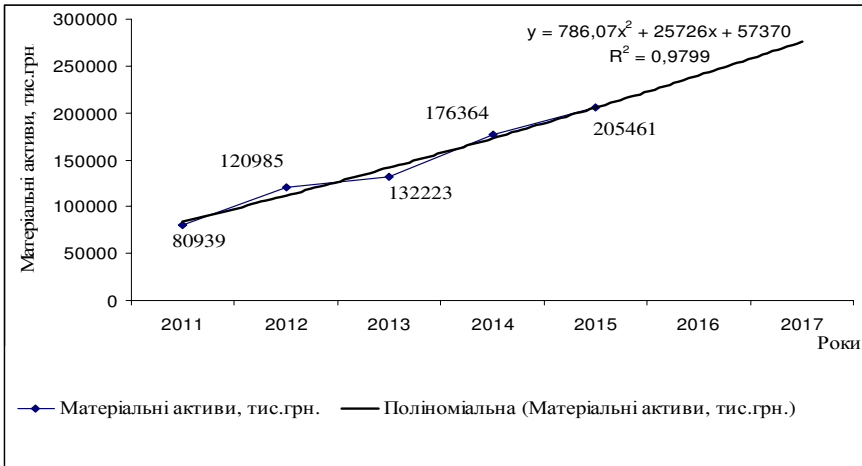


Рис. 3. 6. Динаміка вартості матеріальних активів та поліноміальна лінія тренду на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 рр. (\*джерело: розраховано автором самостійно, вибір лінії тренду здійснено на основі Додатку Е 1)



Рис. 3. 7. Панорама зміни вартості фінансових активів та поліноміальна лінія тренду на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 рр. (джерело: розраховано автором самостійно, вибір лінії тренду здійснено на основі Додатку Е 2)

Для опису характеристики формування аналізованого показника – вартості матеріальних активів на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2016–2017 рр., нами використано трендову поліноміальну 2 степеня модель з якістю  $R^2=0,98$  (рис. 3. 6):

$$y = 786,07x^2 + 25726x + 57370, \quad (3. 24)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 2011 р., 2012 р., ..., 2017 р.

На основі вибраної моделі визначено прогнозні значення вартості матеріальних активів ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2016 р. – 240024,5 тис. грн. та у 2017 р. – 275969,4 тис. грн.

Для визначення динаміки вартості фінансових активів на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2016–2017 рр. нами використано трендову поліноміальну 2 степеня модель (якість  $R^2=0,98$ ):

$$y = 3263,6x^2 - 13046x + 42724, \quad (3. 25)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 2011 р., 2012 р., ..., 2017 р.

На основі вибраної моделі визначено прогнозні значення вартості фінансових активів ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2016 р. – 81937,6 тис. грн. та у 2017 р. – 111318,4 тис. грн.

Водночас, норма дохідності нематеріальних активів є найвищою (10,5 %) серед аналогічних показників, що доводить визначальну роль інтелектуального капіталу в забезпеченні успішності сучасних суб'єктів господарювання (рис. 3. 8).

Для визначення динаміки вартості нематеріальних активів на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2016–2017 рр. нами використано трендову поліноміальну 2 степеня модель (якість  $R^2=0,99$ ).

$$y = 9673,8x^2 - 23572x + 44593, \quad (3. 26)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 2012 р., 2014 р., ..., 2017 р.

Розраховані на основі прогнозної моделі очікувані значення вартості нематеріальних активів ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2016 р. – 168578 тис. грн. та у 2017 р. – 251417,8 тис. грн.

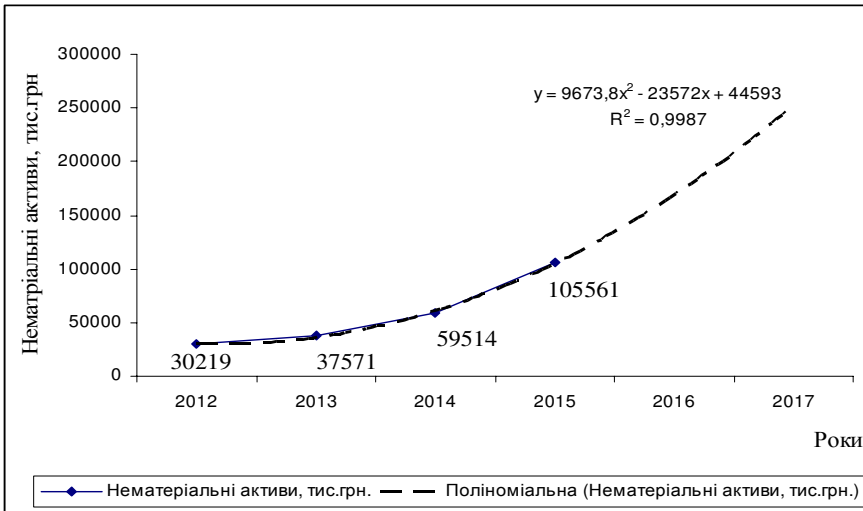


Рис. 3. 8. Зміна вартості нематеріальних активів та поліноміальна лінія тренду на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2012–2017 рр. (джерело: розраховано автором самостійно, вибір лінії тренду здійснено на основі Додатку Е 3)

Зважаючи на отримані позитивні аналітичні результати динаміки вартості інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 р., ми отримали підтвердження відповідності результатів, визначених наведеними вище методами ринкової капіталізації, q-Tobina та «CIV». Відхилення знаходимо лише у 2011 р., коли за методикою «КСЕ» у товариства інтелектуальний капітал був відсутнім, що доводить отримане мінусове значення. Поза тим, у 2012–2015 р. у ПрАТ «Тернопільський молокозавод» відновуємо й стабільну зростаючу динаміку вартості «капіталу знань» з відповідними темпами росту 120 %, 158 %, 177 %, що доводить доцільність нарощення величини інтелектуального капіталу та підвищення ефективності його використання. Адже, в умовах «економіки знань» ці показники мають для інвесторів важливіше інформаційне значення, ніж традиційні фінансові показники, бо забезпечує вищу норму дохідності<sup>501</sup>, а це означає високу ймовірність покращення креаційних можливостей товариства у перспективі.

Проведені нами розрахунки вартості інтелектуального капіталу ПАТ «Борщівський сирзавод» на основі методики «КСЕ» представляє табл. 3. 2.

<sup>501</sup> Kasiewicz S. Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy / Stanisław Kasiewicz, Waldemar Rogowski, Monika Kisińska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2006. – S. 210.

Таблиця 3. 2. Визначення вартості інтелектуального капіталу ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011–2015 р. на основі методики «КСЕ»

Показник	2010 р.**	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Прибуток, тис. грн.	5900	3659	6980	6845	6610
Норма дохідності матеріальних активів, %	7	7	7	7	7
Вартість матеріальних активів, тис. грн.	11302	6515	7389	7217	8717
Прибуток з матеріальних активів, тис. грн.	791	456	517	505	610
Норма дохідності фінансових активів, %	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
Вартість фінансових активів, тис. грн.	24335	30446	20120	38233	41465
Прибуток з фінансових активів, тис. грн.	1095	1370	905	1721	1866
<b>Прибуток з капіталу знань, тис. грн.</b>	<b>4014</b>	<b>1833</b>	<b>5558</b>	<b>4619</b>	<b>4134</b>
Норма дохідності капіталу знань, %	10,5	10,5	10,5	10,5	10,5
<b>Вартість капіталу знань, тис. грн.</b>	<b>38229</b>	<b>17457</b>	<b>52933</b>	<b>43990</b>	<b>39371</b>

\*Джерело: розраховано авторкою самостійно на основі статистичних звітів товариства

Для встановлення прогнозних показників вартості матеріальних активів (рис. 3. 9), фінансових активів (рис. 3. 10) та капіталу знань, представленого у вигляді нематеріальних активів (рис. 3. 11), нами побудовано відповідні лінії тренду на основі Додатку Е 4.

Для визначення динаміки вартості матеріальних активів на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2013–2017 рр. нами використано трендову поліноміальну 2 степеня модель (якість  $R^2=1$ ):

$$y = 863x^2 - 2680x - 9233, \quad (3. 27)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 2013 р., 2014 р., ..., 2017 р.

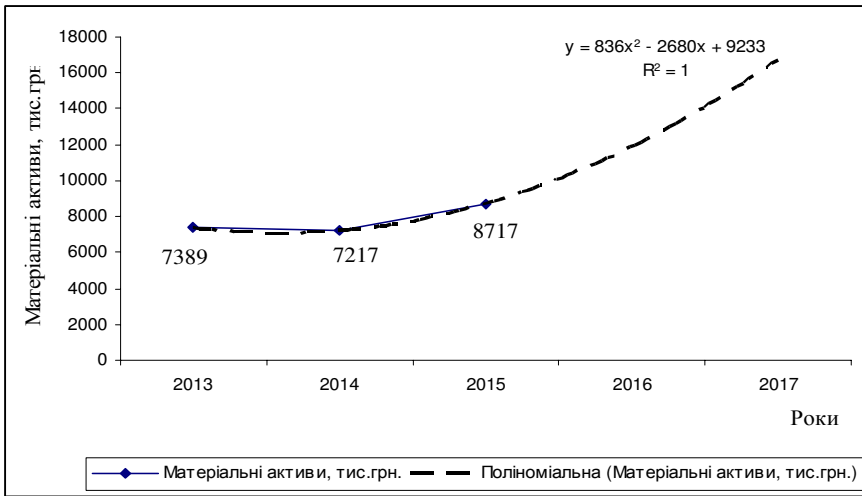


Рис. 3. 9. Динаміка вартості матеріальних активів та поліноміальна лінія тренду на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2013–2017 рр. (джерело: розраховано автором самостійно, вибір лінії тренду здійснено на основі Додатку Е 4)

На основі вибраної моделі визначено прогностні значення вартості матеріальних активів ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2016 р.– 12321 тис. грн. та у 2017 р.– 17408 тис. грн. (рис. 3. 9). Таким чином, товариство має позитивну динаміку зміни вартості матеріальних активів до кінця 2017 р. Базуючись на проведених вище обґрунтуваннях визначимо вартість інтелектуального капіталу ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011–2015 р. на основі методики «КСЕ» (табл. 3. 2).

При цьому зауважимо, на зниженні впливу вартості матеріальних активів на креаційну спроможність сучасних суб'єктів господарювання, що вимагає удосконалення управління ефективністю їх формування та використання. Для прогнозування динаміки вартості матеріальних активів ПАТ «Борщівський сирзавод» знехтуємо дані 2011 р., зважаючи на збитковість діяльності даного товариства. Враховуючи той факт, що методика «КСЕ» передбачає врахування часового проміжку  $\pm 2$  роки від базового періоду, тому скористаємося періодом 2013–2017 рр.

Для визначення динаміки вартості фінансових активів на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2012–2017 рр. нами використано трендову поліноміальну 2 степеня модель (якість  $R^2=1$ ):

$$y = -7449,5x^2 + 40480x - 12928, \quad (3. 28)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 2013 р., 2014 р., ..., 2017 р.

На основі вибраної моделі визначено прогнозні значення вартості фінансових активів ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2016 р. – 29800 тис. грн. та у 2017 р. – 3234,5 тис. грн. Таким чином, у 2017 р. при незмінних умовах варіативність фінансових активів товариства буде залишатися нижчою рівня 2015 р., що є додатковим свідченням неефективної діяльності ПАТ «Борщівський сирзавод» (рис. 3. 10).

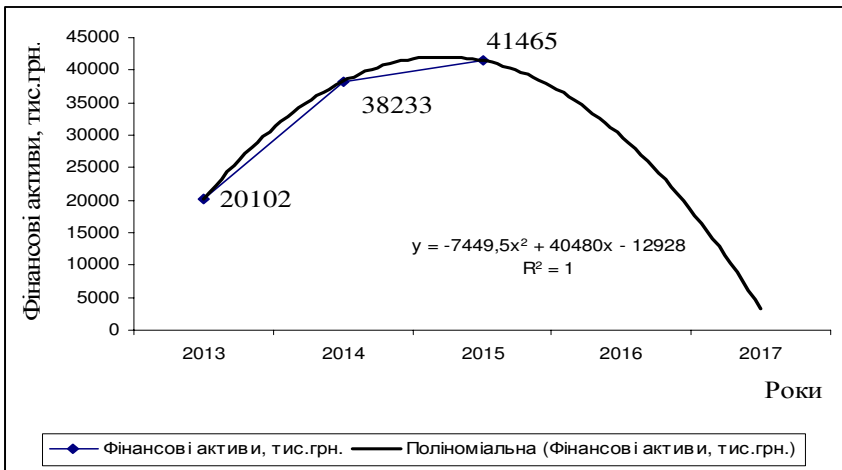


Рис. 3. 10. Панорама зміни вартості фінансових активів та поліноміальна лінія тренду на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2013–2017 рр. (джерело: розраховано автором самостійно, вибір лінії тренду здійснено на основі Додатку Е 5)

Враховуючи найвищу норму дохідності нематеріальних активів (10,5 %) визначимо динаміку їх вартості для ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2013–2017 рр. (рис. 3. 11).

Для визначення динаміки вартості нематеріальних активів на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2016–2017 рр. нами використано трендову поліноміальну 2 степеня модель (якість  $R^2=1$ ).

$$y = 2162x^2 - 15429x + 66200, \quad (3. 29)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 2013 р., 2014 р., ..., 2017 р.

Розраховані на основі прогнозної моделі очікувані значення вартості нематеріальних активів ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2016 р. – 39076 тис. грн. та у 2017 р. – 43105 тис. грн. Зважаючи на те, що товариство у 2016 р. налагодило випуск твердого сиру, який реалізується за придбаною ліцензією торгової

марки «Альма Віта», можемо стверджувати про цілком високу ймовірність посилення креаційного потенціалу товариства на основі розвитку інтелектуального капіталу.

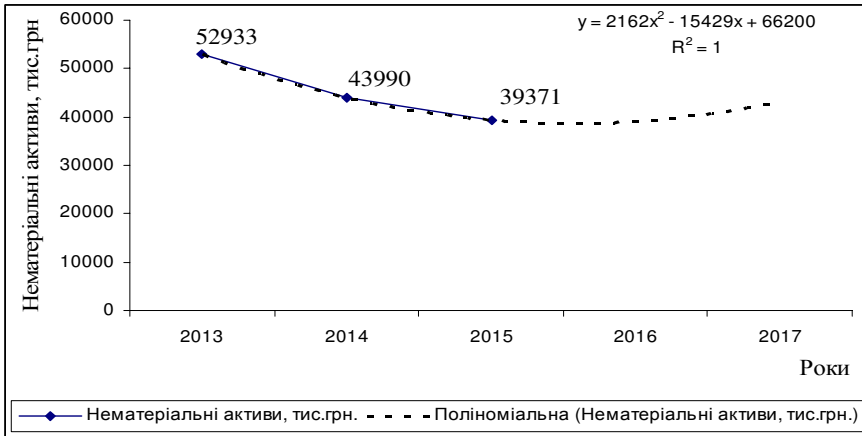


Рис. 3. 11. Зміна вартості нематеріальних активів та поліноміальна лінія тренду на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2013–2017 рр. (джерело: розраховано автором самостійно, вибір лінії тренду здійснено на основі Додатку Е 6)

В нинішніх умовах господарювання потенційні можливості нарощення бізнесу у секторі молочної індустрії зосереджені винятково у сфері розвитку інтелектуального капіталу. Виявлення резервів розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання можна реалізувати виключно застосовуючи методики економічного аналізу. Пропоновані оціночні методики повинні вмщувати економічні аргументи, представлені у вигляді показників, які б кристалізували резерви нарощення інтелектуального капіталу. Згідно з нашими міркуваннями, таким вимогам цілком відповідає показник інтелектуальної доданої вартості, який виявляє можливості її генерування в межах структурного, людського та фінансового капіталів господарського суб'єкта.

Показник інтелектуальної доданої вартості є базовим елементом в методиці інтелектуальної доданої вартості (VAIC<sup>TM</sup>), розробленої у 1998 р. дослідником австрійського дослідницького центру інтелектуального капіталу Анте Пулічем<sup>502,503</sup>. Перевагою наведеної вище методики є простота, універсальність її застосування для суб'єктів господарювання різних форм власності чи розміру бізнесу, а також високий рівень об'єктивності (базується на показниках, досту-

<sup>502</sup> Pulic A. VAIC<sup>TM</sup> – an Accounting Tool for IC Management / Ante Pulic // International Journal of Technology Management. – 2000. – Vol. 20. – № 5–8. – P. 702–714.

<sup>503</sup> Pulic A. Intellectual Capital – Does it Create or Destroy Value / Ante Pulic // Measuring Business Excellence. – 2004. – Vol. 8. – № 1. – P. 62–68.

пних у фінансовій звітності). Однак, запропонована Анте Пулічем технологія розрахунку показника інтелектуальної доданої вартості, на нашу думку, є дискусійною в частині обчислення величини структурного інтелектуального капіталу, що ставить під сумнів отримані значення коефіцієнта ефективності його використання.

Незважаючи на низку наведених вище неоднозначних моментів, методика VAIC<sup>TM</sup> набула широкого практичного застосування, зокрема у дослідженнях Міг Хін Хена та Су Ю Хенга<sup>504</sup>; Анни Уйвари-Гіль (у сфері телекомунікації)<sup>505</sup>; Аббасалі Даріае, Абдолаг Пакдела, Камала Еасапура та Малека Халафлу<sup>506</sup>; Едити Бомб'як (кондитерських підприємств)<sup>507</sup>; Лейли Асаді<sup>508</sup>; Мосаві Саїда Аліреза<sup>509</sup>; Павела Сковрона (в паливно-енергетичному комплексі)<sup>510</sup>; Іранманд Мосен і ін.<sup>511</sup> чи Олександра Кендюхова (нової вартості)<sup>512</sup>, Віктора Петренка (інтелектуальної доданої вартості)<sup>513</sup>, Святослава Кіся (інтелектуалізації діяльності підприємств нафтогазового комплексу)<sup>514</sup> тощо.

<sup>504</sup> Chen M. Ch.. An Empirical Investigation of the Relationship Between Intellectual Capital and Firms Market Value and Financial Performance / Ming Chin Chen, Shu Ju Cheng. // *Journal of Intellectual Capital*, 2005. – № 6 (2). – P. 159–176. <http://dx.doi.org/10.1108/14691930510592771>

<sup>505</sup> Ujwary-Gil A. Kapitał intelektualny a wartość rynkowa przedsiębiorstwa / Anna Ujwary-Gil. – Warszawa: C.H. Beck, 2009. – S. 72–87.

<sup>506</sup> Daryae A. Intellectual Capital, Corporate Value and Corporate Governance (Evidence From Tehran Stock Exchange) / Abbasali Daryae, Abdolrah Pakdel, Kamal Easapour, & Malek Mohamadi Khalafu. // *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. – 2011. – № 5(12). – P. 821–826.

<sup>507</sup> Bombiak E. Wycena kapitału intelektualnego Wawel SA – studium przypadku / Edyta Bombiak // *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach*. – 2012. – № 95. – S. 238–240. – (Seria: Administracja i Zarządzanie).

<sup>508</sup> Asadi L. Investigating the Effect of Intellectual Capital on the Value Creation of Companies Listed in Tehran Stock Exchange / Leila Asadi // *Science Road Publishing Corporation, Trends in Social Science*. – 2012. – № 2(1). – P. 2–12.

<sup>509</sup> Alireza M. S. A study of relations between intellectual capital components, market value and finance performance / Mosavi Seyed Alireza, Nekoueizadeh, Ghaedi Mahnoosh. // *Journal of Business Management*. – 2012. – Vol. 6(4). – 1 February. – P. 1396–1403.

<sup>510</sup> Skowron P. Efektywność w zarządzaniu kapitałem intelektualnym na przykładzie wybranych sektorów / Paweł Skowron. // *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach*. – 2013. – № 98. – S. 335–340. – (Seria: Administracja i Zarządzanie).

<sup>511</sup> Iranmand Mohsen, Moeinaddin Mahmoud, Shahmoradi Nasim, Forough. The effects of Intellectual Capital on Cost of Finance and Firm Value / Iranmand Mohsen, Moeinaddin Mahmoud, Shahmoradi Nasim, Forough. // *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*. – 2014. – Vol. 4 (№2). P. 1–8.

<sup>512</sup> Кендюхов О. В. Інтелектуальний капітал підприємства: гносеологія економічної категорії / О. В. Кендюхов // *Вісник Донецького університету економіки та права*, 2011. – № 2. – С.12–16.

<sup>513</sup> Петренко В. Управління процесами інтелектокористування в соціально-економічних системах: монографія ; / В. П. Петренко. – Івано-Франківськ: Нова зоря, 2006 – С. 84.

<sup>514</sup> Кісь С. Я. Інтелектуалізація діяльності підприємств: доцільність, умови, технології : наукова монографія ; за заг. ред. В. П. Петренка / С. Я. Кісь. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2015. – 269 с.



Опрацьоване нами схематичне представлення механізму застосування фінансової методики інтелектуальної доданої вартості (VAIC<sup>TM</sup>) і технології розрахунку оціночних показників відображає рис. 3.12.

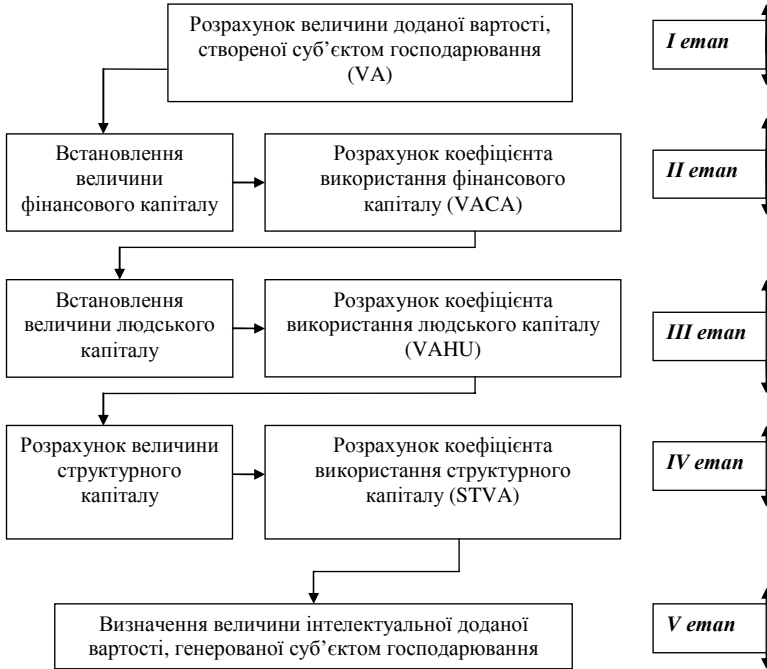


Рис. 3.12. Схематичне представлення методики VAIC<sup>TM</sup> Анте Пуліча (джерело: складено автором на основі Pulic A. VAIC<sup>TM</sup> – an Accounting Tool for IC Management / Ante Pulic // International Journal of Technology Management. – 2000. – Vol. 20. – № 5–8. – P. 702–714; Pulic A. Intellectual Capital – Does it Create or Destroy Value / Ante Pulic // Measuring Business Excellence. – 2004. – Vol. 8. – № 1. – P. 62–68)

Величина, створеної суб'єктом господарювання доданої вартості розраховується за формулою<sup>515</sup>:

$$VA = D - W, \quad (3.30)$$

де VA – додана вартість, тис. грн.;  
 D – виторг від реалізації продукції, тис. грн.;  
 W – витрати, тис. грн.

<sup>515</sup> Pulic A. VAIC<sup>TM</sup> – an Accounting Tool for IC Management / Ante Pulic // International Journal of Technology Management. – 2000. – Vol. 20. – № 5–8. – P. 702–714.

Встановлення величини фінансового капіталу суб'єкта господарювання та розрахунок коефіцієнта використання фінансового капіталу<sup>516</sup>:

$$VACA = \frac{VA}{CE}, \quad (3.31)$$

де  $VACA$  – коефіцієнт використання фінансового капіталу;  
 $VA$  – додана вартість, тис. грн.;  
 $CE$  – величина фінансового капіталу, тис. грн.

Визначення величини людського капіталу суб'єкта господарювання та розрахунок коефіцієнта використання людського капіталу<sup>517</sup>:

$$VAHU = \frac{VA}{HC}, \quad (3.32)$$

де  $VACA$  – коефіцієнт використання людського капіталу;  
 $VA$  – додана вартість, тис. грн.;  
 $HC$  – величина людського капіталу, тис. грн.

Розрахунок величини структурного капіталу передбачає застосування формули<sup>518</sup>:

$$SC = VA - HC, \quad (3.33)$$

де  $K_{SC}$  – величина структурного капіталу, тис. грн.;  
 $VA$  – додана вартість, тис. грн.;  
 $K_{HC}$  – величина людського капіталу, тис. грн.

Для визначення коефіцієнта використання структурного капіталу необхідно застосувати формулу<sup>519</sup>:

$$STVA = \frac{SC}{VA}, \quad (3.34)$$

де  $STVA$  – коефіцієнт використання структурного капіталу, тис. грн.;  
 $SC$  – величина структурного капіталу, тис. грн.;  
 $VA$  – додана вартість, тис. грн.

<sup>516</sup> Pulić A. VAIC™ – an Accounting Tool for IC Management / Ante Pulić // International Journal of Technology Management. – 2000. – Vol. 20. – № 5–8. – P. 702–714.

<sup>517</sup> Там же.

<sup>518</sup> Там же.

<sup>519</sup> Там же.

Удосконалена методика, запропонована польською економісткою Анною Уйвари-Гіль для оцінки впливу інтелектуального капіталу на створення інтелектуальної доданої вартості передбачає інший підхід при розрахунку показника доданої вартості, який відповідає положенням британського Департаменту торгівлі і промисловості<sup>520</sup>:

$$VA = P_o + HC + A, \quad (3.35)$$

де  $VA$  – додана вартість, тис. грн.;  
 $P_o$  – операційний прибуток, тис. грн.;  
 $HC$  – величина людського капіталу, тис. грн.;  
 $A$  – амортизаційні відрахування, тис. грн.

Проведена нами на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» економічна оцінка ефективності вкладу інтелектуального капіталу в створення інтелектуальної доданої вартості у 2011–2015 рр. свідчить про співпадання загальних тенденцій щодо розвитку інтелектуального капіталу із вище отриманими результатами інших методик (табл. 3. 3).

Так, на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» відновуємо зростаючу динаміку інтелектуальної доданої вартості протягом 2011–2014 рр. (відповідно 2,89; 2,97 та 3,04) та незначне на 0,24 пункти її зниження у 2015 р. (2,8), що цілком відповідає результатам, отриманим за методикою ринкової капіталізації, Q-Tobina, «CIV», але крім методу «КСЕ». Економічний аналіз при застосуванні підходу Анни Уйвари-Гіль, показує дещо вищі значення показника інтелектуальної доданої вартості в порівнянні із методом «VAIC» із загальною позитивною динамікою (темп росту 104 % у 2012 р., 101 % у 2013 р., 105 % у 2014 р. та 103 % у 2015 р.) (табл. 3. 3). На противагу цьому, використання методики «VAIC» виявляє дещо нижчі значення інтелектуальної доданої вартості, із нестабільним темпом росту 103 % у 2012 р., 97 % у 2013 р., 104 % у 2014 р. та 105 % у 2015 р. (табл. 3. 3).

Оцінка динаміки інтелектуальної доданої вартості на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2010–2015 рр. також є відповідною до попередніх результатів, отриманих методами ринкової капіталізації, Q-Tobina, «CIV», але крім методу «КСЕ», де ситуація із де величина оціночного показника має негативну тенденцію із майже 2 кратним спадом (табл. 3. 6). Принагідно зауважимо, що при застосуванні підходу Анни Уйвари-Гіль, хоч і отримуємо дещо вищі значення показника інтелектуальної доданої вартості в порівнянні із методом «VAIC», але загальна динаміка є негативною (темп росту 97 % у 2012 р., 99 % у 2013 р., 90 % у 2014 р. та 95 % у 2015 р.) (табл. 3. 4). На противагу цьому, використання методики «VAIC» виявляє дещо нижчі значення інтелектуальної доданої вартості, але із дещо вищим спадом – 30 % у 2015 р. (табл. 3. 4).

<sup>520</sup> Pulić A. VAIC™ – an Accounting Tool for IC Management / Ante Pulić // International Journal of Technology Management. – 2000. – Vol. 20. – № 5–8. – P. 702–714.

Таблиця 3.3. Інтелектуальна вартість корпоративних суб'єктів господарювання Тернопільської області у 2011–2015 рр. на основі методики «VAIC»

Суб'єкт	Показник	Роки				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7
ПРАТ «Тернопільський молокозавод»	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	401832	481003	575403	654310	867708
	Операційні витрати (за мінусом витрат на оплату праці), тис. грн.	336932	393247	472482	515765	726383
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>64900</b>	<b>87756</b>	<b>102921</b>	<b>138545</b>	<b>141325</b>
	Власний капітал, тис. грн.	41209	62269	76911	97045	124965
	Коефіцієнт використання власного капіталу, <b>VACA</b>	<b>1,57</b>	<b>1,41</b>	<b>1,34</b>	<b>1,43</b>	<b>1,13</b>
	Людський капітал, тис. грн.	55335	66642	77944	102372	101311
	Коефіцієнт використання людського капіталу, <b>VAHU</b>	<b>1,17</b>	<b>1,32</b>	<b>1,32</b>	<b>1,35</b>	<b>1,39</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	<b>9565</b>	<b>21114</b>	<b>24977</b>	<b>36173</b>	<b>40014</b>
	Коефіцієнт використання структурного капіталу, <b>STVA</b>	<b>0,15</b>	<b>0,24</b>	<b>0,25</b>	<b>0,26</b>	<b>0,28</b>
	<b>VAIC</b>	<b>2,89</b>	<b>2,97</b>	<b>2,91</b>	<b>3,04</b>	<b>2,8</b>
ПАТ «Борщівський сирзавод»**	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	75746	62852	54670	74922	68844
	Операційні витрати (за мінусом витрат на оплату праці), тис. грн.	67206	54896	48673	63352	60553
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>8540</b>	<b>7956</b>	<b>5997</b>	<b>11570</b>	<b>8291</b>
	Власний капітал, тис. грн.	8776	4821	11801	19149	25759
	Коефіцієнт використання власного капіталу, <b>VACA</b>	<b>0,97</b>	<b>1,65</b>	<b>0,51</b>	<b>0,60</b>	<b>0,32</b>
	Людський капітал, тис. грн.	3143	3866	4755	5336	5133
	Коефіцієнт використання людського капіталу, <b>VAHU</b>	<b>2,72</b>	<b>2,06</b>	<b>1,26</b>	<b>2,17</b>	<b>1,62</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	<b>5397</b>	<b>4090</b>	<b>1242</b>	<b>6234</b>	<b>3158</b>
	Коефіцієнт використання структурного капіталу, <b>STVA</b>	<b>0,63</b>	<b>0,51</b>	<b>0,21</b>	<b>0,54</b>	<b>0,38</b>
	<b>VAIC</b>	<b>4,32</b>	<b>4,22</b>	<b>1,98</b>	<b>3,31</b>	<b>2,32</b>

\*Джерело: розраховано автором самостійно на основі статистичних звітів товариств

\*\* Примітка: зважаючи на збитковість ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011 р. для початкового відлікового часового періоду використано дані за 2010 р.

Таблиця 3. 4. Визначення вартості інтелектуального капіталу молокопереробних корпоративних суб'єктів Тернопільської області у 2011–2015 рр. на основі підходу А. Уйвари-Гіль

Суб'єкт	Показник	Роки				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7
ПРАТ «Тернопільський молокозавод»	Людський капітал (оплата праці), тис. грн.	55335	66642	77944	102372	101311
	Операційний прибуток, тис. грн.	10132	21503	25364	37230	52485
	Амортизація, тис. грн.	6649	11350	16953	22247	30335
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>72116</b>	<b>99495</b>	<b>120261</b>	<b>161849</b>	<b>184131</b>
	Власний капітал, тис.грн.	41209	62269	76911	97045	124965
	Ефективність використання власного капіталу, (VACA)	<b>1,75</b>	<b>1,60</b>	<b>1,56</b>	<b>1,67</b>	<b>1,47</b>
	Ефективність використання людського капіталу, (VANU)	<b>1,30</b>	<b>1,49</b>	<b>1,54</b>	<b>1,58</b>	<b>1,82</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	16781	32853	42317	59477	82820
	Ефективність використання структурного капіталу, (STVA)	<b>0,23</b>	<b>0,33</b>	<b>0,35</b>	<b>0,37</b>	<b>0,45</b>
<b>VAIC</b>	<b>3,28</b>	<b>3,42</b>	<b>3,45</b>	<b>3,62</b>	<b>3,74</b>	
ПАТ «Борщівський сирзавод»	Людський капітал (оплата праці), тис. грн.	3143	3866	4755	5336	5133
	Операційний прибуток, тис. грн.	5893	4300	7825	8424	8284
	Амортизація, тис. грн.	267	456	552	622	506
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>9303</b>	<b>8622</b>	<b>13132</b>	<b>14382</b>	<b>13923</b>
	Власний капітал, тис. грн.	8776	4821	11801	19149	25759
	Ефективність використання власного капіталу, VACA	<b>1,06</b>	<b>1,79</b>	<b>1,11</b>	<b>0,75</b>	<b>0,54</b>
	Ефективність використання людського капіталу (VANU)	<b>2,96</b>	<b>2,23</b>	<b>2,76</b>	<b>2,70</b>	<b>2,71</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	6160	4756	8377	9046	8790
	Ефективність використання структурного капіталу (STVA)	<b>0,66</b>	<b>0,55</b>	<b>0,64</b>	<b>0,62</b>	<b>0,63</b>
<b>VAIC</b>	<b>4,68</b>	<b>4,57</b>	<b>4,51</b>	<b>4,07</b>	<b>3,88</b>	

\* Джерело: розраховано автором самостійно на основі статистичних звітностей товариств

\*\* Примітка: зважаючи на збитковість ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011 р. для початкового відлікового часового періоду використано дані за 2010 р.

Отже, молокопероробний корпоративний сектор Тернопільщини протягом 2011–2015 рр. досить неоднозначно формував креаційний потенціал. Низка суб'єктів у цій діяльності була успішною (ПрАТ «Тернопільський молокозавод»), а інші – низько неактивними (ПАТ «Борщівський сирзавод», ТзОВ «Бучацький сирзавод»).

Здійснений аналіз інтелектуальної вартості оцінених суб'єктів дозволив виділити групу товариств із негативною динамікою, зокрема ТзОВ «Бучацький сирзавод» та ТзОВ «Кременецьке молоко». Проведена оцінка динаміки інтелектуальної доданої вартості ТзОВ «Бучацький сирзавод» у 2012–2015 р. на основі методики «VAIC<sup>TM</sup>» А. Пуліча «VAIC» та підходу Анни Уйвари-Гіль представлена у табл. 3.5.

Таблиця 3.5. Інтелектуальна вартість ТзОВ «Бучацький сирзавод» у 2012–2015 рр. на основі методики «VAIC»

Метод	Показник	Роки			
		2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6
VAIC	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	23389	21739	22987	19678
	Операційні витрати (за мінусом витрат на оплату праці), тис. грн.	19251	17531	19820	15626
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>4138</b>	<b>4208</b>	<b>3167</b>	<b>4052</b>
	Власний капітал, тис. грн.	4740	4526	4606	4411
	Коефіцієнт використання власного капіталу (VACA)	<b>0,87</b>	<b>0,93</b>	<b>0,69</b>	<b>0,92</b>
	Людський капітал, тис. грн.	3148	3557	3798	3424
	Коефіцієнт використання людського капіталу (VAHU)	<b>1,31</b>	<b>1,18</b>	<b>0,83</b>	<b>1,18</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	<b>990</b>	<b>651</b>	<b>-631</b>	<b>628</b>
	Коефіцієнт використання структурного капіталу (STVA)	<b>0,24</b>	<b>0,15</b>	<b>-0,20</b>	<b>0,16</b>
	<b>VAIC</b>	<b>2,42</b>	<b>2,26</b>	<b>1,32</b>	<b>2,26</b>
VAIC підхід А. Уйвари-Гіль	Людський капітал (оплата праці), тис. грн.	3148	3557	3798	3424
	Операційний прибуток, тис. грн.	274	- 231	70	- 138
	Амортизація, тис. грн.	476	508	531	523
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>3898</b>	<b>3834</b>	<b>4399</b>	<b>3809</b>
	Власний капітал, тис. грн.	4740	4526	4606	4411
	Ефективність використання власного капіталу (VACA)	<b>0,82</b>	<b>0,85</b>	<b>0,96</b>	<b>0,86</b>
	Ефективність використання людського капіталу (VAHU)	<b>1,24</b>	<b>1,08</b>	<b>1,16</b>	<b>1,11</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	<b>750</b>	<b>277</b>	<b>601</b>	<b>385</b>
	Ефективність використання структурного капіталу (STVA)	<b>0,19</b>	<b>0,07</b>	<b>0,14</b>	<b>0,10</b>
		<b>VAIC</b>	<b>2,25</b>	<b>2,00</b>	<b>2,26</b>

\*Джерело: розраховано автором самостійно на основі статистичних звітностей товариства

Таблиця 3. 6. Інтелектуальна додана вартість ТзОВ «Кременецьке молоко» у 2012–2015 рр. на основі методики «VAIC»

Метод	Показник	Роки			
		2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6
VAIC™	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	135288	165701	185853	204172
	Операційні витрати (за мінусом витрат на оплату праці), тис. грн.	116721	143140	3837	187408
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>18567</b>	<b>22561</b>	<b>182016</b>	<b>16764</b>
	Власний капітал, тис. грн.	11171	13393	18256	21578
	Коефіцієнт використання власного капіталу (VACA)	<b>1,66</b>	<b>1,69</b>	<b>9,9</b>	<b>0,78</b>
	Людський капітал, тис. грн.	18290	19691	24907	13662
	Коефіцієнт використання людського капіталу (VAHU)	<b>1,02</b>	<b>1,15</b>	<b>7,31</b>	<b>1,23</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	<b>277</b>	<b>2870</b>	<b>157109</b>	<b>3102</b>
	Коефіцієнт використання структурного капіталу (STVA)	<b>0,02</b>	<b>0,13</b>	<b>0,86</b>	<b>0,19</b>
	<b>VAIC</b>	<b>2,7</b>	<b>2,97</b>	<b>18,07</b>	<b>2,2</b>
VAIC підхід А. Уйвари-Гіль	Людський капітал (оплата праці), тис. грн.	18290	19691	24907	13662
	Операційний прибуток, тис. грн.	344	3075	5515	3149
	Амортизація, тис. грн.	1581	1529	1599	1793
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>20215</b>	<b>24295</b>	<b>32021</b>	<b>18604</b>
	Власний капітал, тис. грн.	11171	13393	18256	21578
	Ефективність використання власного капіталу (VACA)	<b>1,81</b>	<b>1,81</b>	<b>1,75</b>	<b>1,16</b>
	Ефективність використання людського капіталу (VAHU)	<b>1,11</b>	<b>1,23</b>	<b>1,29</b>	<b>1,36</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	1925	4604	7114	4942
	Ефективність використання структурного капіталу (STVA)	<b>0,10</b>	<b>0,19</b>	<b>0,22</b>	<b>0,27</b>
		<b>VAIC</b>	<b>3,02</b>	<b>3,23</b>	<b>3,26</b>

\*Джерело: розраховано автором самостійно на основі статистичних звітностей товариства

Таким чином, загалом негативна динаміка інтелектуальної вартості ТзОВ «Кременецьке молоко» у 2012–2015 рр. формувалася на фоні підвищення ефективності використання людського капіталу й значного зниження ефективності використання власного капіталу товариства. Зважаючи на це, можемо констатувати, що такі негативні тренди у цій групі призведуть у майбутньому до зниження креаційного потенціалу товариства.

Наступну групу сформували суб'єкти зі стабільно визначеною позитивною динамікою щодо нарощення креаційного потенціалу, зокрема ТзОВ «Галичина Ласунка» та ПП «Альма Віта». Проведена оцінка динаміки інтелектуаль-

льної доданої вартості ТзОВ «Галичина Ласунка» у 2012–2015 р. на основі методики «VAIC™» А. Пуліча «VAIC» та підходу Анни Уйвари-Гіль представлено у табл. 3.7.

Таблиця 3.7. Інтелектуальна вартість ТзОВ «Галичина Ласунка» у 2012–2015 рр. на основі методики «VAIC»

Метод	Показник	Роки			
		2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6
VAIC™	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	68781	68780	95770	98113
	Операційні витрати (за мінусом витрат на оплату праці), тис. грн.	59313	59215	82709	83605
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>9468</b>	<b>9565</b>	<b>13061</b>	<b>14508</b>
	Власний капітал, тис. грн.	31891	44711	49745	64602
	Коефіцієнт використання власного капіталу (VACA)	<b>0,30</b>	<b>0,21</b>	<b>0,26</b>	<b>0,23</b>
	Людський капітал, тис. грн.	8778	8411	9456	9316
	Коефіцієнт використання людського капіталу (VANU)	<b>1,08</b>	<b>1,14</b>	<b>1,38</b>	<b>1,56</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	<b>690</b>	<b>1154</b>	<b>3605</b>	<b>5192</b>
	Коефіцієнт використання структурного капіталу (STVA)	<b>0,07</b>	<b>0,12</b>	<b>0,28</b>	<b>0,36</b>
<b>VAIC</b>	<b>1,45</b>	<b>1,47</b>	<b>1,92</b>	<b>2,15</b>	
VAIC підхід А. Уйвари-Гіль	Людський капітал (оплата праці), тис. грн.	8778	8411	9456	9316
	Операційний прибуток, тис. грн.	1209	1427	3914	5313
	Амортизація, тис. грн.	3799	3765	2293	4370
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>13786</b>	<b>13603</b>	<b>15663</b>	<b>18999</b>
	Власний капітал, тис. грн.	31891	44711	49745	64602
	Ефективність використання власного капіталу (VACA)	<b>0,43</b>	<b>0,30</b>	<b>0,32</b>	<b>0,29</b>
	Ефективність використання людського капіталу (VANU)	<b>1,57</b>	<b>1,62</b>	<b>1,66</b>	<b>2,04</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	5008	5192	6207	9683
	Ефективність використання структурного капіталу (STVA)	<b>0,36</b>	<b>0,38</b>	<b>0,40</b>	<b>0,51</b>
<b>VAIC</b>	<b>2,36</b>	<b>2,3</b>	<b>2,38</b>	<b>2,84</b>	

\*Джерело: розраховано автором самостійно на основі статистичних звітностей товариства.

Отримані оціночні результати щодо динаміка інтелектуальної вартості на ТзОВ «Галичина Ласунка» протягом аналізованого періоду свідчать про сформований стабільно позитивний тренд, забезпечений підвищення ефективності використання людського капіталу, що дозволяє прогнозувати високу ймовірність покращення креаційного потенціалу господарського суб'єкта.

Часову зміну інтелектуальної вартості на ТОВ «Цebro» у 2012–2015 рр. для зручності відобразимо у табл. 3. 8.



Таблиця 3. 8. Інтелектуальна вартість ТОВ «Цебро» у 2012–2015 рр. на основі методики «VAIC»

Метод	Показник	Роки			
		2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6
VAIC	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	878	1147,5	700	268
	Операційні витрати (за мінусом витрат на оплату праці), тис. грн.	554	994	423	127
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>324</b>	<b>153,5</b>	<b>277</b>	<b>141</b>
	Власний капітал, тис. грн.	689	1703	1661	1521
	Коефіцієнт використання власного капіталу (VACA)	<b>0,47</b>	<b>0,09</b>	<b>0,17</b>	<b>0,09</b>
	Людський капітал, тис. грн.	214	135	219	137
	Коефіцієнт використання людського капіталу (VAHU)	<b>1,51</b>	<b>1,14</b>	<b>1,27</b>	<b>1,03</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	<b>110</b>	<b>18,5</b>	<b>58</b>	<b>4</b>
	Коефіцієнт використання структурного капіталу (STVA)	<b>0,34</b>	<b>0,12</b>	<b>0,21</b>	<b>0,03</b>
<b>VAIC</b>	<b>2,32</b>	<b>1,35</b>	<b>1,65</b>	<b>1,15</b>	
VAIC підхід А. Уйварі-Гіль	Людський капітал (оплата праці), тис. грн.	214	135	219	137
	Операційний прибуток, тис. грн.	-	- 381,5	- 42	34
	Амортизація, тис. грн.	11	13,2	5,9	2,12
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>225</b>	<b>- 233,3</b>	<b>182,9</b>	<b>173,12</b>
	Власний капітал, тис. грн.	689	1703	1661	1521
	Ефективність використання власного капіталу (VACA)	<b>0,33</b>	<b>X</b>	<b>0,11</b>	<b>0,11</b>
	Ефективність використання людського капіталу (VAHU)	<b>1,05</b>	<b>X</b>	<b>0,84</b>	<b>1,26</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	11	X	- 36,1	36,12
	Ефективність використання структурного капіталу (STVA)	<b>0,05</b>	<b>X</b>	<b>- 0,20</b>	<b>0,21</b>
<b>VAIC</b>	<b>1,43</b>	<b>X</b>	<b>0,75</b>	<b>1,58</b>	

\*Джерело: розраховано автором самостійно на основі статистичних звітностей товариства.

Динаміки інтелектуальної доданої вартості ПП «Альма Віта» у 2012–2015 р. на основі методики «VAIC<sup>TM</sup>» А. Пуліча «VAIC» та підходу Анни Уйварі-Гіль представлена у табл. 3. 9.

Таким чином, ПП «Альма Віта» протягом у 2012–2015 рр. продемонструвало найбільш ефективну політику щодо нарощення креаційного потенціалу, що забезпечувалося підвищенням ефективності використання людського капіталу в межах від 1,5–2,8 рази, власного капіталу від 1,1–2,3 рази, структурного капіталу від 1,4–2,1 рази.

Таблиця 3. 9. Інтелектуальна вартість ПП «Альма Віта» у 2012–2015 рр. на основі методики «VAIC»

Метод	Показник	Роки			
		2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6
VAIC™	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	93296	92423	98377	107319
	Операційні витрати (за мінусом витрат на оплату праці), тис. грн.	83274	80216	82371	85012
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>10022</b>	<b>12207</b>	<b>16006</b>	<b>22307</b>
	Власний капітал, тис. грн.	10131	12111	15311	21345
	Коефіцієнт використання власного капіталу (VACA)	<b>0,98</b>	<b>1,01</b>	<b>1,05</b>	<b>1,05</b>
	Людський капітал, тис. грн.	5622	6756	8236	8356
	Коефіцієнт використання людського капіталу (VAHU)	<b>1,78</b>	<b>1,81</b>	<b>1,94</b>	<b>2,67</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	4400	5451	7770	13951
	Коефіцієнт використання структурного капіталу (STVA)	<b>0,44</b>	<b>0,45</b>	<b>0,49</b>	<b>0,63</b>
	<b>VAIC</b>	<b>3,2</b>	<b>3,27</b>	<b>3,48</b>	<b>4,35</b>
VAIC підхід А. Уйвари-Гіль	Людський капітал (оплата праці), тис. грн.	5622	6756	8236	8356
	Операційний прибуток, тис. грн.	2179	2730	2932	34257
	Амортизація, тис. грн.	1561	1625	2059	2039
	<b>VA, тис. грн.</b>	<b>9362</b>	<b>11111</b>	<b>13227</b>	<b>44652</b>
	Власний капітал, тис. грн.	10131	12111	15311	21345
	Ефективність використання власного капіталу (VACA)	<b>0,92</b>	<b>0,92</b>	<b>0,86</b>	<b>2,09</b>
	Ефективність використання людського капіталу (VAHU)	<b>1,67</b>	<b>1,65</b>	<b>1,61</b>	<b>5,34</b>
	Структурний капітал, тис. грн.	3740	4355	4991	36296
	Ефективність використання структурного капіталу (STVA)	<b>0,40</b>	<b>0,39</b>	<b>0,38</b>	<b>0,81</b>
<b>VAIC</b>	<b>2,99</b>	<b>2,96</b>	<b>2,85</b>	<b>8,24</b>	

\*Джерело: розраховано автором самостійно на основі статистичних звітностей підприємства

Проведена економічна діагностика інтелектуальної вартості молокопереробних суб'єктів Тернопільщини доводить, що вагомий креаційний потенціал можуть сформувати не лише корпоративні, а й підприємницькі структури. Водночас, помітним аспектом оцінки є той факт, що необхідною умовою нарощення креаційного потенціалу у всіх без винятку суб'єктів господарювання було підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу.

Завершуючи зазначимо, що наведені методи дозволяють оцінювати не лише загальну величину та динаміку інтелектуального капіталу підприємства, але й виявляти можливості креації інтелектуальної доданої вартості. Проведена економічна діагностика інтелектуальної вартості молокопереробних суб'єктів

Тернопільщини доводить, що досліджені суб'єкти мають вагомий потенціал її генерування. Крім того, помітним аспектом оцінки є той факт, що необхідною умовою пришвидшення креації інтелектуальної доданої вартості є підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу. При цьому зауважимо, що резерви генерування інтелектуальної доданої вартості відрізняються. Так, для ПрАТ «Тернопільський молокозавод» як єдиного суб'єкта з наявним експортним потенціалом точки зростання оціночного показника знаходяться винятково у сфері підвищення ефективності використання фінансового капіталу. Водночас для іншого вивченого корпоративного суб'єкта (ПАТ «Борщівський сирзавод») такі резерви зростання виявлені в усіх структурних модулях інтелектуального капіталу. Узагальнюючи, зазначимо, що проведена економічна діагностика інтелектуального капіталу публічних молокопереробних суб'єктів Тернопільської області показала недостатній інтелектуальний потенціал. Використання виявлених резервів креації інтелектуальної доданої вартості в корпоративному та підприємницькому секторах Тернопільщини додатково чинитиме позитивний вплив на розвиток регіону, що є надзвичайно важливим в умовах децентралізації.

### **3. 3. Комплексна методологія оцінки ефектів креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу**

Новітня парадигма господарювання ґрунтується на зрівноваженому розвитку підприємств, що вимагає постійного підвищення інноваційності, екологічності сучасних виробництв та посилення соціальної відповідальності бізнесу, реалізація чого можлива лише на основі креації вартості підприємств чинниками інтелектуального походження. У сучасних дослідженнях креація вартості усе частіше розглядається як ключовий аспект концепції управління вартістю (*VBM*) популярність якої в умовах економіки знань зростає швидкими темпами.

Презентовані вище результати моніторингу аксіометодології ефектів креації вартості підприємства чинниками інтелектуального походження дозволили виявити низку прогалин і не доопрацювань у цій сфері, що зумовлено як новизною теорії інтелектуального капіталу, так і постійною динамікою розвитку теорії вартості. Пропоновані дослідниками вектори удосконалення оцінки ефективності управління вартістю підприємства переважали у сферах функціонування основного чи оборотного капіталів, сила впливу яких на креацію вартості модерних суб'єктів господарювання буде знижуватися при одночасному зростанні впливу інтелектуального капіталу. Відтак, ми змушені констатувати, що наявні підходи та методики не в повній мірі відповідають сучасним вимогам та критеріям зрівноваженого розвитку підприємства.

Проведене нами дослідження доводить, що на сьогодні бракує конструктивних пропозицій щодо вдосконалення аксіометодології ефектів креації вартості крізь призму розвитку інтелектуального капіталу. Вважаємо, що це дозволить визначити необхідність розвитку тих перспективних модулів інтелектуального капіталу підприємства, які виступають двигуном процесів креації вартості, зважаючи на нові умови господарювання. Водночас посилення акцентів на необхідності креації вартості підприємства крізь призму розвитку інтелектуального капіталу у бізнесовому секторі вимагає економічного обґрунтування доцільності реалізації цього шляхом оцінки її ефектів.

Після аналізу наведених вище підходів зрозуміло, що останні не повною мірою відображають ті ефекти креації вартості підприємства, які виникають в результаті розвитку інтелектуального капіталу. Так, погляд на креацію вартості підприємства не лише як на кількісний процес її зростання порівняно з попередніми періодами, але й як на якісну її зміну, що відображається зменшенні «лакуни вартості», що зумовлено рівнем розвитку інтелектуального капіталу, цілком слушно вимагає оновлення методологічної електики оцінки її ефектів.

Опираючись на архітектуру інтелектуального капіталу як сукупність індивідуального (капітал знань і капітал компетенцій), колективного (інноваційного, інформаційного та ринкового) та соціального (локальний і публічний) капіталів, враховуючи поняття «лакуна вартості», пропонуємо авторський підхід до побудови моделі оцінки ефектів креації вартості підприємства, який може бути застосованим при їх економічному діагностуванні.

Запропонований авторський підхід до методологічної електики оцінки ефектів креації вартості підприємства побудований таким чином, що забезпечує:

1) дотримання описаних вище (пит. 3.1) основоположних в економічних дослідженнях принципів науковості, плановості, економічності;

2) відповідність критеріям зрівноваженого розвитку та формування у сучасних суб'єктів господарювання високого рівня потенційної спроможності до постійної креації вартості (відповідність вимогам емпіричних наукових розвідок, що зустрічаємо у Альфреда Рапппорта (для побудови «потенціалу креації вартості»<sup>521</sup>), чи в Адама і Марєка Яблонських (постійної «здатності підприємства до креації вартості»<sup>522</sup> та ін.)), теперішніх практичних досліджень фірми «*Fiduciary Network*», які підтвердили наявність такого потенціалу лише у 10–15 % фірм<sup>523</sup>.

<sup>521</sup> Rappaport A. Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors / Alfred Rappaport. – New-York: Free Press, 1998. – 224 p. – (2 Edition).

<sup>522</sup> Jabłoński A. Cykl życia wartości przedsiębiorstw wobec kondycji modelu biznesu / Adam Jabłoński, Marek Jabłoński // Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie, 2013. – № 4. – S. 61.

<sup>523</sup> Hurley P. M. Creating, Measuring and Unlocking Enterprise Value in a Wealth Manager / Mark P. Hurley, Benjamin J. Robins, Yvonne N. Kanner, Steven E. Cortez, Shehzad Sippy, Jonatan Yu. – Fiduciary Network, LLC, 2010. – P. 5. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.fiduciarynetwork.com/site/wp-content/uploads/2014/04/FN\\_Creating\\_Measuring.pdf](http://www.fiduciarynetwork.com/site/wp-content/uploads/2014/04/FN_Creating_Measuring.pdf) (15.07.2013).

3) розуміння цих ефектів як причини зменшення величини «лакуни вартості» ( $VG$  – *value gap*) – відповідає дослідженням Альфреда Раппапорта<sup>524</sup>;

4) врахування усіх наявних прогресивних показників (наприкл., балансова, ринкова вартість тощо) чи їх модифікаційні форм (наприкл., запропоновані нами скорегована балансова вартість, величина «лакуни вартості» тощо).

Відтак, вважаємо за доцільне виділити фундаментальні положення авторського підходу до удосконалення методології оцінки ефектів креації вартості підприємства, зокрема:

➤ «лакуна вартості» ( $VG$ ) виникає при порівнянні двох величин – потенційної (економічної) ( $VP$ ) та ринкової ( $MV$ ) вартості підприємства;

➤ креація вартості з'являється місце, коли темпи росту потенційної вартості перевищують темпи росту ринкової вартості, тобто  $T_{VP} > T_{MV}$ ;

➤ ефект креації вартості є позитивним, коли  $VP > MV$ , негативним –  $VP < MV$ ;

➤ сумарний ефект креації вартості підприємства ( $E_{\Sigma}$ ) визначається на основі складання модульних (проміжних) ефектів, отриманих на рівні складових інтелектуального капіталу суб'єкта господарювання – індивідуального, колективного, соціального.

Принагідно зауважимо, що виконання вище запропонованих положень побудови методології оцінки ефектів креації вартості підприємства створює підґрунття для забезпечення стабільного зростання вартості суб'єкта господарювання. Адже, саме такий підхід дозволяє виявляти резерви креації вартості, які мають інтелектуальне походження, і що не менш важливо, постійно утримувати високий рівень розвитку інтелектуального капіталу і потенціалу креації вартості на цій основі (зважаючи на критерій перевищення темпів росту потенційної вартості над темпами росту ринкової вартості підприємства).

Перехід суспільства на новий щабель поступу, в еру економіки знань, глобалізація та регіоналізація суттєво підвищили вплив чинників інтелектуального походження у сфері креації вартості сучасних, конкурентоспроможних суб'єктів господарювання. Власне, ці зміни виправдовують запропоновану нами архітектуру вартості підприємства, що передбачає виділення двох модулів – вартості матеріальної та вартості інтелектуальної. Опираючись на сучасні господарські зміни та запропоновану нами структуризацію вартості підприємства, вважаємо, що поступ досліджень у цій галузі використовує структурні складові, підкреслюючи взаємозв'язки між ними та динаміку сили впливу кожної на ефекти креації вартості. Отже, їх виділення вимагає визначення показників та вимірників обох модулів.

Вихідні положення запропонованих нами векторів новелізації методології оцінки ефектів креації вартості підприємства ґрунтуються на припущенні, що загальну вартість підприємства формують два складові модулі – матеріальна та

<sup>524</sup> Rappaport A. Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors / Alfred Rappaport. – New-York: Free Press, 1998. – P. 41, 63 – (2 Edition).

інтелектуальна вартість. Зважаючи на це, для розрахунку загальної вартості підприємства пропонуємо використовувати формулу:

$$V_{\Sigma} = V_m + V_{in}, \quad (3.36)$$

де  $V_{\Sigma}$  – загальна вартість підприємства;  
 $V_m$  – матеріальна вартість підприємства;  
 $V_{in}$  – інтелектуальна вартість підприємства.

Окремо зауважимо, що розрахунок матеріальної вартості підприємства, на нашу думку, доцільно побудувати, із врахуванням наступних показників:

➤ ринкова вартість підприємства – показник, який міжнародні агентства часто застосовують при визначенні рейтингу суб'єкта господарювання (наприклад, найбільші світові фірми представлені журналом «Forbes» у вигляді переліку «Global 2000»<sup>525</sup>);

➤ скорегована балансова вартість – показник, що активно використовується для розрахунку величини інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання як різниці між його ринковою та балансовою вартістю;

➤ вартість нематеріальних активів підприємства.

Таким чином, показник матеріальної вартості підприємства пропонуємо розраховувати згідно формули:

$$V_m = VB' - V_{AN}, \quad (3.37)$$

де  $V_m$  – матеріальна вартість підприємства;  
 $VB'$  – скорегована балансова вартість підприємства;  
 $V_{AN}$  – вартість нематеріальних активів підприємства.

При цьому зауважимо, що скорегована балансова вартість підприємства розраховується за формулою:

$$VB' = VB - Z, \quad (3.38)$$

де  $VB'$  – скорегована балансова вартість підприємства;  
 $VB$  – балансова вартість активів підприємства;  
 $Z$  – залучений капітал (зобов'язання) підприємства.

Водночас, запропонований нами складовий модуль інтелектуальної вартості підприємства є новим об'єктом досліджень, а методика його вимірювання та оцінки вимагає детального вивчення та економічного обґрунтування. Авто-

<sup>525</sup> Największe firmy świata [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.forbes.pl/tagi/1737/najwiksze-firmy-swiate/1> (15.06.2015).

рський погляд на методику оцінки інтелектуальної вартості підприємства її обчислення на основі рівня розвитку інтелектуального капіталу.

Розмаїтість і строкатість вимірників і показників інтелектуального капіталу підприємства – детально описана у сучасних економічних дослідженнях, разом із відсутністю єдиноприйнятої методики його оцінки вона, не дозволяє точно оцінити величину та вплив цього капіталу на інтелектуальну вартість суб'єкта господарювання. З метою вирішення вищеподаних проблем пропонуємо авторський підхід до оцінки інтелектуальної вартості підприємства, що полягає у визначенні величини інтелектуального капіталу на основі компетенцій підприємства. При цьому інтелектуальну вартість підприємства пропонуємо визначати за формулою:

$$V_{in} = V_{KK\Sigma} + V_{CSR}, \quad (3.39)$$

де  $V_{in}$  – інтелектуальна вартість підприємства;  
 $V_{KK\Sigma}$  – вартість капіталу компетенцій підприємства;  
 $V_{CSR}$  – вартість (розмір) соціальної відповідальності підприємства.

Отже, запропонований підхід до оцінки інтелектуальної вартості підприємства передбачає виокремлення у її структурі двох складових модулів: вартості капіталу компетенцій підприємства та вартості соціальної відповідальності підприємства. Такий вибір дозволяє оцінити вплив інтелектуального капіталу на креацію вартості через вартість капіталу компетенцій, а також дотримання підприємством критеріїв зрівноваженого розвитку і соціальної відповідальності бізнесу, які є визначальними в сучасних умовах господарювання.

Вартість капіталу компетенцій підприємства виступає синтетичним якісним показником, який відображає рівень розвитку інтелектуального капіталу, дозволяючи нівелювати вплив різноманітності його вимірників. В авторській моделі інтелектуального капіталу підприємства вартість капіталу компетенцій формується у сферах функціонування індивідуального, колективного та соціального модулів (локальний соціальний капітал, обмежений рамками підприємства).

Отже, із розвитку індивідуального інтелектуального капіталу підприємства формуватиметься вартість капіталу особистісних компетенцій, відповідно межі колективного інтелектуального капіталу визначатимуть вартість капіталу організаційних компетенцій, а соціального – вартість капіталу соціальних компетенцій підприємства. для обчислення вартості капіталу компетенцій підприємства пропонуємо скористатися формулою:

$$V_{KK\Sigma} = V_{KKI} + V_{KKO} + V_{KKC}, \quad (3.40)$$

де  $V_{KK\Sigma}$  – вартість капіталу компетенцій підприємства;  
 $V_{KKI}$  – вартість капіталу особистісних компетенцій;  
 $V_{KKO}$  – вартість капіталу організаційних компетенцій;  
 $V_{KKC}$  – вартість капіталу соціальних компетенцій.

Друга складова соціального інтелектуального капіталу підприємства – публічний формуватиме вартість соціальної відповідальності бізнесу, що залежить від вартості проектів, скерованих на розвиток громади, тобто:

$$V_{CSR} = \sum_{i=1}^n V_{CDR1} + V_{CDR2} + \dots + V_{CDRn}, \quad (3.41)$$

де  $V_{CSR}$  – вартість (розмір) соціальної відповідальності підприємства;  
 $V_{CSR1}, V_{CSR2}, V_{CSRn}$  – вартість (відповідно першого, другого і т. д.) зовнішніх соціальних проектів підприємства.

Принагідно зауважимо, що зовнішні соціальні проекти підприємства пов'язані із культурою, спортом, здоров'ям, освітою, якістю життя тощо. Соціально-економічна доцільність застосування і виокремлення показника вартості соціальної відповідальності підприємства належить до сучасних вимог поступу суспільства та критеріїв зрівноваженого розвитку.

Застосування показника вартості капіталу компетенцій підприємства створює новий вектор розвитку в умовах швидких темпів інтелектуалізації праці. На практиці це означає не лише збільшення кількості компетенцій, а й аналогічну зміну їх застосування, що й гарантує зростання доданої вартості. Саме така практика господарювання дозволяє підвищувати ефекти креації вартості сучасних підприємств на основі розвитку інтелектуального капіталу та забезпечувати зменшення величини «лакуни вартості», яку пропонуємо розраховувати за формулою:

$$VG = VP - MV \Rightarrow \min \quad (3.42)$$

де  $VG$  – величина «лакуни вартості» на підприємстві;  
 $VP$  – потенційна (економічна) вартість підприємства;  
 $MV$  – ринкова вартість підприємства.

Таким чином, підсумовуючи наведене вище пропонуємо розглядати ефект креації вартості підприємства, спричинений розвитком інтелектуального капіталу, як наслідок зміни величини «лакуни вартості». Для наочності подаємо можливі варіанти оцінки ефектів креації вартості підприємства інтелектуального походження у табл. 3.10.

Таблиця 3.10 Оцінка ефектів креації вартості підприємства, отриманих на основі розвитку інтелектуального капіталу

Варіант	Реєстр змін	Ефект
$VP > MV$ та $T_{VP} > T_{MV}$	Креація вартості	<i>max</i>
$VP < MV$ чи $VP = MV$	Деструкція вартості	<i>негативний</i>
Якщо $VP = MV$ , тоді $VG \Rightarrow \max$	Утримання вартості	<i>min</i>

\*Джерело: власна розробка.



Отже, сумарний ефект креації вартості підприємства, отриманий на основі розвитку інтелектуального капіталу пропонуємо розраховувати за формулою:

$$E_{\Sigma} = E_{KKP} + E_{CDR} \Rightarrow \max, \quad (3.43)$$

Відзначимо, що ефект креації вартості буде максимальним, якщо не лише потенційна вартість перевищує ринкову ( $VP > MV$ ), а темпи росту більші за темпи росту другої ( $T_{VP} > T_{MV}$ ).

Зрозуміло, що ефект креації вартості досяє свого мінімального значення, коли потенційна вартість підприємства дорівнює ринковій ( $VP = MV$ ), бо величина «лакуни вартості» за таких умов прямує до свого максимального значення:

$$VG \Rightarrow \max, \text{ тобто } E_{\Sigma} \Rightarrow \min, \quad (3.44)$$

Ефект креації вартості, отриманий на основі розвитку інтелектуального капіталу, негативним – за відсутності останнього, тобто якщо підприємство не створює інтелектуальної вартості, що відображає запис:

$$E_{\Sigma} \Rightarrow V_m \Rightarrow \text{негативний}, \quad (3.45)$$

Для визначення ефекту креації вартості підприємства, отриманого на основі розвитку інтелектуального капіталу, запропонована авторська методика універсального характеру, межі практичного застосування якої не обмежуються питаннями власності, форми, розміру суб'єкта господарювання тощо.

Авторський погляд на методику оцінки ефектів креації вартості, отриманих у межах розвитку індивідуального, колективного та соціального інтелектуального капіталів, передбачає застосування показника вартості капіталу компетенцій підприємства. Запропонований нами синтетичний показник вартості капіталу компетенцій підприємства дозволяє обчислювати зміну величини «лакуни вартості», показник якої ефективно відображає розмір ефекту креації вартості, спричиненого розвитком інтелектуального капіталу.

Для числового вираження і розрахунку показника вартості капіталу компетенцій підприємства пропонуємо скористатися формулою:

$$V_{KK\Sigma} = V_{KKI} + V_{KKO} + V_{KKC}, \quad (3.46)$$

де  $V_{KK\Sigma}$  – вартість капіталу компетенцій підприємства;

$V_{KKI}$  – вартість капіталу компетенцій особистісних на підприємстві;

$V_{KKO}$  – вартість капіталу компетенцій організаційних на підприємстві;

$V_{KKC}$  – вартість капіталу компетенцій соціальних на підприємстві.

Таким чином, показник вартості капіталу компетенцій особистісних є якісним та кількісним вираженням розвитку індивідуального інтелектуального капіталу підприємства; вартість капіталу компетенцій колективних – колективного інтелектуального капіталу; а вартість капіталу компетенцій соціальних – соціального інтелектуального капіталу. Більш того показник вартості капіталу компетенцій на практиці не лише фіксує стан інтелектуального капіталу, але й виступає як чинник, що стимулює його розвиток.

Отже, величина сумарного ефекту креації вартості підприємства ( $E_{\Sigma}$ ) визначається зміною показника «лакуни вартості» ( $\Delta VG$ ), а останній – якісним і кількісним показником, що відображає застосування капіталу компетенцій на підприємстві.

Стає зрозуміло, що важливими складовими сумарного ефекту креації вартості підприємства, підґрунтя якого знаходиться у розвитку інтелектуального капіталу є проміжні ефекти, які будуть отримані у розрізі структуроформувальних модулів останнього – індивідуального, колективного та соціального, зокрема:

$$E_{\Sigma} = E_{KKI} + E_{KKK} + E_{KKC} \Rightarrow \max, \quad (3.47)$$

де  $E_{\Sigma}$  – сумарний ефект креації вартості підприємства;

$E_{KKI}$  – ефект креації вартості підприємства, створений індивідуальним інтелектуальним капіталом;

$E_{KKK}$  – ефект креації вартості підприємства, створений колективним інтелектуальним капіталом;

$E_{KKC}$  – ефект креації вартості підприємства, створений соціальним інтелектуальним капіталом.

Беручи до уваги наведене вище, вважаємо, що ефект креації вартості підприємства, який виникає в результаті функціонування і розвитку індивідуального інтелектуального капіталу, можна розглядати як функцію від капіталу особистісних компетенцій, що відображається у формулі:

$$E_{KKI} = f(KKI) \Rightarrow \max, \quad (3.48)$$

Згідно з нашими припущеннями розвиток капіталу особистісних компетенцій та підвищення ефективності його використання дозволяє зменшувати величину «лакуни вартості», створюючи резерви, що забезпечують зростання ефекту креації вартості підприємства.

Базуючись на цих постулатах, пропонуємо методикку оцінки ефекту креації вартості підприємства, створеного індивідуальним інтелектуальним капіталом, яка містить чотири етапи розрахунку наступних показників:

1) визначаємо вартість однієї компетенції особи:

$$3 / \Pi_{1K} = \frac{W_{3/1n} + B}{N_{K_B}}, \quad (3.49)$$

де  $3/\Pi_{1K}$  – вартість особистісної компетенції, грн.;  
 $W_{3/1n}$  – заробітна плата, грн.;  
 $B$  – винагороди, грн.;  
 $N_{K_B}$  – кількість використаних компетенцій особою, од.

2) визначаємо реальну вартість капіталу компетенцій особи:

$$W_{KKI_{pi}} = 3 / \Pi_{1K} \times N_{K_B}, \quad (3.50)$$

де  $W_{KKI_{pi}}$  – реальна вартість компетенцій особи, грн.;  
 $3/\Pi_{1K}$  – вартість особистісної компетенції, грн.;  
 $N_{K_B}$  – кількість використаних компетенцій особою, од.

3) визначаємо інтелект-потенційну вартість капіталу компетенцій особи:

$$W_{KKI_{1-ni}} = 3 / \Pi_{1K} \times N_{K_{\Sigma}}, \quad (3.51)$$

де  $W_{KKI_{1-ni}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу компетенцій особи, грн.;  
 $3/\Pi_{1K}$  – вартість особистісної компетенції, грн.;  
 $N_{K_{\Sigma}}$  – загальна кількість компетенцій особи, од.;

4) визначаємо ефект, що відобрає величину «лакуни вартості», сформованої рівнем розвитку індивідуального інтелектуального капіталу:

$$E_{KKI} = \Delta VG_{KKI} = W_{KKI_{1-ni}} - W_{KKI_{pi}} \Rightarrow \Delta VG_1, \quad (3.52)$$

де  $E_{KKI}$  – ефект креації вартості підприємства, забезпечений розвитком індивідуального інтелектуального капіталу, грн.;  
 $W_{KKI_{1-ni}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу компетенцій особи, грн.;  
 $W_{KKI_{pi}}$  – реальна вартість капіталу компетенцій особи, грн.;  
 $\Delta VG_{KKI}$  – зміна величини «лакуни вартості», забезпеченої розвитком індивідуального інтелектуального капіталу, грн.

Розрахована таким чином величина «лакуни вартості» є проміжним ефектом креації вартості підприємства, отриманим при розвитку індивідуального інтелектуального капіталу.

Характеризуючись високим рівнем інноваційності та інтелектомісткості виробництва, сучасні умови господарювання дозволяють отримувати ефекти

креації вартості підприємств, створені колективним інтелектуальним капіталом на наступному етапі запропонованої нами методики. Фундаментальні положення авторської методики оцінки ефектів креації вартості підприємства у частині розвитку колективного інтелектуального капіталу базуються на вдосконаленій нами структуризації останнього, зокрема шляхом виділення трьох ключових модулів – інноваційного, інформаційного та ринкового.

Принагідно наголосимо на доцільності гармонізації підходів до розрахунку проміжних ефектів креації вартості підприємства, які визначаються запропонованою нами архітектурою інтелектуального капіталу – індивідуальний, колективний і соціальний.

Дотримуючись цієї вимоги, враховуючи вищенаведені критерії і структуризацію, вважаємо, що ефект креації вартості підприємства, який виникає в результаті функціонування і розвитку колективного інтелектуального капіталу, є сумарною величиною проміжних ефектів, отриманих у сферах інноваційного, інформаційного та ринкового капіталів, що виражено формулою:

$$E_{KKK} = E_{KKINN} + E_{KKINF} + E_{KKR} \Rightarrow \max, \quad (3.53)$$

де  $E_{KKK}$  – ефект креації вартості підприємства, створений колективним інтелектуальним капіталом;

$E_{KKINN}$  – ефект креації вартості підприємства, створений інноваційним інтелектуальним капіталом;

$E_{KKINF}$  – ефект креації вартості підприємства, створений інформаційним інтелектуальним капіталом;

$E_{KKR}$  – ефект креації вартості підприємства, створений ринковим інтелектуальним капіталом.

Згідно з нашими припущеннями функціонування і розвиток колективного інтелектуального капіталу, які відбуваються у межах трьох структурних модулів (інноваційного, інформаційного та ринкового), відображаються шляхом формування капіталу організаційних компетенцій, що забезпечує зміни величини «лакуни вартості», виявляючи резерви зростання ефекту креації вартості підприємства.

На цих положеннях базується запропонована методика оцінки ефекту креації вартості підприємства, створеного колективним інтелектуальним капіталом у трьох вимірах – інноваційному, інформаційному та ринковому. Таким чином, схема розрахунку величини проміжного ефекту креації вартості підприємства, створеного інноваційним інтелектуальним капіталом, є чотирирівневою і містить механізм обчислення наступних показників:

1) визначаємо вартість однієї організаційної компетенції, сформованої у сфері інновацій:

$$W_{IKINN} = \frac{W_{IP}}{N_{KINN_B}}, \quad (3.54)$$

де  $W_{IKINN}$  – вартість організаційної компетенції, яка має інноваційне походження, грн.;

$W_{IP}$  – вартість об'єктів інтелектуальної власності, грн.;

$N_{KINN_B}$  – кількість використаних організаційних компетенцій, які функціонують у сфері інновацій, од.

2) визначаємо реальну вартість капіталу організаційних компетенцій, сформованих у сфері інновацій:

$$W_{KKI_{pi}} = W_{IKINN} \times N_{KINN_B}, \quad (3.55)$$

де  $W_{KINNipi}$  – реальна вартість капіталу організаційної компетенції, яка має інноваційне походження, грн.;

$W_{IKINN}$  – вартість капіталу організаційної компетенції, яка має інноваційне походження, грн.;

$N_{KINN_B}$  – кількість використаних організаційних компетенцій, які функціонують у сфері інновацій, од.

3) визначаємо інтелект-потенційну вартість капіталу організаційних компетенцій інноваційного походження:

$$W_{KKINN_{i-ii}} = W_{IKINN} \times N_{KINN_{\Sigma}}, \quad (3.56)$$

де  $W_{KKINN_{i-ii}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу організаційних компетенцій інноваційного походження, грн.;

$W_{IKINN}$  – вартість капіталу організаційної компетенції, яка має інноваційне походження, грн.;

$N_{KINN_{\Sigma}}$  – загальна кількість організаційних компетенцій, які функціонують у сфері інновацій, од.

4) визначаємо величину «лакуни вартості», сформовану рівнем розвитку колективного інтелектуального капіталу у сфері інновацій:

$$E_{KKINN} = \Delta VG_{KKINNi} = W_{KKINN_{i-ii}} - W_{KINNpi} \Rightarrow \Delta VG_{1INN}, \quad (3.57)$$

де  $E_{KKINN}$  – ефект креації вартості підприємства, створений інноваційним інтелектуальним капіталом;

$W_{KKINN_{i-ii}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу організаційних компетенцій, інноваційного походження, грн.;

$W_{KINNpi}$  – реальна вартість капіталу організаційної компетенції, яка має інноваційне походження, грн.

Розрахована таким чином величина «лакуни вартості» ( $\Delta VG_{1,INN}$ ) є проміжним ефектом креації вартості підприємства у результаті розвитку колективного інтелектуального капіталу у сфері інновацій.

Аналогічні підходи використані при розробці методики оцінки ефекту креації вартості підприємства, зумовленого колективним інтелектуальним капіталом у інформаційно-комунікаційній сфері суб'єкта господарювання. Відтак, запропонована нами схема обчислення величини проміжного ефекту креації вартості підприємства, створеного інформаційним інтелектуальним капіталом, є також чотирирівневою і містить механізм розрахунку наступних показників:

1) визначаємо вартість однієї організаційної компетенції, сформованої у сфері інформаційно-комунікаційній:

$$W_{1KINF} = \frac{W_{IKT}}{N_{KINF_B}}, \quad (3.58)$$

де  $W_{1KINF}$  – вартість організаційної компетенції, яка виникає у інформаційно-комунікаційній сфері, грн.;

$W_{IKT}$  – вартість програмного забезпечення для інформаційно-комунікаційних технологій, грн.;

$N_{KINF_B}$  – кількість використаних організаційних компетенцій, які функціонують в інформаційно-комунікаційній сфері, од.

2) визначаємо реальну вартість капіталу організаційних компетенцій, сформованих у інформаційно-комунікаційній сфері:

$$W_{KKINF_{pi}} = W_{1KINF} \times N_{KINF_B}, \quad (3.59)$$

де  $W_{KKINF_{pi}}$  – реальна вартість капіталу організаційної компетенції, сформованого в інформаційно-комунікаційній сфері, грн.;

$W_{1KINF}$  – вартість організаційної компетенції, яка виникає в інформаційно-комунікаційній сфері, грн.;

$N_{KINF_B}$  – кількість використаних організаційних компетенцій, які функціонують у інформаційно-комунікаційній сфері, од.

3) визначаємо інтелект-потенційну вартість капіталу організаційних компетенцій інформаційно-комунікаційного походження:

$$W_{KKINF_{1-m}} = W_{1KINF} \times N_{KINF_{\Sigma}}, \quad (3.60)$$

де  $W_{KKINF_{1-m}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу організаційних компетенцій інформаційно-комунікаційного походження, грн.;

$W_{IKINF}$  – вартість організаційної компетенції, яка виникає в інформаційно-комунікаційній сфері, грн.;

$N_{KINN_{\Sigma}}$  – загальна кількість організаційних компетенцій, які функціонують у інформаційно-комунікаційній сфері, од.

4) визначаємо величину «лакуни вартості», сформовану рівнем розвитку колективного інтелектуального капіталу в інформаційно-комунікаційній сфері:

$$E_{KKINF} = \Delta VG_{KKINF_i} = W_{KKINF_{1-III}} - W_{KINF_{pi}} \Rightarrow \Delta VG_{2INF}, \quad (3.61)$$

де  $E_{KKINF}$  – ефект креації вартості підприємства, створений інформаційним інтелектуальним капіталом;

$\Delta VG_{KKSNI}$  – зміна величини «лакуни вартості», сформованої інформаційним інтелектуальним капіталом, грн.;

$W_{KKINF_{1-III}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу організаційних компетенцій, інформаційно-комунікаційного походження, грн.;

$W_{KINF_{pi}}$  – реальна вартість капіталу організаційної компетенції, яка має інформаційно-комунікаційне походження, грн.

Розрахована таким чином, величина «лакуни вартості» ( $\Delta VG_{2INF}$ ) є проміжним ефектом креації вартості підприємства, забезпеченим розвитком колективного інтелектуального капіталу в інформаційно-комунікаційній сфері.

Наступний етап нашої методики – оцінка ефекту креації вартості підприємства, створеного колективним інтелектуальним капіталом у межах ринкового модуля. Таким чином, запропонована нами схема розрахунку величини проміжного ефекту креації вартості підприємства, створеного ринковим інтелектуальним капіталом, також є чотирирівневою і містить механізм обчислення наступних показників:

1) визначаємо вартість однієї організаційної компетенції, отриманої у результаті функціонування і розвитку ринкового інтелектуального капіталу:

$$W_{IKKR} = \frac{W_{KR}}{N_{KR_B}}, \quad (3.62)$$

де  $W_{IKKR}$  – вартість організаційної компетенції, яка має ринкове походження, грн.;

$W_{KR}$  – вартість ринкових компетенцій (гудвіл, бренд, марки тощо), грн.;

$N_{KR_B}$  – кількість використаних організаційних компетенцій ринкового походження, од.

2) визначаємо реальну вартість капіталу організаційних компетенцій ринкового походження:

$$W_{KKR_{pi}} = W_{1KKR} \times N_{KR_B}, \quad (3.63)$$

де  $W_{KKR_{pi}}$  – реальна вартість капіталу організаційної компетенції, яка має ринкове походження, грн.;

$W_{1KKR}$  – вартість організаційної компетенції, яка має ринкове походження, грн.;

$N_{KR_B}$  – кількість використаних організаційних компетенцій ринкового походження, од.

3) визначаємо інтелект-потенційну вартість капіталу організаційних компетенцій ринкового походження:

$$W_{KKR_{I-pi}} = W_{1KKR} \times N_{KR_{\Sigma}}, \quad (3.64)$$

де  $W_{KKR_{I-pi}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу організаційних компетенцій ринкового походження, грн.;

$W_{1KKR}$  – вартість організаційної компетенції, яка має ринкове походження, грн.;

$N_{KR_{\Sigma}}$  – загальна кількість організаційних компетенцій ринкового походження, од.

4) визначаємо ефект, або величину «лакуни вартості», забезпечений рівнем розвитку колективного інтелектуального капіталу в межах ринкового модуля:

$$E_{KKR} = \Delta VG_{KKRi} = W_{KKR_{I-pi}} - W_{KKR_{pi}} \Rightarrow \Delta VG_{3R}, \quad (3.65)$$

де  $E_{KKR}$  – ефект креації вартості підприємства, створений ринковим інтелектуальним капіталом;

$\Delta VG_{KKRi}$  – зміна величини «лакуни вартості», сформованої ринковим інтелектуальним капіталом, грн.;

$W_{KKR_{I-pi}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу організаційних компетенцій ринкового походження, грн.;

$W_{KKR_{pi}}$  – реальна вартість капіталу організаційної компетенції, яка має ринкове походження, грн.



Розрахована таким чином величина «лакуни вартості» ( $\Delta VG_{3R}$ ) є проміжним ефектом креації вартості підприємства, забезпеченим розвитком колективного інтелектуального капіталу в межах ринкового модуля.

Підсумовуючи зазначимо, що результати дослідження дають підстави стверджувати про посилення впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості сучасних підприємств. Авторський погляд на індивідуальний, інноваційний, інформаційний, ринковий та соціальний інтелектуальний капітали дозволяє виявляти резерви креації вартості підприємства у сферах підвищення продуктивності праці, інноваційності, функціонування інтелектуальної власності, розширення застосування стандартів якості, пошукової діяльності, ринкових та соціальних чинників. Запропоновані постулати модернізації методологічних підходів до вимірювання ефектів креації вартості підприємства, які виникають у сфері функціонування інтелектуального капіталу, розширюють межі її застосування завдяки універсальності та конструктивності технологій розрахунку показників. Розроблена нами методика вимірювання ефектів креації вартості, забезпечених інтелектуальним капіталом базується на основі синтетичного показника вартості капіталу особистісних та організаційних компетенцій. Формування капіталу компетенцій інноваційного походження дозволяє зменшувати величину «лакуни вартості» та виявляти резерви підвищення ефектів креації вартості підприємства.

## РОЗДІЛ 4

# Пріоритети розвитку інтелектуального капіталу підприємства

*Інвестування у знання  
приносить найбільший прибуток  
Бенджамін Франклін*

### **4.1. Мотивування працівників до підвищення рівня інтелектуалізації праці на підприємстві: європейський досвід і вітчизняні перспективи**

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)<sup>526</sup>. Дослідники Ікуджіо Нонака та Гіротака Такеучі зауважували про важливе значення у успішному розвитку японських фірм «... неформалізованих знань, які забезпечують розв'язання різних завдань... Ці

<sup>526</sup> Myśli przewodnie Druckera / Peter Druker; [przeł. z ang. Anita Doroba]. – Warszawa: MT Biznes, 2002. – 509 s.

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»<sup>527</sup>.

Інший учений, Маріуш Братніцкі, зауважує, що в інтелегентному підприємстві «панує дух саморозвитку, який формує простір до самонавчання і вдосконалення працівників, а вони самі трактуються як особи .., які мають вплив на господарську діяльність»<sup>528</sup>. 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<sup>529</sup>. 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 %<sup>530</sup>. З цієї перспективи – найважливішим завданням для «інтелегентного 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 можливість навчання»<sup>531</sup>. Виходячи з наведеного вище, прихо-

<sup>527</sup> Нонака И. Компания создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / И. Нонака, Х. Такеучи; [пер. с англ. А. Трактинский]. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2011. – С. 18.

<sup>528</sup> Bratnicki M. Transformacja przedsiębiorstwa / Mariusz Bratnicki. – Katowice: Wydaw. Uczelniane Akademii Ekonomicznej w Katowicach im. Karola Adamieckiego, 1998. –S. 109.

<sup>529</sup> 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. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/management/2001-4/01.shtml> (08.12.2012).

<sup>530</sup> Глухов В. В. Экономика знаний/ Владимир Викторович Глухов, Светлана Борисовна Коробко, Татьяна Владимировна Маринина. – СПб.: Питер, 2003. – 527 с. – (Серия «Учебное пособие»).

<sup>531</sup> Нордстрем К. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта / Кьел Нордстрем, Йонас Ріддерстрале; [пер. с англ. П. Павловский]. – СПб: Питер, 2011. – С. 222.

димо до розуміння, що важливу роль в «інтелігентному 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 «інтелігентних 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<sup>532</sup>. 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<sup>533</sup>.

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

<sup>532</sup> 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://pkpplewiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/\\_files/2011\\_04/Rynek\\_pracy\\_-\\_MB\\_-\\_AKtywizacja\\_Zawodowa.pdf](http://pkpplewiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/_files/2011_04/Rynek_pracy_-_MB_-_AKtywizacja_Zawodowa.pdf).

<sup>533</sup> Там же.

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 Португалії – 33 %, в Італії – 32 %, Іспанії – 28 %, Греції – 25 %<sup>534</sup>.

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 показником 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<sup>535</sup>.

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 освіти» своїх працівників, – винятково «молоді» на

<sup>534</sup> 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://pkpplewiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/\\_files/2011\\_04/Rynek\\_pracy\\_-\\_MB\\_-\\_AKtywizacja\\_Zawodowa.pdf](http://pkpplewiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/_files/2011_04/Rynek_pracy_-_MB_-_AKtywizacja_Zawodowa.pdf).

<sup>535</sup> Там же.

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 організують 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 %) <sup>536</sup>. 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 <sup>537</sup>. Зважаючи на низький рівень якості освіти у більшості приватних навчальних закладів, вважаємо за доцільне зауважити, що саме шви-

<sup>536</sup> 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://pkpplewiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/\\_files/2011\\_04/Rynek\\_pracy\\_-\\_MB\\_-\\_AKtywizacja\\_Zawodowa.pdf](http://pkpplewiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/_files/2011_04/Rynek_pracy_-_MB_-_AKtywizacja_Zawodowa.pdf).

<sup>537</sup> Університети, які функціонують менше 50 років, вважаються молодими навчальними закладами.

дже 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, симпозиуми, 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 фаховий рівень та рівень компетенцій персоналу підприємств у європейських країнах вимагає покращення мотивації персоналу до набуття нових компетенцій та пристосування до змін (більше 65 % підприємств); організація 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 Німеччині (60 %), Бельгії (57 %), Іспанії, Португалії (понад 40 %) <sup>538</sup>.

Позитивним моментом можемо вважати те, що найменше зауважень відготовано 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 форму-

<sup>538</sup> 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://pkpplwizatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/\\_files/2011\\_04/Rynek\\_pracy\\_-\\_MB\\_-\\_AKtywizacja\\_Zawodowa.pdf](http://pkpplwizatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/_files/2011_04/Rynek_pracy_-_MB_-_AKtywizacja_Zawodowa.pdf).

ванні креативного клімату на підприємстві відіграє рівень доступу до інформації, її аналіз та економічна оцінка. Зауважимо, що на важливість кретивності у бізнес-процесах у своїх працях звертали увагу Йозеф А. Шумпетер<sup>539</sup> (1883–1950), Фредерік Тейлор<sup>540</sup> (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, якіснонових, 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 відображення 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<sup>541</sup>.

<sup>539</sup> Шумпетер Йозеф Алоіз – опрацювала інноваційну теорію.

<sup>540</sup> Тейлор Фредерік – розробник наукової організації праці.

<sup>541</sup> 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://pkpplwizatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/\\_files/2011\\_04/Rynek\\_pracy\\_-\\_MB\\_-\\_AKtywizacja\\_Zawodowa.pdf](http://pkpplwizatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/_files/2011_04/Rynek_pracy_-_MB_-_AKtywizacja_Zawodowa.pdf).



За оцінками «ЮНЕСКО», найбільше зацікавлення літературою – у британців – понад 70 %, росіян – 30 %, а в українців цей показник нижчий від 30 %<sup>542</sup>. 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 місяць<sup>543</sup>. 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, Цюрих, Брюссель, Мадрид, Мехіко, Сан-Пауло, Москва, Сеул; третій – Бостон, Вашингтон, Даллас, Х'юстон, Майамі, Амстердам, Дюссельдорф, Женева, Джакарта, Прага, Сантьяго, Пекін, Стокгольм, Монреаль, Варшава<sup>544</sup>. 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»<sup>545</sup>.

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 фо-

<sup>542</sup> Ситуація з читанням в Україні наближається до катастрофи // Украинская баннерная сеть. – 2012. – 06 січня. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vsiknygy.net.ua/news/16113/> (21 лютого 2013 р.)

<sup>543</sup> Українці втратили цікавість до читання книжок. Освітній портал «Педпреса». – 2012. – 30 березня. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://pedpresa.com/blog/ukrajintsi-vtratylytsikavist-do-chytannya-knyzhok.html> (21 лютого 2013 р.)

<sup>544</sup> 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://pkpplowiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/\\_files/2011\\_04/Rynek\\_pracy\\_-\\_MB\\_-\\_AKtywizacja\\_Zawodowa.pdf](http://pkpplowiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/_files/2011_04/Rynek_pracy_-_MB_-_AKtywizacja_Zawodowa.pdf).

<sup>545</sup> Фітц-енц Дж. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала / Як Фітц-енц; [пер. с англ. М. С. Меншикова, Ю. П. Леонова; под ред. В. И. Ярных]. – М.: Вершина, 2006. – С. 47. – (Актуальность, Компетентность, Достоверность)

рмування 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 – уможливають 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.

Інфономіка суттєво змінила умови функціонування підприємств, збагативши чинники економічного зростання та посилюючи вплив індивідуального інтелектуального капіталу. Беручи до уваги той факт, що панорама пропонованого увазі дослідження знаходиться у сферах теорій вартості та концепції інтелектуального капіталу, вивченню підлягали публікації, які кристалізують проблематику індивідуального інтелектуального капіталу, вимірювання ефектів креації вартості підприємства та концепції управління талантами.

Перехід економіки в еру знань супроводжується появою «інтелігентних підприємств», зайнятих виготовленням/наданням інтелектомісткої продукції/послуг, яка посилює зацікавленість сучасних суб'єктів господарювання не просто у працівниках, а у професіоналах, тобто талановитих особистостях. Адже, саме майстер своєї справи, спроможний виконати певне завдання краще, враховуючи галузеві тенденції. Такі зміни сприяли посиленню впливу таланту на досягнення стратегічних цілей підприємств, що, відповідно, підвищило роль талановитих працівників і призвело до появи концепції управління талантами, базованої на основі теорії геніїв Т. Шеффа.

Важливість переорієнтації підприємств на розширення практики застосування управління талантами підтвердили 94 % опитаних директорів з персоналу, зокрема віднотовано майже двократне зростання кількості таких суб'єктів господарювання в Польщі<sup>546</sup>. Крім того, вагомим є тут також вплив і сучасних демографічних змін<sup>547</sup>. Подальшому зростанню значення програм управління талантами на підприємствах сприятиме також зростання мобільності талановитих працівників, зумовлене перевагами глобалізації. Так, дослідження підтверджують, що у 2020 році найбільший дефіцит працівників із високим рівнем інтелектуального капіталу буде у США, який сягатиме 14 млн. осіб<sup>548</sup>. Примітною характеристикою проведених нині досліджень є підтвердження опитаних практиків польських підприємств, щодо вимірювання ефективності процесу управління талантами на основі розрахунку бізнесових ефектів (42 %) <sup>549</sup>. Відтак, вищенаведене дозволяє стверджувати, що важливість опрацювання програм управління талантами для посилення ефектів креації вартості індивідуального інтелектуального капіталу сучасних підприємств, які бажають залишатися успішними є беззаперечною.

Огляд світової фахової літератури та власні дослідження практики підприємницької діяльності дозволяють припустити, що зростаючий швидкими темпами вплив управління талантами на діяльність суб'єктів господарювання у сфері забезпечення розвитку індивідуального інтелектуального капіталу перетворюється на ключовий чинник посилення ефектів креації вартості останнього. Зважаючи на цей факт, на підприємствах доцільно активізувати процеси розробки та реалізації програм управління талантами та розмістити останніх у рубриці пріоритетних.

У нашому дослідженні пропонуємо розглядати управління талантами як цілеспрямований вплив на колективи людей з метою підвищення їх рівня самооцінки, професійної спритності, інноваційності та креативності, що дозволяє обмежувати величину «лакуни вартості» індивідуального інтелектуального капіталу підприємства. При здійсненні процесів управління талантами на підприємстві необхідно дотримуватися низки принципів, зокрема:

- науковості – гарантуватиме впровадження сучасних психологічних технологій впливу на гармонійний розвиток особистості;
- стабільності – дозволитиме уникати появ низки прогалин та упущень, підвищуючи ефективність управлінських рішень;

<sup>546</sup> Zarządzanie talentami: wyzwania, trendy, przykłady rozważań / Raport badawczy E-0011-06-RR. – Warszawa: 2006. – S. 8–10. [Електронний ресурс].– Режим доступу: [https://www.conference-board.org/pdf\\_free/report\\_zarzadzanieTalentami.pdf](https://www.conference-board.org/pdf_free/report_zarzadzanieTalentami.pdf).

<sup>547</sup> Ritz A. Talent management. Talent identifizieren, Kompetenzen entwickeln, Leistungsträger erhalten / Adrian Ritz, Norbert Thom. – Weisbaden: Gabler, 2011. – S. 65.

<sup>548</sup> Mazurkiewicz A. Makroekonomiczne uwarunkowania zarządzania talentami / Anna Mazurkiewicz [Електронний ресурс].– Режим доступу: <https://www.ur.edu.pl/file/43393/19.pdf>.

<sup>549</sup> Zarządzanie talentami: wyzwania, trendy, przykłady rozważań / Raport badawczy E-0011-06-RR. – Warszawa: 2006. – S. 13. [Електронний ресурс].– Режим доступу: [https://www.conference-board.org/pdf\\_free/report\\_zarzadzanieTalentami.pdf](https://www.conference-board.org/pdf_free/report_zarzadzanieTalentami.pdf).

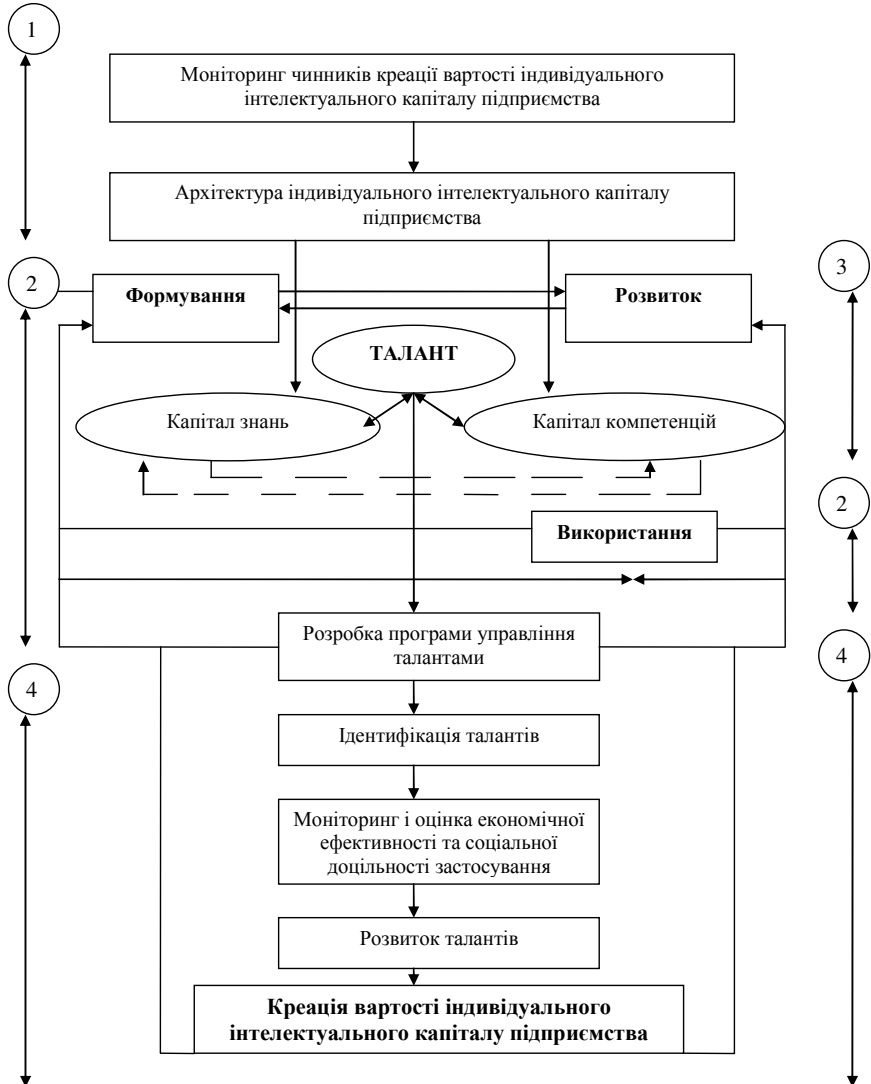
- гнучкості – розширюватиме можливості швидкої адаптації до змін, які виступають важливим атрибутом суспільного поступу;
- економічності – сприятиме мінімізації витрат;
- соціальної відповідальності – дозволить утримувати високий рівень розвитку індивідуального інтелектуального капіталу, який нині виступає в якості ключового чинника процесів креації його вартості.

Практична реалізація концепції управління талантами на підприємстві передбачає розробку програм управління талантами, призначених для їх ідентифікації, моніторингу, оцінки та забезпечення розвитку. Виходячи із цих положень механізм реалізації програм управління талантами на підприємстві набуватиме вигляду як показано на рис. 4. 1.

У запропонованому нами механізмі реалізації програм управління талантами вихідним елементом є усвідомлення змін генераторів креації вартості індивідуального інтелектуального капіталу модерних підприємств, спричинених глобалізацією, регіоналізацією, посиленням інтелектуальної міграції тощо. Так, серед низки генераторів креації вартості індивідуального інтелектуального капіталу відмітимо різногалузевість знань, синергія від взаємодії знань і таланту, поява особистостей із мультикультурними цінностями, прошарок людей із високою професійною, інтелектуальною, комунікаційною і креативною компетентністю тощо.

В архітектурі індивідуального інтелектуального капіталу підприємства виділимо три блоки – формування, розвитку і використання, що визначається, як фазами функціонування, так й особливостями економічної діагностики. Так, оцінка стану індивідуального інтелектуального капіталу буде здійснюватися у сфері його формування, динаміки – у сфері розвитку, а ефекти креації вартості – є відображенням ефективності використання. Водночас, усвідомлення інтелектуальних генераторів креації вартості індивідуального інтелектуального капіталу сучасного підприємства пояснює особливості структуризації останнього шляхом виділення двох модулів – капіталу знань і капіталу компетенцій.

Реалізація програми управління талантами на підприємстві передбачає послідовне виконання трьох етапів – ідентифікації (виявлення і відбір талантів шляхом опитування), моніторингу і якісної оцінки (спостереження за динамікою таланту), розвитку (на основі практик тренування, навчання, самоосвіти, самовдосконалення, зміни робочих місць тощо). Відтак, успішна реалізація програм управління талантами є фундаментальним чинником не лише якісного розвитку індивідуального інтелектуального капіталу високотехнічних підприємств, а й важливим джерелом креації вартості.



\*Примітка: 1 – фаза дослідження; 2 – фаза освоєння; 3 – фаза інвестування; 4 – фаза зростання вартості.

Рис. 4.1. Механізм реалізації програми управління талантами та її вплив на креацію вартості індивідуального інтелектуального капіталу підприємства (джерело: авторська розробка)

Отже, запропонований механізм креації вартості індивідуального інтелектуального капіталу підприємства базується на припущенні, що його фундаментальною основою є забезпечення якісного параметру останнього, представленою у розрізі його структурних елементів – капіталу знань та капіталу компетенцій. При цьому наголошуємо, що можливості забезпечення високого якісного рівня індивідуального інтелектуального капіталу інтелігентних підприємств знаходяться у площинні запровадження програм управління талантами.

Запропоноване дослідження є першим кроком до більш ґрунтовних оцінок позитивного впливу програм управління талантами на розвиток індивідуального інтелектуального капіталу сучасних підприємств. Зважаючи на те, що якісний параметр індивідуального інтелектуального капіталу є вирішальним для посилення ефектів креації вартості інтелігентних підприємств, то важливим є окреслення низки гіпотез. Серед ключових відмітимо, що розвиток ідеї розширення застосування програм управління талантами в практичній діяльності підприємств «ери знань» і надалі набуватиме практичного втілення. Доцільність розробки програм управління талантами як важливого чинника креації вартості індивідуального інтелектуального капіталу підприємств є достатньо аргументованою у закордонних дослідженнях економістів. Розроблений нами механізм креації вартості індивідуального інтелектуального капіталу підприємства дозволяє виявляти резерви посилення її ефектів, нівелюючи вплив ймовірності «загублення» талантів. Аргументуючи успішність практичного застосування програм управління талантами, зауважимо на важливості підвищення рівня самооцінки, професійної спритності, інноваційності та креативності, що дозволяє обмежувати величину «лакуни вартості» індивідуального інтелектуального капіталу підприємства. Вирішення вказаних проблем вимагає активізації наукових розвідок у цій сфері, що дозволить скерувати суб'єкти господарювання на модель інноваційного розвитку шляхом споглядання на процеси креації вартості індивідуального інтелектуального капіталу підприємства крізь призму управління талантами.

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 усвідом-

лення керівниками та власниками вітчизняних підприємств важливості інвестування у розвиток локальних громад, міжсекторного партнерства, зокрема, формування зв'язків із органами місцевого самоврядування і третім сектором – громадськими 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.

## **4. 2. Оптимальні напрями функціонування міжсекторного партнерства у контексті розвитку соціального капіталу в українських реаліях**

У панорамі сучасного суспільного розвитку, яка охоплює сукупність динамічних і швидкозмінних процесів, важливе місце займає концепція соціальної ринкової економіки, що сформувалася на ґрунті наукової течії ортолібералізму. Особливої актуальності в українських реаліях набуває концепція соціальної ринкової економіки, вперше запропонована вченим Альфредом Мюллером-Амацком. Вона базується на трьох ключових цінностях – свободі, відповідальності та справедливості, які пізніше практик із Міністерства економіки Федеративної Республіки Німеччина Людвіг Ерхард доповнив принципом «добробут для всіх»<sup>550</sup>. Такі висновки знаходять підтвердження у тому, що в 2011 р. поза межею бідності в Україні знаходилося більше чверті населення (26,5 %), а в деяких регіонах цей показник перевищував 40 %<sup>551</sup>.

Підтвердженням негараздів у цій сфері в українському суспільстві є дослідження рівня середніх річних доходів на одну дорослу особу, які свідчать про те, що цей показник в Україні є у 136 разів нижчим, ніж у Швеції, у 86 раз – ніж у США, майже у 4 рази – ніж у Росії. Близько половини дорослого населення (42,5 %) у 2010 р. отримали доходи, нижчі 1 тис. дол. США, що перевищує аналогічний показник у сусідній Польщі майже у три рази; лише для 4 % насе-

<sup>550</sup> Pysz P. Społeczna gospodarka rynkowa: ordoliberalna koncepcja polityki gospodarczej / Piotr Pysz. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008. – S. 16–17. – (Współczesna ekonomia).

<sup>551</sup> Романів С. Загальна кількість безробітних українців – 8,3 мільйон осіб / Євгенія Романів // Експрес Медіа. – 03.05.2011 р. : (17<sup>30</sup>) [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.exspres.ua/main/201105/03/45402> (12.07. 2013).

лення доходи знаходилися в межах від 10–100 тис. дол. США. тоді, як у сусідній Росії аналогічний показник був більшим майже у шість разів (23,5 %), а в порівнянні з Польщею перевищення сягало більше 12 разів (50,4 %). Зауважимо, на практиці це означає, що більша половини дорослого населення Польщі, отримує доходи у межах від 10–100 тис. дол. США<sup>552</sup>. Зважаючи на ці показники та враховуючи те, що добробут є результатом конкуренції, можемо стверджувати про недостатній рівень її присутності у вітчизняній економічній системі.

Конкуренція є результатом дотримання принципу свободи діяльності суб'єктів господарювання, що свідчить про її низький рівень на українських теренах і про недотримання цього принципу соціальної ринкової економіки. Згідно з нашими міркуваннями, в умовах «економіки знань» забезпечення високого рівня добробуту в сфері нематеріальної якості життя людини можливе лише за рахунок розвитку свободи, демократичності, плюралізму та конкуренції у суспільстві, що позитивно впливає на активізацію людського чинника. Зрозуміло, що креативні й талановиті особистості здатні розвивати індивідуальний інтелектуальний капітал, а сильні та активні – позитивно впливати на формування соціального капіталу, який на сьогодні формує оточення суб'єкта господарювання, що позитивно динамізує чи стримує розвиток інтелектуального капіталу підприємств.

Формування і дотримання цінностей соціальної ринкової економіки в Україні можна забезпечити шляхом розвитку так званого «третього сектора», перш за все, неурядових громадських організацій (товариств за інтересами, громадських організацій тощо). Основне їх завдання полягає у задоволенні соціальних потреб громади та підприємців (торгово-промислові палати, товариства підприємців тощо) шляхом здійснення постійного моніторингу і контролю за функціонуванням сектора урядових інституцій. Правильність наших тверджень доводить світова практика, адже відомо, що чим більш демократичною є країна, чим більше діє в ній громадських організацій, то, відповідно, вищими є соціальна активність громадян і рівень якості життя населення. Крім того, функціонування цього сектора в Україні, за нашими переконаннями, дозволить суттєво знизити рівень корумпованості, що є одним із головних негативних чинників впливу на інвестиційну привабливість вітчизняних суб'єктів господарювання тощо.

Недостатній рівень якісного розвитку даного сектора в українських умовах господарювання не дозволяє ефективно використовувати державою й адміністративні методи впливу для подолання корупції, адже створений Національний Антикорупційний Комітет, на жаль, не функціонує ефективно. Зважаючи на те, що за своєю природою ринкова економіка передбачає обмежене застосування адміністративних методів її регулювання, то лише побудова якісно ново-

<sup>552</sup> Порівняльний розподіл доходів громадян між Україною, Російською 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).



го третього сектора в Україні здатна створити потенційні можливості для якісно нових, прогресивних змін. Власне якісне покращення третього сектора в українських реаліях дозволить знизити рівень тиску на громадянське суспільство з боку провладних структур та обмежить рівень зловживань державними чиновниками різних рівнів управління.

З іншого боку, у розвитку цієї складової безпосередньо зацікавлений підприємницький сектор, який покращує свої можливості для отримання фахових консалтингових послуг юридичного, інформаційного чи економічного характеру – аналіз, експертизи, конференції, семінари, симпозіуми тощо. В умовах динамічних змін оточення суб'єкт господарювання через активну участь у функціонуванні третього сектора розширює свої можливості пошуку потенційних контрагентів, налагодження зв'язків із представниками місцевих органів влади шляхом безпосереднього спілкування під час проведення офіційних імпрез, організованих інституціями, які його репрезентують.

Очевидною є зацікавленість у розвитку третього сектора і держави, адже його послуги носять відкритий характер, що дозволяє активізувати людський чинник, забезпечити розвиток інтелектуального капіталу, а в наших умовах – спрямувати на інноваційну модель розвитку вітчизняні підприємства. У результаті забезпечимо можливості збільшення витрат на фінансування наукових досліджень вітчизняними суб'єктами господарювання, а разом з тим – отримання резервів зниження витрат із дефіцитного Державного бюджету, спрямування цих коштів на підвищення соціального рівня життя громадян. Свідченням правильності наших тверджень є статистичні дані щодо структури витрат на фінансування наукових досліджень у розвинутих країнах світу, зокрема, ті держави, які мають найвищий показник рівня витрат (у % до ВВП), характеризуються і найнижчим показником частки видатків із бюджетів різних рівнів.

Згідно зі статистичними даними можемо констатувати, що раціональна структура витрат на фінансування наукових досліджень є помітною у найбільш розвинутих країнах – Ізраїль, Фінляндія, Швеція, Японія, Південна Корея, Данія, Швейцарія, де рівень цих витрат не опускається нижче 3%. Помітними є деякі коливання у динаміці показника витрат у відношенні до ВВП, спричинені впливом світової фінансової кризи 2007–2008 рр. Утримання високого рівня фінансування наукових досліджень забезпечило Швейцарії у 2012 р. перше місце у світі за інноваційним індексом (9,86), Швеції – друге (9,74), Фінляндії – третє (9,66), Данії – п'яте (9,49)<sup>553</sup>.

Однак, чітко бачимо, що низький економічний розвиток України спричинений неефективною практикою фінансування НДДКР та дуже низьким рівнем частки цих витрат у ВВП країни. Якщо ж звернути увагу на те, що і величина показника ВВП є значно нижчою, ніж у розвинутих країнах, то негативні тренди у розвитку національної економіки є цілком виправданим і очевидним результатом.

<sup>553</sup> Knowledge Economy Index (KEI) 2012 Rankings [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.worldbank.org/kam](http://www.worldbank.org/kam) (12.07. 2013).

У розвинутих країнах найважливішим джерелом витрат, призначених для фінансування НДДКР, є кошти суб'єктів господарювання, зокрема, у діапазоні 50 % і вище у більшій кількості держав-членів Європейського Союзу, США, Ізраїлю та Японії; від 30% до 50 % – у нових країнах-членах ЄС, а в Україні цей показник менше відсотка. Отже, вклад українського бізнес-сектора у фінансування НДДКР не забезпечує вагомих результатів. Зважаючи на той факт, що участь бізнесу в наукових дослідженнях є надто низькою, а більшість досліджень, які здійснюються силами науково-освітніх закладів, носить суто теоретичний характер, очевидним є недостатній рівень інноваційності українських підприємств. Підтвердженням достовірності зробленого висновку про обмежену участь вітчизняних суб'єктів господарювання у здійсненні наукових досліджень є те, що у структурі витрат, скерованих на фінансування НДДКР, переважають витрати на здійснення прикладних досліджень, а частка витрат, направлених у дослідно-конструкторські роботи є низькою. Спричинено це ще й тим, що мережа взаємозв'язків між секторами науки і бізнесу в Україні є недостатньо розвинутою, що зумовлює здійснення досліджень, які не знаходять широкого використання на вітчизняних підприємствах, цілі наукової політики не відображають їх нагальних проблем, а запроваджені ними інновації здебільшого носять імітаційний характер.

Наявні тренди у фінансуванні наукових досліджень в Україні є причиною низької конкурентоспроможності наукового та бізнес-секторів, що робить українську економіку низько інноваційною та не конкурентоспроможною. Зауважимо, що у високорозвинутих країнах реалізація такого підходу до фінансової політики є можливою завдяки взаємозв'язкам, які мають місце між усіма секторами – бізнесу, науки і освіти, держаних та неурядових організацій.

Вітчизняна практика підприємницької діяльності характеризується відсутністю співпраці між різними секторами та низько розвиненим ринком венчурного капіталу, які є важливим джерелом коштів у прогресивних економіках. Зважаючи на вищевикладене, можемо стверджувати про необхідність побудови таких інтерактивних взаємозв'язків у вітчизняній практиці господарювання. Формування міжсекторного партнерства суттєво збільшує потенційні можливості розвитку інтелектуального капіталу суб'єкта господарювання шляхом використання знань, які містяться у його оточенні, адже, згідно з твердженнями вчених, затрати часу на вирішення проблемних питань на основі опрацювання спеціальної літератури перевищує аналогічний показник на здійснення лабораторних досліджень.

### 4. 3. Моделювання векторів поширення офшорингу процесів знань в Україні

В умовах «нової парадигми» функціонування суб'єктів господарювання характеризується швидкими процесами деіндустріалізації, що проявляється ліквідацією науково-дослідних підрозділів великих промислових підприємств чи їх трансформацією у сучасні наукові центри з якісно оновленими цілями і мотивами діяльності. Створення таких наукових центрів супроводжується пошуком наукового потенціалу в інші країни, які можуть забезпечити зниження витрат на створення нових знань, що є основою розвитку інтелектуального капіталу підприємства. Делокалізація потенціалу наукових послуг в країни, які володіють високим фаховим рівнем персоналу, залученого до наукових досліджень, та нижчою вартістю робочої сили, відбувається шляхом відкриття сучасних наукових центрів, формування наукової інфраструктури. Враховуючи такі тенденції на глобальному ринку, можемо стверджувати, що Україна має цілком реальні можливості для використання цих перспектив стратегічного розвитку.

В умовах «економіки знань» саме такий вектор розвитку повинен стати відправною точкою у здійсненні всіх видів економічних реформ, які повинні забезпечити зацікавленість Україною закордонними інвесторами. Крім того, ми вважаємо, що на сьогодні потенційні можливості України порівняно з іншими країнами є вищими, адже рівень підготовки майбутніх дослідників саме у математичному напрямі є дещо кращим, ніж, наприклад, у наших польських сусідів. Однак, зауважимо, що ці переваги є короткостроковими, а тому важливість їх швидкого використання є найважливішою.

Делокалізація потенціалу наукових послуг відбувається у рамках процесів їх офшорингу, насамперед, у формі прямих іноземних інвестицій, який на сьогодні охоплює більше 100 країн світу. За дефініцією, запропонованою OECD, офшоринг полягає у виокремленні частини бізнесових, IT, науково-дослідних послуг із наступною їх передачею до виконання підприємствам, які знаходяться на теренах країн із нижчими витратами праці і / чи більших обсягів інтелектуального капіталу<sup>554</sup>. Серед країн-лідерів, де вартість офшорингових послуг є найвищою дослідники виділяють Індію (40 % світового ринку), а ринок Центрально-Східної Європи становить біля 6 %. Зауважимо, що країною, яка утримує лідерські позиції щодо кількості працівників у цій сфері на теренах Східної Європи, є Польща, Чехія, Угорщина, Румунія, Словаччина і Болгарія.

<sup>554</sup> Offshoring and employment. Trends and impacts. – OECD, 2007 – 207 p. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.oecd.org/industry/ind/38819650.pdf> (22.08.2013).

За останніми оцінками організації «NASSCOM», вартість офшорингових послуг у світовому масштабі сягала біля 117,5 млрд. дол. США<sup>555</sup>.

Ретроспективний аналіз дає підстави вченим виділити три хвилі у розвитку процесів офшорингу: перша – з початку 1980 рр. пов’язана з перенесенням виробничих процесів; друга – з початку 1990 рр. – відображає перенесення ІТ-послуг і рутинних бізнес-процесів, які забезпечують основи функціонування підприємств; третя хвиля почалася із початком ХХІ століття – пов’язана з перенесенням за кордон послуг, які забезпечують створення нових знань<sup>556</sup>.

Сучасні тренди офшорингу процесів знань (*Knowledge Process Offshoring*) базуються на аналітичних та експертних оцінках, що дозволяють забезпечувати високий рівень інтелектуалізації праці на підприємстві шляхом розширення доступу до висококваліфікованих, насамперед, технічних, аналітичних працівників. Крім того, останнім часом з’явилися потреби у спеціалістах різногалузевої підготовки. Зауважимо, що у 1990 рр. німецькі транскордонні корпорації відкрили більше закордонних науково-дослідних центрів, ніж за 50 попередніх років<sup>557</sup>. За твердженнями дослідників, саме застосування офшорингу процесів знань відомими міжнародними інвестиційними банками дає їм підстави утримувати високі рейтинги якості досліджень і аналітичних оцінок.

Проблема поширення офшорингу процесів знань в Україні не знайшла підтримки ні в державному, ні в бізнес-секторах. Водночас, наша сусідня держава – Польща, навпаки, актино сприяє розвитку цих процесів на своїх теренах. Наприклад, у 2010 р. найуспішнішим інноваційним проектом, реалізованим у м. Жешів, була інвестиція американської фірми «*Hamilton Sundstrand Poland*» у створення сучасного науково-дослідного центру, що дозволить залучити 70 інженерів до здійснення проектних досліджень допоміжних моторів «*APU*», які є додатковим джерелом енергії під час польоту і простою літака на аеродромі. Крім того, позитивна динаміка іноземних інвестицій, призначених для фінансування науково-дослідних проектів Польщі протягом останніх восьми років, коли віднотовано більш ніж 3-кратне зростання цього показника саме в бізнесовому секторі, доводить поширення офшорингу процесів знань у східному векторі. Зауважимо, що такий підхід до модернізації векторів економічного зростання дає можливість забезпечувати країні інноваційний розвиток на основі інтелектуалізації процесів виробництва продукції та надання послуг.

<sup>555</sup> 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).

<sup>556</sup> 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](http://www.e-finanse.com/artykuly_eng/105.pdf) (04.08.2011).

<sup>557</sup> 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.

Становлення інноваційної моделі розвитку змінює конкурентні позиції суб'єктів господарювання, вимагаючи активізації процесів розробки та впровадження інтелектуальних продуктів – інновацій та значної фінансової підтримки. Протягом останніх років у найближчій країні, з якою межує Україна, – Польщі – фінансування науково-дослідної діяльності з бюджетних і позабюджетних джерел характеризувалося низьким рівнем порівняно з країнами Євросоюзу. Як відомо, показником, що відображає рівень фінансування НДДКР у країнах Євросоюзу, є відсоток до валового внутрішнього продукту. Динаміка цього показника для Польщі протягом 1990–2006 рр. не була позитивною. Так, даний показник протягом аналізованого періоду зменшився із 0,96 % у 1990 р. до 0,76% у 1995 р. Після цього настає період зростання вказаного показника до максимального рівня у 1998 р. – 0,75 %. Проте, на жаль, позитивної динаміки втримати не вдалося і, починаючи з 1999 р. до 2003 р. цей показник знижується до рівня 0,54 %. У 2004 р. спостерігалось незначне зростання зазначеного показника, але позитивної динаміки не вдалося втримати у 2006 р., коли відбулося повторне його зниження до 0,56 % (рівень 2004 р). Найнижче значення цього показника в Польщі зафіксовано у 2003 р. – 0,54 %. (рис. 4. 2).

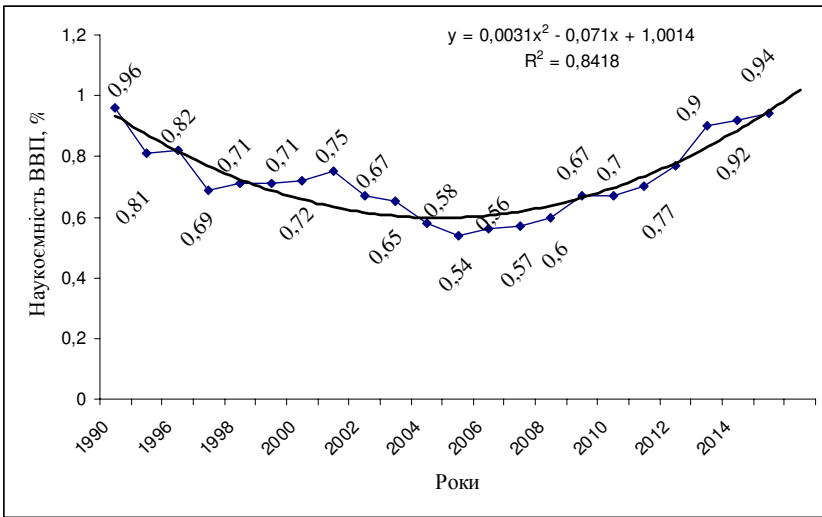


Рис. 4. 2. Динаміка фінансування наукових досліджень та розробок у Польщі в 1990–2015 рр., у % до ВВП; (джерело: складено на основі Małych Roczników Statystycznych Polski za 2000-2016. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.stat.gov.pl/gus/5840\\_737\\_PLK\\_HTML.htm?action=show\\_archive](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive)).

Зазначимо, що тенденція щодо зміни вищезгаданого показника у динаміці є позитивною, а це вкотре підтверджує позитивні зміни у реалізації політики

побудови економіки знань у цій країні. Так, починаючи з 2008 р., помітною є стабільна тенденція збільшення поданого показника, зокрема у 2009 р. (0,67%), у 2010 р. (0,7 %), у 2011 р. (0,77 %), у 2012 р. (0,9 %), у 2013 р. (0,9 2%), у 2014 р. (0,94 %). Враховуючи досвід фінансування науки у розвинутих країнах, цей показник є, звичайно, дуже низьким. Практика свідчить, що навіть інноваційні економіки сьогодні мотивують підприємців до науково-дослідницької діяльності. Зокрема, в Іспанії він становить 1,35 %, у Португалії – 1,51 %, Словенії – 1,60 %, Чехії – 1,47 %, Фінляндії – 3,5 %, Швеції – 4,5 %<sup>558</sup>. Зауважимо, що політика, спрямована на поширення офшорингу процесів знань, дозволить забезпечити утримання позитивної динаміки у майбутньому.

Для забезпечення нових конкурентних переваг для економіки Польщі урядом активно використовуються пропозиції стратегічних радників, які у своїх дослідженнях підтверджують, що на сьогодні Польща за своїми показниками знаходиться у розряді груп нижче середньої серед країн Європейського Союзу («*moderate innovators*»). Крім того, зазначається, що країни-лідери характеризуються високою якістю наукових досліджень, неабиякою активністю підприємств в інноваційній діяльності, великою кількістю отриманих патентів та успішною комерціалізацією наукових результатів. Водночас результати досліджень стратегічних радників при уряді Польщі підтверджують, що інтенсивність наукових досліджень у Польщі є майже втричі нижчою серед країн ЄС–27.

У моніторингу фінансування наукових досліджень і розробок бачимо, що найменше інноваційних коштів вкладено в придбання документації і ліцензій нових технологій. Протягом аналізованого періоду зниження фінансування цієї сфери зафіксовано у 2001 р. – на 77,1 млн. злотих, що більше на 26 % порівняно з 2000 р., та у 2004 р., коли зменшення суми інвестицій у цю сферу склало 298,3 млн. злотих, або більше 40 % порівняно з 2003 р. Крім того, позитивна динаміка була помічена у низці років – у 2002 р., коли сума вкладених коштів у придбання документації та ліцензій зросла на 193,7 млн. зл., або більш ніж на 88 %. У 2003 р. зростання склало 321,2 млн. злотих або майже 78 % порівняно з 2002 р. У 2005–2006 рр. темпи дещо сповільнилися. Так, починаючи з 2005 р. до 2009 р. помітною є стабільна тенденція до несуттєвого щорічного зростання цього показника. Однак, уже в 2009–2010 рр. зменшилася кількість підприємств, які закуповували або продавали нові технології, зменшилася і кількість підприємств, які купували результати наукових досліджень у Польщі та країнах ЄС.

У той же час, активізація офшорингу процесів знань забезпечила збільшення майже на третину кількості підприємств, які продавали результати наукових досліджень за межі Польщі, а саме в країні ЄС. Це свідчить про підвищення конкурентоспроможності польської науки у європейських країнах.

---

<sup>558</sup> Mały Rocznik Statystyczny Polski 2011-2015. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2011–2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.stat.gov.pl/gus/5840\\_737\\_PLK\\_HTML.htm?action=show\\_archive](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).

Отже, аналізуючи витрати на інноваційну діяльність, зауважимо, що більш активними в інноваційній діяльності були приватні підприємства, зокрема, фінансування витрат на інноваційну діяльність у приватному секторі перевищувало 70 %, у секторі послуг – понад 80 % від загальної суми витрат на фінансування інноваційної діяльності<sup>559</sup>. Принагідно зацентруємо увагу на тому, що активнішими тут були великі підприємства з чисельністю працівників понад 499 осіб. При цьому, основним джерелом фінансування інноваційних витрат були власні кошти підприємств, питома вага яких у промисловому секторі становила понад 60 %, а в секторі послуг – понад 80 %<sup>560</sup>.

Варто зазначити, що у Польщі активною є державна підтримка інноваційної діяльності підприємств шляхом створення преференційних умов для здійснення інноваційної діяльності.

Важливими джерелами державної підтримки інноваційної діяльності підприємств у Польщі виступають кошти державних інституцій (центральных і місцевих органів влади) та фондів ЄС. За статистичними показниками, в 2006–2009 рр. 21,5 % інноваційно активних підприємств у промисловому секторі отримали фінансову підтримку такого типу, тоді як у секторі послуг її одержав кожен десятий заклад. Крім того, підтримкою від державних інституцій скористалися понад 10 % промислових підприємств та понад 4 % закладів сфери послуг. Фінансову підтримку з фондів ЄС мали можливість отримати понад 6 % закладів сфери послуг.

Позитивним моментом можемо вважати те, що в країні перспективи підвищення конкурентоспроможності економіки пов'язані з визначенням нових конкурентних переваг, до яких відносять освіту, інноваційність, підприємництво, креативність та ефективність державної політики. Для побудови конкурентоспроможної економіки до 2020 р., за прогнозами вчених-практиків, у Польщі доцільно систематично щорічно підвищувати зростання витрат із державного бюджету на наукові дослідження на 15 % порівняно з попереднім роком<sup>561</sup>. Запропонована модель передбачає стабільне щорічне зростання ВВП на 3,5 %, не враховуючи інфляції. Крім того, модель передбачає, що в 2015–2020 рр. буде забезпечено щорічне 20 % зростання коштів із фондів ЄС порівняно з 2010–2013 рр. та зростання питомої ваги приватних коштів на фінансування наукових досліджень до рівня 0,5 % ВВП<sup>562</sup>.

<sup>559</sup> 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\\_teknika\\_PLK\\_HTML.htm](http://www.stat.gov.pl/gus/nauka_teknika_PLK_HTML.htm).

<sup>560</sup> Там же.

<sup>561</sup> 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://pkpplewiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/\\_files/2011\\_04/Rynek\\_pracy\\_-\\_MB\\_-\\_AKtywizacja\\_Zawodowa.pdf](http://pkpplewiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/_files/2011_04/Rynek_pracy_-_MB_-_AKtywizacja_Zawodowa.pdf).

<sup>562</sup> Там же.

На процеси поширення офшорингу знань позитивно впливає також розроблена Стратегія розвитку Республіки Польща до 2030 р., яка визначає цілі, що сприятимуть інноваційному розвитку економіки країни: підвищення інноваційності підприємств, підвищення конкурентоспроможності польської науки, збільшення ролі науки в забезпеченні інноваційного розвитку країни, підвищення рівня застосування інформаційних та комунікаційних технологій в економіці. Для їх реалізації стратегією протягом 2011–2020 рр. передбачено здійснити новелізацію системи освіти шляхом розвитку подальших здібностей до самонавчання і гарантії стабільності фінансування системи освіти. Особлива увага приділена створенню середовища для розвитку індивідуальної креативності громадян шляхом підвищення ефективності навчання та формування інноваційної культури, які забезпечать виникнення креативних галузей.

Перспективи переходу до інноваційної моделі розвитку в Україні повинні розглядатися як пріоритетні, пов'язані з широким використанням у всіх галузях інформаційно-комунікаційних технологій, розширенням доступу населення до інтернет-ресурсів і розвитком нових форм зв'язку між секторами науки, бізнесу та державним сектором. Лише такий підхід до організації господарської діяльності дозволить країні скористатися наявними на сьогодні перевагами для поширення офшорингу знань та активізації і підвищення конкурентоспроможності українського науково-освітнього сектора.

На основі публікацій учених робимо висновки, що найчастіше науководослідницька діяльність локалізується у США, а основними чинниками, які забезпечують такий вибір країни, є доступ до висококваліфікованої робочої сили та високий рівень забезпечення охорони інтелектуальної власності. Однак, згідно з даними Світового Банку, у 2012 р. США не стали абсолютним лідером серед низки провідних економік світу, що свідчить про позитивний вплив офшорингу знань на розвиток країн світу (табл. 4. 1).

Доцільно зауважити, що можливості залучення України до територій поширення офшорингу процесів знань на сьогодні суттєво обмежуються недосконалістю вітчизняного законодавства у сфері охорони прав інтелектуальної власності.

Отже, Україна має усі шанси скористатися світовим тенденціями офшорингу процесів знань, якщо утримуватиме високий рівень підготовки спеціалістів технічних напрямів, а також удосконалив підготовку економістів-аналітиків і покращить якість підготовки різногалузевих фахівців. Крім того, в українських реаліях потенційні можливості поширення офшорингу процесів знань залежать від владних структур усіх рівнів, які повинні забезпечити політичну стабільність та економічну привабливість країни шляхом здійснення конструктивних реформ, які б давали країні економічні переваги (наприклад, податкова реформа, правова реформа щодо охорони прав інтелектуальної власності тощо). Згідно з нашими міркуваннями, нарощенню потенціалу української економіки в цьому напрямі сприятиме активізація міжсекторного партнерства.



Таблиця 4.1. Рейтинги провідних економік світу у 2012 – 2014 рр.

Інноваційний індекс		Індекс ІКТ		Індекс глобальної конкурентоспроможності	Освітній індекс	
2012	2014	2012	2014	2014	2012	2014
Швейцарія	Південна Корея	Бахрейн	Данія	Швейцарія	Нідерланди	Норвегія
Швеція	США	Швеція	Південна Корея	Сингапур	Австралія	Австрія
Фінляндія	Японія	Люксембург	Швеція	США	Норвегія	Швейцарія
Сингапур	ЄС	Велика Британія	Ісландія	Фінляндія	Корея	Нідерланди
Данія	Канада	Нідерланди	Велика Британія	Німеччина	Греція	США
США	Австралія	Фінляндія	Норвегія	Японія	Швеція	Німеччина
Нідерланди	Китай	Швейцарія	Нідерланди	Гонконг	Ісландія	Нова Зеландія
Ізраїль	Бразилія	Німеччина	Фінляндія	Нідерланди	Тайвань, Китай	Канада
Тайвань, Китай		Тайвань, Китай	Гонконг	Великобританія	Ірландія	Сингапур
Канада	Південна Африка			Швеція	Іспанія	Данія

\*Джерело: складено автором на основі: Knowledge Economy Index (KEI) 2012 Rankings [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.worldbank.org/kam](http://www.worldbank.org/kam); Рейтинг вимірювання інформаційного суспільства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ilaw.net.ua/rejtnh-vumiruvannya-informatsijnoho-suspilstva-2014/>; Competitiveness rankings [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/ranki>.

Делокалізація потенціалу наукових послуг на теренах європейського простору дає Україні великі шанси для зниження рівня безробіття, підвищення інтелектуалізації праці, прогресивних змін у структурі зайнятості населення, покращення міграційної політики, покращення експортної динаміки, розширення доступу до міжнародних ринків та побудови конкурентоспроможної економіки.

Підсумовуючи додамо, що на сьогодні поширення офшорингу процесів знань на українські терени можливе лише на підставі розвитку міжсекторного партнерства, що сприятиме демократизації країни, підвищенню продуктивності праці та ефективності функціонування підприємств у глобальному середовищі, забезпечуючи пришвидшення темпів економічного зростання.

## РОЗДІЛ 5

# Конструктивізм креації вартості підприємства крізь призму розвитку інтелектуального капіталу в умовах глокалізації

*Підприємства, в яких товари не стануть  
«розумними», можуть опинитися поза грою –  
їх витіснять з ринку конкуренти,  
які виготовлятимуть «розумні» товари  
(Мічіо Кайку «Фізика майбутнього», 2013, с. 39)*

### 5.1. Інтелектинг' як модерний вектор розбудови інструментальної перспективи в теорії креації вартості підприємства

Посилення впливу знань та інформації в усіх без винятку сферах сучасної парадигми господарювання визначають можливості цивілізаційного поступу та характеризуються змінами архітектури ринку, зокрема у структурі ринку товарів і послуг спостерігаємо становлення ніші наукових цінностей; у межах ринку робочої сили – інтелектуалізацію компетенцій, а на ринку цінних паперів перевагу здобувають інтелігентні суб'єкти господарювання. Зважаючи на ці тенденції, робимо висновки, що лідерство та успішність усе частіше стають ознаками еластичних й інноваційних, транспарентних і соціально відповідальних підприємств, тобто таких, які спроможні реалізувати принципи зрівноваженого розвитку. Такі інтелігентні підприємства, щоб підвищити адаптаційний рівень до змін «...динамічних процесів, швидкість і напрям яких буде різним у різних секторах», які можна передбачити, так і тих, що важко піддаються прогнозуван-

ню, нині активно інвестують у інтелектуальний, а не матеріальний капітал<sup>563</sup>. Зростання зацікавленості інтелектуальним капіталом у різних сферах суспільного життя, перш за все в економіці, зумовлює, більшу інтелектомісткість сучасного бізнесу. Інтелектуальний капітал детермінує вектори перспективних наукових розвідок, перетворюючись на визначальний чинник теоретичних підходів і практичних рішень у сфері забезпечення креації вартості підприємств, стимулюючи появи нових ідей, підходів та інструментарію у сучасних дослідженнях.

Інструментальна перспектива в теорії креації вартості підприємства чітко та послідовно вимальовується на фоні розвитку інтелектуального капіталу, який завдяки зміні парадигми господарювання, покращенню справ у питаннях охорони інтелектуальної власності, швидкого прогресу в галузі інформаційних технологій та обґрунованому Тадеушем «ефекту інтелектуального левериджу» (спроможності інтелектуального капіталу підвищувати прибуток на основі створення високотехнологічних товарів і послуг, виробничих процесів чи організаційних форм тощо)<sup>564</sup>, набуває статусу «інтелігентного інноватора»<sup>565</sup>.

З метою створення сприятливих умов для досягнення такого статусу сучасними підприємствами вважаємо за доцільне виділити окремий науковий напрям – інтелектуалістику, яка запропонує нові шляхи вирішення проблем місця інтелектуальних цінностей на ринку товарів і послуг, модернізації чинної інституційної бази, що гарантуватиме підвищення питомої ваги високотехнологічної продукції, інтелектомісткості виробництва тощо. Інтелектуалістика як наука – це система дисциплін і науково-популярних публікацій, які охоплюють питання теорії інтелектуального капіталу та оцінки його впливу на зрівноважений розвиток і креацію вартості суб'єктів господарювання, формування громадянського суспільства, покращення якості життя населення та економічний прогрес загалом.

З економічного погляду інтелектуалістика охоплює сукупність ринкових інституцій, створених з метою активізації наукових досліджень, об'єктивного інформування юридичних і фізичних осіб про охорону об'єктів інтелектуальної власності, надання інформаційно-дорадчих, консалтингових і інших послуг у сфері сприяння і популяризації інтелектуальної діяльності, розвитку інтелектуального капіталу, інтелектуалізації праці тощо. Виходячи з такої перспективи, для пришвидшення трансформації вітчизняних суб'єктів господарювання у інтелігентні підприємства логічним і економічно виправданим першим кроком є розбудова на макрорівні – державних інституцій, зайнятих формуванням спри-

<sup>563</sup> Porter M. E. *Strategia konkurencji: metody analizy sektorów i konkurentów* / Michael E. Porter; [przekł. z ang. Andrzej Ehrlich]. – Warszawa: PWE, 1992. – S. 170–192.

<sup>564</sup> Dudycz T. *Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa* / Tadeusz Dudycz. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2005. – S. 234–235.

<sup>565</sup> *System informacji strategicznej. Wywiad gospodarczy a konkurencyjność przedsiębiorstwa*; [praca zbiorowa pod red. Ryszarda Borowieckiego, Marii Romanowskiej]. – Warszawa: Difin, 2001. – S. 26.

ятливого клімату для інтелектуальної діяльності, а на мікро- та мезорівнях інтелектуального консалтингу – інтелектингу, що дозволить досягати цілей креації вартості та схематично виглядає так (рис. 5. 1).



Рис. 5.1. Сфери прояву (функціонування) інтелектингу і його вплив на креацію вартості підприємства (джерело: авторська розробка).

Принагідно зауважимо, що макрорівень у запропонованому механізмі функціонування інтелектингу є надзвичайно важливим, оскільки державна політика у сфері інтелектуальної діяльності, на жаль, недостатньо розвинута, зокрема в питанні охорони прав інтелектуальної власності. В інституційному аспекті розвиток інтелектуальної власності у межах правового забезпечення отримав ключове значення, зокрема у вигляді німецького торгового Кодексу, міжнародних стандартів бухгалтерії (*IAS – International Accounting*) чи американської системи стандартизації бухгалтерії (*GAAP – Generally Accepted Accounting Principles*). Таким чином, вдосконалення української законодавчо-нормативної бази у сфері інтелектуальної власності шляхом імплементації основних надбань світового досвіду є першочерговим завданням, вирішення якого дозволить значно знизити рівень піратства та перетворити українців із «зłodів» на розробників високотехнологічної продукції. Реалізувати ці амбітні плани цілком реально, враховуючи надзвичайно високий потенціал українців за рівнем IQ згідно дослідженнями середній IQ українців сягає 106, перевищуючи показник япон-

ців, які утримують світове лідерство у ІТ індустрії досить тривалий період часу, – 105, поступаємося ми лише жителям Гонконгу – 107)<sup>566</sup> і одне з перших місць за ресурсними можливостями. Оскільки обсяги ринку ІТ експерти нині оцінюють у 2 трлн. дол. США<sup>567</sup>, а його подальше нарощення не викликає сумнівів, економічна доцільність удосконалення державної регуляторної політики у сфері інтелектуальної діяльності є економічно виправдане і соціально доцільне.

Одним із ефективних напрямків удосконалення вітчизняної регуляторної політики у сфері інтелектуальної діяльності є гармонізація позитивного досвіду реформування у країнах, що здійснювали перехід від директивної економіки, зокрема Польській Республіці. Імплементуючи успішні шляхи підвищення конкурентоспроможності науково-освітнього сектора, доцільно створити при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України виконавчі агенції (наприклад, Національний центр досліджень і розвитку – НЦДР) з дорадчими функціями, спрямованими на підвищення інноваційності вітчизняного бізнесу, посилення міжсекторної співпраці, комерціалізації результатів наукових досліджень, що забезпечує налагодження постійних процесів креації вартості. Так, серед низки позитивних моментів функціонування аналогічної польської інституції відзначимо зміну структури фінансування науково-дослідницької діяльності (більш ніж двократне зростання частки власних коштів підприємств – з 20 % до 43 %) та очікуване до 2020 р. більш ніж двократне зростання (порівняно з 2013 р.) показника витрат на наукові дослідження у відсотках до ВВП (1,7 %)<sup>568</sup>.

Функціонування НЦДР дозволило Польщі у 2014 р. забезпечити позитивні зміни у структурі витрат на фінансування НДДКР шляхом збільшення тут частки залучених коштів до 58 %, зростання доходів з науково-дослідної діяльності протягом 2008–2014 рр. на 50 %, концентрації терміну повернення науково-дослідних інвестицій за 2,5–3 роки від моменту впровадження результатів та зростання у 1,3 рази кількості нових продуктів, які з'явилися у результаті НДДКР (41 % у 2014 р.)<sup>569</sup>.

Переконливим результатом ефективності створення НЦДР є те, що на сьогодні 80 % підприємств передбачають збільшення витрат на фінансування НДДКР та усалення у період 2008–2014 р. позитивної динаміки частки доходів з НДДКР як в операційних (у 2014 р. показник сягнув рівня 40 %), так і в загальних доходах підприємств (більш ніж семикратне зростання з 9,74 % у 2008 р. до 16,62 % у 2014 р.)<sup>570</sup>. Гідне уваги є покращення позицій у переліку іннова-

<sup>566</sup> Післязавтра – багата країна. Рецепт успіху // 24 канал, 14.08. 2015 р., 01<sup>21</sup> [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://24tv.ua/ukrayina/pislyzavtra\\_bagata\\_krayina\\_retsept\\_uspihu/n602226](http://24tv.ua/ukrayina/pislyzavtra_bagata_krayina_retsept_uspihu/n602226) (15.08.2015).

<sup>567</sup> Там же.

<sup>568</sup> Oplacalność inwestowania w badania i rozwój / [Raport pod red. Beaty Tylman]. – Warszawa: PwS, 2015. – S. 6 [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.pwc.pl/pl\\_PL/pl/publikacje/assets/ncbr-pwc-oplcalnosc-inwestycji.pdf](http://www.pwc.pl/pl_PL/pl/publikacje/assets/ncbr-pwc-oplcalnosc-inwestycji.pdf)

<sup>569</sup> Там же, с. 6.

<sup>570</sup> Там же, с. 13, 14.

ційних країн у 2014 р., зокрема 24 місце в рейтингу «*Bloomberg*» (Україна зайняла 49, передостаннє місце) та 45 місце відповідно до звіту «*The Global Innovation Indeks 2014. Human factor in Innovation*» (Україна не ввійшла навіть у 50-ку)<sup>571</sup>. Проведений галузевий аналіз дозволив виявити, що сфера ІТ характеризується найвищим рівнем очікуваної дохідності з інвестицій у НДДКР (75 %) <sup>572</sup>, адже у польським умовах ця галузь займає третє місце, поступаючись рівнем частки доходів з НДДКР серед усіх підприємств (лише 25,24 % у 2014 р. у той час як у хімічній та фармацевтичній галузі 47,33 %, в автомобілебудуванні – 45,66 % відповідно)<sup>573</sup>. Таким чином, інструментальна перспектива на основі вдосконалення держаної регуляторної політики науково-дослідної діяльності цілком реальна. Однак, з огляду на широку проблематику такого підходу він може бути предметом окремих наукових розвідок.

Популяризація і поширення зацікавленості інтелектуальним капіталом у різних сферах суспільства, насамперед в економіці, зумовлює факт, що сучасний бізнес стає усе більш інтелектомістким, а інтелектуальний капітал – детермінує вектори перспективних наукових розвідок, перетворюючись на ключовий канон теоретичних підходів і практичних рішень у сфері забезпечення креації вартості підприємств. Так, у сучасних дослідженнях особливостей креації вартості підприємства з'являються нові ідеї, підходи та інструментарій.

Макрорівнева інституційна перспектива в теорії креації вартості підприємства чітко та послідовно вимальовується у сфері розвитку інтелектуального капіталу, який, завдяки зміні парадигми господарювання, покращенню справ у питаннях охорони інтелектуальної власності, швидкому прогресу в галузі інформаційних технологій чи обґрунтуванню Тадеушем Дудучем «ефекту інтелектуального левериджу» (спроможності інтелектуального капіталу підвищувати прибуток на основі створення високотехнологічних товарів і послуг, виробничих процесів чи організаційних форм тощо)<sup>574</sup>, дозволяє останньому не лише набути форми «інтелігентного інноватора»<sup>575</sup>, а й утримувати позиції інтелектуального лідерства.

Дослідження тенденцій розвитку у сфері інтелектуальної власності України кристалізувало низку проблем, вирішення яких дозволить активізувати процеси формування інтелектуального капіталу вітчизняних підприємств. З метою емпіричної верифікації цієї тези в українських реаліях, використаємо модель

<sup>571</sup> Oplacalność inwestowania w badania i rozwój / [Raport pod red. Beaty Tylman]. – Warszawa: PwS, 2015. – S. 9. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.pwc.pl/pl\\_PL/pl/publikacje/assets/ncbr-pwc-oplaccalnosc-inwestycji.pdf](http://www.pwc.pl/pl_PL/pl/publikacje/assets/ncbr-pwc-oplaccalnosc-inwestycji.pdf).

<sup>572</sup> Там же, с. 16.

<sup>573</sup> Там же, с. 14.

<sup>574</sup> Dudycz T. Finansowe narzędzia zarządzania wartością przedsiębiorstwa / Tadeusz Dudycz; [monografie]. – Wydanie 2. – Wrocław: Wydawnictwo AE, 2002. – S. 234–235– (Seria: Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu).

<sup>575</sup> Dudycz T. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa / Tadeusz Dudycz. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2005. – S. 26.

«виробничої функції знань» Зві Гріліхеса<sup>576</sup>, підтверджену Анджеєм Ясіньским щодо польської економічної системи<sup>577</sup>. Принагідно зауважимо, що апробацію цієї моделі використаємо для обґрунтування доцільності розвитку інтелектуального капіталу на макrorівні.

Гіпотезою даного етапу дослідження є твердження, що кількість патентів є показником патентної активності, яка визначається витратами на наукові дослідження. Отже, між часткою витрат на наукові дослідження у ВВП та кількістю поданих заявок й отриманих патентів, існує пряма залежність. Зазначимо, що кількість патентів<sup>578</sup> у Зві Гріліхеса<sup>579</sup>, та кількість патентів за національною процедурою<sup>580</sup> у Анджея Ясіньского<sup>581</sup> – розглядаються як кількісний вимірник винахідницької діяльності. Дотримання цього твердження (доведеного для американської та польської економік) свідчатиме про доцільність застосування переваг інтелектуального капіталу. Розбудова інтелектуального капіталу на макrorівні забезпечить ефективну трансформацію вітчизняної економічної системи, дозволивши підвищити її інтелектуальність, інноваційність та експлуатаційність.

Зважаючи на наведені вище постулати, застосуємо модель «виробничої функції знань» З. Гріліхеса, яка має вигляд:

$$Nn = \alpha \times K + v = \alpha \times B + \alpha \times u + v, \quad (5.1)$$

де  $Nn$  – кількість патентів;

$\alpha$  – структурний параметр моделі;

$K$  – змінна, яка виражає приріст економічної вартості знань;

$B$  – частка витрат на фінансування наукових досліджень у ВВП, %

$u$  – інші джерела приросту знань;

$v$  – випадкова змінна.

Значення  $\alpha$ , всюди є однаковим, бо отримані знання є результатом наукових досліджень і інших джерел. Застосувавши регресійну функцію З. Гріліхеса довів, що еластичність патентів дорівнює 0,76 %, тобто підвищення частки витрат

<sup>576</sup> Griliches Z. 0,42 Patent Statistics as Economic Indicators // Journal of Economic Literature: A Survey / Zvi Griliches. // R&D and Productivity: the Econometric Evidence. University of Chicago Press. – 1998 (January). – P. 287–343 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nber.org/chapters/c8351.pdf> (14.04.2016)

<sup>577</sup> Jasiński A. Aktywność patentowa a nakłady na B+R: czy w polskiej gospodarce sprzedają się model Grilichesa / Andrzej Jasiński. // Optimum Studia Ekonomiczne. – 2011. – nr 2 (50). – S. 3–15.

<sup>578</sup> Зві Гріліхеса для обґрунтування використав дані за період 1953–1989 pp.

<sup>579</sup> Griliches Z. Patent Statistics as Economic Indicators // Journal of Economic Literature: A Survey / Zvi Griliches. // R&D and Productivity: the Econometric Evidence. University of Chicago Press. – 1998 (January). – P. 300 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nber.org/chapters/c8351.pdf> (14.04.2016)

<sup>580</sup> Jasiński A. Aktywność patentowa a nakłady na B+R: czy w polskiej gospodarce sprzedają się model Grilichesa / Andrzej Jasiński. // Optimum Studia Ekonomiczne. – 2011. – nr 2 (50). – S. 4.

<sup>581</sup> Там же, S. 9.

на фінансування наукових досліджень у ВВП на 1 % призводить до зростання кількості патентів на 0,76 %<sup>582</sup>.

Таким чином, для проведення емпіричного дослідження дотримання принципів моделі «виробничої функції знань» Зві Гріліхеса для української економіки використаємо аналітичну табл. 5.1, яка доводить нестабільну динаміку із загальним зниженням до 2015 р. усіх оціночних показників (кількості поданих заявок загалом, за національною процедурою, за процедурою РСТ та кількості отриманих патентів). З метою проведення порівняльної оцінки українських і польських реалій, проаналізуємо вплив наукоємності ВВП на кількість поданих патентних заявок за національною процедурою, а також оцінимо силу впливу першого показника на загальну кількість поданих патентних і отриманих патентів. На перший погляд можемо передбачити ймовірність вищої залежності між наукоємністю ВВП та загальною кількістю поданих патентних заявок.

Залежності, які представляють динаміку наукоємності ВВП в Україні у 1995–2015 рр. представляє рис. 5.2.

Проаналізувавши отримані залежності (рис. 5.2) в подальших прогнозах розрахунках пропонуємо використовувати лише ті, які характеризуються вищою надійністю. У нашому випадку це два види рівнянь, зокрема моделі полілінійного<sup>2</sup> ступеня (якість 0,8395) та лінійної (якість 0,8208).

Таким чином, застосувавши запропоновані вище залежності в прогнозах цілях можемо стверджувати, що показник наукоємності ВВП України у 2016 р. буде знаходитися в межах від 0,2 % (лінійна, якість 0,8208) до 0,23 % (полілінійна<sup>2</sup> ступеня, якість 0,8395) (табл. 4.2). Очікуване дещо нижче значення наукоємності ВВП України у 2016 р. згідно лінійної моделі пояснюється передбачуваним незначним зниженням показника середньорічних видатків із бюджету на фінансування науки (0,0471 %), що підтверджує лінійна економетрична модель:

$$y = -0,0471x + 1, \quad (5.2)$$

де  $x$  – роки.

Також із метою прогнозування використаємо модель полілінійного<sup>2</sup> ступеня (якість 0,8395):

$$y = 0,0009x^2 - 0,0587x + 1, \quad (5.3)$$

де  $x$  – роки.

<sup>582</sup> Griliches Z.0,42 Patent Statistics as Economic Indicators // Journal of Economic Literature: A Survey / Zvi Griliches. // R&D and Productivity: the Econometric Evidence. University of Chicago Press. – 1998 (January). – P. 303 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nber.org/chapters/c8351.pdf> (14.04.2016).



Таблиця 5. 1. Панорама показників винахідницької діяльності в Україні за 1995– 2015 рр. для обґрунтування «виробничої функції знань» З. Гріліхеса

Роки	Наукоємність ВВП, %	Кількість поданих патентних заявок, од.			Кількість отриманих патентів, од.
		загалом	за національною процедурою	за РТС	
1	2	3	4	5	6
1995	0,45	5960	5117	843	11350
1996	0,47	4893	3985	908	4270
1997	0,5	6256	4980	1276	9121
1998	0,86	6950	5560	1390	4336
1999	0,86	7035	5657	1378	1294
2000	0,84	7239	5861	1378	2944
2001	0,82	8813	7448	1365	5772
2002	0,84	10189	8806	1383	11670
2003	0,95	12605	11322	1283	9178
2004	0,81	5778	4356	1422	10983
2005	0,78	5592	3842	1750	9907
2006	0,58	5930	3788	2142	3719
2007	0,46	6163	3766	2397	3705
2008	0,43	5661	3113	2598	4060
2009	0,48	4815	2678	2134	3832
2010	0,48	5310	2810	2500	4002
2011	0,44	5248	2926	2321	4061
2012	0,42	4945	2834	2110	3405
2013	0,44	5428	3132	2286	3635
2014	0,4	4813	2675	2138	3319
2015	0,21	1917	2505	1992	1805

\* Джерело: складено автором на основі: Надходження заявок на об'єкти промислової власності у 1992–2012 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/ua/statistic\\_nadход.html](http://sips.gov.ua/ua/statistic_nadход.html) (10.04.2016); Внесено охоронних документів до державних реєстрів у 1992–2012 роках [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sips.gov.ua/ua/table7> (15.04.2015); Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2013 рік» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/i\\_upload/file/promvlas-2013.pdf](http://sips.gov.ua/i_upload/file/promvlas-2013.pdf) (21.04.2016); Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2015 рік» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://uipv.org/i\\_upload/file/promvlasnist2015.pdf](http://uipv.org/i_upload/file/promvlasnist2015.pdf) (21.04.2016); Наукова та науково-технічна діяльність у 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publnauka\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm) (10.04.2016).

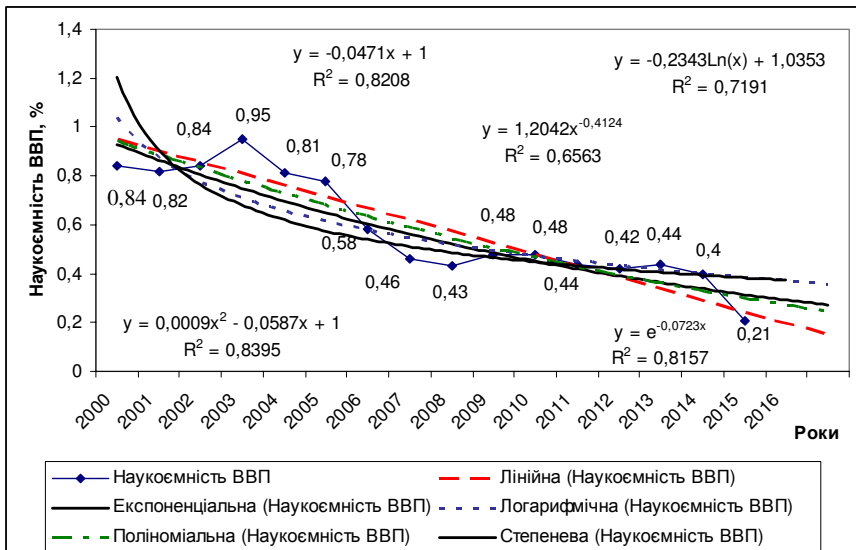


Рис. 5. 2. Динаміка наукоємності ВВП України за 1995–2015 рр. (джерело: складено автором на основі: надходження заявок на об'єкти промислової власності у 1992–2012 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/ua/statistic\\_nadход.html](http://sips.gov.ua/ua/statistic_nadход.html) (10.04.2016); Внесено охоронних документів до державних реєстрів у 1992–2012 роках [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sips.gov.ua/ua/table7> (15.04.2015); Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2013 рік» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/i\\_upload/file/promvlas-2013.pdf](http://sips.gov.ua/i_upload/file/promvlas-2013.pdf) (21.04.2016); Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2015 рік» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://uiprv.org/i\\_upload/file/promvlasnist2015.pdf](http://uiprv.org/i_upload/file/promvlasnist2015.pdf) (21.04.2016); Наукова та науково-технічна діяльність у 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publnauka\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm) (10.04.2016))

Водночас, із рівняння поліноміальної <sup>2</sup> ступеня (якість 0,8395) очікуваним є незначне середньорічне зростання видатків із бюджету на фінансування наукових досліджень (на 0,0009 %), яке, на жаль, не може забезпечити відчутних позитивних змін і може розглядатися в якості причини зниження патентної активності в країні.

Таблиця 5. 2. Економетричні моделі «виробничої функції знань» Зві Гріліхеса для України за 1995–2015 рр. і прогноз на 2016 р.

Лінія тренду	Рівняння моделі	R <sup>2</sup>	Прогноз 2016 р.
<b>Наукоємності ВВП</b>			
Полініміальна 2 ступеня	$y = 0,0009x^2 - 0,0587x + 1$	0,8395	0,23
Лінійна	$y = -0,0471x + 1$	0,8208	0,20
Експоненціальна	$y = e^{-0,0723x}$	0,8157	x
Логарифмічна	$y = 0,2343 \ln(x) + 1,0353$	0,7191	x
Степенева	$y = 1,2042x^{-0,4124}$	0,6563	x
<b>Кількості поданих патентних заявок</b>			
Полініміальна 2 ступеня	$y = 16,93x^2 - 361,86x + 4637,1$	0,8527	2794
Логарифмічна	$y = -718,74 \ln(x) + 4399,2$	0,85	x
Степенева	$y = 4497,1x^{0,2128}$	0,8227	x
Експоненціальна	$y = 4166,6e^{-0,0428x}$	0,7568	x
Лінійна	$y = -141,77x + 4123,6$	0,7525	x
<b>Кількості отриманих патентів</b>			
Полініміальна 2 ступеня	$y = -54,795x^2 + 680,87x + 1982,1$	0,81	2841
Лінійна	$y = -141,06x + 4612,3$	0,412	x
Експоненціальна	$y = 5040,5e^{-0,0495x}$	0,3886	x
Логарифмічна	$y = -736,85 \ln(x) + 5028,1$	0,2736	x
Степенева	$y = 5843,9x^{0,2691}$	0,26	x

\* Джерело: складено автором на основі застосування емпіричних моделей

Для побудови достовірних емпіричних моделей, які будуть застосовані для оцінки динаміки поданих патентних заявок за національною процедурою в Україні у 1992–2015 рр. виникає необхідність очищення ряду. Таким чином, отримуємо дещо вужчий часовий період (2004–2015 рр.), який дає змогу отримати достовірні результати (рис. 5. 3).

Таким чином, підтверджено, що для оцінки поданих патентних заявок за національною процедурою в Україні у 2004–2015 рр. та прогнозних цілей найбільш достовірною є полініміальної<sup>2</sup> ступеня емпірична модель (якість 0,8527):

$$y = 16,93x^2 - 361,86x + 4637,1 \quad (5. 4)$$

де  $x$  – роки.

Зважаючи на незначну різницю в оціночних цілях може бути використана також логарифмічна модель (якість 0,85):

$$y = -718,74 \ln(x) + 4399,2 \quad (5. 5)$$

Отже, у 2016 р. очікується, що зростання кількості поданих патентних заявок за національною процедурою становитиме 12 % (289 од.).

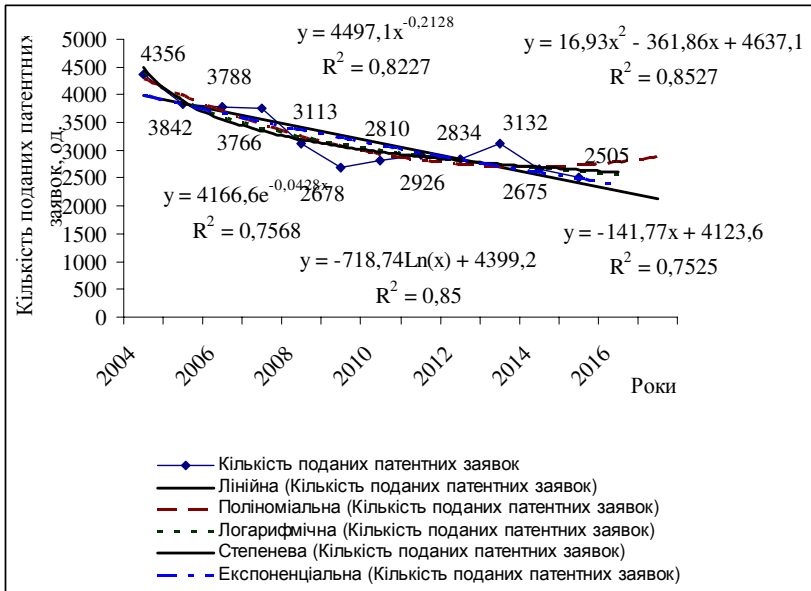


Рис. 5. 3. Динаміка поданих патентних заявок за національною процедурою в Україні у 2004–2015 рр. та прогноз на 2016 р. (джерело: побудовано автором на основі : надходження заявок на об'єкти промислової власності у 1992–2012 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/ua/statistic\\_nadход.html](http://sips.gov.ua/ua/statistic_nadход.html) (10.04.2016); Внесено охоронних документів до державних реєстрів у 1992–2012 роках [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sips.gov.ua/ua/table7> (15.04.2015); Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2013 рік» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/i\\_upload/file/promvlas-2013.pdf](http://sips.gov.ua/i_upload/file/promvlas-2013.pdf) (21.04.2016); Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2015 рік» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://uipr.org/i\\_upload/file/promvlasnist2015.pdf](http://uipr.org/i_upload/file/promvlasnist2015.pdf) (21.04.2016); Наукова та науково-технічна діяльність у 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publnauka\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm) (10.04.2016)

Динаміка кількості отриманих патентів в Україні у 1995–2015 рр. також була дуже нерівномірною, зважаючи на цей факт та врахову часовий період попередньо запропонованого показника використаємо тут з оціночною метою також 2004–2015 рр. (Додаток Ж). Як бачимо, надійність моделей є не деже високою. З метою підвищення якості моделей проведемо чистку ряду, що призведе до скорочення періоду до 2006–2015 рр. (рис. 5. 4). Однак, отримані моделі мають значно вищу надійність, тому в подальших оцінках та прогнозуванні показника кількості отриманих патентів у 2016 р. будемо застосовувати саме цей варіант.

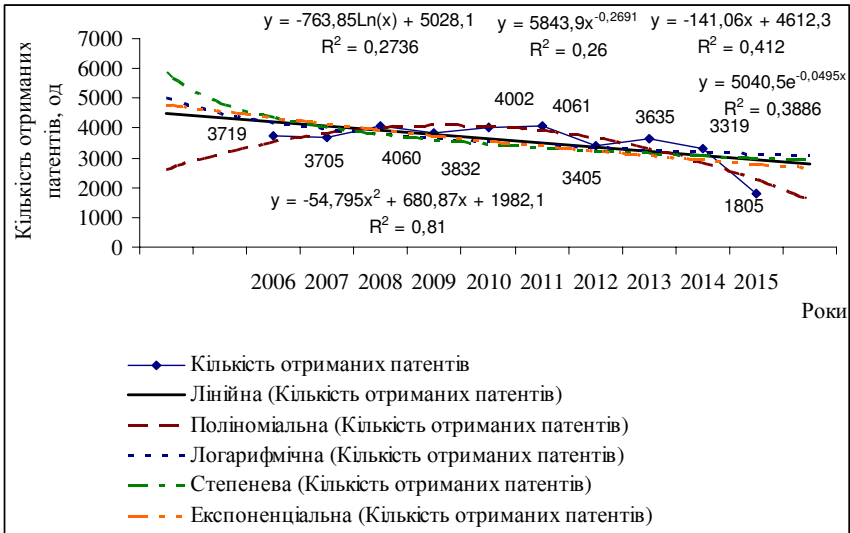


Рис. 5. 4. Динаміка отриманих патентів в Україні у 2006–2015 рр. та прогноз на 2016 р. (джерело: побудовано автором на основі : надходження заявок на об'єкти промислової власності у 1992–2012 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/ua/statistic\\_nadход.html](http://sips.gov.ua/ua/statistic_nadход.html) (10.04.2016); Внесено охоронних документів до державних реєстрів у 1992–2012 роках [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sips.gov.ua/ua/table7> (15.04.2015); Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2013 рік» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/i\\_upload/file/promvlas-2013.pdf](http://sips.gov.ua/i_upload/file/promvlas-2013.pdf) (21.04.2016); Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2015 рік» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://uipv.org/i\\_upload/file/promvlasnist2015.pdf](http://uipv.org/i_upload/file/promvlasnist2015.pdf) (21.04.2016); Наукова та науково-технічна діяльність у 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publnauka\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm) (10.04.2016)

Таким чином, для оцінки отриманих патентних заявок в Україні у 2006–2015 рр. та прогнозних цілей на 2016 р. найбільш достовірним є використання поліноміальної<sup>2</sup> ступеня емпірична модель (якість 0,81):

$$y = -54,795x^2 + 680,87x + 1982,1 \quad (5. 6)$$

де  $x$  – роки.

Прогнозоване зростання кількості отриманих патентів у 2016 р. очікується на рівні 57 % (або 1036 од.) в порівнянні із 2015 р. та 31 % в порівнянні із

2014 р. Звичайно, що це позитивні очікування, але якщо врахувати теперішню соціально-політичну ситуацію в країні, зростання зацікавленості в іміграції серед молодих науковців (чому сприяє неефективна державна політика), то можемо стверджувати, що така динаміка радше «очікувана», ніж реальна.

Проведена економічна діагностика трьох оціночних показників, на жаль, доводить формування негативних трендів. Із оціночної моделі залежності між наукоємністю ВВП України та кількістю поданих патентних заявок (рис. 4. 5) бачимо, що зміна першого показника на 10 % в аналітичному періоді 2004–2015 рр. зумовлювало аналогічну зміну другого в середньому на 119 од. (при  $R^2=0,71$ ).

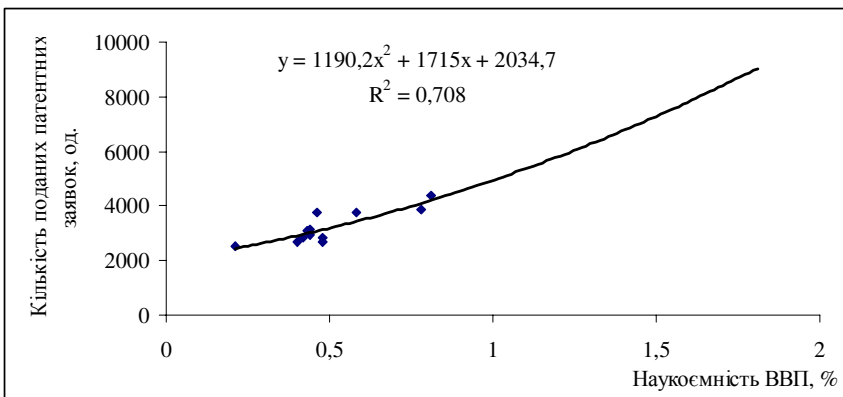


Рис. 5. 5. Взаємозалежності між наукоємністю ВВП України та кількістю поданих патентних заявок у 2004–2015 рр. (джерело: побудовано автором на основі емпіричних досліджень).

Таким чином, при достатньому рівні достовірності ( $R^2=0,71$ , а в польських колегах  $R^2=0,54^{583}$ ) нашої моделі позитивні залежності між наукоємністю ВВП України та кількістю поданих патентних заявок (рис. 5. 5) можна вважати доведеними, модель Гріліхеса підтвердженою для української економіки, а пропонуваній напрям інтелектуального капіталу – обґрунтованим.

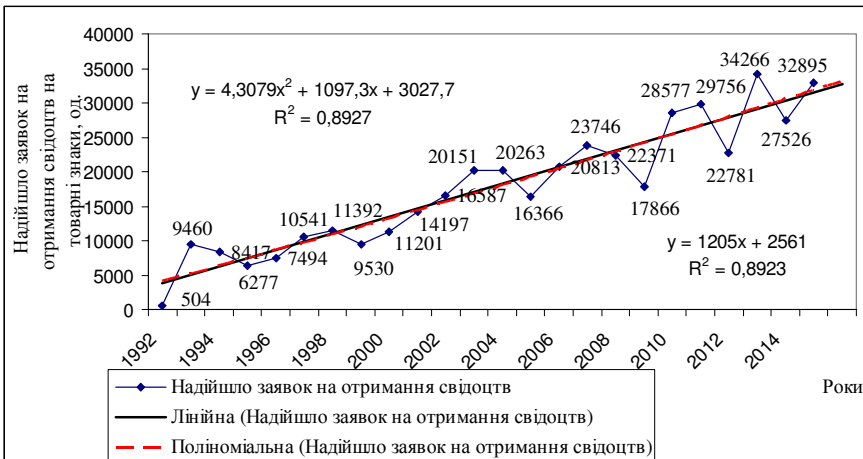
Для забезпечення найшвидших темпів активізації винахідницької діяльності в межах предмету нашого дослідження цікавим буде вивчення прояву показників брендингу, зокрема у частині динаміки отримання свідоцтв на знаки для товарів (послуг). Економічна доцільність реалізації таких кроків, дозволить вітчизняним підприємцям значно підвищити рівень інтелектуального капіталу, який має ринкове походження. Принагідно відмітимо значний вплив даного структурного елементу на креацію вартості сучасних високо технологічних підприємств, що підтверджують публіковані щорічні рейтинги відомих світових фірм.

<sup>583</sup> Jasiński A. Aktywność patentowa a nakłady na B+R: czy w polskiej gospodarce sprawdza się model Grilichesa / Andrzej Jasiński. // Optimum Studia Ekonomiczne. – 2011. –№ 2 (50). – S. 12.

Зважаючи на низку переваг, які виникають із розвитком цього структурного модуля інтелектуального капіталу та посиленням його впливу на креацію вартості сучасних підприємств, а також, враховуючи перспективи, які відкриваються перед вітчизняними суб'єктами господарювання у зв'язку із набуттям із 1 січня 2016 р. чинності Договору про асоціацію з ЄС, необхідність прогнозування нарощення потенціалу у частині подання заявок та отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг є очевидною. Панорама поданих заявок та отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг відображена на рис. 5. 6, кристалізує такі перспективи, дозволяючи виявити зручні інструменти для прогнозування інструменти, послуговуючись побудовою трендових моделей.

Опрацьовані та узагальнені статистичні дані дозволяють стверджувати, що у цій сфері діяльності, починаючи із 1992 р. мала місце певна нестабільність, адже динаміка як поданих заявок, так отриманих свідоцтв на знаки для товарів і послуг в українських реаліях була різномасштабною.

Одним із перспективних напрямів інтелектуальної діяльності для молокопереробних підприємств є отримання свідоцтв на товарні знаки, що дозволить швидко розбудувати інтелектуальний капітал, а також підвищити їх інвестиційну привабливість та конкурентоспроможність в умовах глокалізації. Представлена на рис. 5. 6 за період 24 років зміна заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг загалом відображає позитивні тенденції, незважаючи на незначні спадні тренди порівняно з попереднім роком, зокрема у 1995 р. (у 1,3 рази), у 1999 р., 2009 р..у 2013 р. та у 2014 р. (у 1,2 рази).



\*Примітка: суцільною лінією показано тренд лінійний; курсивом – тренд поліноміальний.

Рис. 5. 6. Динаміка поданих заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні у 1992–2016 рр. та лінійна й поліноміальна лінії тренду (джерело: побудовано автором на основі [38; 40, с. 19, 20; 41, с. 9, 71; 42]).

Позитивним моментом можна започаткування позитивних змін у 2015 р., коли відсоток зростає у 1,4 рази порівняно із попереднім роком, хоча так і не вдалося досягнути рівня 2013 р. Для опису характеристики формування аналізованого показника – заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг, нами використано два види трендових моделей – лінійну (якість 0,8923):

$$y = 1205x + 2561, \quad (5.7)$$

та поліноміальну 2 степеня (якість 0,8927).

$$y = 4,33079x^2 + 1097x + 3927,7, \quad (5.8)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 1992 р., 1993 р. і т. д.

Отже, застосування обох моделей для вивчення перспективи діяльності щодо подання заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні дозволяє стверджувати, що за поліноміальною моделлю вона була на 2016 р. більш оптимістичною, ніж за лінійною.

Таким чином, приходимо до висновку, що в даному випадку доцільним для прогнозування є застосування моделі поліноміальної, свідченням чого є не лише вищий показник якості ( $R^2$ ), але й проведені нами порівняння похибок набутих значень кількості поданих заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг. Так, отримане прогнозне значення даного показника у 2014 р. становило 31045 од. при фактично досягнутому 27526 од., тобто погрішність на рівні 12 %.

Зважаючи на те, що у цій сфері інтелектуальної діяльності важливим є не лише подання заявок, але отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг, проведемо аналогічний аналіз і у цій частині (рис. 5. 7).

З цією метою, нами визначено доцільність застосування двох трендових моделей із майже рівними значеннями індикаторів надійності, зокрема поліноміальної 2 степеня (якість 0,8234):

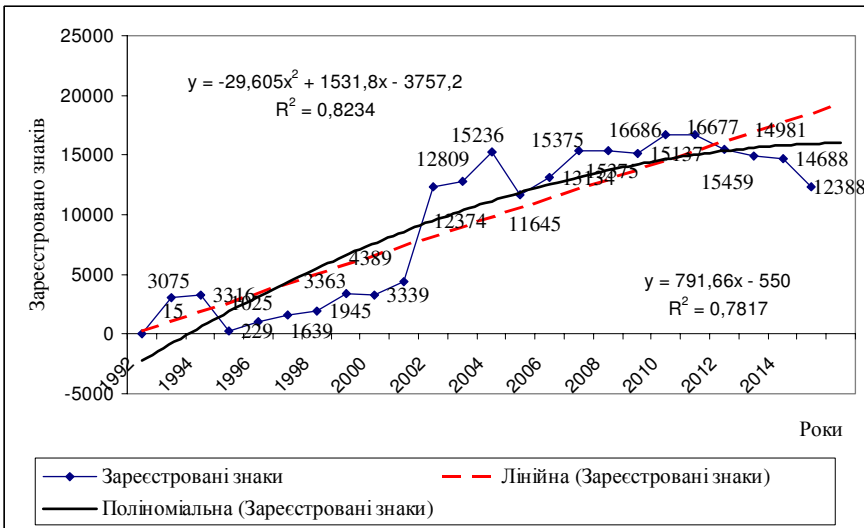
$$y = -29,605x^2 + 1531,8x - 3757,2, \quad (5.9)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 1992 р., 1993 р. і т. д.,

а також лінійної (якість 0,7817):

$$y = 791,66x - 550, \quad (5.10)$$





\*Примітка: суцільною лінією показано тренд лінійний; курсивом – тренд поліноміальний.

Рис. 5. 7. Панорама отриманих свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні у 1992–2016 рр. та лінійна й поліноміальна лінії тренду (джерело: побудовано автором на основі [39; 40, с. 19, 20; 41, с. 9, 71])

Отже, запропоновані трендові моделі можна використовуватися у майбутньому для планування і прогнозування діяльності у сфері охорони інтелектуальної власності, зокрема, як в частині активізації подання заявок, так і отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг серед українських виробників.

В українських реаліях активізація інтелектуальної діяльності обмежується, перш за все, відсутністю раціонально розбудованого інтелекту на мезорівні, що відноситься до ринкових регулятивних механізмів, які дозволяють підвищувати рівень зайнятості висококваліфікованих фахівців, обмежувати корупцію (оскільки послуги надаються через підприємницький сектор, а не державні інституції), покращувати інноваційність та конкурентоспроможність суб'єктів господарювання, забезпечувати креацію вартості підприємств шляхом нарощення інтелектуальності національних виробництв тощо.

Згідно з нашими переконаннями, розбудова інтелекту на мезорівні передбачає створення мережі інтелектуальних агенцій, зайнятих наданням освітньо-дорадчих, інформаційних, просвітницьких та іншого роду послуг як для юридичних, так і фізичних осіб у сферах організації, ведення, фінансування інтелектуальної діяльності, охорони прав інтелектуальної власності, налагодження міжсекторної співпраці шляхом пошуку партнерів тощо. Прикладом успіш-

них фірм такого типу є «*Hilco Streambank*»<sup>584</sup> спеціалізація якої включає також продаж та оцінку нематеріальних цінностей (брендів, торгових марок, патентів, авторських права тощо).

Відтак, інтелекtingова агенція – це ринкова інституція, зареєстрована як юридична особа, що діє з метою надання широкої гами інформаційних, освітньо-дорадчих, просвітницьких і консалтингових послуг у сфері інтелектуалістики.

Місія інтелекtingових агенцій полягає у створенні сприятливого оточення для активізації інтелектуальної діяльності на мезоекономічному рівні шляхом полегшення пошуку способів розбудови міжсекторного партнерства, нарощення інтелектуального капіталу, обмеження інформаційної асиметрії, створення рівних умов доступу до знань та інформації для різних верств населення та фахової допомоги при оформленні охоронних документів у сфері інтелектуальної власності скерованим для підприємств, організацій, органів місцевого самоврядування, громадських організацій.

Необхідність дотримання принципу розбудови інтелекtingових агенцій в Україні посилюється в рамках глокалізації, адже лише такий шлях забезпечить швидку інтелектуалізацію господарської діяльності, не створюючи нове джерело корупції, що на сьогодні є найгострішою проблемою (у 2014 р. Україна посіла 142 місце у рейтингу за індексом корупції), дозволить покращити умови для підприємництва (у 2014 р. 96 місце у рейтингу з легкості ведення бізнесу) тощо<sup>585</sup>. Вищенаведені переваги від створення інтелекtingових агенцій доводять економічну ефективність та соціальну доцільність їх створення.

Відповідно до наших пропозицій, організаційна структура таких інтелекtingових агенцій повинна включати три ключові департаменти – інтелектуального консалтингу, освітніх проектів та інформації, креації вартості. Кожен із запропонованих структурних підрозділів надаватиме дорадчі послуги у межах своїх компетенцій, перелік яких представлено на рис. 5. 8. Функції загального управління агенцією доцільно делегувати директору та віце-директору, які можуть бути або обраними з числа її засновників або найманими менеджерами.

Таким чином, розмаїтість дорадчих послуг, які можуть надавати запропоновані вище департаменти, визначається рівнем їх компетентності та делегованими їм повноваженнями. Наприклад, департамент інтелектуального консалтингу формують три відділи: відділ індивідуального інтелектуального капіталу, відділ колективного інтелектуального капіталу, відділ соціального інтелектуального капіталу, що відповідає розробленій нами структуризації інтелектуального капіталу підприємства.

<sup>584</sup> «*Hilco Streambank*» – світовий авторитет з оцінки інтелектуальної власності. Здійснювала оцінку інтелектуальної власності для таких відомих фірм як «Circuit City», «Footstar», «Borders», «Berkline», «Tower Records», «Collin&Aikman».

<sup>585</sup> Післязавтра – багата країна. Рецепт успіху // 24 канал, 14.08. 2015 р., 01<sup>21</sup> [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://24tv.ua/ukrayina/pislyzavtra\\_bagata\\_krayina\\_retsept\\_uspihu/n602226](http://24tv.ua/ukrayina/pislyzavtra_bagata_krayina_retsept_uspihu/n602226) (15.08.2015)

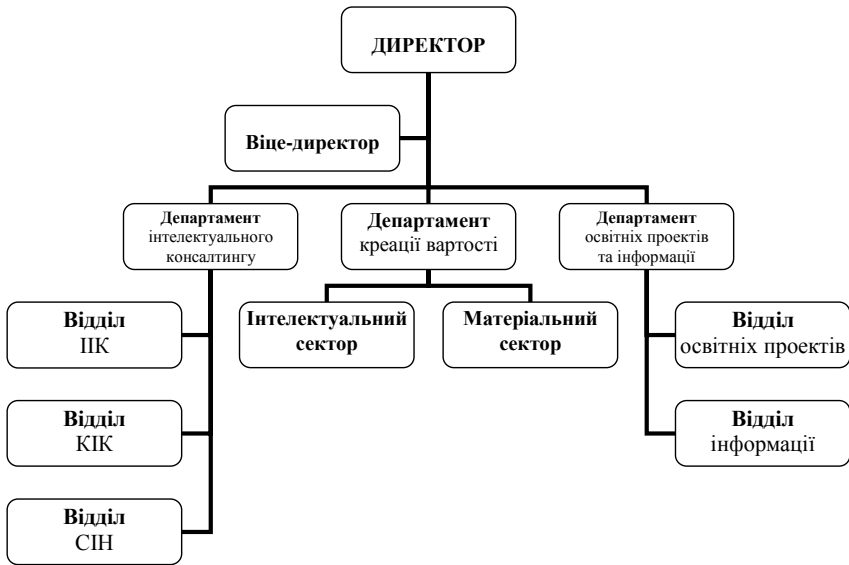


Рис. 5. 8. Проєкт організаційної структури управління інтелектингової агенції (джерело: авторська розробка).

Проєкт типових дорадчих послуг, які надаватимуться фахівцями відділу індивідуального інтелектуального капіталу, для зручності предствилено на рис. 5. 9. Вони забезпечать підприємству успішну реалізацію програм управління персоналом, підвищення продуктивності праці, виявлення лідерів, оптимізацію інвестиційних витрат скерованих в освітні персональні проєкти, дозволять сформувати цілеспрямований колектив, застосовуючи передові психологічні інструменти при відборі персоналу (наприклад, такі як «*Profile XT*»).

У результаті, визначення переліку компетенцій у межах посад і аудит індивідуальних компетенцій забезпечить виявлення компетенційних лакун, що дозволить якісно покращити кадрову політику тощо.

Важливим напрямком підвищення ефективності використання людських ресурсів є модернізація системи мотивації, яку пропонується здійснювати з імплементацією досвіду, зокрема інтелектингові агенції можуть використовувати методики «*Desk Research*» – аналіз ефективності управління людськими ресурсами (структура зайнятості, характеристика робочого місця і т. д.), інтерв'ю й анкетне опитування (*IDI*) тощо. Запровадження методики самооцінки в межах органів місцевого самоврядування «*GAF*», що широко застосовується у європейських країнах, підвищить ефективність функціонування цих інституцій. Таким чином, отримані дорадчі послуги у вигляді інтелектуального консалтингу виступають економічним інструментом здійснення регуляторної політики у сфері розвитку індивідуального інтелектуального капіталу підприємства.

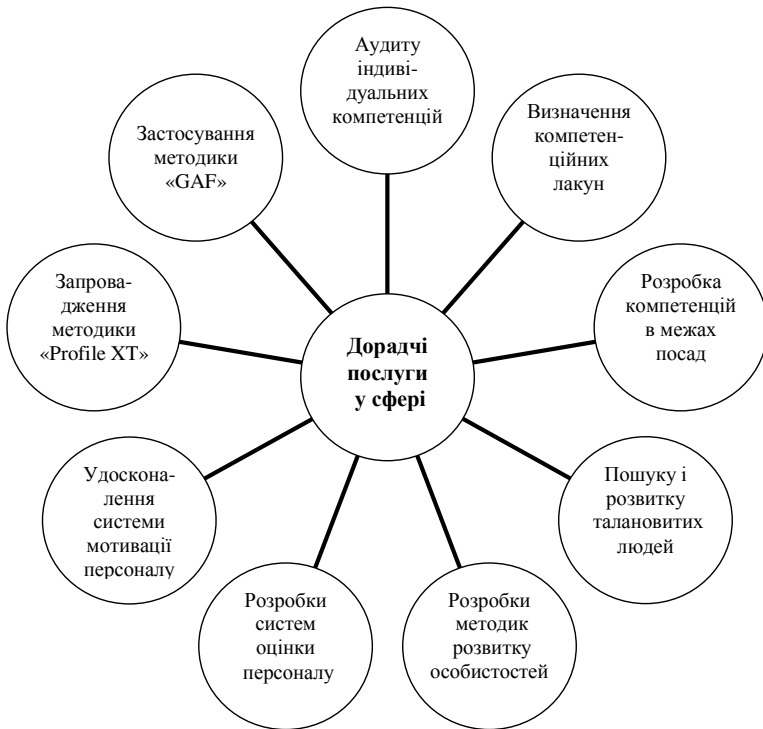


Рис. 5. 9. Перелік дорадчих послуг, які надаються відділом індивідуального інтелектуального капіталу інтелектингової агенції (джерело: авторська розробка).

Зміни, притаманні для нинішніх умов забезпечення позитивних трендів економічного зростання на мікрорівні, вимагають активної діяльності господарських суб'єктів у сфері моніторингу оточення, дозволяючи виявляти як перспектив, так і попереджувати загрози. Саме погляд на розвиток підприємства крізь призму потреб споживачів, забезпечує успішність функціонування в нестабільному ринковому просторі в умовах глокалізації. Так, досвід у сфері розбудови корпоративних брендів, товарних марок позитивно впливає на формування репутації, дозволяє покращувати імідж і підвищувати «goodvil» підприємства, створюючи сприятливе поле для креації вартості в межах колективного інтелектуального капіталу.

Відтак, вважаємо, що створення і функціонування відділів колективного інтелектуального капіталу (КІК), як структурних підрозділів інтелектингових агенцій, зайнятих наданням дорадчих послуг у сфері розвитку, оцінки та розширення меж застосування переваг останнього, є реалістичною (рис. 5. 10). Зо-

крема, нинішній вітчизняний економічний простір відчуває гостру потребу на якісні фахові дорадчі послуги у сфері оцінки вартості корпоративних брендів, товарних марок чи «goodvil», що дозволить вчасно виявляти «ринкові компетенційні лакуни» підприємства, обмежувати їх розміри, формувати портфоліо ринкових компетенцій, а також, встановлювати дійсну вартість суб'єктів господарювання, що обмежить зловживання у сфері їх відчуження, продажу тощо. Крім того, це посилить економічні рычаги в регульованій діяльності держави та привнесе прозорі умови функціонування вітчизняного ринку.

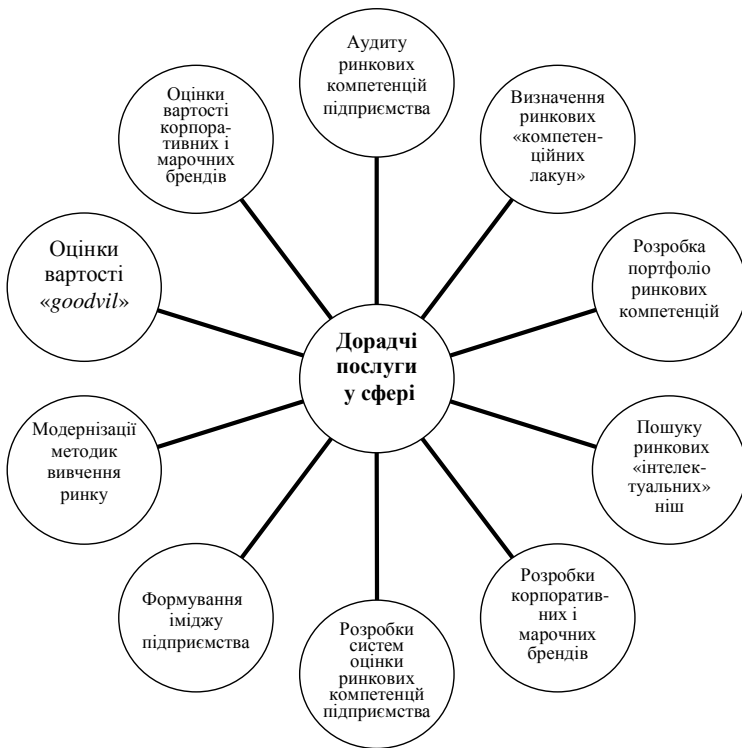


Рис. 5. 10. Перелік дорадчих послуг, які надаються відділом колективного інтелектуального капіталу інтелектингової агенції у ринковій сфері (джерело: авторська розробка).

Запровадження інноваційної моделі розвитку в сучасних умовах господарювання розглядається в якості головного чинника забезпечення економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності та вартості підприємства. На сприяння удосконаленню бізнесових процесів на підприємстві скеровані дорадчі послуги інтелектингових агенцій в інноваційній сфері (рис. 5. 11).

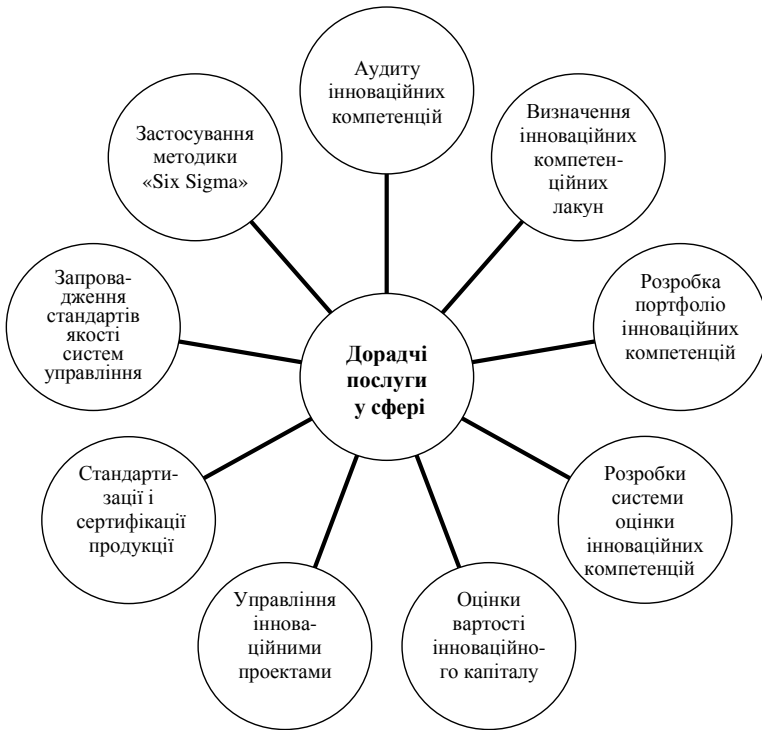


Рис. 5. 11. Перелік дорадчих послуг, які надаються відділом колективного інтелектуального капіталу інтелектингової агенції у інноваційній сфері (джерело: авторська розробка).

Так, серед низки актуальних сьогодні дорадчих послуг інтелектингових агенцій в інноваційній сфері вітчизняних підприємств доцільно виділити забезпечення охорони прав на об'єкти інтелектуальної власності. Також, не менш важливим є розширення практики застосування методики «*Sig Sigma*», скерованої на удосконалення бізнес-процесів в галузі стандартизації та сертифікації продукції, запровадження методики управління інноваційними проектами «*DMAIC*»<sup>586</sup>, що дозволяє мінімізувати непродуктивні витрати часу, пов'язані з прийняттям управлінських рішень.

Швидкі темпи розвитку ринку ІТ посилюють вплив інформаційної складової на процеси креації вартості сучасних підприємств. Відтак, подання негативного впливу інформаційної асиметрії на креацію вартості та зрівноваже-

<sup>586</sup> *DMAIC* (походить від англ. слів «Define», «Measure», «Analyze», «Improve», «Control») є основою для запровадження методики оптимізації бізнес-процесів «*Sig Sigma*» на підприємстві.

ний розвиток вітчизняних підприємств перетворився на першо-чергове завдання в українській економіці, яке конструктивно може бути вирішене інтелектуальними агенціями. Перелік типових дорадчих послуг інтелектуальних агенцій в інформаційно-комунікаційній сфері підприємства представляє рис. 5. 12.

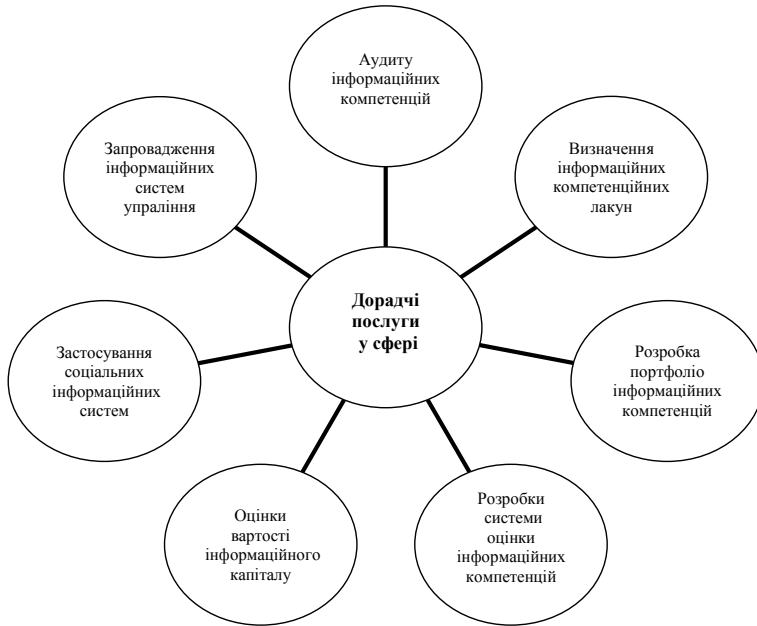


Рис. 5. 12. Перелік дорадчих послуг, які надаються відділом колективного інтелектуального капіталу інтелектуальної агенції в інформаційній сфері (джерело: авторська розробка).

В умови нової парадигми господарювання успішність функціонування суб'єктів ринку визначається соціальним інтелектуальним капіталом, переваги якого вітчизняні підприємства не використовують в повній мірі. З однієї сторони це обумовлено трансформацією від директивної економіки, а з іншого – відсутністю досвіду застосування переваг соціального інтелектуального капіталу для креації вартості суб'єктів господарювання. Відтак, розбудова низки дорадчих послуг інтелектуальних агенцій у цій сфері для вітчизняних підприємств є своєчасною, що позитивно вплине на нарощення процесів креації вартості (рис. 5. 13).

Так, серед низки послуг інтелектуальних агенцій у соціальній сфері в українських реаліях доцільно виділити активізацію міжсекторного партнерства, аудит соціальних компетенцій та визначення величини соціальної компетенційної лакуни на підприємстві. Водночас, новим видом дорадчих послуг для

вітчизняних інтелектингових агенцій у цій сфері повинна стати діагностика внутрішнього клімату на підприємстві, що може бути скерована як до потенційних контрагентів, так і майбутніх клієнтів суб'єкта господарювання.

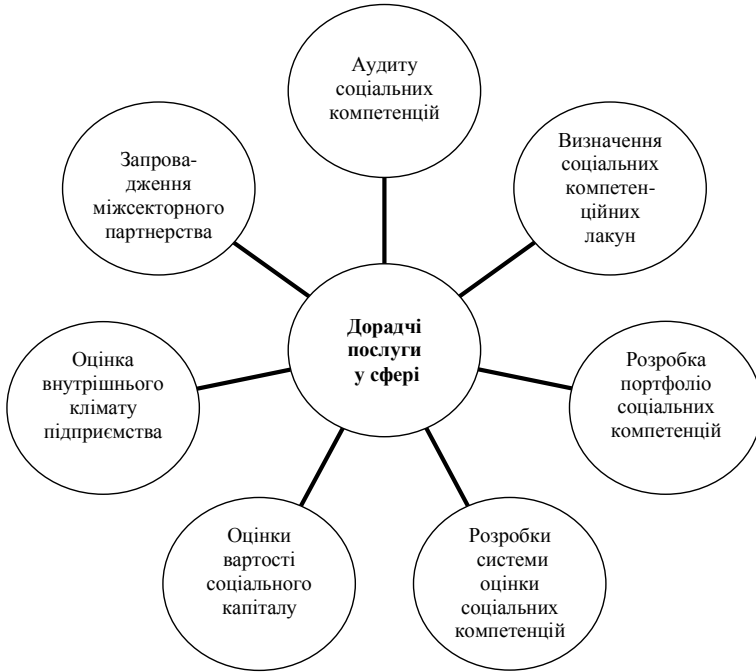


Рис. 5. 13. Перелік дорадчих послуг, які надаються відділом соціального інтелектуального капіталу інтелектингової агенції (джерело: авторська розробка).

Одним із важливих векторів діяльності інтелектингових агенцій є надання дорадчих послуг у сфері креації вартості підприємства, які, згідно наших пропозицій, виконуватиме департамент креації вартості. Нинішні умови господарювання перемістили на передній план проблеми оцінки вартості суб'єктів господарювання, що знайшло своє практичне застосування при умовах реструктуризації, поділу чи приватизації останніх (а в Україні ще й відчуження). Зважаючи на швидкі темпи зростання ринкової вартості сучасних підприємств при департаменті креації вартості інтелектингових агенцій запропоновано в якості структурних підрозділів виділити інтелектуальний сектор, який би і надавав дорадчі послуги щодо креації вартості на базі розвитку інтелектуального капіталу, а також матеріальний сектор, що б відповідно здійснював пошук резервів, забезпечених функціонуванням матеріального (фізичного та фінансового) капіталу. Враховуючи предмет нашого дослідження, зосередимося на деталіз-



ції видів дорадчих послуг саме для інтелектуального сектора (рис. 5. 14). Зокрема, для об'єктивного визначення ринкової вартості підприємства доцільно застосовувати майнові (наприклад, «SAN»), дохідні (базовані на дисконтованих грошових потоках, дивідендах тощо), множникові (ринкових порівнянь, трансакцій тощо) та змішані (німецька, швейцарська) методики. Важливого значення набувають застосування методики оцінки інтелектуальної вартості підприємства, зокрема оцінка об'єктів інтелектуальної власності, вартості марок, брендів, які підлягають постійним змінам, а методика їх діагностики активно нині напрацьовується фахівцями. Це, з одного боку, зумовлює певні труднощі у здійсненні такої аналітики, а з іншого – вимагає постійного пошуку нових оціночних підходів та інструментів, а тому тут важливим є вивчення досвіду.



Рис. 5.14. Перелік дорадчих послуг, які надаються інтелектуальним сектором департаменту креації вартості інтелектуальної агенції (джерело: авторська розробка).

В умовах української економіки ключовим напрямком діяльності інтелектуальних агенцій у цій сфері є модернізація інструментів і пошук джерел креації вартості, так як обмеженість доступу країни до світових ринків дешевих фінансових

ресурсів і їхня недостатність на вітчизняному ринку, зумовлені кризовим становищем, є суттєвим чинником, що визначає низьку зацікавленість у інтелектуальній діяльності. На подолання недовільної поінформованості вітчизняного бізнесового сектора щодо можливостей і переваг залучення фінансування інтелектуальної діяльності повинна бути націлена система дорадчих послуг, які надаватимуться в межах департаменту освітніх проектів та інформації відділом інформації.

Згідно наших міркувань, департамент освітніх проектів та інформації доцільно сформувати із двох структурних підрозділів – відділу освітніх проектів та відділу інформації. При цьому, відділ освітніх проектів забезпечуватиме їх свідчення шляхом організації навчань у сферах розвитку інтелектуального капіталу, управління, обігу та охорони інтелектуальної власності, креації вартості чинниками інтелектуального походження, оцінки усіх видів вартості підприємств; а також підвищення кваліфікації, тренінгів, конференцій, симпозіумів, круглих столів, пошуку джерел фінансування науково-дослідних проектів, тобто заходів, скерованих на набуття нових компетенцій, підвищення інтелектуального розвитку, комунікаційних навичок тощо. У той же час, основним завданням для відділу інформації є налагодження, так званого, зворотнього зв'язку, промоція агенції та її послуг, пошук та приваблення нових партнерів, інформування юридичних і фізичних осіб щодо новинок у сфері інтелектуалістики тощо. Таким чином, надання дорадчих послуг такого роду, з одного боку, позитивно вплине на подолання інформаційної асиметрії та обмеження її негативного на креацію вартості вітчизняних підприємств, а з іншого – популяризуватиме інтелектуалістику у межах громадянського суспільства.

Підсумовуючи, відзначимо, що каталізатором процесів креації вартості підприємств джерелом виникнення яких є інтелектуальний капітал виступає розбудова інструментальної перспективи шляхом розвитку мережі інтелектуальних агенцій. Зважаючи на вищезапропоноване, можемо констатувати, що для українських підприємств це найдешевший і найшвидший шлях, який до того ж не створює підґрунтя для корупції, а отже, в наших реаліях, є найбільш раціональним і економічно виправданим шляхом у забезпеченні стабільних позитивних трендів.

У той же час, використання створеного сприятливого оточення макро- та мезорівня вимагає запровадження інтелектуального капіталу і на мікрорівні, що дозволяє налагодити горизонтальну співпрацю між підприємствами та запропонованими вище ринковими інституціями. Водночас, зауважимо, що саме розширення практики застосування концепції «*VBM*», зокрема у сфері креації вартості, уможливує реалізацію розбудови інтелектуального капіталу на вітчизняних підприємствах. Однак, практичне ж впровадження інтелектуального капіталу на українських підприємствах вимагає, перш за все, внесення змін у організаційні структури управління. Так, в умовах інтенсифікації темпів появи інтелектуальних продуктів, які виникають в процесі креації вартості, нами для вітчизняних підприємств запропоновано запровадити якісно новий структурний підрозділ – відділ управління вартістю. Водночас, зрозуміло, що такі трансформаційні процеси передбачають внесення змін у штатний розпис шляховизначення нових посад – менеджерів із управ-

ліній вартістю і директора з управління вартістю. Принагідно зауважимо, що такі трансформаційні структурні вектори сьогодні знаходять переваги в успішних відомих світових суб'єктах господарювання.

Доцільність виокремлення такого функціонального підрозділу, як відділ управління вартістю в межах організаційних структур вітчизняних підприємств, нині пояснюється необхідністю нарощення процесів її креативності на основі розвитку інтелектуального капіталу, що було обґрунтовано вище. Адже, це гарантує інтелектуалізацію праці, що, в свою чергу, дозволяє суттєво підвищувати її продуктивність, а, значить, забезпечувати якісне поліпшення структури та нарощення обсягів створеної доданої вартості, тобто зростання прибутковості підприємства та покращення якості життя, яка виступає мотиватором подальшої інтелектуалізації праці (рис. 5. 15).

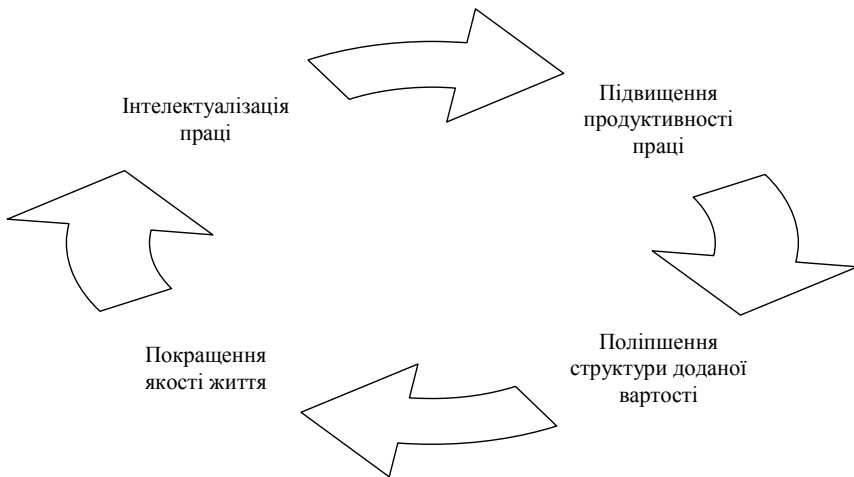


Рис. 5. 15. Ланцюг «інтелектуалізація праці – інтелектуалізація доданої вартості – покращення якості життя» (джерело: авторська розробка).

Поширення сфер і темпів інтелектуалізації праці виступає наріжним каменем ефективності трансформації мікросистеми, яка сприятиме функціональному удосконаленню бізнес-процесів і проявляється у нарощенні у виробничі програми частки інтелектомісткої продукції. Це, цілком логічно, надалі вимагатиме упорядкування бізнес-портфеля вітчизняних підприємств, зважаючи на становлення ринку наукових цінностей (товарів), становлення якого детально проаналізував Андреас Бельг<sup>587</sup>. З цієї перспективи, для українських підприємств нами запропоновано почати формування інтелектуального портфеля. Крім того, проведено таким чином

<sup>587</sup> Bielg A. Rola własności intelektualnej w gospodarce: teoria i praktyka / Andreas Bielg ; [tłumaczenie z niem. Anna Pobratyn-Słomińska, Kszysztof Szymański]. – Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, 2014. – S 238. – (Wydanie 1).

збалансування бізнес-портфеля потрібне також з погляду зниження його ризиків і покращення динаміки показників креації вартості, що є ключовою метою функціонування запропонованого нами відділу управління вартістю.

Отже, цільова перспектива створення відділу управління вартістю спрямована на інтелектуалізацію створеної на підприємстві доданої вартості, одержання якої можливе лише при значних обсягах реалізації інтелектомісткої продукції (робіт, послуг), що цілком логічно, вимагатиме формування інтелектуального портфеля підприємства. Відзначимо, що для досягнення успіху у цій сфері менеджерам відділу управління вартістю українських підприємств запропоновано наповнити відповідний інтелектуальний портфель унікальною, еластичною, інноваційною продукцією, яка важко піддається копіюванню, а також різноманітними об'єктами інтелектуальної власності у т.ч. нетрадиційними. Для наочності та зручності сприйняття типова структура інтелектуального портфеля підприємства представлена на рис. 5. 16.

Важливість створення інтелектуального портфеля на вітчизняних підприємствах зумовлена тим, що в умовах турбулентних змін ринкового оточення утримання і формування нових конкурентних переваг неможливо забезпечити опираючись лише на традиційну продукцію, а, отже, широко відомий товарний портфель. Це означає, що українським виробникам необхідно якнайшвидше підвищити частку високотехнологічної й екологічної, тобто інтелектомісткої продукції (робіт, послуг) чому і повинна слугувати практика розробки та нарощення портфеля інтелектомістких товарів господарського суб'єкта.

Сучасні умови господарювання, засвідчують, що серед структурних одиниць інтелектуального портфеля модерного підприємства доцільно виокремити не лише портфель інтелектомістких товарів, а й портфель інтелектуальної власності, яка в умовах становлення ринку наукових цінностей, стає висококонкурентним товаром, що набув ключового значення у високорозвинутих країнах. Додатковим свідченням правильності наших висновків є також не тільки практика формування, але й навіть виставлення на продаж «*Hilco Streambank*» портфеля інтелектуальної власності (обсягом 750 патентів)<sup>588</sup> підприємства автомобілебудівної галузі «*Heuliez*»<sup>589</sup>. Цей факт засвідчує, що інтелектуальна власність в умовах нової парадигми поступово здобуває панівні позиції, перетворюючись на висококонкурентний товар.

<sup>588</sup> Hilco Streambank wystawia na sprzedaż portfel własności intelektualnej i usługi techniczne dla kabrioletów ze sztywnym dachem firmy Heuliez [Електронний ресурс] – Режим доступу: file:///C:/Users/Admin/Desktop/kreacja/4-11/D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B3%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BB\_%D0%B4%D0%BE\_%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D1%84%D0%B5%D0%BB%D1%8C/Hilco%20Streambank%20wystawia%20na%20sprzeda%C5%BC%20portfel%20w%C5%82asno%C5%9Bci%20intelektualnej%20i%20us%C5%82ugi%20techniczne%20dla%20kabriolet%C3%B3w%20ze%20sztywnym%20dachem%20firmy%20Heuliez%20\_%20Business%20Wire.htm#.VdeWxW6rddg (15.08.2015)

<sup>589</sup> Фірма «*Heuliez*» створена у 1920 році Адольфом Гейлізом у галузі автомобілебудування. Початково займалася виготовленням автобусів. Нині – інженерією і виробництвом для оборонової, авіа будівельної, космічної, залізничної галузей. Продає портфель інтелектуальної власності у зв'язу із перепрофілюванням.

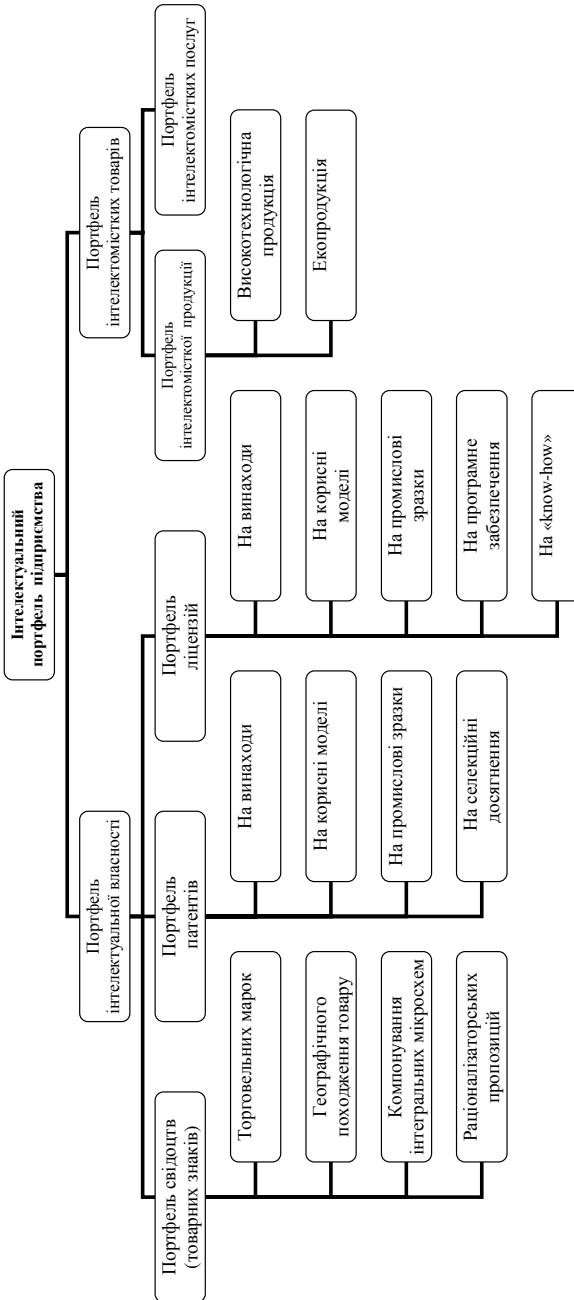


Рис. 5. 16. Архітектура інтелектуального портфеля підприємства (джерело: авторська розробка).

Управлінські рішення, пов'язані з набуттям та продажем патентів, не обмежують діапазону інтелектуальної діяльності підприємства та дозволяють говорити про високу ймовірність розвитку інструментальної перспективи у сфері інтелектуальної власності. У зв'язку з цим, важливе є позитивне сприйняття інструментальної перспективи в інтелектуальній діяльності вітчизняних підприємств. Тому саме у сфері інтелектуальної власності цілком передбачуваним є майбутній розвиток інструментальної перспективи, що стосується патентів, товарних знаків і ліцензій. Зокрема, тут відкриваються перспективи навіть у частині розширення застосування трансферу знань, який можна здійснювати за допомогою придбання ліцензій на *know-how*.

Таким чином, інструментальна перспектива на мікрорівні охоплює розвиток інтелектуалістики в усіх межах діяльності підприємства, а економічно обгрунтовує її – ефект, що виникає у сферах як функціонування інтелектуальної власності, так і виробництва і реалізації інтелектомістких товарів (послуг) – високо-технологічної та екопродукції.

Власне, розвиток патентів, товарних знаків чи ліцензій у сфері інтелектуальної власності є тредовими явищем, що все більшою мірою визначає поступ сучасних економічних систем та незважаючи на позитивні тенденції, рівень піратства у сферах товарних знаків (незаконне використання товарних марок, що спричинює появу на ринку фальшивої продукції); продуктів (незаконне копіювання наукових цінностей, наприклад виготовлення і використання копій програмного забезпечення) чи концепцій (незаконне застосування чужих бізнесових концепцій як власних), продовжує залишатися дуже високим. Так, моніторинг ринку, який здійснює СОТ, засвідчує майже двократне зростання частки копій наукових товарів на ринку за п'ятирічний період<sup>590</sup>. Відтак це доводить, що нині перспективи економічного поступу пов'язані зі створення передумов для розвитку і охорони інтелектуальної власності, є очевидними, а їх забезпечення залишилось чекати не довго.

Зважаючи на цей факт, що більшість порушень у сфері інтелектуальної власності в Україні притаманні для способу ведення бізнесу, усвідомлення таких якісних змін нашими виробниками набуває особливої актуальності. Саме розширення застосування інструментальної перспективи у сфері інтелектуальної власності залишається нині для вітчизняних підприємств єдиним шляхом нарощення темпів креації вартості, а отже – підвищення конкурентоспроможності й гарантування успішності на ринку в умовах глокалізації. При цьому зрозуміло, використання підприємствами інструментальної перспективи у сфері інтелектуальної власності породжуватиме подальшу спеціалізацію в інтелектуальній діяльності, яка позитивно впливатиме на розвиток і ефективність застосування інтелектуального.

<sup>590</sup> Bielig A. Rola własności intelektualnej w gospodarce: teoria i praktyka / Andreas Bielig ; [tłumaczenie z niem. Anna Pobratyn-Słomińska, Kszysztof Szymański]. – Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, 2014. – S 238 . – (Wydanie 1).

Підсумовуючи зауважимо, що розвиток інструментальної перспективи у сфері інтелектуальної діяльності для забезпечення процесів креації вартості є новітнім вектором майбутніх наукових розвідок вплив якого посилиться на усіх рівнях економічної системи. Поліпшення інструментальної перспективи на макрорівні дозволить створити проінтелігентне оточення для функціонування мезо- та мікрорівневого шару економічної системи. Розбудову мережі інтелектуальних фірм, пропонується розглядати як інституційну інструментальну перспективу у сфері інтелектуалістики стане каталізатором інтелектуальної діяльності на мезорівні та дозволить вітчизняним підприємствам швидко вибудувати механізм попередження ерозії та утримання конкурентних переваг на довготривалому відрізку часу.

Для пришвидшення темпів креації вартості вітчизняних суб'єктів господарювання чинниками інтелектуального походження на мікрорівні визначальним є удосконалення організаційних структур управління шляхом створення на підприємствах відділів управління вартістю. Інший крок – це розбудова інтелектуального портфеля підприємства, каталізатором нарощення якого стануть різногалузеві фахові дорадчі послуги, отримані в межах функціонування інтелектуальних агентцій. Представлення інструментальної перспективи на мікрорівні пов'язане із сферою функціонування інтелектуальної власності в частині її правового регулювання, зокрема охоронних документів патентів, товарних знаків і ліцензій, дозволить покращити якісну сторону інноваційних стратегій вітчизняних підприємств. Усе наведене вище, в достатній мірі аргументує доцільність виділення окремого наукового напрямку інтелектуалістики в межах якого будуть вивчатися можливості підвищення інтелектомісткості виробництв й ефектів креації вартості підприємств, спричинених розвитком інтелектуального капіталу.

## 5. 2. Інтерактивна модель реалізації компетенційного підходу у креації вартості підприємства

Зацікавленість вітчизняних суб'єктів господарювання у формуванні та подальшому утриманні високих темпів креації вартості, забезпечених функціонуванням інтелектуального капіталу, може бути реалізована шляхом поширення практики застосування новітньої для сучасної парадигми управління компетенційної моделі розвитку. Принагідно зауважимо, що доцільність розширення сфер застосування компетенційної моделі в розвитку сучасних підприємств зумовлена появою, так званої, компетентнісної конкуренції (*Competence-based-Competition*) вдало, на нашу думку, відміченою Ронем Санчесом в межах удосконалення стратегічного управління<sup>591</sup>. Водночас, вперше про компетенції підприємства написали Гарі Хамел та К. Прахалад<sup>592</sup> власне з позицій утримання конкурентоспроможності на основі формування ринкових ніш і домінування у них.

Погляд на стратегічні перспективи як ключовий чинник у забезпеченні майбутнього економічного зростання на мікрорівні скерований в напрямку локалізації конкурентних переваг у сфері функціонування компетенцій, які дозволяють гарантувати більш раціональне використання й ефективніше управління виробничими ресурсами. Враховуючи це, приходимо до розуміння, що конструктивні відповіді на вирішення викликів сьогодення для українських виробників молочної продукції, де-факто, не можуть бути зосереджені в уникненні чи відтермінуванні виходів на висококонкурентні ринки.

Власне, подальше перебування українських молокопереробних підприємств на низькоконкурентних ринках, тобто таких, де незначна увага приділяється якості життя населення, (наприклад Молдова, Китай, країни Африки тощо), з одного боку, виправдане лише з огляду короткострокових перспектив. Однак, такий шлях розвитку молочної галузі позбавлений стратегічних аспектів рано чи пізно призведе до краху – банкрутства, ліквідації чи зміни власників підприємств, які користуються такими підходами. І, навіть, якщо і закриття молокопереробних підприємств, які не приділяють належної уваги якості стратегічного управління на основі компетенційного підходу, відбудеться не так швидко, то й економічного зростання у довготерміновій перспективі не вбачається. Отож, спостережене нами уникнення чи відтермінування українськими виробниками молочної продукції виходу на висококонкурентні світові ринки з перспективи стратегічного розвитку є економічно не виправданим із будь якого по-

<sup>591</sup> Sanchez R. Reinventing Strategic Management: New Theory and Practice for Competence-based-Competition / Ron Sanchez, Aimé Heene // European Management Journal, 1997. – Vol. 5. № 3. – P. 303–317.

<sup>592</sup> Hamel Gary. Competing for the Future / Gary Hamel, C. K. Prahalad. – Boston: Harvard Business Scholl Press, 1996. –P. 34 – 36, 199, 270 – (Worldwide Bestseller).



гляду. Крім того, якнайшвидше надання прерогативного значення стратегії освоєння ринкових ніш, де вимоги до конкурентоспроможності молочної продукції є надзвичайно високими, інтелектуалізує створену додану вартість, що, в свою чергу, призведе до підвищення якості матеріального та духовного життя працівників і локальних громад, де розміщене дане виробництво.

В нинішніх економічних умовах потрапляння і подальше успішне функціонування на місткому, висококонкурентному ринку ЄС, що відкривається із початком 2016 р. для вітчизняних суб'єктів господарювання можливе:

➤ по-перше, при умові підвищення рівня інтелектуалізації виробничих, комерційних і соціальних процесів, що сформує компетенційні конкурентні переваги;

➤ по-друге, на основі удосконалення управління ризиком, яке забезпечить високу адаптаційність господарських суб'єктів, мінімізує втрати від перманентних сучасних викликів;

➤ по-третє, за умови переорієнтації стратегічного управління в напрямку посилення потенціалу до креації вартості на основі компетенцій, які мають інтелектуальне походження.

Відтак, стає очевидним, що необхідність формування сприятливого для розбудови компетенцій підприємства оточення виникає саме із розвитком інтелектуального капіталу. Адже, для утримання конкурентних переваг сучасному підприємству уже не достатньо врахування популярних раніше професійних вмій і навичок, потрібно акцентувати увагу на покращенні їх якісного доповнення. Крім того, відносна моногенність (однаковість), притаманна вище згаданим фаховим характеристикам не дозволяє кристалізувати унікальні, притаманні лише конкретним суб'єктам спритності, використані при виготовленні інтелектомісткої продукції (наданні інтелектомістких послуг), що, відповідно, і обмежує можливості використання останніх у процесах креації вартості.

Вирішення назрілих проблем у забезпеченні креації вартості суб'єктів господарювання, які функціонують в умовах глокалізації, знаходиться в межах реалізації конструктивних підходів компетенційної моделі розвитку. Згідно наших переконань, саме врахування компетенційної концепції конкуренції, дозволяє формувати відмінні між різними господарськими суб'єктами конкурентні переваги, які, з одного боку – забезпечують можливості кращого задоволення потреб споживачів, а з іншого – дозволяють отримувати, так звані, «компетенційні ефекти», які дозволяють, як утримувати лідерські позиції на наявних, так і комфортно почуватися у нових ринкових сегментах. В нинішніх умовах господарювання, компетенційні ефекти є різновидом монополістичного прибутку, розмір якого, в даному випадку, визначається рівнем використання капіталу компетенцій. Іншими словами, компетенційні ефекти мають місце тоді, коли сформований капітал компетенцій дозволяє підприємству виготовляти якісно кращу інтелектомістку продукцію (послуги), здатну приносити вищу користь та отримувати, на цій основі, надприбутки.

Природа появи такого роду ефектів захована саме у функціонуванні інтелектуального капіталу, який є підґрунтям для формування високого, відмінного від інших конкурентів рівня компетенцій, названих нами надалі «ідентифікуючими компетенціями підприємства». Правильність наших тверджень базується на принципах підприємницького конструктивізму, який доводить, що посилення потенціалу підприємств до утримання конкурентних переваг у інтелектомістких виробництвах шляхом поліпшення їх якісної складової вимагає використання наявних або розбудови нових компетенцій. Зважаючи на це, доцільність імплементації підходів, притаманних для компетенційної моделі розвитку на аналізованих нами молокопереробних підприємствах не викликає сумнівів.

Спроможність підприємств молочної індустрії до виявлення і проведення економічної діагностики своїх ідентифікуючих компетенцій є фундаментальною основою для формування потенціалу для креації їх вартості. Зазвичай, з першого погляду, розбудова потенціалу до креації вартості на основі ідентифікуючих компетенцій носить індивідульний характер, що робить цей процес закритим. Однак, забезпечення успішності функціонування сучасних суб'єктів господарювання вимагає опрацювання механізму підвищення потенційної спроможності підприємств до креації вартості шляхом виокремлення складових елементів, етапів реалізації, базових компетенцій тощо (рис. 5. 17). Загалом, у кінцевому результаті функціонування такого механізму дозволить виявляти резерви у сфері джерел креації вартості у розрізі як наявних, так і нових компетенцій підприємства, які є інструментом для підвищення інтелектомісткості створеної доданої вартості. Принагідно відзначимо, що посилення компетенційного потенціалу суб'єктів господарювання дозволить підвищити ефективність застосування «економічних методів реалізації преференційного оподаткування»<sup>593</sup>, як важливого інструменту державної регуляторної політики.

Доцільність практичного застосування молокопереробними підприємствами розробленого нами механізму посилення їх потенціалу до креації вартості на основі компетенційного підходу пояснюється дотриманням таких основних принципів організації господарської діяльності, як науковості, економічності, оптимальності, раціональної поведінки соціальної відповідальності тощо.

Реалізація вище пропонованого механізму починається із усвідомлення важливості компетенційної моделі розвитку керівництвом підприємства та передбачає виконання певних дій на трьох рівнях. Так, на першому етапі необхідно провести моніторинг компетенцій підприємства, в результаті якого може бути підтверджено їх наявність чи відсутність. Водночас, доцільно зауважити, що апробація авторського механізму посилення потенціалу на усіх без винятку молокопереробних господарських суб'єктах виявила саме повну відсутність застосування компетенційного підходу.

<sup>593</sup> Крисоватий А. І. Новітня парадигма преференційного оподаткування / Андрій Ігорович Крисоватий, Галина Василівна Василевська ; [монографія]. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – С. 30–34.

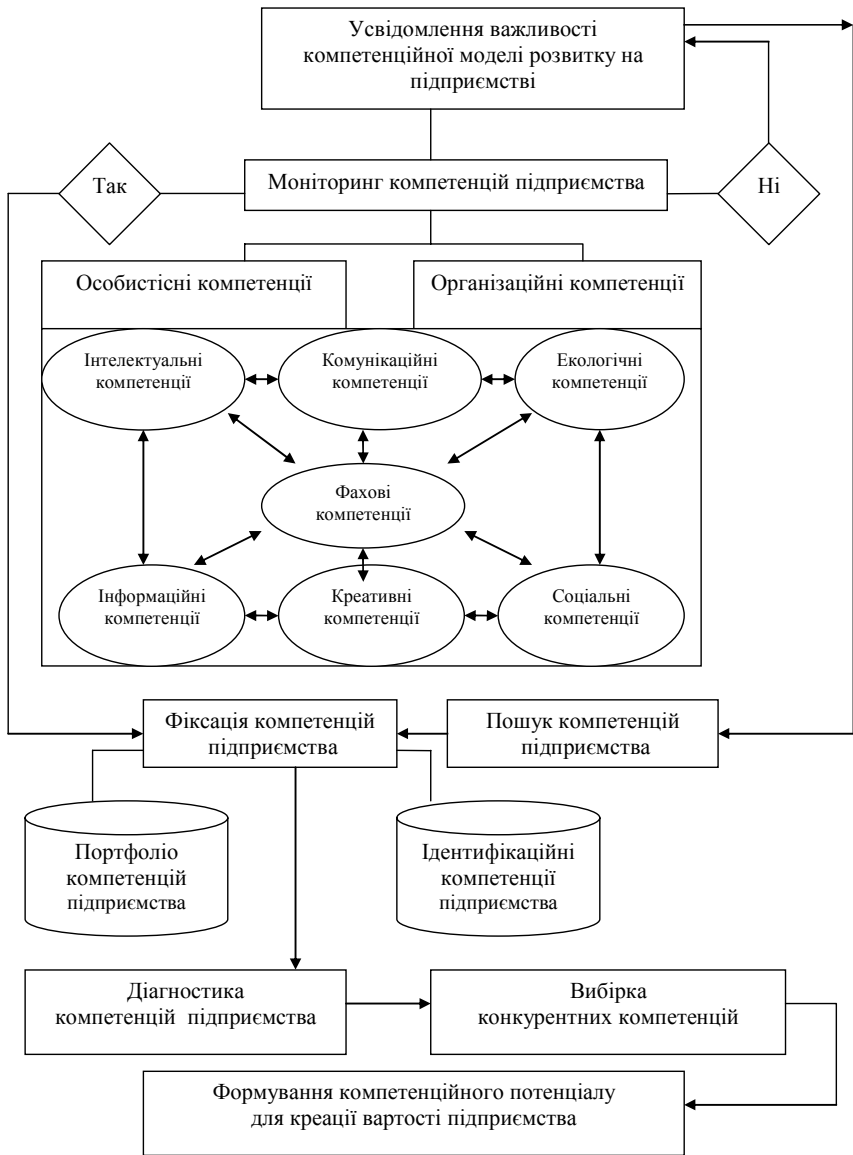


Рис. 5. 17. Механізм посилення потенціалу підприємства до креації вартості на основі компетенційної моделі розвитку (джерело: власна розробка).

В даному випадку, необхідним є повернення на вхідний етап із наступним пошуком компетенцій на підприємствах. Власне, лише тоді можна переходити до другого етапу реалізації механізму – фіксації компетенцій підприємства з подальшим формування портфоліо компетенцій та виділення основної групи – ідентифікаційних компетенцій. Третій етап – діагностика компетенцій підприємства переслідує чисто економічну зацікавленість. Адже, передбачає проведення оцінки портфоліо компетенцій з метою виокремлення лише тих, які на даний момент спроможні підвищити конкурентоспроможність продукції, а, значить, і можуть розглядатися в якості потенційних джерел креації вартості підприємства.

Водночас зазначимо, що фундаментальною основою для ефективного функціонування запропонованого нами механізму, скерованого на формування конкурентоспроможного потенціалу підприємства до креації вартості на основі компетенційної моделі розвитку слугує розробка та структуризація портфоліо компетенцій (рис. 5. 18).

Таким чином, портфоліо компетенцій підприємства – це документальне представлення акумульованої в межах прийнятої структуризації інформації про стан і наповненість компетенцій суб'єкта господарювання в розрізі робочих місць, посад. Враховуючи той факт, що рівень компетенцій підприємства визначає потенційні можливості останнього для утримання конкурентних переваг, а також їх взаємозалежний характер важливою є їх структуризація. Відштовхуючись від такого ключового твердження, а також враховуючи економічну доцільність проникнення вітчизняного сектору молочної індустрії на європейський ринок, вважаємо за доцільне при визначенні архітектури портфоліо компетенцій підприємства, опиратися на вимоги, чинні на ринку ЄС. Крім того, це додатково уможливиюватиме здійснення порівняльної оцінки портфоліо компетенцій підприємства з суб'єктами господарювання даної галузевої приналежності, що виявляє також аналітичну функцію даного інструменту креації вартості.

Мета розробки портфоліо компетенцій підприємства полягає у представленні його потенційних можливостей щодо забезпечення креації вартості на основі компетенційних чинників конкурентоспроможності. Практицизм використання останнього пояснюється необхідністю постійного покращення промоції, посилення позитивної візуалізації, підвищення рівня транспарентності, підтримки позитивного іміджу, і сягає аж до підвищення інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

Дотримуючись вище вказаних постулатів, вважаємо за доцільне представити панораму типових базових компетенцій для молокопереробних підприємств, гармонізувавши її із структуризацією, чинною на теренах ЄС (табл. 5. 3). Зокрема, при опрацюванні класифікації компетенцій підприємства нами використані пропозиції Томтон Біхем, Клавді Леві-Лебоуар щодо побудови банку компетенцій для управлінських кадрів на основі бенчмаркінгу<sup>594</sup>, перелік універсальних компетенцій Тадеуша Олексина<sup>595</sup> та ін.

<sup>594</sup> Levy-Leboyer C. Kierowanie kompetencjami / Claude Levy-Leboyer. – Warszawa: Wydawnictwo Poltext, 1997. – S. 32.

<sup>595</sup> Oleksyn T. Zarządzanie kompetencjami: teoria i praktyka / Tadeusz Oleksyn. – Wydawnictwo 2 uzupewnione. – Warszawa: Wolters Kluwer Polska, 2010. – S. 40. – (Seria HR).

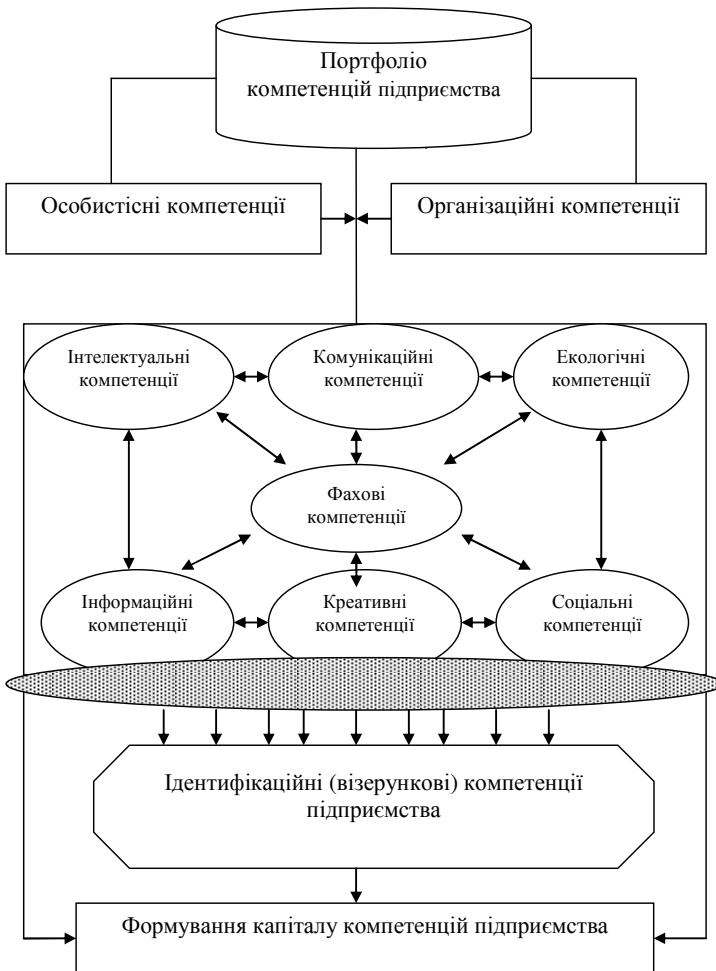


Рис. 5. 18. Схематичне представлення портфоліо компетенцій підприємства (джерело: власна розробка).

Принадгдно відзначимо, що розмір портфоліо компетенцій підприємства відрізнятиметься для малих, середніх і великих суб'єктів господарювання і за дослідженнями може знаходитися в межах від 20 до 40 одиниць, а перелік компетенцій для робочого місця – від 7–9 до 94 одиниць<sup>596</sup>.

<sup>596</sup> Filipowicz G. Zarządzanie kompetencjami zawodowymi / Grzegorz Filipowicz. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2004. – S. 55–58.

Таблиця 5.3. Класифікація компетенцій підприємства на основі гармонізації підходів, які використані у країнах ЄС

Авторський підхід	
Інтелектуальні	Компетенції математичні
	Компетенції науково-технічні
	Вміння самостійно вчитися
	Вміння вчитися в групах
	Інноваційність
Комунікаційні	Ініціативність
	Порозуміння на рідній мові
Інформаційні	Порозуміння на іноземній мові
	Компетенції інформаційні
Креативні	Компетенції у сфері інформаційно-комунікаційних технологій
	Культура самовираження
Соціальні	Культурна обізнаність
	Компетенції соціальні
Екологічні	Компетенції громадянські
	-

\*Джерело: складено автором на основі: Kluczowe kompetencje Elektroniczny ресурс. – Режим доступу: [http://www.governica.com/Kluczowe\\_kompetencje](http://www.governica.com/Kluczowe_kompetencje) (25.12.2015); Filipowicz G. Zarządzanie kompetencjami zawodowymi / Grzegorz Filipowicz. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2004. – S. 38, 55–58; Levy-Leboyer C. Kierowanie kompetencjami / Claude Levy-Leboyer. – Warszawa: Wydawnictwo Poltext, 1997. – S. 32;

Так, згідно наших тверджень, в основі базових компетенцій підприємства лежать фахові компетенції, які поміщені у центрі портфоліо компетенцій (рис. 5. 19). Таким чином, запропонована нами класифікація компетенцій підприємства вміщує низку блоків – інтелектуальні, комунікаційні, креативні, соціальні, інформаційні, екологічні, які цілком відповідаючи підходам ЄС є згрупованими, залежно від їх якісних ознак і характеристик впливу на рівень фахових компетенцій підприємства.

Серед низки фахових компетенцій молокопереробних підприємств пропонуємо виділяти загальні та одиничні (ті, які забезпечують (супроводжують) досягнення високого рівня основних):

- здатність до утримання еластичної організаційної структури управління (спроможність виявлення, економічної оцінки та можливості швидкого вирішення проблем, швидкість прийняття управлінських рішень, дотримання проінноваційного принципу побудови організаційної структури);

- формування потенціалу індивідуального інтелектуального капіталу (націленість на залучення талановитих людей, скерованість на самонавчання, навчання протягом усього життя, самовдосконалення, розвиток капіталу знань і капіталу компетенцій, наполегливість, стратегічне мислення, аналітичне мислення, здатність брати на себе відповідальність за прийняті рішення тощо);

- формування потенціалу інноваційного інтелектуального капіталу (стратегічне управління інноваційною діяльністю, забезпечення інноваційності продукції, визначення співвідношень між продуктивними та процесовими інноваціями, забезпечення охорони інтелектуальної власності, підтримання активності у сферах винахідницько-пошукової діяльності тощо);
- формування потенціалу інформаційного інтелектуального капіталу (управління інформацією – відбір, оцінка, кодування, модернізація технічних можливостей поширення інформації, оновлення каналів отримання і поширення інформації, створення банку знань тощо);
- формування потенціалу ринкового інтелектуального капіталу (систематизація маркетингової політики; визначення стратегії ціноутворення, знижок і заохочень; застосування переваг брендової політики, забезпечення позитивної візуалізації підприємства тощо);
- формування потенціалу соціального інтелектуального капіталу (посилює соціальну відповідальність бізнесу);
- утримання високої фінансової стійкості;
- посилення інвестиційної привабливості тощо.

Однак, нині підприємствам молочної індустрії для утримання конкурентних переваг формування лише фахових компетенцій є недостатнім критерієм досягнення успіху. Адже, стійкі конкурентні переваги здатні сформуватися на основі розвитку потенціалу для використання інтелектуального капіталу сучасних суб'єктів господарювання. З цією метою, нами при імplementації компетенційного підходу запропоновано в архітектурі портфоліо компетенцій підприємства виділити інтелектуальні, комунікаційні, інформаційні, креативні, соціальні й екологічні.

Однією із найбільш містких груп у запропонованій нами структуризації портфоліо є блок інтелектуальних компетенцій підприємства, які значно посилюють конкурентні переваги, сформовані на базі інтелектуального капіталу. Панорама інтелектуальних компетенцій, які доцільно запровадити у практику господарювання досліджених підприємств молочної індустрії вміщує:

- формування високої бізнесової свідомості персоналу (компромісність; ініціативність, наполегливість тощо);
- зорієнтування на зміни;
- вміння вирішувати проблеми;
- утримання інноваційності;
- формування банку знань;
- володіння портфелем інтелектуальної власності;
- забезпечення охорони прав інтелектуальної власності;
- мотивація інтелектуальної спритності (на основі підтримки стажувань, підвищення кваліфікації, участі у грантових проектах, тренінгах, конференціях, симпозіумах, семінарах тощо).

Рівень фахових компетенцій молочних підприємств визначається низкою якостей комунікаційного характеру, які дозволяють створити сприятливий клімат для співіснування в межах оточення – контрагенти, споживачі, підвищують потенційні можливості для володіння інформацією, знаннями тощо. Опираючись на вище наведену аргументацію, вважаємо за доцільне, серед низки комунікативних компетенцій підприємства виділити:

- формування приязного для спілкування оточення;
- розвиток комунікаційних навичок для налагодження контактів із контрагентами – постачальниками, клієнтами чи проведення перемовин, ділових зустрічей тощо;
- використання письмової та вербальної комунікації;
- посилення ділової активності (участь у Форумах різної спрямованості – інвестиційних, інноваційних, інтелектуальних тощо);
- володіння працівниками двома і більше іноземними мовами;
- націленість на колективну працю, *networking*, *teleworking* тощо;
- застосування новітніх психологічних підходів в управлінні інтелектуальною, інноваційною, креативною діяльністю на підприємстві.

Для посилення ефектів від застосування усіх, у т. ч. і комунікативних компетенцій на підприємствах Тернопільської області, зайнятих виготовленням молока та молочної продукції, пропонуємо виділяти блок інформаційних компетенцій:

- розбудова інформаційної політики (націленість на постійне покращення можливостей для швидкого пошуку, нагромадження і поширення інформації для бізнесових інтересів, гарантування широкого доступу до інформаційних ресурсів, 95 %–100% доступ до швидкісного Інтернету);
- забезпечення трансферу знань і технологій;
- організація мережевої співпраці, результати якої дозволяють завчасно виявляти очікувані зміни, опрацьовувати превентивні заходи, а значить підвищують можливості для утримання високого рівня адаптаційності;
- постійна модернізація інформаційно-комунікаційних мереж для пошуку інформації з оточення для кращого задоволення потреб клієнтів (наприклад, Інтранет, соціальні мережі тощо);
- оновлення програмного забезпечення, що зумовлено швидкими темпами розвитку програмування, а значить і високим рівнем морального зношення;
- практикування нових каналів комерційної діяльності (наприклад, «on-line» продажі тощо), ефективність функціонування яких є значно вищою ніж традиційних, а можливості оцінки ефектів – краді.

Посилення впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємств, притаманне для нинішнього етапу економічного розвитку на мікрорівні може бути забезпечене лише на основі розширення масштабів застосування нетрадиційних підходів і нестандартних поглядів у вирішенні сучасних проблем. Поява таких прогресивних рішень у сферах інноваційності, екологічності та со-



ціальної відповідальності суб'єктів господарювання можлива лише в одному випадку – посилення креативності в діяльності підприємств. Практична реалізація креативних домінант на рівні суб'єктів господарювання знаходить своє відображення у формуванні креативних компетенцій. Зважаючи на це, серед низки креативних компетенцій молокопереробних підприємств пропонуємо виділяти:

- розширення пізнавальної еластичності працівників, яке проявляється у підвищенні (зміні) когнітивної гнучкості мислення залежно від зміни панорами ідей, тобто, в економічному розумінні це проявляється у позитивній зміні (збільшенні) здатності до вибору оптимальної ідеї для вирішення поставлених завдань, що є ключовою домінантою креативності;
- використання нестандартних підходів у розвитку інтелектуального капіталу підприємства;
- розвиток креативного мислення у персоналу підприємства, що суттєво розширює межі функціонування компетенційного простору, підвищуючи можливості для кращого вирішення актуальних завдань;
- застосування підприємницького конструктивізму, чий аспекти дозволяють знаходити оригінальні рішення у будь-яких проблемних ситуаціях, ймовірність появи яких значно зростає в міру підвищення турбулентності оточення підприємства;
- формування персоналу із різногалузевою підготовкою, що є найкращим підґрунтям для кристалізації цікавих, нестандартних, креативних поглядів у вирішенні виробничих, комерційних чи соціальних проблем.

Принагідно відзначимо, що зважаючи на низький рівень соціальної відповідальності аналізованих суб'єктів господарювання молочної індустрії, що не є винятком для українського бізнесового сектору, на перший план переміщується необхідність виокремлення соціальних компетенцій підприємства. Зважаючи на швидкі темпи формування громадянського суспільства в країні, що, в свою чергу, безперечно вимагатиме підвищення рівня соціальної відповідальності підприємств, вважаємо за доцільне наголосити на необхідності опрацювання таких соціальних компетенцій, як:

- усталення соціальної спрямованості у філософії управління;
- розбудова проінноваційної організаційної культури, що мотивує до постійного удосконалення і розвитку фахових, креативних, комунікаційних компетенцій;
- формування каталогів цінностей, які сприяють утвердженню високих моральних якостей і цінностей, розвивають мотиваційні якості персоналу тощо;
- застосування символізму культурних артефактів з метою піднесення на більш високий рівень організаційної культури;
- сприяння розбудові приязного оточення для підприємства.

І, насамкінець, вважаємо за доцільне, окремо виділити блок екологічних компетенцій підприємства, вплив яких у перспективі буде посилюватися. Саме

володіння екологічними компетенціями створює фундаментальні основи для забезпечення стратегічного розвитку суб'єкта господарювання, дозволяючи адекватно реагувати на сучасні виклики. Першочерговість запровадження екологічних ініціатив у господарській діяльності підприємств молочної галузі сьогодні уже не викликає сумнівів і не потребує додаткових переконань. Адже, для харчової промисловості це не лише значні прибутки, але й гарантування покращення якості життя людей. Таким чином, стратегічний розвиток господарських суб'єктів, зорієнтованих проєкологічно вимагає визначення низки типових екологічних компетенцій підприємства, зокрема:

- постійне оновлення екологічної політики;
- імплементація екологічних стандартів ЄС при виготовленні і комерціалізації продукції;
- надання переваги випуску екопродукції;
- застосування якісної сировини для виготовлення своєї продукції;
- переважання екологічного пакування готової продукції тощо.

Запропонований авторський погляд на визначення і структуризацію компетенцій підприємства знаходить своє логічне завершення у виокремленні на основі сформованого портфоліо компетенцій частини, яка б якісно відрізняла конкурентні компетенційні переваги окремо взятого суб'єкта господарювання. В якості такого критерію нами запропоновані ідентифікаційні компетенції підприємства – це професійна візитна картка, представлена у вигляді сукупності унікальних компетенцій, практичне застосування яких підвищує ефективність використання виробничих ресурсів при виготовленні інтелектомісткої продукції, дозволяючи утримувати на ринку лідерські позиції. Представлена дефініція дозволяє припустити, що саме ідентифікаційні компетенції підприємства можуть лежати в основі формування репутації підприємства, тобто позитивної візуалізації останнього. Опираючись на такі аргументи, зауважимо, що кількісний перелік ідентифікаційних компетенцій підприємства є значно вужчим, залежить від розміру суб'єкта господарювання, обсягів виробництва тощо та, за нашими дослідженнями, може становити від 3 до 4 одиниць<sup>597</sup>. Зважаючи на вище наведене припущення, очевидним і беззаперечним є твердження, що креація вартості репутації підприємства, в кінцевому випадку, визначається здатністю до зростання вартості ідентифікаційних компетенцій.

Таким чином, запровадження у практичну діяльність оцінених нами підприємств молочної індустрії компетенційної моделі розвитку створить позитивні умови для креації вартості на основі вивчення своїх базових компетенцій, представлених для зручності у розрізі якісних груп – фахових, інтелектуальних, комунікативних, креативних, екологічних, інформаційних і соціальних. При цьому, лише діагностика саме капіталу цих компетенцій дозволяє виявляти компетенційні лакуни, які є джерелом для креації вартості суб'єкта господарювання (рис. 5. 19).

<sup>597</sup> Filipowicz G. Zarządzanie zawodowymi kompetencjami zawodowymi / Grzegorz Filipowicz. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2004. – S. 56.

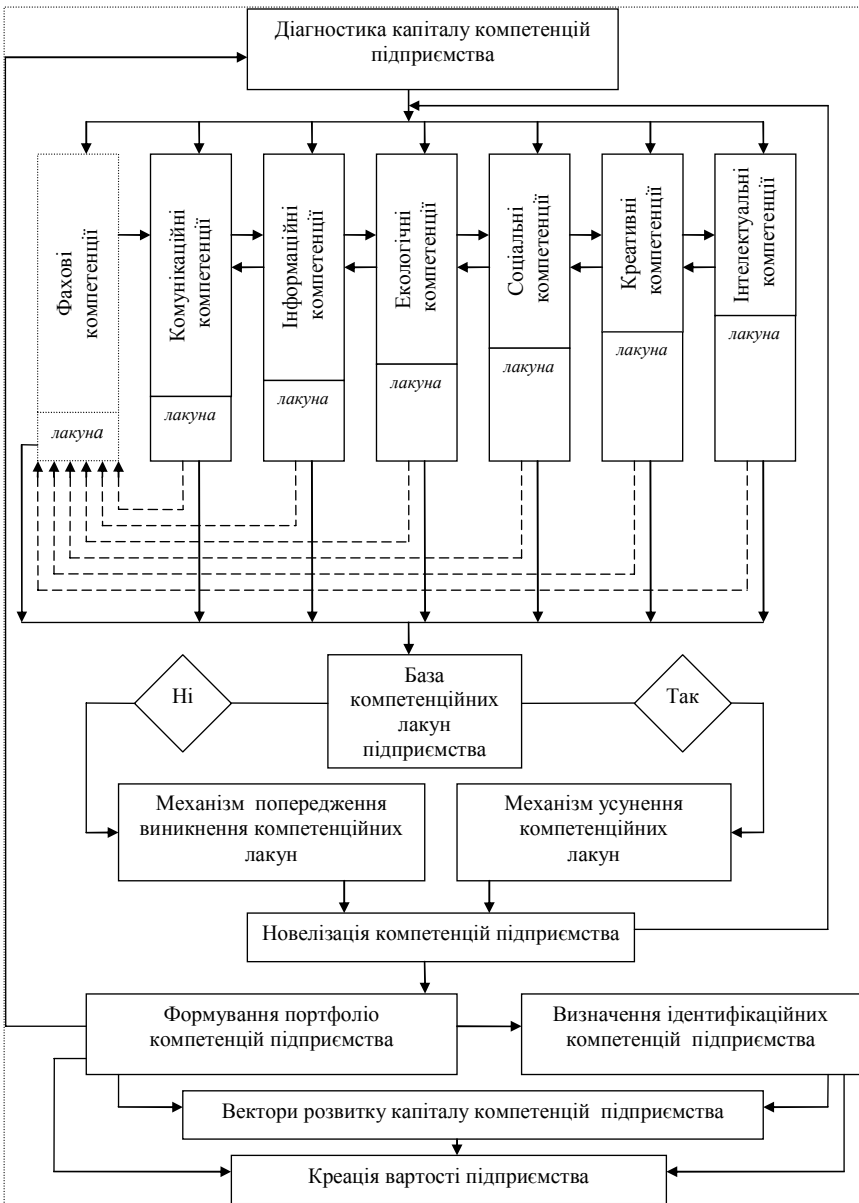


Рис. 5. 19. Інтерактивна модель розвитку капіталу компетенцій підприємства (джерело: власна розробка).

Така структуризація компетенцій цілком відповідає запропонованій нами архітектурі інтелектуального капіталу, а також дозволяє виявляти та виокремлювати джерела для посилення креації вартості підприємства, які виникають на основі розвинутих взаємозв'язків і взаємозалежностей між різноманітними групами базових компетенцій. Так, група фахових компетенцій підприємства, на нашу думку, є домінуючою у формуванні потенціалу підприємства до креації вартості в той час як три інші складові – посилюють компетенційні ефекти, які у нас представлені у вигляді компетенційних лакун (рис. 5. 19). Наголосимо, що виокремлення лакун, створених креативними, інтелектуальними, комунікативними, екологічними, інформаційними чи соціальними компетенціями є необхідним, оскільки дозволяє виявляти резерви підвищення компетенційних ефектів у креації вартості підприємства.

Ідентифікація компетенційних лакун в межах блоків креативних, інтелектуальних, комунікативних, екологічних, інформаційних чи соціальних компетенцій вимагає побудови компетенційних описів для робочих місць. Відштовхуючись від того, що не у всіх аналізованих тут суб'єктах господарювання присутні описи робочих місць, то застосування для оцінки персоналу методики «360-рівневої»<sup>598</sup>, яка хоч і дозволяє отримувати інформацію із диверсифікованих джерел є обмеженим.

Не доцільною є також пропонування окремими економістами семирівнева шкала «Rodgera», бо її використання, з одного боку, порушує принцип науковості, так як підхід розроблений ще у 50-х роках ХХ ст., а з іншого – оцінює низку рис, неоднорідність яких зауважена у дослідженнях Алексом Почтовскім<sup>599</sup> (1956 р. н.) та ін.<sup>600, 601</sup>. Адже, практичне застосування першої уже підтверджено та апробовано при реалізації проектів щодо аналізу ефективності управління людськими ресурсами у знаннєвомістких польських суб'єктах господарювання<sup>602</sup>. Зважаючи на успішність даного проекту, можемо стверджувати про оправданість використання шкали Лайкерта для оцінки компетенцій підприємства.

Поширеним у світовій практиці для визначення компетенційного потенціалу персоналу є замовлення діагностичних методик, якими користуються консалтингові групи, наприклад у міжнародній групі «Kontekst HR» відомим є

<sup>598</sup> Sidor-Rządkowska M. Kompetencyjne systemy oceny pracowników. Przygotowanie, wdrażanie i integrowanie z innymi systemami ZZL / Małgorzata Sidor-Rządkowska. – Warszawa: Wolters Kluwer Polska, 2011. – S. 73, 141.

<sup>599</sup> Pocztowski A. Zarządzanie zasobami ludzkimi: strategie–procesy–metody / Aleksy Pocztowski. – Wydanie 2 zmienione. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2002. – S. 116.

<sup>600</sup> Adamiec M. Zarządzanie zasobami ludzkimi: aktor–kreator–inspirator / Marek Adamiec, Barbara Kozusznik. – Kraków: Wydawnictwo «Acade», 2000. – S. 107. – (Seria: Akademia Biznesu).

<sup>601</sup> Armstrong M. Zarządzanie zasobami ludzkimi / Michael Armstrong ; [przełoż. z ang. Alicja Unterszuetz et al.]. – Wydanie 2. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych, 2002. – S. 114. – (Seria: Zarządzanie zasobami ludzkimi).

<sup>602</sup> Polityka zarządzania kompetencjami pracowników / Łukasz Sienkiewicz, Katarzyna Trawińska-Konador, Krzysztof Podwójcic. – Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych, 2013. – 155 s.

інструмент «Success Insights®» (SI)<sup>603</sup> чи методика вимірювання компетенційних лакун відома під назвою «PLK»<sup>604</sup>. Таким чином, на сьогодні на ринку консалтингові фірми надають широкий спектр дорадчих послуг щодо діагностики компетенцій, які за твердженням фахівців є найбільш доцільними у використанні.

З іншого погляду, не доцільним також є послуговування тут технологією «F-Jas», яка хоч і дає можливості оминати використання опису робочих місць, але також передбачає оцінку вмінь, названих компетенціями працівника, однак в межах значно вузких, визначеної нами класифікації гама компетенцій підприємства. Водночас, вміщений у цій методиці підхід буде використаний нами при опрацюванні універсальної, не громіздкої методики для оцінки рівня капіталу компетенцій різних суб'єктів господарювання.

Отже, перша гіпотеза нашого дослідження полягає у тому, що нами запропоновано здійснювати діагностику не компетенцій, а саме капіталу компетенцій підприємства. Адже, власне останній інтелектуалізує додану вартість, яка априорі завжди буде вищою, ніж традиційна її величина, що автоматично і забезпечуватиме найвищі темпи креації вартості господарського суб'єкта. Зважаючи на це, стверджуємо, що дане припущення не потребує додаткових підтверджень, оскільки є цілком зрозумілим і не викликає заперечень.

Авторський погляд на модифікацію методики оцінки капіталу компетенцій підприємства ґрунтується на другій гіпотезі, яка припускає доцільність оцінки лише капіталу ідентифікаційних компетенцій, оскільки лише останні мають визначальний вплив на креацію вартості суб'єкта. Адже, лише ідентифікаційні компетенції формують конкурентні переваги шляхом формування пропозиції високоякісної, з вищою корисністю для споживачів продукції (послуг), а значить забезпечують конкурентоспроможність протягом тривалого часу. Таким чином, потенційні можливості до покращення капіталу компетенцій з подальшим позитивним їх впливом на креацію вартості такого ринкового суб'єкта будуть значно вищими.

Третя гіпотеза дослідження передбачає застосування п'ятирівневої шкали для економічної діагностики капіталу ідентифікаційних компетенцій підприємства в межах запропонованої нами класифікаційної гами, що є обґрунтований вище у проектах прикладного спрямування закордонних економістів.

Четверта гіпотеза роботи полягає в припущенні, що попередження виникнення чи своєчасне усунення компетенційних лакун, сформованих, перш за все, в межах ідентифікаційних компетенцій, дозволяють наростити капітал компетенцій, який посилює ефекти (чи активізує процеси) креації вартості підприємства.

<sup>603</sup> International Group Kontekst HR. Badania ankietowe. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://konteksthr.pl/uslugi/badania/badania-ankietowe/> (25.12. 2015)

<sup>604</sup> International Group Kontekst HR. Pomiar luki kompetencyjnej. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://konteksthr.pl/uslugi/badania/pomiar-luki-kompetencyjnej/> (25.12. 2015)

Отже, виділимо низку ідентифікаційні компетенції для аналізованих нами суб'єктів господарювання молочної індустрії. По-перше, спрощенню процесу вибору ідентифікаційних компетенцій покликани слугувати запропоновані нами класифікаційні групи – фахові, інтелектуальні, креативні, комунікативні, екологічні, інформаційні та соціальні, вміщені в інтерактивній моделі формування капіталу компетенцій підприємства. По-друге, для відображення формування капіталу ідентифікаційних компетенцій, а також діагностики їх впливу на креацію вартості досліджених суб'єктів, здійснено оцінку виникнення компетенційних лакун. По-третє, ідентифікаційні компетенції, креація вартості підприємства були оцінені: на рівні двох груп – менеджерським корпусом та іншим персоналом підприємства; а представлені у розрізі форм власності (корпоративний сектор (ТзОВ – 4 од., ПрАТ – 1 од., ПАТ – 1 од.) та підприємницький сектор (ПП – 1 од.)), розміру та якісних ознак виробництва – традиційна чи екопродукція.

У дослідженні використано метод емпіричного дослідження – опитування, проведене на основі розробленої авторської анкети. Власне опитуванням охоплено 137 осіб із 7 досліджених молокопереробних господарських суб'єктів, розміщених на теренах Тернопільської області. Відтак, детальному вивченню (перевірці) та оцінці підлягали лише правильно заповнені анкети, що становило 119 од. (87 %), що дозволяє стверджувати про достатню вибірку.

Метою проведення опитування є визначення рівня поширення практики компетенційної моделі на молокопереробних суб'єктах господарювання Тернопільської області. Для досягнення мети виділено виконання двох завдань:

1. Здійснення моніторингу компетенційної моделі.
2. Встановлення та оцінка ідентифікаційних компетенцій підприємства.

З метою виконання поставлених завдань визначені інструменти дослідження, якими стали розроблені анкети, що вміщують поставлені питання та пропонують до вибору варіанти відповіді (Додаток К 1, К 2). Інтерактивна модель розвитку капіталу компетенцій підприємства вміщує перелік із 10 типових ідентифікаційних компетенцій, які, на нашу думку, носять загальноприйнятний характер, тобто є необхідними для усіх без винятку суб'єктів молочної галузі, зокрема:

1. Покращення професійного рівня.
2. Володіння (нарощення) інтелектуальним портфелем.
3. Відкритість до інновацій.
4. Орієнтація на клієнта.
5. Покращення комунікаційних мереж.
6. Поширення інформатизації.
7. Розширення пізнавальної еластичності працівників.
8. Підвищення соціальної відповідальності бізнесу.
9. Дотримання міжнародних/вітчизняних стандартів управління якістю.
10. Еко-зорієнтованість підприємства (наявність екопродукції, застосування еко-сировини, еко-упаковки тощо).

Пропонована вище модель ідентифікаційних компетенцій охоплює розроблені описи, які вміщують рівень, трактування і низку основних професійно-поведінкових ознак капіталу особистісних компетенцій на робочих місцях (Додаток К 1) та капіталу компетенцій підприємства (Додаток К 2), а також оціночну 5-рівневу шкалу (табл. 5. 4).

Таблиця 5. 4. Оціночна шкала ідентифікаційних компетенцій підприємства

Рівень	А (5 балів) <b>високий</b>	В (4 бали) <b>дуже добрий</b>	С (3 бали) <b>добрий</b>	Д (2 бали) <b>низький</b>	Е (1 бал) <b>недостатній</b>
1	2	3	4	5	6
Опис	Наявність цієї компетенції носить <b>постійний</b> характер.	Наявність цієї компетенції носить <b>дуже частий</b> характер.	Наявність цієї компетенції носить <b>не постійний</b> характер.	Наявність цієї компетенції носить <b>вибірковий</b> характер.	Компетенція (одиночного характеру) <b>відсутня</b> .

\*Джерело: складено авторкою самостійно на основі: Sidor-Rządowska M. Kompetencyjne systemy oceny pracowników. Przygotowanie, wdrażanie i integrowanie z innymi systemami ZZL / Małgorzata Sidor-Rządowska. – Warszawa: Wolters Kluwer Polska, 2011. – S. 73, 141; Filipowicz G. Zarządzanie zawodowymi kompetencjami zawodowymi / Grzegorz Filipowicz. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2004.

У розробленій моделі для діагностики рівня ідентифікаційних компетенцій використано 5-рівневу оціночну шкалу, яка відображає частоту появи певної компетенції, визначену особою, яку опитують (табл. 5. 4). При економічній діагностиці пороговим, тобто допустимим будемо вважати рівень В (дуже добрий), що пояснюється наявністю значного потенціалу до формування капіталу ідентифікаційних компетенцій, а значить очікуваною високою ймовірністю здатності потенціалу щодо усунення компетенційних лакун; у той час як рівень С (добрий) вважатимемо гранично допустимим, тобто таким, за яким очікувана ймовірність спроможності потенціалу усувати компетенційні лакуни можлива лише на основі здійснення радикальних змін; натомість на рівні D (низький) – очікувана ймовірність підвищення потенціалу підприємства до формування ідентифікаційних компетенцій (на існуючому рівні компетенційної бази) є економічно недоцільною; на рівні Е (недостатній) – ймовірність підвищення потенціалу підприємства до формування ідентифікаційних компетенцій рівна нулю.

Таким чином, запропонована методика економічної оцінки ідентифікаційних компетенцій підприємства за шкалою Лайкерта (табл. 5. 4) визначає їх пороговий рівень, дозволяє в результаті проведеного аналізу фіксувати їх реальну величину, а також на основі порівняння цих двох показників ідентифікувати і вимірювати рівень компетенційних лакун.

Опитуванням охоплені дві групи працівників: менеджерський корпус, тобто ті управлінці усіх ланок, які мають в підпорядкуванні підлеглих осіб та інші – та частина, які не мають в підпорядкуванні підлеглих осіб. Процедура дослідження передбачала, що після отримання дозволу на опитування у керівництва анкети видавалися працівникам за адресою локалізації суб'єкта госпо-

дарювання. Заповнені анкети опитаним було запропоновано вислати на адресу дослідника.

Проведений аналіз анкетного опитування виявив, що найважливішим джерелом креації вартості на досліджених молокопереробних суб'єктах Тернопільської області є фінансовий капітал (37,2 %), ринковий капітал (28,1 %), індивідуальний капітал (16,1 %) та інноваційний капітал (15,3 %) (рис. 5. 20).

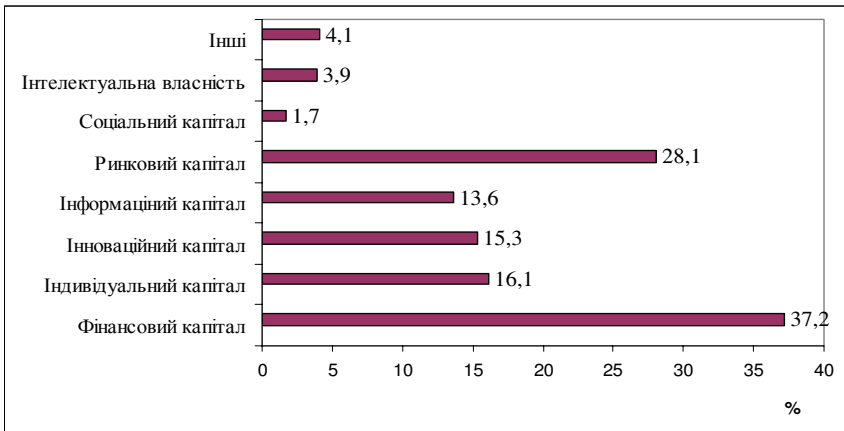


Рис. 5. 20. Найважливіше джерело креації вартості підприємства (джерело: аналіз проведеного анкетного опитування)

Відтак, переважання фінансового капіталу є, цілком очікуваним, зважаючи на кризові явища в економіці країни, нестабільність та високий рівень корупції. Натомість, викликає занепокоєння виявлене недооцінювання впливу інформаційного капіталу (13,6 %), соціального капіталу (1,1 %) та інтелектуальної власності (3,9 %), що є стримуючим чинником в розвитку інтелектуального капіталу.

Не менш важливим є виявлення резервів генерування інтелектуальної доданої вартості, зокрема недостатня увага приділяється вартості клієнта (0,2 %), інтелектуальній власності (0,3 %), соціальній відповідальності бізнесу (3,0 %) те, що, на нашу думку, найважливіше для українського проприву на європейські ринки екзорієнтованості (5,7 %) (рис. 5. 21).

Переважаючий вплив на генерування інтелектуальної доданої вартості фахового рівня підготовки персоналу (38,2 %) підтверджує базування на моделі тарифно-кваліфікаційних довідників (знати-вміти), яка не враховує компетенційного підходу, що не створює передумов для формування вартісних конкурентних переваг. Однак, враховуючи перехід українських університетів на вимоги Болонської системи навчання, що започатковує компетенційні підходи при підготовці фахівців, розуміємо реальність таких змін і в бізнес середовищі.



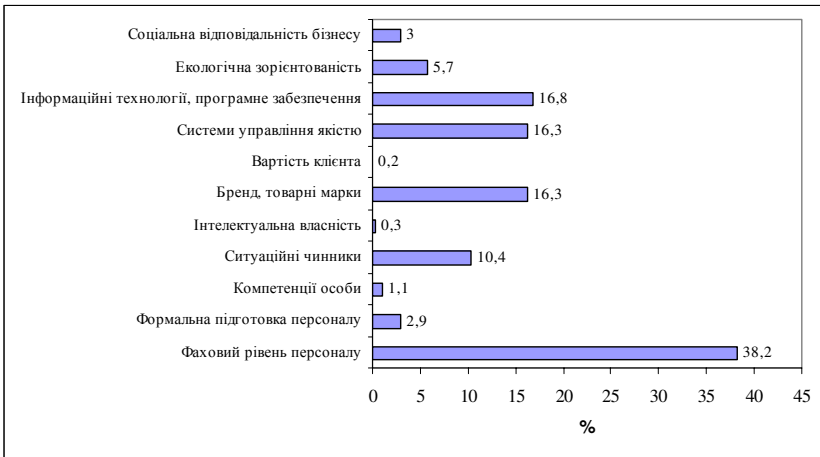


Рис. 5. 21. Генерування інтелектуальної доданої вартості на підприємстві (джерело: аналіз проведеного анкетного опитування)

Якісний аналіз індивідуального інтелектуального капіталу на досліджуваних суб'єктах засвідчив переважання фахової підготовки (72,3 %), підтвердженої дипломами, високої продуктивності праці (47,4 %), формальної підготовки (36,7 %) та недостатню увагу чиннику компетенцій персоналу (1 %) (рис. 5. 22).

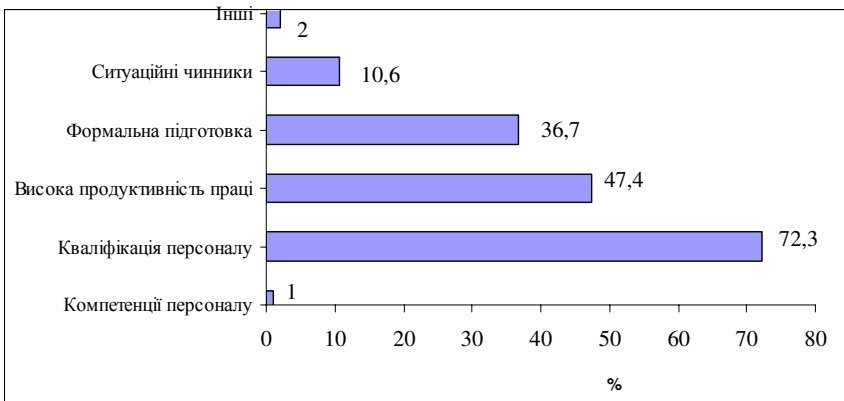


Рис. 5. 22. Найважливіші характеристики індивідуального інтелектуального капіталу на підприємстві (джерело: аналіз проведеного анкетного опитування)

Таким чином, можемо констатувати, що значні резерви розвитку індивідуального інтелектуального капіталу на досліджених суб'єктах знаходяться саме у переході на компетенційну модель, яка сьогодні утримує домінуючі позиції у високорозвитуних країнах.

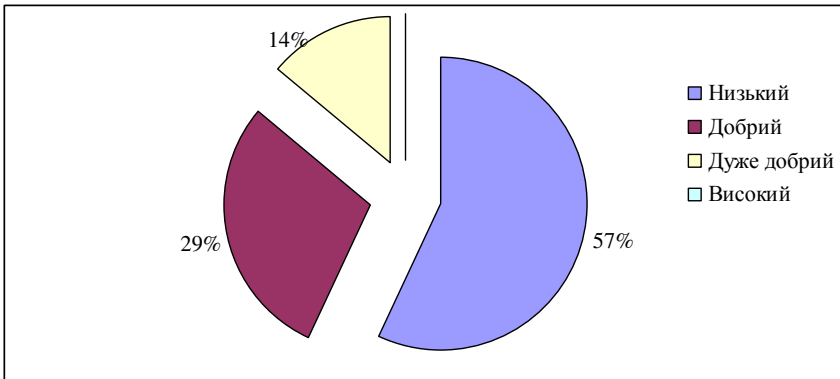
Проведене анкетне опитування кристалізувало проблему формування та реалізації компетенційного підходу в практиці господарювання молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільщини. Вважаємо, що саме відсутність застосування компетенційної моделі на вивчених суб'єктах є обмежуючим чинником для визначення їх ідентифікаційних компетенцій, що засвідчують результати наступного анкетування (табл. 5. 5)

У нашому дослідженні з метою визначення рівня ідентифікаційних компетенцій підприємства розроблено анкету (Додаток Ж 1), опрацьовано її результати (за критеріями у табл. 5. 4), які відображають рівень компетенційних лакун і дозволяють встановлювати потенційну компетенційну спроможність суб'єкта господарювання щодо формування капіталу компетенцій (Додаток К 2). Відтак, найбільші резерви ідентифікаційних компетенцій оцінених молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області виявлено в частині покращення компетенційного рівня персоналу та формування інтелектуального портфеля, оскільки встановлена повна їх відсутність в господарській практиці. Натомість, широкими є можливості для усунення компетенційних лакун досліджених суб'єктів у сферах розвитку комунікаційних мереж (78 % опитаних), поширення інформатизації (83,2 % опитаних), підвищення соціальної відповідальності бізнесу (63,1 % опитаних) та екозорієнтованості (37,3 % опитаних) тощо.

Проведене анкетне опитування дозволяє стверджувати про відсутність сформованих ідентифікаційних компетенцій на мікрорівні в секторі молочної індустрії Тернопільщини, що знижує спроможність до розвитку капіталу компетенцій. Так, «високий» рівень капіталу компетенцій не встановлено для жодного з підприємств, що, цілком логічно та очікувано, враховуючи відсутність компетенційної моделі розвитку на оцінених молокопереробних суб'єктах господарювання Тернопільської області (рис. 5. 23).

Принагідно зауважимо, що не додає оптимізму те, що у групі позитивних перспектив («дуже добрий» та «добрий» рівні) нині знаходяться менше третини (29 %) досліджених суб'єктів (рис. 5. 23). Однак, зважаючи на те, що опитувані при оцінці ідентифікаційних компетенцій свого підприємства вказали на покращення відкритості до інновацій, поліпшення орієнтації на клієнта, активізації розвитку інформаційно-комунікаційних мереж, підвищення соціальної відповідальності та зростання зацікавленості у випуску екопродукції, можемо констатувати створення позитивного оточення для нарощення капіталу компетенцій.

Найбільше занепокоєння викликає той факт, що показником «низький рівень» охоплено майже дві третини досліджених молокопереробних суб'єктів регіону (57 %) (рис. 5. 23). Власне, найбільш чисельною є саме ця група регіональних суб'єктів молокопереробної галузі, яка, на жаль, за нашими судженнями має дуже низькі можливості щодо підвищення компетенційної спроможності.



\*Примітка: при оцінці рівня капіталу компетенцій суб'єкта господарювання брався до уваги факт відсутності компетенційного підходу при управлінні індивідуальним інтелектуальним капіталом.

Рис. 5. 23. Оцінка рівня капіталу компетенцій підприємства (джерело: розраховано авторкою самостійно на основі аналізу проведеного анкетного опитування та опису рівня капіталу компетенцій)

Підсумовуючи зазначимо, що нині важливо не лише утримувати конкурентспроможний потенціал підприємства до креації вартості на основі компетенційного підходу, але й забезпечувати економічне зростання шляхом підвищення інвестиційної привабливості, підвищення продуктивності праці на основі її інтелектуалізації, інформатизації та екологізації. Ефективність застосування портфоліо компетенцій на молокопереробних підприємствах вимагатиме постійного їх оновлення, враховуючи можливості покращення способів використання доступних на даний момент виробничих ресурсів, в т.ч. найважливіших знань та інформації.

*Поняття економічно-соціальної вартості  
може започаткувати ... зміну  
в сприйнятті бізнесу*

*(M. Porter, M. Kramer, 2011, с. 38).*

### **5. 3. Імплементація систем управління якістю молочної продукції для посилення креаційного потенціалу інтелектуального капіталу підприємства**

Економіка знань, що базується на теорії інтелектуального капіталу беззаперечно вимагає від модерних суб'єктів, які здійснюють свою діяльність в умовах «глокалізації», перш за все, врахування інноваційних, економічних, екологічних і соціальних аспектів у креації вартості. Такі ознаки господарювання ери знань найбільш вдало відмітили Майкл Портер<sup>605</sup> та Марк Крамер<sup>606</sup>, акцентуючи на новому «новому способі досягнення економічного успіху – креації соціально-економічної вартості»<sup>607</sup>, коли «соціальні вигоди, пов'язані з обслуговуванням бідніших і непривілейованих споживачів можуть бути величезні, а прибутки з такої діяльності – значними»<sup>608</sup>. Пройшло не так багато часу, і ми вважаємо, що нині споживацька кагорта, цілком слушно, може бути розширена, охоплюючи усіх членів суспільства у частині забезпечення якості життя.

В межах нашого дослідження, поглиблення поняття «соціально-економічної вартості» повинно враховувати покращення якості молочної продукції, а також розширення її доступності для якомога ширших верств населення, що можна досягти або шляхом зниження цін, або підвищення купівельної спроможності споживачів. Наголошуючи на доцільності нарощення потенційних можливостей досліджених молокопереробних підприємств до креації «соціально-економічної вартості» саме у спектрі наших поглядів, опираємося на вплив молока та продуктів його переробки на якість харчування.

Зважаючи на сприятливі природні чинники та вдале географічне розміщення, в українських реаліях така перспектива повинна стати пріоритетною. І це не виняткова, а скоріш за все, повсюдна домінанта функціонування тих первинних ланок господарства, які репрезентують сектор вітчизняної молочної індустрії, а своєчасне розуміння умов «глокалізації» – здатне забезпечувати ло-

<sup>605</sup> Michael E. Porter професор гарвардської бізнес школи (Harvard Business School).

<sup>606</sup> Mark R. Kramer керуючий директор соціального впливу консалтингової фірми «FSG».

<sup>607</sup> Michael E. Porter Creating Shared Value / Michael E. Porter, Mark R. Kramer // Harvard Business Review. – 2011. – Januar –Februar. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value> (12.01.2016)

<sup>608</sup> Porter M. E. Tworzenie wartości dla biznesu i społeczeństwa. Jak przestawić kapitalizm na nową torę, by wywołać nową falę innowacyjności i wzrostu / Michael E. Porter, Mark R. Kramer // Harvard Business Review Polska. – 2011. – № 5. – S. 38, 43.

кальний регіональний розвиток досліджуваного аграрного регіону в умовах глобальних викликів.

Сьогодні помітними стають переміщення акцентів забезпечення конкурентоспроможності саме в інтелектуальну сферу діяльності господарського суб'єкта. Враховуючи такі тренди суспільного поступу, успішні бізнесмени виявляють підвищену зацікавленість у встановленні виключних – без яких апріорі не відбудуться позитивні зміни, навіть, при покращенні усіх інших чинників, так і виявленні потенційно стратегічних резервів, здатних посилити креаційний потенціал інноваційного інтелектуального капіталу підприємства. Адже, інтелектуальний капітал інноваційного походження, перш за все, у частині модернізації систем управління якістю в більшій мірі дозволяє формувати стійкі конкурентні переваги.

Водночас, з погляду розвитку інноваційного інтелектуального капіталу для аналізованих молокопереробних суб'єктів Тернопільської області характерним є значна дистанція не лише щодо вітчизняних конкурентів, і, в першу чергу, десятки<sup>609</sup> тих, які уже в 2016 р. вийшли на ринок ЄС<sup>610</sup>, але й найбільших європейських фірм.

Щодо ринку молока і продуктів його переробки, то виробництво молочної продукції залишається одним з найбільш динамічних секторів світового агробізнесу, що засвідчує табл. 5.5.

Таким чином, основних конкурентів для вітчизняного сектору молочної індустрії на ринку ЄС можна поділити на три групи, зокрема у першій виділимо світових лідерів, виробничі потужності яких перевищують 10 млн.тонн молока («Lactalis», «Nestle», «Arla Foods» та «Friesland Campina»); другу групу сформували представники «старої Європи» із потужностями до 10 млн.тонн молока («Danone», «DMK» та «Muller», «Glanbia Group»); у третій групі виділимо нових представників нових краї-членів, які швидкими темпами нарощують свій конкурентний потенціал, надаючи перевагу тут таким польським підприємствам, як «SM Mlepol», «SM Mlekovita», «OSM Łowicz» тощо.

На європейському динамічному (у січні 2016 р. зростання на 5,6 % в порівнянні із січнем 2015 р.<sup>611</sup>) та ємному (понад 150 млн. т. в рік) ринку молока та молочної продукції спостерігаємо зміни в лідерських позиціях (шість країн охоплюють 70 % ємності ринку ЄС – Німеччина (майже 20 %), Франція (майже

<sup>609</sup> Як відомо, такими підприємствами стали: компанія «Люстдорф»; ТОВ «Молочний дім», ПАТ «Житомирський маслозавод», філія ПАТ «Яготинський маслозавод», «Яготинське для дітей», ПрАТ «Лакталіс-Миколаїв», ТОВ «Гадячсир», Недригайлівський сирцех філії «Роменський молочний комбінат» ПП «Рось», філія «Роменський молочний комбінат» ПП «Рось», ПАТ «Золотоніський маслоробний комбінат» та філія «Менський сир» ПП КФ «Прометей».

<sup>610</sup> Ukraine Raw milk and Dairy Products. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://webgate.ec.europa.eu/sanco/traces/output/UA/MMP\\_UA\\_en.pdf](https://webgate.ec.europa.eu/sanco/traces/output/UA/MMP_UA_en.pdf) (01.03.2016)

<sup>611</sup> DG Agri Dashboard: Dairy Products. European Milk Market Observatory. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/agriculture/milk-market-observatory/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/milk-market-observatory/index_en.htm) (05.04.2016)

16 %), Великобританія (майже 9 %), Польща (8 %), Нідерланди (8 %) та Італія (7,8 %), зокрема у період 2011–2013 рр. відбулося позитивне зростання польської ніші, що дозволило країні переміститися із шостої на четверту позицію<sup>612</sup>. Враховуючи, що у 2015 р. в порівнянні із періодом 2014 р. фактичне зменшення на 2–3 % ємності нідерландського молочного ринку сягнуло 1%<sup>613</sup> проти прогнозованого найбільшим виробником «Fonterra» 2–3 %, що знайшло підтвердження на останніх транзакціях на «Global Dairy Trade»<sup>614</sup>, приходимо до розуміння високої ймовірності подальшого посилення, як конкурентних позицій, так і експортних можливостей польських виробників молока та молочної продукції. Звідси, очевидно, що такі тенденції розвитку покращують можливості проникнення на ринок ЄС для українських виробників молочної продукції, зокрема і аналізованих нами.

Таблиця 5. 5. ТОП-15 найбільших світових виробників молочної продукції

Назва компанії	Країна	Обсяг переробки молока, млн. тонн	Виручка, млрд. дол.	Виручка з 1 тонни переробленого молока, тис. дол.
Fonterra	Нова Зеландія	21,6	16,4	0,76
DFA (Dairy Farmers of America)	США	17,1	13,0	0,76
Lactalis	Франція	15,0	16,9	1,13
Nestle	Швейцарія	14,9	19,1	1,28
Dean Foods	США	12,0	13,1	1,10
Arla Foods	Данія-Швеція	12,0	12,0	1,00
Friesland Campina	Нідерланди	10,1	13,4	1,33
Danone	Франція	8,2	15,6	1,90
Kraft Foods	США	7,8	7,5	0,96
DMK	Німеччина	6,9	6,4	0,93
Saputo	Канада	6,3	7,0	1,11
Glanbia Group	Ірландія	6,0	3,9	0,65
Land O' Lakes	США	5,9	4,3	0,73
California Dairies Inc.	США	4,6	3,0	0,65
Muller	Німеччина	4,4	6,5	1,48

\*Джерело: складено авторами самостійно на основі: 15 найбільших світових виробників молочної продукції. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agronews.ua/node/24090> (01.03.2016)

<sup>612</sup> Agriculture and Rural Development. Milk and milks product. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/agriculture/milk/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/milk/index_en.htm) (13.03.2016).

<sup>613</sup> Short – term Outlook for EU arable crops, dairy and meat markets in 2006 and 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/agriculture/markets-and-prices/short-term-outlook/pdf/2016-3\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/markets-and-prices/short-term-outlook/pdf/2016-3_en.pdf) (10.04.2016).

<sup>614</sup> Wyczorkiewicz R. Ożywienie na rynku mleka wciąż odległe [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.portalspozywczy.pl/mleko/wiadomosci/dlugoterminowa-prognoza-sytuacja-na-rynku-mleka,119210.html> (03.03.2016).

Посилення конкурентних переваг польських молокопереробних підприємств на європейському ринку доводить той факт, що протягом 2011–2015 рр. відбулося збільшення на 26 % їх кількості, вміщених «Forbs» у рейтингу «Lista 2000», утримання високих темпів зростання доходів (більш ніж на 70 %), а також нарощення не менше 20 % щорічно експорту<sup>615</sup>. Такі характеристики дозволяють посилювати конкурентні позиції наших опонентів, а тому для проникнення у цю ринкову нішу, необхідні інноваційні рішення у сфері підвищення якості й безпечності молочної продукції. Відтак, скорочення наявних негативних дистанцій можна забезпечити виключно посилюючи потенціал інноваційного інтелектуального капіталу щодо креації вартості на основі пришвидшення процесів гармонізації національних і міжнародних систем якості молочної продукції, чинних на теренах країн ЄС.

Не дивлячись на кращі потенційні перспективи у транспортній логістиці для молокопереробних підприємств цього регіону України, на жаль, жоден із суб'єктів не отримав дозволу на експорт до ЄС. Таким чином, очевидним і таким, що не викликає сумнівів є наші висновки щодо економічної виправданості низької ймовірності покращення ситуації в майбутньому за рахунок чинників, які до цих пір забезпечували експортний потенціал молокопереробних підприємств.

По-перше, утримання низького рівня доходів населення в Тернопільській області (у середньому у 1,4 рази нижче загальнодержавного аналогічного показника) – регіону із найнижчим показником в Україні (у 2009 р. – 10634,2 грн./особу<sup>616</sup>, у 2010 р. – 13824,2 грн./особу, у 2011 р. – 1352,3 грн./особу<sup>617</sup>, у 2012 р. – 18560,6 грн./особу, у 2013 р. – 18993,8 грн./особу, у 2014 р. – 19273,0 грн./особу<sup>618</sup>, у 2015 р. – 18560,6 грн./особу<sup>619</sup>), надалі видається, як не можливим, так і економічно не доцільним, враховуючи те, що такий вектор обмежує можливості для нарощення внутрішнього попиту. Наші припущення знаходять додаткове підтвердження у статистичних даних щодо негативного співвідношення витрат і доходів населення в розрахунку на одну особу віднотованих у

<sup>615</sup> Drozd J. Polskie firmy spożywcze na Liscie rankingowej 2000 / Jadwiga Drozd. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://przemyslspozywczy.eu/wp/wp-content/uploads/2014/12/Polskie-firmy-spo%C5%BCywcze-na-rankingowej-Li%C5%9Bcie-2000.pdf> (03.03.2016).

<sup>616</sup> Статистичний щорічник України за 2010 р. / за ред. Олександра Григоровича Осауленка. – К.: ТОВ «Август Трейд», 2011. – С. 387 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ecopravo.org.ua/stat/yearbook\\_2010\\_ua.pdf](http://ecopravo.org.ua/stat/yearbook_2010_ua.pdf) (11.10.2015).

<sup>617</sup> Статистичний щорічник України за 2012 р. / за ред. Олександра Григоровича Осауленка. – К.: Державний служба статистики України, 2013. – С. 377 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.oneu.edu.ua/files/StatSchorichnyk%20Ukrainy%202012.pdf> (11.10.2015).

<sup>618</sup> Статистичний щорічник України за 2014 р. / за ред. Ірини Миколаївни Жук ; – К.: Державний служба статистики України, 2015. – С. 374 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ1\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm) (11.10.2015).

<sup>619</sup> Статистичний щорічник України за 2015 р. / за ред. Ірини Миколаївни Жук ; – К.: Державний служба статистики України, 2015. – 586 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ1\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm) (11.10.2015).

2001 р. та 2009–2011 рр.<sup>620,621</sup> Наведені дані є додатковим свідченням наявності «тіньових» доходів населення, що надалі вимагатиме підвищення рівня винагород, як найбільш конструктивного економічного методу виведення із тіні реальних заробітних плат й офіційного представлення інших видів доходів.

По-друге, перенасичення ринку молочною продукцією, значне переважання пропозиції над попитом призвело до того, що цінові чинники забезпечення конкурентних переваг суб'єктів на ринку молочної продукції поступово втрачають значення, натомість, посилюється вплив фактора «соціально-економічної вартості». Так, із початком 2016 р. на ринку ЄС спостерігаємо стабільну тенденцію до зниження цін на усю без винятків номенклатуру молочної продукції, зокрема зниження відбулося у діапазоні від 40 % до 11 %<sup>622</sup>, що, на нашу думку, також зумовлено перенасиченням світового ринку молока (у 2015 р. додатково виготовлено 5 млн т., а у 2016 р. даний показник очікується на рівні 3,5 млн т.<sup>623</sup>). Відтак, зважаючи, що імпорт молочної продукції у 2015 р. за оцінками *Eurostat* був стабільним, зростання внутрішнього її споживання незначним, то це не дозволило зупинити спад цін. Отже, можливості цінової конкуренції на сучасному ринку молочної продукції характеризуються негативними трендами, що автоматично спонукає до пошуку нових конкурентних чинників.

Саме здатність молокопереробників конкурувати на основі продажу створеної ними «соціально-економічної вартості», а не ціни, нині розглядається в якості ключового чинника до отримання високих прибутків у майбутньому. Власне, вплив вартісного чинника на конкурентні переваги суб'єктів на ринку молока й молочної продукції і надалі буде підвищуватися, зважаючи на посилення в господарській діяльності впливу інтелектуального капіталу. Відтак, підприємства молочної індустрії, які сконцентруються на конкуренції шляхом продажу створеної ними вартості, зможуть утримувати лідерські позиції. Зважаючи на те, що конкурентні переваги чинника «соціально-економічної вартості» у харчовій промисловості, в переважаючій більшості сконцентровані у сфері забезпечення якості, а, сьогодні, ще й екологічності молочної продукції, цілком логічним буде пропозиція щодо необхідності швидкої імплементації систем управління якістю і безпечністю на аналізованих нами підприємствах Терно-

<sup>620</sup> Статистичний щорічник України за 2010 р. / за ред. Олександра Григоровича Осауленка. – К.: ТОВ «Август Трейд», 2011. – С. 387–388 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ecopravo.org.ua/stat/yearbook\\_2010\\_ua.pdf](http://ecopravo.org.ua/stat/yearbook_2010_ua.pdf) (11.10.2015).

<sup>621</sup> Статистичний щорічник України за 2012 р. / за ред. Олександра Григоровича Осауленка. – К.: Державний служба статистики України, 2013. – С. 377–378 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.oneu.edu.ua/files/StatSchorichnyk%20Ukrainy%202012.pdf> (11.10.2015).

<sup>622</sup> Latest Statistics. European Milk Market Observatory [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/agriculture/milk-market-observatory/pdf/eu-dairy-commodity-prices\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/milk-market-observatory/pdf/eu-dairy-commodity-prices_en.pdf) (10.04.2016 р.).

<sup>623</sup> Short – term Outlook for EU arable crops, dairy and meat markets in 2006 and 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/agriculture/markets-and-prices/short-term-outlook/pdf/2016-3\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/markets-and-prices/short-term-outlook/pdf/2016-3_en.pdf) (10.04.2016).



пільської області. Адже, такі зміни дозволять дослідженим регіональним суб'єктам господарювання сформувати вартісні конкурентні переваги своєї молочної продукції.

По-третє, входження та утримання на європейському ринку суб'єктів господарювання в умовах глобалізації економічних процесів і швидкої інформатизації суспільного життя, вимагає постійного оновлення інформаційно-технологічної бази з метою кращого задоволення клієнтських потреб. У зв'язку з цим, спостерігаємо зростання зацікавленості інвестуванням у розвиток електронної комерції (*e-commerce*), що дозволяє виявляти потенційні потреби клієнтів із усього світу, а значить покращує можливості для виготовлення конкурентоспроможної продукції. Однак, застосування електронної комерції, посилює конкурентну боротьбу на ринку молочної продукції, формуючи поінформованого клієнта, який ставить високі вимоги, перш за все, до її якості та безпечності.

По-четверте, помітними є підвищення свідомості сучасного населення, яке готове поносити більші витрати за кращу якість. Зокрема, згідно даних звіту фірми «*Deloitte*» понад 1/3 клієнтів у світі є, так званими, «прагнучими задоволення споживачами», які акцентують на якості життя, приділяючи значну увагу якості продукції, її пакуванню, умовам виготовлення тощо<sup>624</sup>. Беручи до уваги очікуване експертами поживлення на ринку споживчих товарів, для покращення перспектив розвитку та посилення експортного потенціалу аналізованим нами молокопереробним суб'єктам господарювання Тернопільської області необхідно приділити ключову увагу вирішенню відповідності якісних характеристик молочної продукції.

По-п'яте, цілком очікуваним є підвищення еко-свідомості потенційних споживачів молочної продукції, які здійснюють закупівлю у межах електронної комерції. Так, експерти «*Deloitte*» стверджують, що уже нині 2/3 «*on-line*» покупців «готові купувати продукцію, яка має позитивний вплив на оточення»<sup>625</sup>. Враховуючи стрімкий розвиток ІТ, цілком зрозуміло, що чисельність таких свідомих «електронних» покупців швидко зростатиме у майбутньому.

Водночас, результати економічної діагностики доводять, що кожен із виробників молока, сирів і іншої молочної продукції цього аграрного регіону країни, на сьогодні має, в тій чи іншій мірах, обмежені можливості для нарощення експортного потенціалу, зокрема у сфері функціонування інноваційного інтелектуального капіталу, зокрема таксону «системи управління якістю і безпечністю». Такий стан речей, додатково свідчить про наявні тут певні упущення у відповідності цієї складової, що вимагає вивчення і виявлення резервів нарощення креаційного потенціалу інноваційного інтелектуального капіталу досліджених господарських суб'єктів.

<sup>624</sup> Global Powers of Consumer Products 2014. The connected consumer evolves [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.portalspozywczy.pl/handel/wiadomosci/ranking-250-najwiekszych-firm-z-sektora-dobr-konsumpcyjnych-na-swiecie,100091\\_1.html](http://www.portalspozywczy.pl/handel/wiadomosci/ranking-250-najwiekszych-firm-z-sektora-dobr-konsumpcyjnych-na-swiecie,100091_1.html) (11.03.2016).

<sup>625</sup> Там же.

Одним із вагомих інструментів збільшення експортного потенціалу молочної галузі дослідженого регіону є швидка імплементація систем управління якістю молока та молочної продукції, визначених у Директиві 92/46/EWG від 16.06.1992<sup>626</sup>. Адже, поряд із швидкою й успішною гармонізацією, тобто використанням міжнародних систем управління якістю та безпечністю молочної продукції, конкурентні переваги оцінених молокопереробних підприємств регіону суттєво покращуються, що й забезпечує посилення їх креаційного потенціалу.

Водночас, заради справедливості відзначимо, що незважаючи на сприяння з боку ЄС у процесів гармонізації у частині законодавчого забезпечення, інституційного розвитку, технічної підтримки, реалізованої в рамках різноманітних проектів (наприкл., «*Twinning*»), на жаль, не вдалося досягти вагомий результативності. Пошук причин низької результативності даних процесів у регіоні Тернопільської області, зокрема у молочної галузі, дозволяє стверджувати про низький рівень зацікавленості, а, відповідно. І залучення бізнесового сектору до активного вирішення даних проблем. Однією із причин такого стану речей є недостатньо розвинуте міжсекторне партнерство. Так, спільно проведені департаментом агропромислового розвитку та ДП «Тернопільстандартметрологія» 26 консультації, 9001, ДСТУ ISO 22000) та безпечністю (НАССР) на практиці виявилися недостатньо переконливими, зважаючи на те, що лише три регіональних молокопереробних суб'єкти господарювання їх реалізували (ПрАТ «Тернопільський молокозавод», ТОВ «Галичина Ласунка», ТОВ «Кременецьке молоко»).

Націлюючись на функціонування в умовах зони вільної торгівлі з ЄС усім аналізованим нами молокопереробним суб'єктам господарювання Тернопільської області доцільно зважати на дію стандартів якості ISO 22000:2005<sup>628</sup> (які враховують управління безпечністю харчової продукції НАССР<sup>629</sup> чи низки інших вимог, наприклад виставлених торговельними мережами), як торговельних бар'єрів, найкоротшим шляхом подолання яких є якнайшвидша імплементація систем управління якістю. Принагідно відмітимо, що у наших потенційно зростаючих на ринку ЄС конкурентів суб'єктів Республіки Польща система управління безпечністю харчової продукції НАССР є обов'язковою із 01.05.2010 р.

Водночас, аналогічні кроки щодо запровадження системи НАССР в українських реаліях реалізовані лише наприкінці 2012 р. згідно із наказом Міністерст-

<sup>626</sup> Dyrektywy Europejskie [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://isap.sejm.gov.pl/RelatedServlet.jsessionid=1F445A6BC57BD8C625FDAD6A5CA0A374?id=WDU20050960819&type=15&isNew=true> (10.04.2016).

<sup>627</sup> На 7 підприємствах області функціонують системи НАССР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oda.te.gov.ua/tchortkivska/ua/news/detail/111588.htm> (10.04.2016).

<sup>628</sup> Стандарти ISO 22000:2005 регулюють виробництво, переробку, складування, транспортування і обіг харчової продукції.

<sup>629</sup> Система управління якістю НАССР (англ. *Hazard Analysis and Critical Control Points*) опрацьована у 60-их рр. XX ст. в США для NASA.

ва аграрної політики та продовольства<sup>630</sup>, прийнятим для дотримання чинного законодавства<sup>631,632</sup>. Власне, такі кроки покликані обмежити бар'єри виходу на високо конкурентний європейський ринок для вітчизняних суб'єктів молочної індустрії шляхом дотримання єдиних вимог безпечності цього виду харчової продукції. При цьому, наголосимо, що відправною точкою є створення оточення, сприятливого для отримання високо якісної сировини – молока, яке в наших умовах суттєво відрізняється від вимог, визначених у Директивах ЄС (табл. 5. 6).

Таблиця 5. 6. Порівняльна оцінка якісних характеристик сировини для виготовлення молока та молочної продукції

Якісний показник	Директиви ЄС Гатунок молока		ДСТУ 3662-97 Гатунок молока			
	Екстра	Еко**	Екстра	Вищий	Перший	Другий
Температура, °С	≤ 6 (8)		≤ 6	≤ 8	≤ 10	≤ 10
Кількість соматичних клітин (при 30 <sup>0</sup> С), тис./см <sup>3</sup>	≤ 400 (min 150 – у Норвегії, Великій Британії)		≤ 400	≤ 400	≤ 600	≤ 800
Кількість мікробіологічних клітин (при 30 <sup>0</sup> С), тис./см <sup>3</sup>	≤ 100 (min 20 – у Норвегії, Великій Британії)		≤ 100	≤ 300	≤ 500	≤ 3000
Масова частка сухих речовин, %	≤ 8,5	> 12	≥ 12,2	≥ 11,8	≥ 11,5	≥ 10,6
Вміст жиру, %	4,2	> 3,5		3,5		
Вміст білка, %	3,4	> 3,5		2,8		

\* Джерело: складено автором на основі: ДСТУ 3662-97. Молоко коров'яче незбиране. Вимоги при закупівлі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://gost-snip.su/document/DSTU\\_3662\\_97\\_Moloko\\_koroviache\\_nezbyrane](http://gost-snip.su/document/DSTU_3662_97_Moloko_koroviache_nezbyrane) (10.04.2016); Dyrektywy Europejskie [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://isap.sejm.gov.pl/RelatedServlet.jsessionid=1F445A6BC57BD8C625FDAD6A5CA0A374?id=WDU20050960819&type=15&isNew=true> (10.04.2016)

\*\* Якісні параметри екопродукції визначені на основі досліджень науковців у країнах ЄС.

Перспективним і таким, що дозволяє формувати вартісні конкурентні переваги на європейському ринку для вивчених суб'єктів господарювання Тернопільської області є нарощення обсягів випуску екологічно чистої молочної продукції. Для успішного вирішення проблем появи екологічних господарств у ре-

<sup>630</sup> Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства від 01.10.2012 р. № 590 «Про затвердження Вимог щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпечністю харчових продуктів (НАССР) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1704-12/page> (10.04.2016).

<sup>631</sup> Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80/paran2#n2> (10.04.2016).

<sup>632</sup> Закон України «Про ветеринарну медицину» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2498-12> (10.04.2016).

гіоні пропонуємо активізувати міжсекторну співпрацю у середовищі бізнесу, науки та місцевих органів влади з метою популяризації та активізації даних процесів. Адже, лише отримана з екологічних господарств сировина, яка має якісні характеристики вищої корисності, забезпечить можливості підвищення креаційного потенціалу досліджених молокопереробників області (табл. 4. 6). Так, за проведеними дослідженнями у екомолока виявлено збільшення у 1,2 рази сухої маси, у 1,1 рази – вмісту жиру, кальцію, магнію, вітаміну В2, а також значне покращення бактеріологічної якості сировини – зменшення бактерій кvasу (майже 16 кратне), термостійких бактерій (майже 8 кратне) та аеробних бактерій (6 кратне)<sup>633</sup>. Враховуючи, що порівняння проводилося із традиційною голландською молочною продукцією, то для вивчених нами молочників Тернопільської області, якісні ефекти будуть значно вищими, що є додатковим свідченням соціально-економічної доцільності налагодження випуску екопродукції вказаними суб'єктами.

Таким чином, наглядними є певні відмінності між вітчизняними та європейськими якісними характеристиками сировини для виготовлення молока та молочної продукції, що підтверджує актуальність запропонованих нами заходів для усунення наявних лакун. Адже, саме низька якість сировинного ресурсу є стримуючим чинником у підвищенні зацікавленості молочного бізнесу у виході на європейські ринки із інтелектомісткою продукцією. Одним із шляхів вирішення наявних невідповідностей є налагодження конструктивного публічно-приватного партнерства, в результаті функціонування якого підвищиться рівень свідомості бізнес-сектора щодо необхідності спрямування власних коштів на фінансування витрат зі стандартизації та сертифікації.

Виступаючи у якості таксона інноваційного інтелектуального капіталу підприємства системи управління якістю і безпечністю молочної продукції, дозволяють розбудувати вартісні чинники конкурентних переваг досліджених нами молокопереробних господарських суб'єктів й посилити їх потенціал до креації вартості. Адже, якість молочної продукції відіграє важливу роль у забезпеченні повноцінного харчування, а, значить, і здоров'я, що знаходить своє відображення у продуктивності праці персоналу суб'єктів господарювання.

Проведена нами оцінка рівня синтезу міжнародних стандартів систем якості молочної продукції, дозволила виявити низку резервів, які посилюють спроможність інноваційного інтелектуального капіталу до креації вартості досліджених суб'єктів. У зв'язку з цим, нами на основі та опрацювання результатів анкетного опитування проведена кластеризація вище вказаних господарських суб'єктів за рівнем імплементації систем управління якістю (рис. 5. 24).

Зауважимо, що анкетне опитування було проведено у вигляді їх подання лише до тих господарських суб'єктів, які попередньо виявили погодження на їх заповнення, а їх «життєвий цикл» на ринку не менше 3 років. Відтак, за період

<sup>633</sup> Kołczyń-Krajewska D. Jakość żywności a rolnictwo ekologiczne / Danuta Kołczyń-Krajewska. – Kraków: PTTZ, 2002. – S. 28.

дослідження виявлено, що одне приватне підприємство (ПП «Чортківсир»), а це 12 % від загальної кількості відмовилися надавати будь-яку інформацію та брати участь у опитуванні. Зважаючи на той факт, що дана підприємницька структура є платником податків у сусідній Хмельницькій області, то її вплив на розвиток дослідженого регіону, цілком логічно, можна вважати незначним, що дозволяє нам знівелювати даною ринковою одиницею.

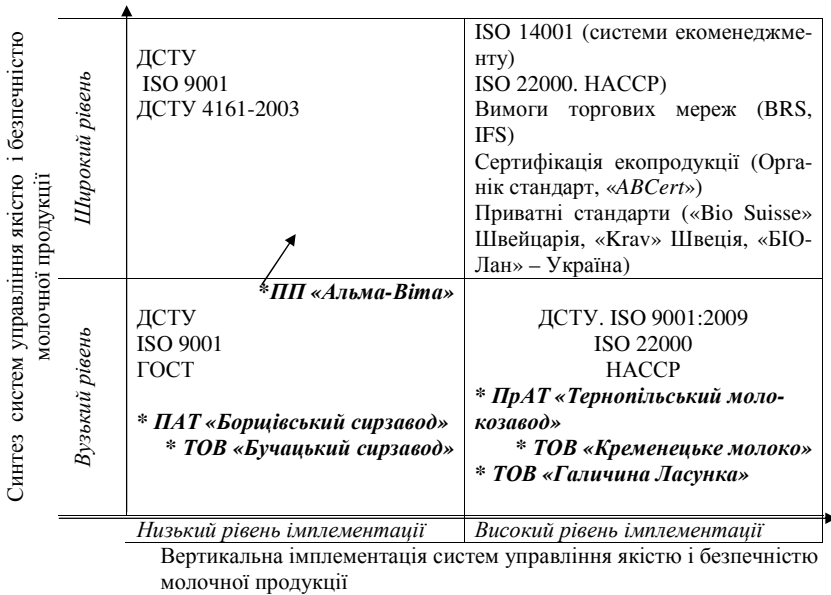


Рис. 5. 24. Кластерна панорама господарських суб'єктів за рівнем імплементації систем управління якістю та безпечністю молочної продукції (джерело: складено авторкою самостійно на основі даних суб'єктів господарювання)

Однак, нами наголошується, що громади повинні приділяти більше уваги бізнесовому оточенню, а для привернення уваги та попередження виникнення таких фактів у майбутньому нами організовано три просвітницькі проекти, реалізовані Тернопільською обласною громадською організацією «Партнерство» з метою підвищення фінансової грамотності населення. Таким чином, проведене опитування реалізоване на 88 % від загальної кількості зареєстрованих у молочному секторі Тернопільської області. При цьому, подальшому опрацьованому підлягали усі 100 % висланих анкет.

Серед опитаних суб'єктів найбільшу частку (86 % опитаних) становили корпоративні структури (ПАТ «Борщівський сирзавод», ПрАТ «Тернопільський молокозавод», ТОВ «Кременецьке молоко», ТОВ «Бучацький сирзавод», ТОВ «Галичина Ласунка», ТОВ «Цebro») і лише 14 % – підприємницькі структури (ПП «Альма Віта»). Таке співвідношення є цілком очікуваним, враховуючи

чи, група приватних підприємств становить  $\frac{1}{4}$  від загальної кількості зареєстрованих у регіональній галузі молочної індустрії, а рівень їх закритості – значно вищий, ніж у корпоративному секторі.

На основі проведеного аналізу встановлено, що значна частка товариств 43 % (ПАТ «Борщівський сирзавод», ТОВ «Бучацький сирзавод», ТОВ «Цебро») перебувають у першому квадранті із низьким рівнем імплементації систем управління якістю і безпечністю молочної продукції, що зумовлено недостатнім приділенням уваги їх керівництва питанням розвитку інноваційного інтелектуального капіталу. У зв'язку з цим, запропоновано терміново активізувати даний напрям діяльності, що дозволить забезпечити їх перехід у якісно вищий квадрант.

Найбільшого поширення на досліджених суб'єктах набули стандарти ДСТУ (86 %), які впроваджені всюди крім ТОВ «Цебро». Наступним за поширенням є стандарти ISO 9001 (71 %), де винятком є ТОВ «Цебро» та частково ПАТ «Борщівський сирзавод». Принагідно відмітимо, що певна продукція випускається при дотриманні стандарту ГОСТ (ПАТ «Борщівський сирзавод» (сир російський 50 %)). Вважаємо за доцільне наголосити на низці негативних моментів, адже тут зосереджені значні резерви підвищення конкурентоспроможності молочної продукції регіональних виробників. Так, серед низки таких ознак відмітимо повну відсутність у середовищі молокопереробників Тернопільської області впроваджених, так званих, приватних стандартів, наприклад IFS, BRS. Заради справедливості відзначимо, що у польських виробників показник впровадження стандартів IFS переважає більш ніж у третини, а BRS – четвертини суб'єктів господарювання<sup>634</sup>. Іншим негативним чинником, на нашу думку, доцільно відзначити низький рівень запровадження стандартів ISO 22000.

Про низький рівень діяльності щодо модернізації систем управління якістю у молочної галузі Тернопільського регіону свідчить і той факт, що лише одна підприємницька структура (ПП «Альма-Віта»), що становить 14 % від загальної кількості зареєстрованих суб'єктів, на сьогодні перебуває у процесі запровадження системи безпечності харчової продукції HACCP згідно стандарту ISO 22000. Оскільки дане підприємство має експортні поставки можемо стверджувати, що такі дії, в більшій мірі, зумовлені саме того роду діяльністю. Водночас, даний факт також слугує додатковим підтвердженням низької ефективності функціонування державних інституцій (наприклад, ДП «Тернопільстандартметрологія»), покликаних активізувати процеси імплементації систем управління якістю і безпечністю молочної продукції.

Серед досліджених суб'єктів господарювання було проведено анкетне опитування щодо переваг від запровадження модерних систем управління якістю і безпечністю молочної продукції. Опитування проведено за анкетами, апробованими протягом десяти років польськими дослідниками та оцінено за п'яти баль-

<sup>634</sup> Tarczyńska A. S. Analiza systemów zarządzania jakością i bezpieczeństwem w branży mleczarskiej / Anna Sylwia Tarczyńska, Jarosław Kowalik. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://jmf.wzr.pl/pim/2012\\_3\\_2\\_2.pdf](http://jmf.wzr.pl/pim/2012_3_2_2.pdf) (10.04.2016).

ною шкалою. Так, найбільшим стимулом до імплементації таких систем були підвищення конкурентоспроможності для виходу на міжнародні ринки (71 % опитаних), покращення якості продукції (43 % опитаних), вимоги торгових мереж та вимоги клієнтів (14 % опитаних), покращення візерунку підприємства (14 % опитаних), поліпшення ринкової позиції підприємства (85 % опитаних) (рис. 5. 25).

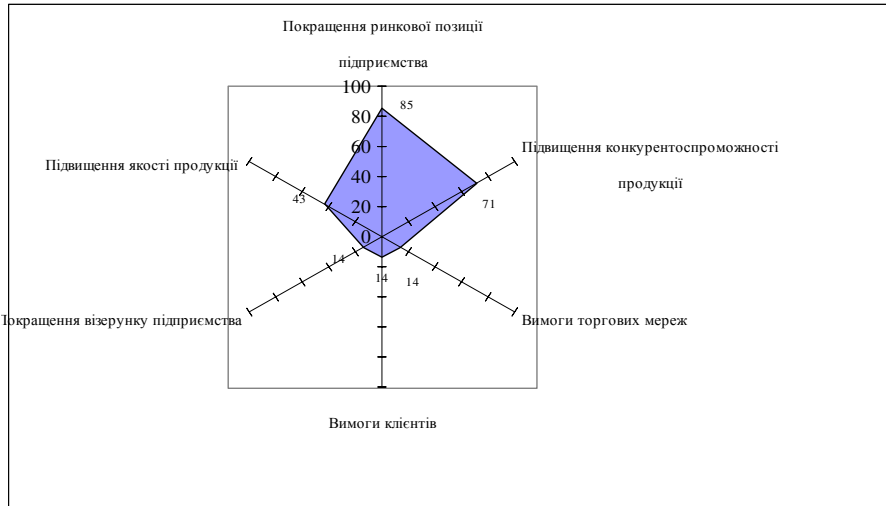


Рис. 5. 25. Оцінка респондентами переваг від імплементації систем управління якістю і безпечністю молочної продукції (джерело: складено авторкою самостійно на основі анкетного опитування)

Зважаючи на низький рівень імплементації систем управління якістю і безпечністю молочної продукції на досліджених суб'єктах Тернопільської області нами поставлене завдання виявити низку стримуючих чинників, виділених підприємцями. З цією метою у анкеті виділене питання, результати якого вміщує рис. 5. 26.

Таким чином, приходимо до розуміння, що підприємці відзначають пасивність персоналу у здійсненні таких змін (71,4 % опитаних), що є очікуваним, зважаючи на загальну пасивність українського суспільства. Згідно наших міркувань, важливе значення тут відіграє не розвиненість громадянського суспільства, що спричиняється низьким рівнем розвитку соціального інтелектуального капіталу. Відтак, таке негативне значення показника лишній раз доводить і низький рівень соціальної відповідальності бізнесу досліджених регіональних суб'єктів молочної галузі. Таким чином, лише якнайшвидше розуміння дослідженим бізнесовим сектором доцільності підвищення соціальної відповідальності, призведе до позитивних зрушень у цій сфері.



Рис. 5. 26. Ранжування респондентами чинників, які стримують імплементацію систем управління якістю і безпечністю молочної продукції (джерело: складено авторкою самостійно на основі анкетного опитування)

Оцінюючи отримані результати, приходимо до висновків, що, на жаль, існують певні розбіжності розуміння в українських та польських виробників щодо очікуваних переваг. Однак, зважаючи на відкриття доступу на ринок ЄС для вітчизняних молокопереробників, можемо стверджувати про поступове вирівнювання підприємницького відчуття ринку, що значно підвищить вплив таких чинників, як вимоги торгових мереж і клієнтів, а також покращення візерунку підприємства.

Проведена кластеризація господарських суб'єктів за рівнем імплементації систем управління якістю та безпечністю молочної продукції (рис 5. 18), дозволяє відобразивши їх місце у визначених квадрантах, виявити резерви посилення креаційного потенціалу інноваційного інтелектуального капіталу. Отже, для 43 % оцінених корпоративних суб'єктів, які отримали сертифікати на систему безпечності своєї продукції HACCP, зокрема ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (сертифікат від «*Bureau VERITAS Certification*»), ТОВ «Кременецьке молоко», ТОВ «Галичина Ласунка» (сертифікат від «*TUV SUD Management Service GmbH*») резерви посилення креаційного потенціалу інноваційного інтелектуального капіталу шляхом забезпечення відповідності систем управління якістю та безпечністю молочної продукції в основному знаходяться у сферах імплементації вимог європейських торгових мереж і стандартів для екопродукції. Переваги від активізації процесів гармонізації міжнародних систем управління якістю і безпечністю молочної продукції представляє рис. 5. 27.



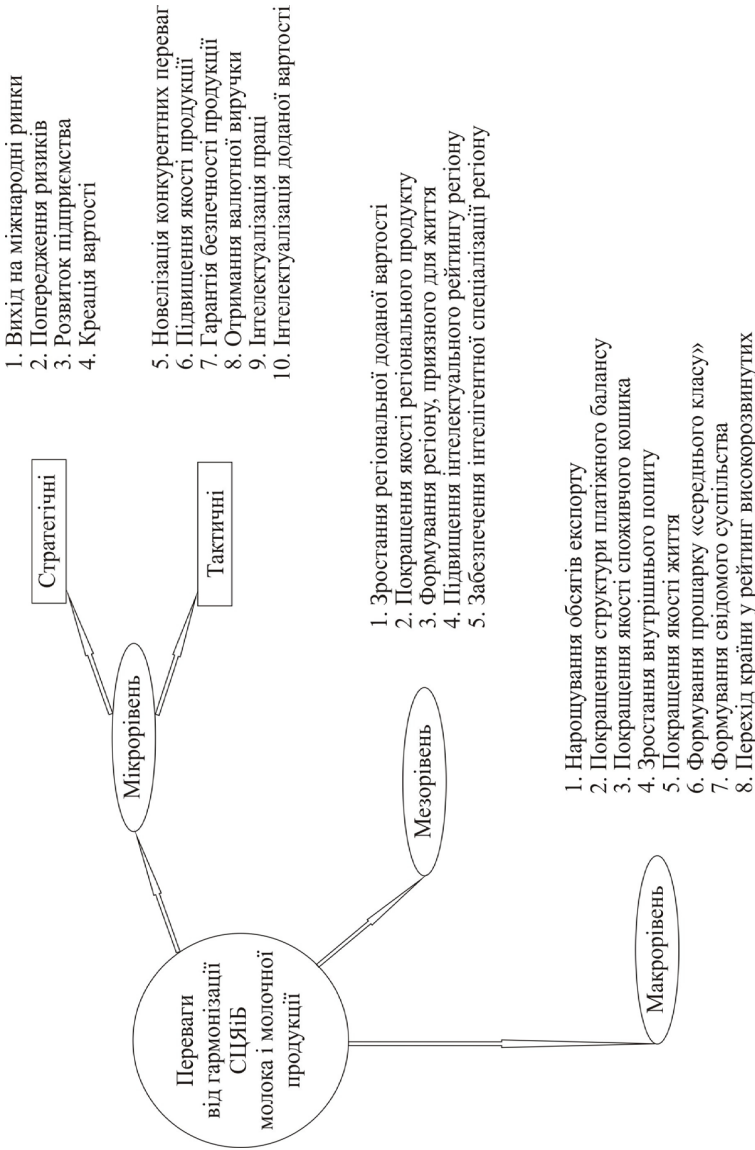


Рис. 5. 27. Переваги від активізації процесів гармонізації міжнародних систем управління якістю і безпечністю молочної продукції (джерело: складено авторкою самостійно)

З метою досягнення високого рівня імплементації систем управління якістю цим трьом товариствам нами запропоновано при плануванні інноваційної діяльності передбачити можливості отримання екологічних сертифікатів, виданих німецькою фірмою «ABCert» (акредитованою згідно міжнародного стандарту ISO/IEC 17065:2102), що відповідає оновленим у 2014 р. вимогам ЄС<sup>635</sup>.

Аналізуючи притаманні для товариств третього квадранту (ПрАТ «Тернопільський молокозавод», ТОВ «Кременецьке молоко», ТОВ «Галичина Ласунка») переваги, які виникли із нарощенням інноваційного інтелектуального капіталу, що відбулося востаннє завдяки впровадженню системи безпеки харчової продукції НАССР, можемо виділити подальші кроки, які забезпечать підвищення їх креаційного потенціалу. Так, з цією метою, для даної кластер-групи вектори перспективного розвитку вбачаємо, перш за все, на основі вивчення вимог торговельних мереж у країнах ЄС, що можна реалізувати швидко, враховуючи уже наявні конкурентні переваги, які відкривають вихід на європейський ринок. Однак, можливості утримання на ринку ЄС, знаходяться у наявних на сьогодні там «ринкових нішах» екопродукції, що вимагатиме запровадження стандартів ISO 14001, пов'язаних із системи екоменеджменту, а також налагодженням випуску екопродукції з подальшою її сертифікацією (наприклад, на «ABCert») та отриманням туг приватних стандартів (наприклад, «Bio Suisse» (Швейцарія), «KraV» (Швеція), «БЮЛан» – (Україна)). Саме з цією метою, нами розроблений механізм посилення креаційного потенціалу інноваційного інтелектуального капіталу підприємства на основі імплементації систем управління якістю та безпечністю молочної продукції, чинних на теренах ЄС (рис. 5. 28).

Таким чином, отримана кластерна панорама просторової ідентифікації суб'єктів молочної галузі Тернопільщини залежно від імплементації систем управління якістю та безпечністю, доводить низьку ефективність державних інституцій, відсутність конструктивної міжсекторної співпраці в регіоні, пасивність (43 % суб'єктів знаходяться у найнижчому квадранті) і активність (43 % третьому) бізнесу, в яких і приховані значні резерви для посилення креаційного потенціалу інноваційного інтелектуального капіталу. Домінанти впливу систем управління якістю на креаційний потенціал підприємства недостатньо враховуються у господарській діяльності досліджених суб'єктів. Відтак, модернізація систем управління якістю як чинники інтелектуального капіталу інноваційного походження, виступаючи джерелом інформації для покупців, підвищить здатність вказаних молокопереробних підприємств до креації вартості, а значить, і їх конкурентоспроможність.

<sup>635</sup> Rozporządzenie Wykonawczej Komisji (UE) nr 355/2014 z dnia 8 kwietnia 2014 r. zmieniające Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1235/2008 z dnia 8 grudnia 2008 r. ustanawiające szczegółowe zasady wykonania ROZPORZĄDZENIE RADY (WE) nr 834/2007 w odniesieniu do ustaleń dotyczących przywozu produktów ekologicznych z krajów trzecich [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.agrobiotest.pl/strona/pliki/355\\_2014.pdf](http://www.agrobiotest.pl/strona/pliki/355_2014.pdf) (10.04.2016)

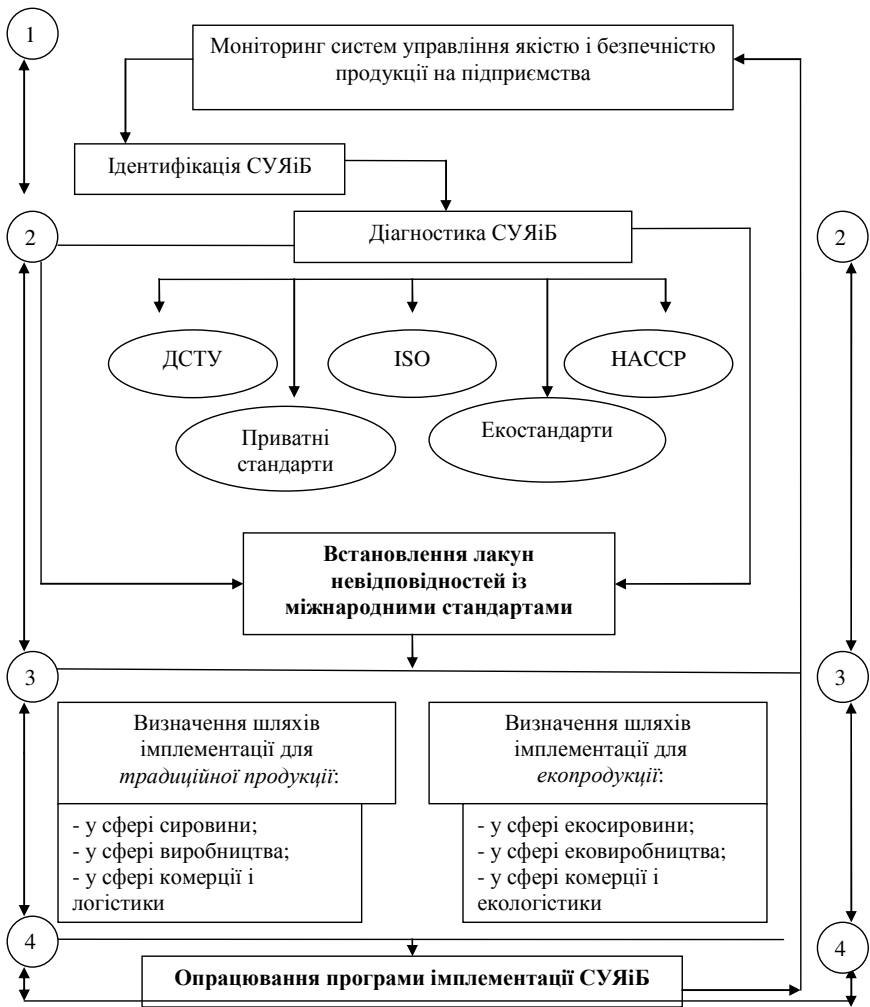


Рис. 5. 28. Механізм імплементації систем управління якістю і безпечністю молочної продукції на підприємстві (джерело: власна розробка).

#### **5. 4. Інтелектуальні резерви креації вартості суб'єктів господарювання в секторі молочної індустрії Тернопільщини**

Інтелектуальні джерела в креації вартості суб'єктів господарювання без сумніву будуть залишатися найважливішими у найближчій перспективі. Проведене дослідження лише дозволило аргументувати, що інтелектуальні резерви креації вартості молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільщини, знаходяться в усі без винятку модулях інтелектуального капіталу, зокрема індивідуальному, інноваційному, інформаційному, ринковому та соціальному. Для доведення цього факту та визначення сили впливу кожного зокрема, скористаємося сучасним пакетом статистичного аналізу програми «STATISTICA», який дозволяє виявляти та обґрунтовувати такого роду залежності на основі аналізу аналітичних даних.

Опираючись на оцінку опрацьованих наукових розвідок як закордонних, так і вітчизняних науковців, можемо стверджувати, що результуючою ознакою, яка фіксує факт креації (деструкції) вартості підприємства з великою ймовірністю можна діагностувати за допомогою показника доданої вартості. Стверджуємо, що саме величина створеної доданої вартості найбільш точно підходить для моделювання впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства в умовах глокалізації. Виходячи з цього, основним критерієм оцінки впливу розвитку інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства вважатимемо максимізацію доданої вартості.

Спостереження рівня розвитку інтелектуального капіталу молокопереробників Тернопільської області проведено у часовому проміжку 2011–2015 рр. за низкою показників, які структурно характеризують, визначені нами вище складові модулі, зокрема індивідуальний, ринковий, інноваційний, інформаційний та соціальний (табл. 5. 7).

Опираючись на цих положеннях проведемо моделювання залежності зміни величини доданої вартості від низки показників, які, на нашу думку, з одного боку є доступними для отримання від молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області, а з іншого – виступають характеристиками інтелектуального капіталу, прийнятими на основі попередньо визначеної нами структуризації. Отже, для побудови багатофакторної моделі впливу інтелектуального капіталу на величину доданої вартості підприємства нами запропоновано 15 факторних ознак з яких в обчисленнях буде використано лише десять показників, виходячи із наданих дослідженими суб'єктами молочної галузі Тернопільщини показників (табл. 5. 7).

Відтак, низка не використаних показників є надзвичайно важливою, а тому пропонуємо дослідженим господарським суб'єктам запровадити звітність, яка б дозволяла їх обчислення. Адже, саме в межах визначення цих показників криються значні резерви посилення креаційного потенціалу інтелектуальними чинниками.

Таблиця 5. 7. Панорама показників для моделювання впливу інтелектуального капіталу на величину доданої вартості молокопереробних підприємств

Результуючий показник (спостережувана змінна)
Додана вартість
Змінні моделі (факторні змінні)
1. Показники індивідуального інтелектуального капіталу
1.1. Частка з/п у собівартості продукції, % (V1)
1.2. Частка витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку, % (V2)
1.3. Частка витрат часу на саморозвиток у балансі робочого часу, % **
2. Показники ринкового інтелектуального капіталу
2.1. Кількість брендів, од. (V3)
2.2. Коефіцієнт навантаження на бренд, (V4)
2.3. Частка експортної продукції у виробничій програмі, % (V5)
2.4. Вартість бренду, млн. грн. **
3. Показники інноваційного інтелектуального капіталу
3.1. Питома вага інноваційної продукції в асортименті, % (V6)
3.2. Кількість запроваджених систем управління якістю і безпечністю продукції, од. (V7)
3.3. Частка екопродукції в асортименті, % **
4. Показники інформаційного інтелектуального капіталу
4.1. Частка витрат на ІТ в нематеріальних активах, % (V8)
4.2. Коефіцієнт прозорості (V9)
4.3. Вартість систем управління знаннями та інформацією, тис. грн.
5. Показники соціального інтелектуального капіталу
5.1. Частка витрат на реалізацію принципів соціальної відповідальності бізнесу в чистому прибутку, % (V10)
5.2. Величина соціальної відповідальності бізнесу, тис.грн. **

\* Джерело: складено автором. \*\* Примітка: не використані, але важливі показники.

Із низки запропонованих вище показників деякого обґрунтування і пояснення, на нашу думку, вимагає коефіцієнт навантаження на бренд, який характеризує завантаженість бренду товарними лініями. Це важливий складовий елемент вартості підприємства, який динамічно розвивається та безпосередньо впливає на креаційний потенціал підприємства. І це не випадково, адже саме бренд вивів «Danone» на 21 місце у ТОП-30 глобальних брендів<sup>636</sup>. Серед найбільших польських виробників молочної продукції доцільно згадати «SM Mlepol», «SM Mlekovita», «Danone Sp. z o. o.», «OSM Łowicz», «Zott Polska Sp. z o. o.», «PHZ Spół. Mleczarskich Łastopol GK», «OSM Piątnica», «Hochland Polska Sp. z o. o.», «Polmlek», «Bakoma SA», «SM Spomlek», характеристики яких подано у табл. 5. 8.

<sup>636</sup> Топ 20 переработчиков молока. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://latifundist.com/rating/top-20-pererabotchikov-molochnoj-produktsii> (01.03.2016).

Таблиця 5. 8. Найбільші виробники молочної продукції в Республіці Польща у 2014–2015 рр.

Виробники	Річний обсяг виробництва, млн. л	Кількість брендів	Загальна кількість товарних ліній
SM Mlepol	220	1 корпоративний; 3 товарних	9
SM Mlekovita	30	1 корпоративний	5
OSM Łowicz	1,3	9 товарних	14
Zott Polska Sp. z o. o.	-	1 корпоративний; 19 товарних	50
PHZ Spół. Mleczarskich Łastopol GK	-	1 корпоративний	12
OSM Piątnica	2,2	1 корпоративний; 12 товарних	8

\* Джерело: Собко О. Перспективи входження вітчизняної молочної індустрії на ринок ЄС шляхом посилення конкурентоспроможності бренду / Ольга Собко, Ірина Бойчик. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – Ужгород: ДВНЗ Ужгородський національний університет, 2016. – Випуск 6. Частина 3. – С. 42–49.

Отже, узагальнююча характеристика польських конкурентів виглядає наступним чином: «SM Mlepol», яка є найбільшим закупівельником молока в Польщі, використовує понад 1,5 млрд тонн виробленої на польському ринку сировини та експортує понад 30 % виготовленої продукції під товарними брендами «Laciate», «Milk», «Mazurski Smak»<sup>637</sup>; інший конкурент – «SM Mlekovita» суб'єкт господарювання, виключно з польським капіталом, який у 2015 р. згідно національного рейтингу визнаний найціннішою маркою в переробній промисловості, має дозвіл на експорт своєї продукції в Україну. У 2015 р. виробила 20 % молочної продукції у загальному обсязі польського ринку, що відповідає 594 млн. літрів молока. Мимоволі привертає нашу увагу також активна модернізація каналів збуту, наприклад планування впровадження «on-line» у сфері оптової торгівлі<sup>638, 639, 640, 641</sup>

<sup>637</sup> Mlepol lider mleczarstwa [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.mlepol.com.pl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7&Itemid=22](http://www.mlepol.com.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=22) (06.03.2016).

<sup>638</sup> Grupa Mlekovita. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mlekovita.com.pl/grupa-mlekovita/> (06.03.2016).

<sup>639</sup> Mlekovita chce fuzji ze spółdzielnią mleczarską w Sanoku. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.strefabiznesu.nowiny24.pl/artukul/mlekovita-chce-fuzji-ze-spoldzielnia-mleczarska-w-sanoku> (06.03.2016).

<sup>640</sup> Mlekovita odpowiada za 20 % całej polskiej produkcji mleka. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.portalspozywczy.pl/mleko/wiadomosci/mlekovita-odpowiada-za-20-proc-calej-polskiej-produkcji-mleka.124486.html> (06.03.2016)

<sup>641</sup> Mlekovita chce rozwijać handel hurtowy on-line. Rozpoczyna współpracę z Hurtum.pl [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.portalspozywczy.pl/mleko/wiadomosci/mlekovita-chce-rozwijac-handel-hurtowy-online-rozpoczyna-wspolprace-z-hurtum-pl.125848.html> (06.03.2016).

Сильним конкурентом є також «OSM Łowicz» молокопереробна фірма, яка щорічно інвестує 70 млн. злотих, нарощує обсяги експорту, зокрема протягом 2013–2014 рр. даний показник зріс на 2 % (з 15 % до 17 % виготовленої молочної продукції). Основними товарними брендами є «Capriolla», «Fellada», «Łowicki aksamitny», «Milkissima», «MONA», «Opti Fresh», «Parkadia», «TSM» тощо<sup>642, 643, 644</sup>.

Не менш сильними конкурентами виступають: «Zott Polska Sp. z o. o.» товариство із німецькими інвестиціями, яке функціонує під гаслом «виробник молочної розкоші» із панорамою товарних марок «Jobbella», «Monte», «Smakija», «Natur», «Serduszko», «Belriso», «Tiramisu Classico», «Zotallera», «Cafreze», «Deser z Koroną», «Galeretka», «Toasty», «Kefir», «Jodovita», «Finezja», «Jogutek», «Bauertaler», «Cheese Snack», «Kaffe Sähne» і ін.<sup>645</sup>; «PHZ Spół. Mleczarskich Łastopol GK» товариство з обмеженою відповідальністю, яке експортує свою продукцію до країн Європи, Північної, Південної та Центральної Америки, Африки, Азії, України під брендом «Łastopol»<sup>646</sup>.

Значну увагу доцільно приділити модерній «OSM Piątnica», яка розміщена в чистому регіоні країни, що дозволяє виробляти екопродукцію, а інвестиційні втрати на придбання такої лінії у 2014 р. склали 18 млн. злотих<sup>647</sup>. Товариство, переробляючи понад 300 млн. молока в рік, постійно нарощує свої виробничі потужності, збільшуючи інвестиції, зокрема у 2015 р. помітним було їх чотирих разове зростання з 55 млн. зл. у 2014 р. до 200 млн. зл.<sup>648, 649</sup>. Свою молочну продукцію реалізує під основними товарними брендами «Serek wejski», «Twój smak», «Twarog wiejski», «Twarog sernikowy mielony», «Mleko wiejskie», «Mleko ekologiczne», «Piątuś», «Maskarpone», «Milandia», «Śmietankowy smak z Ostrołęki», «Primo ostrołęckie delikatne» і ін. У 2015 р. вартість марки фірми зросла на 20 % і становила 336,5 млн. злотих<sup>650</sup>.

<sup>642</sup> OSM Łowicz dostarczy 4 mln. Litrów mleka do Chin. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.portalspozywczy.pl/mleko/wiadomosci/osm-lowicz-dostarczy-4-mln-litrow-mleka-lowickiego-do-chin,122187.html> (06.03.2016)

<sup>643</sup> OSM Łowicz wyda na inwestycje 70 mln.złotych. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.portalspozywczy.pl/mleko/wiadomosci/osm-lowicz-wyda-na-inwestycje-70-mln-zlotych,114835.html> (06.03.2016)

<sup>644</sup> OSM Łowicz. O nas. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mleczarnia.lowicz.pl/o-nas> (06.03.2016).

<sup>645</sup> O nas – Zoot. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zott.pl/pl/show/page/id/42> (06.03.2016)

<sup>646</sup> Polindus Lactopol. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bistyp.com.pl/pl/produkty/asortyment-wyrobow/> (06.03.2016)

<sup>647</sup> Piątnica. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://piatnica.com.pl/p/pl/historia.html> (07.03.2016).

<sup>648</sup> Там же.

<sup>649</sup> Piątnica 34 metry w górę. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kierunekagro.pl/artukul,9240,piatnica-34-metry-w-gore.html> (07.03.2016)

<sup>650</sup> Piątnica. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://piatnica.com.pl/p/pl/historia.html> (07.03.2016).

Зрозуміло, що вихід на зовнішні ринки вітчизняної молочної продукції суттєво вплине на просування брендів на ринках. Цей позитивний момент у процесі «розкрутки» брендів не може не позначитись позитивно на креаційному потенціалі досліджених молокопереробних підприємств. Проведена нами оцінка ефективності функціонування брендів 15 найбільших вітчизняних виробників реалізують свою молочну продукцію під 82-ма брендами найпопулярнішими серед яких є «Добряна», «President», «Тульчинка», «Простоквашино», «Фанні», «Біла лінія», «Ферма», «Ванярка», «Молокія», «Галичина», «Premialle», «Яготинське для дітей»<sup>651</sup> дозволяє стверджувати, що не лише їх кількість, а й вартість кожного призводить до збільшення вартості підприємства-виробника.

Так, привертає увагу той факт, що не всі із зазначених виробників мають однакове «навантаження» на кожен із використовуваних ними брендів. Так, якщо поррахувати «середнє навантаження на один бренд», то цікавими є такі факти. На один бренд (серед зазначених виробників) «припадає» в середньому 3 товарних лінії молочної продукції. При цьому найбільший виробник – компанія «Данон-Юнімілк» має таке «навантаження» 3,2 товарних ліній/1 бренд (1 місце в рейтингу); компанія «Лакталіс-Україна» – 5,8; ПрАТ «Тернопільський молокозавод» – 7 товарних ліній/1 бренд «Молокія», ТОВ «Лубенський молокозавод» – аж 10 товарних ліній/1 бренд «Гармонія». І навпаки, група компаній «Альміра», володіючи 17-ма брендами випускає лише 5 товарних ліній молочної продукції, тобто коефіцієнт «навантаження» на один бренд становить 0,29<sup>652</sup>. Однак, результати даного аналізу дозволяють припустити, що коефіцієнт навантаження на бренд може бути використаний в якості ознаки підвищення креаційної спроможності підприємств.

Економічна оцінка брендингу на молокопереробних суб'єктах господарювання Тернопільської області за 2011–2015 рр. наведена у Додатку Л 3.

Проведена оцінка рівня розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів молочної індустрії Тернопільщини дає підставити стверджувати, що значні відмінності помічені саме на рівні індивідуального, ринкового та інноваційного модулів (Додаток Л 1). Так, протягом 2011–2015 рр. у позиціонуванні суб'єктів молочної галузі Тернопільської області щодо розвитку індивідуального інтелектуального капіталу можна виділити наступні групи: перша – стабільно зростаюча (ПП «Альма Віта» із позитивною динамікою обох оціночних показників, зокрема помітним є збільшення у 2,3 рази питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та у 1,4 рази питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку); друга – позитивної перспективи (ПрАТ «Тернопільський молокозавод» із незначним (- 1,31 %) зниженням питомої ваги заробітної плати

<sup>651</sup> Основні показники роботи харчової промисловості України / Департамент продовольства Міністерства аграрної політики та продовольства України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/system/files/%D0%A5%D0%B0%D1%80%D1%87%D0%BE%D0%B2%D0%B0%202014%20%D1%80%D1%96%D0%BA.pdf> (01.03.2016).

<sup>652</sup> Там же.



у собівартості продукції та більш ніж двократним підвищенням питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку; ТОВ «Кременецьке молоко» більш ніж двократним зниженням питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та незначним (+ 0,32 %) збільшенням питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку, що неодмінно забезпечить у майбутньому позитивну динаміку першого показника); третя – невизначеної перспективи ТОВ «Галичина Ласунка» незначним (+ 0,58 %) збільшенням питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та зниженням (– 0,86 %) питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку чи ПАТ «Борщівський сирзавод» збільшення у 1,5 рази питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та надзвичайно низькою питомою вагою витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку; четверта – негативної перспективи (ТОВ «Бучацький сирзавод» 1,5 кратним зростанням питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та ТОВ «Цебро» із стабільною питомою вагою заробітної плати у собівартості продукції й стабільно негативною динамікою питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку). Принагідно відзначимо, що суб'єкти господарювання третьої та четвертої груп знаходяться у межі ризику, зниження якого вимагає збалансування витрат. Водночас, аналіз ринкового та інноваційного інтелектуальних капіталів виявляють значні переваги у ПрАТ «Тернопільський молокозавод», брендинг й інноваційна діяльність якого дозволяють утримувати лідерські позиції серед вивчених молокопереробників Тернопільської області (Додаток Л 1).

Проведена оцінка рівня соціального інтелектуального капіталу дозволяє стверджувати про обмежене застосування вивченими молокопереробними підприємствами принципів соціальної відповідальності бізнесу, а, отже, її активізація є значним потенційним резервом розвитку. Свідченням цього є виявлені значні розбіжності питомої ваги витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу в чистому прибутку, зокрема між лідером ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ТОВ «Цебро»; чи, наприклад, більш ніж двократне відставання між першим та другим рейтинговим місцем (ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод»). Додатковим підтвердженням є інший показник – коефіцієнт прозорості має значний потенціал навіть для тих суб'єктів, які показали найкращий результат серед опитаних, наприклад ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» (Додаток Л 1).

Для проведення економічної діагностики інтелектуального капіталу досліджених молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області застосовано пакет прикладних статистичних програм «STATISTICA». Сформований аналітичний масив даних, який охоплює одинадцять змінних ознак, дозволив встановити найвищі значення середнього рівня оціночних показників у розрізі наведених вище складових модулів. Так, у розвитку індивідуального інтелектуального капіталу, оціненого показниками питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції і питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у чи-

стому прибутку встановлене майже шестикратне відхилення між їх середніми значеннями (відповідно 10,59 % та 1,77 %) при незначному відхиленні (відповідно 0,63 % та 0,34 %), правосторонній асиметрії (відповідно 0,2 та 1,01) та дуже низькому коефіцієнті ексцесу, що, загалом, свідчить про незначну варіацію серед отриманих результатів і нормальний розподіл (Додаток Л 2).

Водночас, найнижче середнє значення (0,31 %) було встановлено для коефіцієнту транспарентності – характеристики рівня розвитку інформаційного інтелектуального капіталу підприємства при найнижчому відхиленні від середніх значень (0,03 %), правосторонній асиметрії (відповідно 0,12) та низькому коефіцієнті ексцесу, що, загалом, свідчить про незначну варіацію серед отриманих результатів і гострий пік розподілу (Додаток Л 2).

Серед відібраних нами показників оцінки ринкового інтелектуального капіталу наведених вище суб'єктів господарювання помітним є кількість брендів, який відзначався низькими значеннями середнього рівня 1,51 од., незначному відхиленні 0,23, правосторонній асиметрії (1,77) та дещо вищому коефіцієнті ексцесу 3,62, що доводить помірну варіацію серед отриманих результатів і наявність піків розподілу (Додаток Л 2).

Водночас, для інноваційного інтелектуального капіталу підприємства помітним був показник кількості систем управління якістю і безпечністю молочної продукції, сформований при низьких значеннях середнього рівня 2,16 од., незначному відхиленні 0,12, правосторонній асиметрії (0,65) та коефіцієнті ексцесу 0,93, що дозволяє стверджувати про незначну варіацію серед отриманих результатів і гладкий пік розподілу (Додаток Л 2).

Відтак, можемо стверджувати про значну строкатість у розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів молочної галузі Тернопільщини. У результаті проведеного аналізу виявлені резерви нарощення інтелектуального капіталу у межах його складових модулів, що забезпечить підвищення інтелектуалізації праці та пришвидшення темпів креації вартості, яка нині перетворюється на ключовий чинником конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

В подальшому пропонуємо результати економічної діагностики впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості досліджених молокопереробних суб'єктів господарювання (ПрАТ «Тернопільський молокозавод», ПАТ «Борщівський сирзавод», ТОВ «Бучацький сирзавод», ТОВ «Кременецьке молоко», ТОВ «Галичина Ласунка», ТОВ «Цebro», ПП «Альма Віта»). Так, сформований аналітичний масив даних охоплює одинадцять змінних ознак, а число спостережень – тридцять п'ять (Додаток Л 2). Проведена, таким чином, оцінка підтверджує, що протягом п'яти років результуюча ознака – додана вартість, досягнула найвищого значення на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (129518 тис. грн.), ТОВ «Кременецьке молоко» (16984 тис. грн.), ТОВ «Галичина Ласунка» (11822 тис. грн.), ПАТ «Борщівський сирзавод» (11743 тис. грн.), ПП «Альма Віта» (9314 тис. грн.) та ТОВ «Бучацький сирзавод» (3229 тис. грн.) (Додаток Л 1). Відтак, мінімальний рівень доданої вартості становив – 721 тис. грн., максимальний – 129518 тис. грн., що забезпечило позитивне зна-

чення середнього рівня результиуючого показника 21119,22 тис. грн. (Додаток Л 2). Загалом, відхилення усіх значень від середнього становило 5806,11 тис. грн.

Перед проведенням тих видів статистичного аналізу (кореляційного, регресійного, канонічного), за допомогою яких встановлюватимемо наявність чи відсутність, ступінь тісноти та форму залежності між предикторами (показниками, що характеризують різні структурні елементи індивідуального капіталу) та результиативним показником (величиною доданої вартості) необхідно переконатися, чи існує достовірна різниця між середніми значеннями обраних показників (змінних), як регресанта ( $V_I$ ), так і регресорів ( $V_2 - V_{II}$ ) за п'ятирічний період в розрізі досліджуваних підприємств. Для цього скористаємося можливостями дисперсійного аналізу ANOVA (Analysis of Variance). Результиати дисперсійного аналізу усіх змінних подані форматі графіків середніх значень змінної та їх довірчих інтервалів (Додаток М 1). Як видно із графіків, а також значень критерію F та рівнів значущості p, які наведені у заголовку цих графіків, лише за середнім показником питомої ваги витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу в чистому прибутку ( $V_{II}$ ) між досліджуваними підприємствами не існує достовірної різниці ( $F = 0,96$ ). За усіма іншими змінними така різниця є достовірно значущою ( $F = 6,28-97,09$ ). Зважаючи на цей факт, змінна  $V_{II}$  при проведенні регресійного статистичного аналізу не використовувалася.

Якщо оцінювати різницю середніх для усіх досліджених підприємств значень емпіричних показників в розрізі років п'ятирічного періоду (2011–2015 рр.), необхідно зазначити, що результиати дисперсійного аналізу (Додаток М 2) засвідчили достовірність такої різниці лише для змінної  $V_8$ , яка ілюструє частку витрат на ІТ в нематеріальних активах ( $F = 2,94$ ,  $p = 0,037$ ).

Використання у аналізі, як наприклад у нашому, значної кількості змінних, може стати причиною методичних ускладнень, особливо при інтерпретації отриманих результиатів. В зв'язку з цим, нами був застосований факторний аналіз з метою редукції змінних і виявлення структури взаємозв'язків між змінними. Відтак, власні значення виділених факторів, які ілюструють дисперсію, що пояснюється кожним із цих факторів наведено у Додатку М 3. Як бачимо, перший фактор пояснює 34,5 % загальної дисперсії, другий – 20,3 %, третій – 16,1 %, а останній десятий – лише 0,5 %. Таким чином, нам потрібно із десяти факторів відібрати лише найважливіші. Якщо скористатися критерієм Кайзера, згідно якого відбираються лише фактори з власними значеннями, більшими 1, то в нашому аналізі потрібно виділяти лише перші чотири фактори. За критерієм Кеттеля, який є графічним методом «кам'янистого зсуву» (Додаток М 4), варто було б виділити дещо більшу кількість факторів – п'ять-шість. Однак, як видно із таблиці власних значень, 5-й і 6-й фактори не пояснюють навіть дисперсію, еквівалентну, щонайменше, дисперсії однієї первинної змінної (власні значення становлять відповідно 0,80 і 0,44). Тому, в нашому дослідженні при відборі факторів перевагу варто все таки віддати критерію Кайзера і ідентифікувати чотири фактори, які разом пояснюють 81,2 % загальної дисперсії за усіма показниками інтелектуального капіталу підприємств. Наступним етапом факторного

аналізу є інтерпретація виділених загальних факторів, які є латентними, гіпотетичними і впливають не лише на один показник інтелектуального капіталу підприємства, а на всі (звичайно в різній мірі). Для пояснення виділених факторів скористаємося інструментом факторних навантажень, які є кореляціями між змінними ( $V_2 - V_{11}$ ) та факторами (Factor 1 – Factor 4) (Додаток М 5). Із таблиці факторних навантажень видно, що першим чотирьом факторам відповідають більші значення коефіцієнтів кореляції, ніж іншим. Однак за такої форми подання факторних навантажень будь-які виявлені закономірності важко інтерпретувати. Тому необхідно застосувати повороти осей, які досягаються обертанням факторів. Застосувавши опцію повороту осей Varimax raw, отримуємо факторні навантаження виділених чотирьох факторів, які повніше пояснюють зміст виділених факторів (Додаток М 6). Як видно, перший фактор найвищі навантаження має за такими змінними як коефіцієнт транспарентності підприємства (0,917), кількість брендів (0,826) та кількість систем управління якістю і безпечністю молочної продукції (0,737); другий фактор – за питомою вагою витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку (0,914) та питомою вагою експорту (0,870); третій фактор – за коефіцієнтом навантаження на бренд (0,957) та питомою вагою інноваційної продукції (0,914); четвертий фактор – за питомою вагою витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу в чистому прибутку (0,890). Загалом, виявлення та пояснення закономірностей в таблицях факторних навантажень є досить складним процесом. Однак, цю процедуру можна дещо спростити, якщо застосувати графічну ілюстрацію факторних навантажень (Додаток М 7). Таким чином, перший фактор узагальнено можна назвати як чинник інформаційної відкритості підприємства, другий – як чинник диверсифікації джерел коштів, які використовуються для підвищення якості інтелектуального капіталу, третій – як чинник маркетингового підсилення інноваційної діяльності підприємства, і четвертий – як чинник соціальної відповідальності бізнес-структури.

Прийнявши таке трактування виділених факторів і використовуючи дані про конкретні значення екстрагованих факторів (Додаток М 8), можна визначити коли (у якому році) і де (на якому підприємстві) спостерігалася позитивна чи негативна дія того чи іншого фактора. Наприклад, чинник інформаційної відкритості в найбільшій мірі в позитивному плані проявив себе на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2015 році, чинник диверсифікації джерел – на ПП «Альма Віта» в 2015 р., чинник маркетингового підсилення інноваційної діяльності – на ТОВ «Кременецьке молоко» в 2014 р., чинник соціальної відповідальності – на ТОВ «Цebro» у 2015 р.

Застосований нами багатовимірний та динамічний підхід до характеристики інтелектуального капіталу підприємств молочної галузі дозволяє нам за допомогою багатомірного шкалювання провести класифікацію (групування) підприємств за рівнем розвитку інтелектуального капіталу. Як бачимо, така кластеризація забезпечила максимізацію мінливості між кластерами за усіма включеними до аналізу змінними. Досить близьким до попереднього є групу-

вання підприємств молочної галузі, що наочно добре ідентифікується на 2-D графіку, побудованому при застосуванні методу багатомірного шкалювання (Додаток М 9). Як бачимо, досить концентрованою на графіку є позиція підприємств зі стабільним в часовому аспекті інтелектуальним капіталом, а саме – ТОВ «Кременецьке молоко», ПАТ «Борщівський сирзавод», ТОВ «Бучацький сирзавод». Як і кластерний аналіз, багатомірне шкалювання підтверджує висновок про нестабільність структури інтелектуального капіталу впродовж 2011–2015 рр. інших чотирьох молокопереробних підприємств. Правда, ординація підприємств в системі Dimension 1-Dimension 2 показує, що найбільш лабільним в часовому вимірі є елементи інтелектуального капіталу на ПП «Альма Віта».

З діаграм розсіювання даних (Додаток М1, МЧ 2) можемо припустити існування між результативною та факторними ознаками нелінійних зв'язків. В зв'язку з цим, застосувавши багатфакторне нелінійне регресійне моделювання із залежною змінною – додана вартість ( $V_1$ ) та низкою факторних ознак в межах структурних модулів інтелектуального капіталу досліджених суб'єктів, зокрема індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного та соціального (табл. 5. 9) встановлено нелінійний вид зв'язку. Побудувавши вісім нелінійних багатфакторних регресійних моделей (Додаток Н 4), оцінимо тісноту зв'язку між результативною та факторними ознаками (за коефіцієнтами множинної кореляції, детермінації, статистикою Дарбіна Уотсона). В даному випадку із отриманих моделей відберемо одну адекватну – модель 8 (Додаток Н 4). Таким чином, стандартна множинна нелінійна регресійна модель регресорами якої є кількість брендів і коефіцієнт транспарентності підприємства матиме вигляд (Додаток Н 3):

$$V_1 = -3628,93 + 31777,11V_{10} - 3664,09V_4^2, \quad (5. 5)$$

де,  $V_1$  – додана вартість, тис. грн.;

$V_4$  – кількість брендів, од.;

$V_{10}$  – коефіцієнт транспарентності підприємства.

Таким чином, підтверджено позитивний вплив коефіцієнта транспарентності на величину доданої вартості, але негативний – кількості брендів, що вимагає детальних додаткових досліджень. Однак, модель дозволяє врахувати та оцінити вплив на генерування доданої вартості лише ринкового та соціального модулів інтелектуального капіталу підприємства, що є надзвичайно мало. В зв'язку з цим, скористаємося також лінійним регресійним моделюванням.

Перед проведенням лінійного регресійного аналізу нами здійснено побудова симетричної кореляційної матриці, у якій відображено парні коефіцієнти кореляції між усіма змінними, залученими до дослідження (табл. 5. 9).

Таблиця 5. 9. Матриця канонічних коефіцієнтів кореляції

Показники	Індивідуальний	Ринковий	Інноваційний	Інформаційний	Соціальний
Індивідуальний	1,000	<b>0,812***</b>	0,436	0,418	0,142
Ринковий	<b>0,812***</b>	1,000	<b>0,922***</b>	<b>0,754***</b>	0,200
Інноваційний	0,436	<b>0,922***</b>	1,000	<b>0,646***</b>	0,143
Інформаційний	0,418	<b>0,754***</b>	<b>0,646***</b>	1,000	0,277
Соціальний	0,142	0,200	0,143	0,277	1,000

\*Джерело: обраховано авторкою самостійно. \*\* Примітка:  $p < 0,001$

Як підтверджує канонічний аналіз, практично між усіма показниками індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного та соціального інтелектуального капіталів суб'єктів господарювання молочної індустрії Тернопільщини у 2011–2015 рр. виявлено високого ступеня взаємозалежності. Так, найвищою помічена була залежність в площинах ринкового – інноваційного, із подальшим зменшенням сили впливу відповідно ринкового – індивідуального, інформаційного – інноваційного модулів інтелектуального капіталу досліджених суб'єктів. Отже, згідно шкали Чеддока, більшість показників виявляють з результативною змінною сильну кореляцію у той час, як лише одна – слабку та дуже слабку кореляцію ( $r < 0,10$ ). Таким чином, за результатами кореляційного аналізу апіорно можна буде спрогнозувати високу ймовірність отримання достатньо адекватних лінійних регресійних моделей.

Застосувавши багатofакторне лінійне регресійне моделювання із залежною змінною – додана вартість ( $V_1$ ) та низкою факторних ознак в межах структурних модулів інтелектуального капіталу досліджених суб'єктів, зокрема індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного та соціального (табл. 4. 9) встановлено лінійний (адитивний) вид зв'язку, тобто:

$$V_1 = b_0 + b_1V_2 + b_2V_3 + b_3V_4 + b_4V_5 + b_5V_6 + b_6V_7 + b_7V_8 + b_8V_9 + b_9V_{10} + b_{10}V_{11} + \varepsilon, \quad (5. 6)$$

наявність в моделі більше, ніж один значущих факторів надалі відберемо лише п'ять лінійних регресійних моделей (табл. 5. 10). Водночас зауважимо, що у моделях 11 та 16 значущою є лише одна факторна ознака, яка виступає характеристикою ринкового інтелектуального капіталу – кількість брендів ( $V_4$ ), що є дискусійним. На де,  $V_1$  – додана вартість, тис. грн.;

$b_0$  – вільний член;

$b_1, \dots, b_{10}$  – параметри рівняння множинної регресії;

$V_2$  – питома вага заробітної плати у собівартості продукції, %;

$V_3$  – питома вага витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку, %;

$V_4$  – кількість брендів, од.;

$V_5$  – коефіцієнт навантаження на бренд;

Таблиця 5. 10. Панорама лінійних регресійних моделей залежності величини доданої вартості від розвитку інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області у 2011–2015 рр.

№ з/п	Рівняння лінійної регресійної моделі
1	$V_1 = -5539,72 + 531,63V_2 + 835,18V_3 + 14840,93V_4 - 7627,86V_5 + 1337,28V_6 + 2604,57V_7 + 769,93V_8 - 165,36V_9 + 4023,16V_{10} + 70,77V_{11}$
2	$V_1 = -0,28679 + 0,4404V_2 + 0,2549V_3 + 2,8169V_4 - 1,8611V_5 + 1,1322V_6 + 2,2658V_7 + 0,0795V_8 - 0,2538V_9 + 0,0933V_{10} + 0,3433V_{11}$
3	$V_1 = -3996,61 + 531,93V_2 + 693,52V_3 + 15010,89V_4 - 7920,55V_5 + 1367,47V_6 + 2675,2V_7 + 965,32V_8 - 158,62V_9$
4	$V_1 = -6514,55 + 549,67V_2 + 310,7V_3 + 14940,64V_4 - 7806,87V_5 + 1396,91V_6 + 2704,43V_7 + 1532,22V_8$
5	$V_1 = -3845,95 + 461,85V_2 + 232,07V_3 + 15707,76V_4 - 7502,74V_5 + 1382,99V_6 + 2641,28V_7$

\* Джерело: опрацьовано автором самостійно на основі пакету «Statistica»

$V_6$  – питома вага експорту, %;

$V_7$  – питома вага інноваційної продукції, %;

$V_8$  – кількість систем управління якістю і безпечністю молочної продукції, од.;

$V_9$  – питома вага інформаційних технологій в нематеріальних активах, %;

$V_{10}$  – коефіцієнт прозорості підприємства;

$V_{11}$  – питома вага витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу в чистому прибутку, %.

Лінійне регресійне моделювання дозволило виявити 20 видів моделей, представлених у Додатку Н 1. Однак, враховуючи достатньо високе значення коефіцієнта детермінації ( $R^2 > 0,7$ ), F-статистику, статистику Дарбіна–Уотсона, а також наступних етапах проведемо послідовно дії, які дозволять, оцінивши тісноту зв'язку між результативною та факторними ознаками (за коефіцієнтами множинної кореляції, детермінації  $R^2 > 0,7$ ) із отриманих двадцяти видів моделей відібрати шість, які є адекватними.

Відтак, провівши ще й процедуру поступового включення змінних, перебираючи всі регресори, побудуємо і відберемо моделі, перевіривши гіпотезу про значущість (за F-статистикою, значенням  $p$  та коефіцієнтом детермінації  $R^2 > 0,7$ ) побудуємо стандартну регресійну модель регресорами якої будуть кількість брендів, коефіцієнт навантаження на бренд, питома вага експорту та питома вага інноваційної продукції (Додаток Н 2):

$$V_1 = -223,25 + 16423,71V_4 - 7192,13V_5 + 1362,70V_6 + 2585,65V_7, \quad (5.7)$$

де,  $V_1$  – додана вартість, тис. грн.;

$V_4$  – кількість брендів, од.;

$V_5$  – коефіцієнт навантаження на бренд;

$V_6$  – питома вага експорту, %;

$V_7$  – питома вага інноваційної продукції, %.

Таким чином, бачимо, що величина доданої вартості прямо пропорційно залежить від кількості брендів, питомої ваги експорту та питомої ваги інноваційної продукції, а також доведена обернена залежність від коефіцієнта навантаження на бренд, що вимагає глибших досліджень. Відтак, найменшу силу впливу виявлено в питомій вазі експорту продукції, що також є логічним оскільки даним видом діяльності займається виключно один суб'єкт (ПрАТ «Тернопільський молокозавод»).

Оцінка отриманих лінійної та нелінійної регресійних моделей взаємозалежності генерування доданої вартості від розвитку інтелектуального капіталу досліджених молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області у 2011–2015 рр. доводить, що вищу доцільність застосування має перша. Так, лінійна регресійна модель (5.7) включає більшу кількість (4) значущих факторів – кількість брендів ( $V_4$ ), коефіцієнт навантаження на бренд ( $V_5$ ), питома вага експорту ( $V_6$ ), питома вага інноваційної продукції ( $V_7$ ). Крім того, ліній-



на регресійна модель (5.7) при перевірці гіпотези про значущість (за F-статистикою, значенням  $p < 0,05$  та коефіцієнтом детермінації  $R^2 > 0,7$ ), а також кількістю значущих факторів є більш достовірною. Виходячи з цього, цілком виправданим в аналітичних цілях є застосування саме лінійної регресійної моделі.

Підсумовуючи зауважимо, що генерування доданої вартості чинить позитивний вплив на креацію вартості підприємства. Виявлені в результаті проведеного аналізу залежності величини доданої вартості від рівня розвитку інтелектуального капіталу дозволяють стверджувати про позитивний вплив останнього. На досліджених молокопереробних суб'єктах господарювання Тернопільської області встановлено, що найбільший вплив на генерування доданої вартості віднотовано у модулях ринкового та інноваційного інтелектуального капіталу. І це не випадково, адже, сектор молочної індустрії сьогодні швидко розвивається. Надзвичайно широкі можливості запровадження продуктивних інновацій, які посилюють вартісні конкурентні переваги молокопереробних підприємств, підвищення попиту на екопродукцію значно покращують можливості нарощення експортного потенціалу цього сегменту харчової промисловості. Відтак, генерована валютною виручкою величина доданої вартості, отримана в результаті функціонування інтелектуального капіталу значно посилює креаційний потенціал суб'єктів господарювання.

## ВИСНОВКИ

У популяризації усіх без винятку успішних фірм, таких як «Apple», «Google», «Microsoft» чи «Facebook» використовується низка індикаторів, які мають інтелектуальне походження. Власне позитивна динаміка ринкової вартості, відображена в популярних звітах відомих світових аналітичних агентств, в значній мірі зумовлена розвитком інтелектуального капіталу.

Пропонована публікація вміщує авторські судження щодо дефініціювання, класифікації та векторів розвитку інтелектуального капіталу вітчизняних суб'єктів господарювання з метою новелізації їх конкурентних переваг. Головною метафорою дослідження є твердження, що генерування інтелектуальної доданої вартості, яке відбувається в межах розвитку інтелектуального капіталу, спроможне чинити позитивний вплив на процеси креації вартості сучасних суб'єктів господарювання.

Інтелектуальний капітал підприємства – це виробничий ресурс інтелектуального походження, який, генеруючи інтелектуальну додану вартість позитивно динамізує процес креації вартості підприємства. Структуризація інтелектуального капіталу підприємства, запропонована у роботі включає три модулі – індивідуальний, колективний та соціальний.

Індивідуальний інтелектуальний капітал охоплює розвинений людиною капітал знань і сформований капітал компетенцій, інтегрованих такими якісними характеристиками, як креативність, інтелігентність і комунікативність. Капітал знань – це концепційна здатність сформованих людиною теоретичних, прикладних і духовних знань генерувати інтелектуальні продукти та створювати інтелектуальну додану вартість. Капітал компетенцій характеризує спроможність індивідуума створювати інтелектуальну додану вартість за рахунок розвинутої на базі капіталу знань і природних здібностей (таланту) професійної спритності.

Колективний інтелектуальний капітал підприємства формують інформаційний, інноваційний та соціальний таксони. Інформаційний капітал підприємства охоплюючи інформаційні потоки, характеризується здатністю упорядкованої, згромадженої і систематизованої на підприємстві інформації створювати інтелектуальну додану вартість. Ринковий інтелектуальний капітал відображається здатністю корпоративного бренду (марки), репутації, іміджу та гудвілу створювати інтелектуальну додану вартість для підприємства. Соціальний інте-

лектуальний капітал охоплює спроможність організаційної культури, філософії управління стимулювати працівників до розвитку комунікативних, креативних та інноваційних навичок, здатних позитивно впливати на створення інтелектуальної доданої вартості.

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 домінанти 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 використання у науковому термінологічному полі.

На основі проведеного аналізу інтелектуального капіталу та оцінки генерування ним інтелектуальної доданої вартості визначено сфери нарощення креативного потенціалу досліджених молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільщини. Розроблений нами механізм управління інтелектуальним портфелем дає змогу виявляти резерви забезпечення ефектів креативної вартості інноваційного інтелектуального капіталу підприємства, які зумовлені функціонуванням інтелектуальної власності. Управлінські рішення, пов'язані з набуттям та продажем патентів не обмежують діапазону інтелектуальної діяльності підприємства та дозволяють нам стверджувати про високу ймовірність розвитку інструментальної перспективи у сфері інтелектуальної власності. В зв'язку з

чим, важливим є позитивне сприйняття інструментальної перспективи в інтелектуальній діяльності вітчизняних підприємств. Відтак, саме у сфері інтелектуальної власності цілком передбачливою є майбутній розвиток інструментальної перспективи у частинах патентів, товарних знаків і ліцензій.

Встановлено існування позитивних можливостей щодо підвищення креативного потенціалу інноваційного інтелектуального капіталу на основі пришвидшення процесів імплементації систем управління якістю і безпечністю продукції для усіх досліджених суб'єктів. Виходячи із цілей, принципів, методів креації вартості підприємства, а також вартісних чинників, які чинять на неї вплив, можемо констатувати, що системи управління якістю як ключовий елемент інтелектуального капіталу підприємства інноваційного походження є керованим чинником впливу на його вартість. Модернізація процесів виготовлення молока та молочної продукції, реалізована за допомогою імплементації систем управління якістю, які виступають невід'ємним елементом інноваційного інтелектуального капіталу підприємства, що дозволяє розбудувати вартісні чинники конкурентних переваг досліджених нами молокопереробних господарських суб'єктів й посилити їх креаційний потенціал. Водночас, оцінку низки якісних характеристик молока та молочної продукції забезпечує сертифікація, яка базується на міжнародних стандартах, визнаних виробниками, споживачами та торговими мережами, зайнятими її комерціалізацією.

Дослідження ємності європейського ринку молочної продукції виявляє наявність «ринкових ніш» саме у частині екопродукції, що доводить перспективність нашої пропозиції щодо розширення частки цієї номенклатури продукції у виробничих програмах вивчених нами суб'єктів Тернопільської області. Принадібно відзначимо позитивний вплив даних процесів на брендинг вивчених суб'єктів, який, згідно наших міркувань, охоплює процеси поліпшення наявних брендів, враховуючи необхідність гармонізації стандартів ЄС щодо забезпечення якості та безпечності молочної продукції, а також дії, скеровані на поширення практики застосування еко-брендів, екологістики з метою формування конкурентоспроможних брендів майбутнього. Відтак, еко-бренд – інноваційний тип бренду, що відображає екологічний розвиток підприємства; екологістика – логістика екологічного спрямування у частині пакування, транспортування, утилізації, яка дозволяє забезпечувати безпечне зберігання, транспортування молочної продукції, а також утилізацію відходів, знижуючи негативний вплив на оточення; конкурентоспроможність бренду – притаманність бренду певних ознак, інноваційного, екологічного чи соціального спрямування, які здатні сформувати та утримувати його конкурентні переваги.

Пропоноване монографія відкриває горизонти для подальших наукових розвідок у сферах функціонування інтелектуального капіталу та креації вартості підприємств.

## ЛІТЕРАТУРА

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. *Андрюшкіна М. І.* Інтелектуальний капітал підприємства: питання обліку та оцінки / М. І. Андрюшкіна, Л. В. Семерунь / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=28180> (10.07.2013)
4. Антология мировой философии. Софисты. Протагор : в 4 томах. Том 1. Ч. 1 и 2. – М.: Мысль, 1969. – 935 с.
5. Арістотель. Нікомахова етика / Арістотель ; [переклад з давньогрецької В. Ставнюк]. – К.: Аквілон-Плюс, 2002. – 480 с.
6. Арістотел. Політика / Арістотель ; [переклад з давньогрецької Олександр Кислюк]. – К.: Основи, 2000. – 239 с.
7. *Аристотель* Сочинения / Аристотель ; [у 4 т.] / [АН СССР. Институт философии]. – М.: Мысль, 1978. – Т. 2. – М.: Мысль, 1978. – 682 с.
8. *Армстронг М.* Стратегическое управление человеческими ресурсами / Майкл Армстронг; [пер. с англ. Н. В. Гринберг]. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 327 с. – (Серия «Менеджмент для лидера»).
9. *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).
10. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Даниэль Белл; [пер. с англ., под ред. В. Л. Иноземцева]. – М.: Akademia, 1999. – 787 с.
11. *Бём-Баверк О.* Избранные труды о ценности, проценте и капитале / Ойген Бём-Баверк; [предисл. Й. А. Шумпетер; пер. с нем. Л. И. Форберга, А. Санина; пер. с англ. Н. В. Автономовой; пер. с лат. А. А. Россиуса]. – М.: Эксмо, 2009. – 912 с. – (Антология экономической мысли).
12. *Бендиков М. А.* Интеллектуальный капитал развивающейся фирмы: проблемы идентификации и измерения / Михаил Абрамович Бендиков, Кате-

- рина Викторовна Джамай // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. – № 1. – С. 31–38. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/management/2001-4/01.shtml1> (08.12.2012).
13. *Блауг М.* Економічна теорія в ретроспективі / Марк Блауг; [переклав з англ. Іван Дзюб]. – К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2001. – 670 с.
  14. *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).
  15. *Брюховецкая Н. Ю.* Кооперация крупного и малого бизнеса как способ оптимизации деятельности крупных предприятий / Наталья Ефимовна Брюховецкая, Каринэ Юрьевна Егиазарова // Економіка промисловості. – 2013. – № 3 (63). – С. 129–136.
  16. *Брюховецька Н. Ю.* Моделювання інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства як основа прийняття управлінських рішень / Наталія Юхимівна Брюховецька, Олена Вікторівна Хасанова // БІЗНЕС-ІНФОРМ, 2014. – № 1. – С. 307–313.
  17. *Брюховецька Н. Ю.* Інвестиційна привабливість публічного акціонерного товариства: теорія та практика: монографія / Наталія Юхимівна Брюховецька, Олена Вікторівна Хасанова ; НАН України; Інститут економіки промисловості. – К.: ІЕП НАН України, 2015. – 212 с.
  18. *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»).
  19. *Бутнік-Сіверський О. Б.* Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект // Інтелектуальний капітал. – 2002. – № 1. – С. 16–27.
  20. *Василевська Г. В.* Преференційне оподаткування: соціально-економічна доцільність та фіскальні наслідки : дис. на здобуття наукового ступеня канд..екон.наук: спец. 08.00.08 гроші, фінанси і кредит / Галина Василівна Василевська. – Тернопіль: ТНЕУ. – 251 с.
  21. *Василевська Г. В.* Преференційне оподаткування: соціально-економічна доцільність та фіскальні наслідки : автореферат дис. на здобуття наукового ступеня канд..екон.наук: спец. 08.00.08 гроші, фінанси і кредит / Галина Василівна Василевська. – Тернопіль: ТНЕУ. – 20 с.
  22. *Васильєв В. О.* Корпоративний сектор економіки як рушійна сила інвестиційних процесів / В.О. Васильєв [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=73199> (22.01.2015).
  23. *Веблен Т.* Теория праздного класса / Торстен Верлен; [пер. с англ., вступ. ст. С. Г. Сорокиной]. – М.: Прогресс, 1984. – 367 с.

24. *Вільямсом О.* Економічні інститути капіталізму: фірми, маркетинг, укладання контрактів / Олівер Вільямсом; [наук. ред., укр. перекл. С. Бушуєв]. – К.: АртЕк, 2001. – с. – (Розділ 3).
25. *Вовканич С. Й.* Людський та інтелектуальний капітали в економіці знань / Степан Йосипович Вовканич, Любов Казимирівна Семів // Вісник НАН України. – 2008. – № 3. – С.13–23.
26. *Врублевський В. К.* Інтелектуальний капітал і формування сучасної (модерної) української нації // Науковий вісник Академії муніципального управління. – 2005. – В. 1. – С. 48–55.
27. Внесено охоронних документів до державних реєстрів у 1992–2012 роках [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sips.gov.ua/ua/table7> (15.04.2015)
28. *Гапоненко А. Л.* Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / Александр Лукич Гапоненко, Тамара Михайловна Орлова. – М.: Эксмо, 2008. – 400 [1] с. – (Полный курс MBA).
29. *Глухов В. В.* Экономика знаний/ Владимир Викторович Глухов, Светлана Борисовна Коробко, Татьяна Владимировна Маринина. – СПб.: Питер, 2003. – 528 с. – (Серия «Учебное пособие»).
30. *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.
31. *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).
32. *Грішнова О. А.* Економіка праці та соціально-трудова відносини: [підручник] / Олена Антонівна Грішнова. – К.: Знання, 2006. – 559 с.
33. *Грішнова О. А.* Людський розвиток / Олена Антонівна Грішнова: [навч. посібник]. – К.: КНЕУ, 2006.– 308 с.
34. *Грішнова О. А.* Соціальний капітал: сутність, значення, взаємозв'язок з іншими формами капіталу / Олена Антонівна Грішнова. // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 3. – С. 19–24.
35. *Гэлбрейт Дж. К.* Новое индустриальное общество. Избранное / Джон Кеннет Гэлбрейт. – М.: Эксмо, 2008.– 1200 [1] с. – (Антология экономической мысли).
36. *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).
37. *Дахно І. І.* Право інтелектуальної власності: [навчальний посібник] / Іван Іванович Дахно – К.: Либідь, 2006. – 278 [2] с.
38. Державний департамент інтелектуальної власності. Об'єкти промислової власності. Плани та звіти. Поточна статистика. Архів. Надходження за-

- явок на ОПВ у 1992–2012 рр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/ua/plans\\_reports.html](http://sips.gov.ua/ua/plans_reports.html) (15.08.2015).
39. Державний департамент інтелектуальної власності. Об'єкти промислової власності. Плани та звіти. Поточна статистика. Архів. Внесене охоронних документів до державних реєстрів у 1992–2012 рр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/ua/plans\\_reports.html](http://sips.gov.ua/ua/plans_reports.html) (15.08.2015)
  40. Департамент інтелектуальної власності. Річний звіт 2006 // Офіційне видання державного департаменту інтелектуальної власності. – Київ, 2007. – 66 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sips.gov.ua/t/docman/binary/ ukr6.pdf> (15.08.2015)
  41. Державний департамент інтелектуальної власності. Річний звіт 2009 // Офіційне видання державного департаменту інтелектуальної власності. – Київ, 2010. – 71 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/i\\_upload/file/zvit\\_ua9.pdf](http://sips.gov.ua/i_upload/file/zvit_ua9.pdf) (15.09.2015).
  42. Дерінформ науки. Інформаційні матеріали. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/doccatalog/document?id=54892> (24.03.2016)
  43. Дефіцит держбюджету виріс у 2012 році у 2,3 раза [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dt.ua/ECONOMICS/deficit-derzhbyudzhetuviris-u-2012-roci-v-2-3-razi-do-53-mlrd-grn.html> (24.09.2013).
  44. ДСТУ 3662-97. Молоко коров'яче незбиране. Вимоги при закупівлі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://gost-snip.su/document/DSTU\\_3662\\_97\\_Moloko\\_koroviache\\_nezbyrane](http://gost-snip.su/document/DSTU_3662_97_Moloko_koroviache_nezbyrane) (10.04.2016).
  45. 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.
  46. 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.
  47. Закон України «Про ветеринарну медицину» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2498-12> (10.04.2016).
  48. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80/paran2#n2> (10.04.2016)
  49. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2658-14> (19.01.2015).
  50. *Игнатова М. Г.* Расчёт ключевых финансовых показателей эффективности бизнеса / М. Г. Игнатова, Е. А. Кузьмина, А. А. Сентюрлова // *Аудитор.* – 2010. – № 9. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.1-fin.ru/?id=484> (08.07.2013 р.).



51. *Иноземцев В. Л.* За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / Владислав Леонидович Иноземцев. – М.: «Academia»: Наука, 1998. – 640 с.
52. *Иван 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).
53. *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).
54. *Ілляшенко С. М.* Актуальні проблеми управління інтелектуальним капіталом підприємства / Степан Миколайович Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 2. – С. 92–102.
55. *Ілляшенко С. М.* Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства / Степан Миколайович Ілляшенко // Економіка України. – 2008. – № 11. – С. 16–26.
56. 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.
57. Капіталізація підприємств: теорія і практика ; [монографія под ред. д.е.н., проф. Івана Петровича Булеєва, д.е.н., проф. Наталії Ефимовни Брюховецької] ; НАН України, Ін-т економіки пром-сти; Дон УЭП. – Донецьк: Ін-т економіки пром-сти; Дон УЭП, 2011. – 328 с.
58. *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.
59. *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.
60. *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.
61. *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.
62. *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.
63. *Кендюхов О. В.* Ефективне управління інтелектуальним капіталом: [монографія] / Олександр Володимирович Кендюхов. – Донецьк: НАН України; Інститут економіки промисловості; ДонУЕП, 2008. – 363 с.
64. *Кендюхов О. В.* Інтелектуальний капітал підприємства: гносеологія економічної категорії / Олександр Володимирович Кендюхов // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2011. – № 2. – С. 12–16.
65. *Кендюхов О. В.* Брендінг: принципи управління та методологія оцінки / Олександр Володимирович Кендюхов, Діана Сергіївна Фейвіщенко ; Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Бароновського. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – 210 с.
66. *Кендюхов О. В.* Мотиваційний механізм творчої праці як ключова складова процесу підготовки управлінського персоналу / Олександр Володимирович Кендюхов // Економіка и менеджмент – 2013: перспективи інтеграції и инновационного развития – Том 1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://confcontact.com/2014\\_04\\_25\\_ekonomika\\_i\\_menedgment/tom1/23\\_Kendychov.htm](http://confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/tom1/23_Kendychov.htm) (13.06.2015)
67. *Кенэ Ф.* Физиокрагы. Избранные экономические произведения / Франсуа Кэнэ, Анн Робер Жак Тюрго, П'єр Самюель Дюпон де Немур; [предисл. П. Н. Ключин; пер. с франц., англ., нем.]. – М.: Эксмо, 2000. – 1200 [1] с. – (Антология экономической мысли).
68. *Кісь С. Я.* Інтелектуалізація діяльності підприємств: доцільність, умови, технології : наукова монографія ; за заг. ред. В. П. Петренка / Святослав Ярославович Кісь. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2015. – 269 с.
69. *Козырев А. Н.* Экономика интеллектуального капитала: Научные доклады № 7 (R) – 2006. – СПб.: НИИ менеджмента СПбГУ, 2006. – 30 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gsom.spbu.ru/files/upload/niim/publishing/papers/Kozyrev.pdf> (15.07.2013)
70. *Козоріз М. А.* Обґрунтування напрямів підвищення капіталізації інноваційно-активних підприємств України / Марія Андріївна Козоріз, Лілія Ярославівна Бенювська // Регіональна економіка. – 2009. – № 1. – С. 106–113.
71. *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.
72. *Корнеева О. В.* Використання характеристик інтелектуального капіталу і інтелектуального потенціалу в управлінні підприємством / О. В. Корнеева // Наукові праці ДонНТУ. – Випуск 31-3. – (Серія економічна) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.donntu.edu.ua/> «Библиотека» / «Информационные ресурсы».
73. *Костирко Р. О.* Комплексна оцінка вартості підприємства: [монографія] ; / Р. О. Костирко, Н. В. Тертична, О. В. Шевчук ; за заг. ред. докт.

- екон. наук, академіка НАН України М. Г. Чумаченка. – 2-ге вид. перероб. і доп. – Харків: Фактор, 2008. – 278 с.
74. *Котиш О. М.* Удосконалення методики оцінки інвестиційної вартості підприємства / Олена Миколаївна Котиш // Економіка розвитку. – 2013. – № 2 (66). – С. 114–118.
75. Коэффициент рентабельности инвестированного капитала (ROIC) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.cfin.ru/encycl/return\\_on\\_invest\\_capital.shtml](http://www.cfin.ru/encycl/return_on_invest_capital.shtml) (08.07.2013 р.).
76. *Крайнев П. П.* Интеллектуальна економіка: управління промисловою власністю / Петро Павлович Крайнев / Академія правових наук України; НДІ інтелектуальної власності. – К.: Вид. дім «ІнЮрре», 2004. – 448 с.
77. *Крисоватий А. І.* Новітня парадигма преференційного оподаткування / Андрій Ігорович Крисоватий, Галина Василівна Василевська ; [монографія]. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 260 с.
78. *Критский М. М.* Человеческий капитал / Михаил Михайлович Критский. – Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1991. – 120 с.
79. Ксенофонт. Домострой / Ксенофонт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Article/ksen\\_dom.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Article/ksen_dom.php) (08.04.2015 р.).
80. *Лапко О. М.* Інноваційна діяльність в системі державного регулювання: [монографія] / Олена Миколаївна Лапко. – К.: ІЕП НАНУ, 1999. – 254 с.
81. *Лев Б.* Нематериальные активы: управление, измерение, отчетность / Барух Лев; [пер. Леонид Лопатников, Валерий Рутгайзер]. – М.: Квинта-Консалтинг, 2004. – 240 с.
82. *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.
83. *Макаренко І.* Інновація: порятунок чи «кризова пастка» / І. Макаренко // Вісник НАН України. – 1997. – №7–8. – С. 28–42.
84. *Маркс К.* Сочинения / Карл Маркс, Фридрих Энгельс. – М.: Госполитиздат, 1961. – Т. 25. – Ч.2. – М.: Госполитиздат, 1961. – 551 с.
85. *Марцинкевич В. И.* США: человеческий фактор и эффективность экономики. – М.: Наука, 1991. – 240 с.
86. *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).
87. *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).
88. *Махлун Ф.* Производство и распространение знаний в США / Фриц Махлун; [пер. с англ. Ипполит Дюмулен, У. Козлов, М. Штернгарц]. – М.: Прогресс, 1966. – 464 с.

89. *Мендрул О. Г.* Управління вартістю підприємств: монографія / Олександр Гаррійович Мендрул. – К.: КНЕУ, 2002. – 272 с.
90. 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.
91. *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).
92. Міжнародний стандарт фінансової звітності 13. Оцінка справедливої вартості [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929\\_068\(20.01.2015\)](http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929_068(20.01.2015))
93. *Мікловда В. П.* Ефективність стратегічного управління підприємствами: сучасні проблеми та перспективи їх вирішення / Василь Петрович Мікловда, Ігор Геннадійович Брітченко, Юрій Олександрович Дідович, Наталія Юріївна Кубіній. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 218 с.
94. *Мікловда В. П.* Рейтинг конурентоспроможності країни за критерієм продуктивності праці / В. П. Мікловда. Наталія Юріївна Кубіній. // Демографія та соціальна економіка. – 2015 . – № 3 (25). – С. 199–208.
95. *Момот Т.* Оцінка вартості бізнесу: сучасні технології: монографія ; / Тетяна Валеріївна Момот. – Харків: Фактор, 2007. – 224 с.
96. Надходження заявок на об'єкти промислової власності у 1992–2012 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/ua/statistic\\_nadход.html](http://sips.gov.ua/ua/statistic_nadход.html) (10.04.2016)
97. Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 01.10. 2012 р. № 590 «Про затвердження Вимог щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпечністю харчових продуктів (НАССР) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1704-12/page> (10.04.2016)
98. Наукова та науково-технічна діяльність у 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publnauka\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm) (10.04.2016)
99. Наукоємкий сектор економіки Росії: состояние и особенности развития / Кирилл Андреевич Багриновский, Михаил Абрамович Бендиков, Игорь Эдуардович Фролов и др. – М.: ЦЭМИ РАН, 2001. – 120 с.
100. *Науменкова С. В.* Развитие корпоративного сектора в контексте структурных змін / С. В. Науменкова [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2984/1/24.pdf> (22.01.2015).
101. Новая индустриальная волна на Западе / сборник под ред. В. Л. Инноземцева. – М.: Academia, – 1999. – 640с. [Эдвинсон Л. Интеллектуальный ка-

- питал. Определение истинной стоимости компании / Лейф Эдвинсон, Михаель Мэлоун]. – М.: Academia, 1999. – 450 с. – (Антология).
102. 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).
103. 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.
104. *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.
105. *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.
106. *Норт Д.* Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Даглас Норт; [пер. з англ. Іван Дзюб]. – К.: Основи, 2000. – 198 с.
107. *Ожегов С. И.* Словарь русского языка: 70000 слов / [под ред. Н. Ю. Шведовой]. – 22-е изд., испр. – М.: Русский язык, 1990. – 921 с.
108. 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).
109. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности: / Анатолий Николаевич Козырев, Валерий Макаров. – М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. – 352 с.
110. *Пасічний М. Д.* Дефіцит Державного бюджету в умовах трансформаційної економіки України. // Наукові праці НДФІ. – 2009. – 1 (46). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/prndfi/2009\\_1/Statti/Pasichny.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/prndfi/2009_1/Statti/Pasichny.pdf) (24.09.2013).
111. *Петренко В. П.* Управління процесами інтелектокористування в соціально-економічних системах: [монографія] / Віктор Павлович Петренко. – Івано-Франківськ: Нова Зоря, 2006. – 352 с.
112. Післязавтра – багата країна. Рецепт успіху // 24 канал, 14.08. 2015 р., 01<sup>21</sup> [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://24tv.ua/ukrayina/pislyazavtra\\_bagata\\_krayina\\_retsept\\_uspihu/n602226](http://24tv.ua/ukrayina/pislyazavtra_bagata_krayina_retsept_uspihu/n602226) (15.08.2015).
113. *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](http://bookz.ru/authors/platon/apologia_082.html) (05.09.2013)

114. *Платон* Діалоги / Платон: [пер. с древнегреческого сост., ред. и вступ. статьи А. Ф. Лосев]. – М.: Мысль, 1986. – 607 с. – (Философское наследие).
115. Податковий Кодекс України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (12.07. 2011).
116. *Попович М. В.* Бути людиною / Мирослав Володимирович Попович. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 223 с.
117. Порівняльний розподіл доходів громадян між Україною, Російською 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).
118. *Поручник А. М* Венчурний капітал: зарубіжний досвід та проблеми становлення в Україні: [монографія] / А. М. Поручник, Л. Л. Антонюк – К.: КНЕУ, 2000. – 172 с.
119. Постанова Кабінету Міністрів України Про затвердження Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» від 10 вересня 2003 року № 1440 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-%D0%BF> (19.01.2015).
120. Промислова власність у цифрах [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.uipv.org/i\\_upload/file/promvlasnist-2014.pdf](http://www.uipv.org/i_upload/file/promvlasnist-2014.pdf) (15.09.2015).
121. Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2013 рік» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/i\\_upload/file/promvlas-2013.pdf](http://sips.gov.ua/i_upload/file/promvlas-2013.pdf) (21.04.2016).
122. Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2015 рік» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://uipv.org/i\\_upload/file/promvlasnist2015.pdf](http://uipv.org/i_upload/file/promvlasnist2015.pdf) (21.04.2016).
123. *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).
124. *Романів Є.* Загальна кількість безробітних українців – 8,3 мільйон осіб / Євгенія Романів. // Експрес Медіа. – 03.05.2011 р. : (17<sup>30</sup>) [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.exspres.ua/main/201105/03/45402> (12.07.2013).
125. *Руденко М.* Енергія прогресу / Микола Данилович Руденко. – К.: Молодь, 1998. – 527 с.
126. Ситуація з читанням в Україні наближається до катастрофи // Украинская баннерная сеть. – 2012. – 06 січня. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vsiknygy.net.ua/news/16113/> (21 лютого 2013 р.).

127. *Сковорода Г. С.* Дві курки / Григорій Савич Сковорода [пер. В. Шевчука] [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.skovoroda.info/stories.php?page=10](http://www.skovoroda.info/stories.php?page=10) (15.06.2013).
128. *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).
129. *Собко О.* Інтелектуальний капітал підприємства: концептуалізація – функціонування – розвиток : монографія / Ольга Собко. – Тернопіль: Крок, 2014. – 360 с.
130. Перспективи входження вітчизняної молочної індустрії на ринок ЄС шляхом посилення конкурентоспроможності бренду / Ольга Собко, Ірина Бойчик. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – Ужгород: ДВНЗ Ужгородський національний університет, 2016. – Випуск 6. Частина 3. – С. 42–49.
131. *Сопко В. В.* Бухгалтерський облік капіталу підприємства (власності, пасивів): [навч. посібник] / Валерія Василівна Сопко. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 312 с.
132. 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.
133. 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.
134. Стан розвитку науки і техніки, результати наукової, науково-технічної, інноваційної діяльності, трансферу технологій за 2014 р. Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.mon.gov.ua/img/zstored/files/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BD%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83%20%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%B8%20%D1%96%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D1%80%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C.pdf> (24.03.2016).
135. Статистичний щорічник України за 2010 р. / за ред. Олександра Григоровича Осауленка. – К.: ТОВ «Август Трейд», 2011. – 560 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ecopravo.org.ua/stat/yearbook\\_2010\\_ua.pdf](http://ecopravo.org.ua/stat/yearbook_2010_ua.pdf) (11.10.2015).
136. Статистичний щорічник України за 2012 р. / за ред. Олександра Григоровича Осауленка. – К.: Державний служба статистики України, 2013. – 552 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.oneu.edu.ua/files/StatSchorichnyk%20Ukrainy%202012.pdf> (11.10.2015).

137. Статистичний щорічник України за 2014 р. / за ред. Ірини Миколаївни Жук ; – К.: Державний служба статистики України, 2015. – 586 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ1\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm) (11.10.2015).
138. *Стежко Н.* Роль соціального капіталу у забезпеченні економічного розвитку / Н. Стежко // Схід. – 2010. – № 1 (101). – 47–51.
139. Стоимость капитала WACC: примеры и формула расчёта. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://afdanalyse.ru/publ/finansovj\\_analiz/1/wacc/15-1-0-72](http://afdanalyse.ru/publ/finansovj_analiz/1/wacc/15-1-0-72) (08.07.2013 р.).
140. *Стюарт Т.* Богатство от ума / Томас Стюарт; [пер. с англ. В. А. Ноздриной]. – Минск : Парадокс, 1998. – 345 с. – (Деловой бестселлер).
141. *Стюарт Т.* Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Томас А. Стюарт; [пер. с англ. В. А. Ноздриной]. – М.: Поколение, 2007. – 366 с.
142. Сучасний тлумачний словник української мови / [за ред. доктора філологічних наук, професора В. В. Дубічинського]. – 2-ге вид. – Х.: ВД «ШКОЛА», 2006. – 1008 с.
143. США планують розширити мережу швидкісного Інтернету [Електронний ресурс] // Голос Америки. – 2010. – Режим доступу: <http://www.voanews.com//com/ukrainian/2010-03-16-voa9.cfm?renderforprint=1/> (12.07. 2013).
144. *Тейлор Ф.* Принципы научного менеджмента ; [пер. с англ. А. И. Зак] / Фредерик Уинслоу Тейлор. – К.: Журнал «Контроинг», 1991. – 104 с. – (Серия «Классики менеджмента»).
145. Теоретико-методологічні основи регулювання економічних процесів: від кризи до сталого розвитку / за заг. ред. Олександра Володимировича Кендюхова. – К.: Вид-во «Центр навчальної літератури», 2015. – 217 с.
146. *Терещенко О. О.* Фінансова санація і банкрутство підприємств: навчальний посібник / Олег Олександрович Терещенко. – К.: КНЕУ, 2004. – 412 с.
147. *Терещенко О. О.* Управління вартістю підприємства в системі контролінгу / Олег Олександрович Терещенко, Світлана Вікторівна Приймак // Ринок цінних паперів. – 2007. – № 3. – С. 53–60.
148. *Терещенко О. О.* Управління вартістю підприємства в системі фінансового менеджменту / Олег Олександрович Терещенко, Микола Васильович Стецько // Фінанси України. – 2009. – № 3. – С. 91–99.
149. *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.
150. Україна у вимірі економіки знань / [за ред. акад. НАН України В. М. Геєць; Інститут економіки та прогнозування НАН України]. – К.: «Основа», 2006. – 588 с.
151. Українці втратили цікавість до читання книжок. Освітній портал «Педпреса». – 2012. – 30 березня. [Електронний ресурс] – Режим доступу:



- <http://pedpresa.com/blog/ukrajintsi-vtratyly-tsikavist-do-chytannya-knyzhok.html> (21 лютого 2013 р).
152. Уманців Г. Проблеми ідентифікації, оцінки та обліку інтелектуального капіталу підприємства / Г. Уманців // Інтелектуальна власність. – 2007. – № 3. – С. 29–33.
  153. Управління інтелектуальною власністю як складова бюджетування на рівні держави, регіонів і суб'єктів господарювання монографія ; [за ред. д-ра екон. наук, проф. Алли Василівни Череп] ; Держ. вищ. навч. заклад «Запорізький нац. ун-т». – Запоріжжя: ЗНУ, 2012. – 276 с.
  154. 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.»
  155. УСЕ: Універсальний словник-енциклопедія / [голова ред. ради Мирослав Володимирович Попович]. – К.: Ірина, 1999. – 1551 с.
  156. *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).
  157. Фінансова криза 2007-2008 рр. займає четверте місце серед глобальних криз // РБК Україна, 14.12.2010, 08<sup>15</sup> [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/finance/show/finansovyy-krizis-2007-2008-gg-zanimaet-chetvertoe-mesto-sredi-14122010081500> (08.07.2013 р.).
  158. *Фукуяма Ф.* Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Франсис Фукуяма; [пер. с англ. Д. Павлова и др.]. – М.: АСТ; Ермак, 2006. – 730 с.
  159. *Фурье Ш.* Избранные сочинения / Шарль Фур'е; / [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.
  160. *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»).
  161. *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 : <http://methodist.lbz.ru/lections/2/files/pintel.pdf> (23.08.2013).
  162. *Череп А. В.* Методичні підходи до оцінки інтелектуальної власності промислових підприємств: монографія / Алла Василівна Череп, Вікторія Віталіївна Ярмош ; Держ. ВНЗ «Запорізький нац. ун-т». – Запоріжжя: ЗНУ, 2013. – 255 с.

163. *Череп А. В.* Інтеграція освіти, науки та бізнесу: монографія [за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Алли Василівни Череп] ; Держ. вищ. навч. заклад «Запорізький нац. ун-т». – Запоріжжя: ЗНУ, 2013. – 263 с.
164. *Череп А. В.* Креативні підходи до управління доходами підприємств харчової промисловості: монографія / Алла Василівна Череп, Надія Миколаївна Шмиголь; Держ. вищ. навч. заклад «Запорізький нац. ун-т». – Запоріжжя: «Дике поле», 2013. – 306 с.
165. *Черненко С. М.* Корпоративний сектор: сучасний стан та проблеми становлення / С. М. Черненко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=683> (22.01.2015)
166. *Чухно А. А.* Інтелектуальний капітал: сутність, форми і закономірності розвитку / А. А. Чухно. // Економіка України. – 2002. – № 11. – С. 48–55.
167. *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.
168. *Шкроміда В. В.* Ділова репутація підприємства: проблеми оцінки та необхідність обліку / В. В. Шкроміда [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA/2012-2/%D0%A8%D0%BA%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B0.pdf> (21.01.2015).
169. *Шпак Н. О.* Економічна стабільність суб'єктів господарювання в умовах хаотичного розвитку національної економіки / Нестор Омелянович Шпак, Ольга Володимирівна Пирог, Марія Ігорівна Романишин ; [монографія]. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. – 285 с.
170. *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.
171. Эффективный экономический рост: теория и практика; [учеб. пос.] / Т.В. Чечелова, Г.Ю. Ивлева, В.А. Козлова и др. – М.: Экзамен, 2003. – 320 с.
172. A Brief History of The ICM Movement [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/icmmovement.htm> (20.07.2012).
173. *Aaker D. A.* Strategic Market Management / David A. Aaker. – New-York: John Wiley&Sons, Inc., 1992. – 394 [6] P. – (3 Edition).
174. *Adamiec M.* Zarządzanie zasobami ludzkimi: aktor–kreator–inspirator / Marek Adamiec, Barbara Kożusznik. – Kraków: Wydawnictwo „Acade”, 2000. – 294 s. – (Seria: Akademia Biznesu).
175. *Alajoutsijärvi K.* Competence-Based Business Process within Industrial Networks. A Theoretical and Empirical Analysis / Kimmo Alajoutsijärvi,

- Henrikki Tikkanen. // Advance in Business Marketing and Purchasing. – 2000. – Vol. 9. – P. 1–49.
176. *Alireza M. S.* A study of relations between intellectual capital components, market value and finance performance / Mosavi Seyed Alireza, Nekoueizadeh, Ghaedi Mahnoosh. // Journal of Business Management. – 2012. – Vol. 6(4). – 1 February. – P. 1396–1403.
177. *Ansoff I.* Corporate Strategy / Igor H. Ansoff. – New-York: McGraw Hill, 1965. – 241 p.
178. *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.
179. *Aras G.* The Interaction Between Corporate Social Responsibility and Value Added Intellectual Capital: Empirical Evidence from Turkey / Güler Aras, Asli Aybars, Ozlem Kutlu // Social Responsibility Journal. – 2011. – Vol. 7(4). – P. 622–637.
180. *Armstrong M.* Zarządzanie zasobami ludzkimi / Michael Armstrong ; [przełoż. z ang. Alicja Unterszuetz et al.]. – Wydanie 2. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych, 2011. – 782 s. – (Seria: Zarządzanie zasobami ludzkimi).
181. *Armstrong M.* Personnel Management Practice / Michael Armstrong. – [6<sup>th</sup> edition]. – London: Kogan Page, 1996. – 959 p. – (A Handbook of).
182. *Armstrong M.* Zarządzanie zasobami ludzkimi / Michael Armstrong. – Kraków: Dom Wydawniczy ABC, 2000. – 784 s.
183. *Armstrong M.* Zarządzanie zasobami ludzkimi. Strategia i działanie / Michael Armstrong; [przełożyła Magdalena Loska]. – Kraków: Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, 1996. – 280 s.
184. *Asadi L.* Investigating the Effect of Intellectual Capital on the Value Creation of Companies Listed in Tehran Stock Exchange / Leila Asadi // Science Road Publishing Corporation, Trends in Social Science. – 2012. – № 2(1). – P. 2–12.
185. *Barkauscas V.* Goodwill as Element of Intellectual Capital / Vytautas Barkauscas, Edmundas Jasinskas, Kristina Barkauskiene // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2013. – Випуск 1. – Том 1. – С. 210–214.
186. *Baruk J.* Zarządzanie wiedzą i innowacjami / Jerzy Baruk. – Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2006. – 408 [1] s.
187. *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).
188. *Becker G. S.* Investment in Human Capital: a Theoretical Analysis / Garry S. Becker // Journal of Political Economy. – 1962. – P. 9–49.
189. *Berle A. A.* The Modern Corporation & Private Property / Adolf August Berle and Gardiner Coit Mean; [with new instruction by Murrau Weidenbaum &

- Mark Jensen]. – New Brunswick and London: Transaction Publisher, 1991. – 426 p. – (Reprint edition, January 1/1991).
190. 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)
191. 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).
192. *Bielg A.* Rola własności intelektualnej w gospodarce: teoria i praktyka / Andreas Bielg ; [tłumaczenie z niem. Anna Pobratyn-Słomińska, Kszysztof Szymański]. – Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, 2014. – 364 [1] s. – (Wydanie 1).
193. *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.
194. *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).
195. *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.
196. *Bocheński J. M.* Współczesne metody myślenia / Józef Maria Bocheński; [przeł. z niem. i oprac. Stanisław Judycki]. – Poznań: Wydawnictwo «W drodze», 1992. – 158 [2] s.
197. *Bombiak E.* Wycena kapitału intelektualnego Wawel SA – studium przypadku / Edyta Bombiak // *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach*. – 2012. – № 95. – S. 229–244. – (Seria: Administracja i Zarządzanie).
198. *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://pkpplewiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/\\_files/2011\\_04/Rynek\\_pracy\\_-\\_MB\\_-\\_AKtywizacja\\_Zawodowa.pdf](http://pkpplewiatan.pl/opinie/aktualnosci/2011/1/_files/2011_04/Rynek_pracy_-_MB_-_AKtywizacja_Zawodowa.pdf) (01.06.2013)
199. *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.
200. *Bontis N.* Intellectual Capital: an Exploratory Study that Develops Measures and Models / Nick Bontis // *Management Decision*. – 1998. – Vol. 36. – № 2. – P. 63–76.
201. *Branco M.* Corporate Social Responsibility and Resource Based Perspectives / Manuel Branco, Lúcia Rodrigues. // *Journal of Business Ethics*. – 2006. – Vol. 69(2). – P.111–132.

202. *Bratnicki M.* Dylematy i pułapki współczesnego zarządzania / Mariusz Bratnicki; Polska Akademia Nauk Oddział w Katowicach. – Katowice: Wydawnictwo Gnome, 2001. – 214 s.
203. *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).
204. *Bratnicki M.* Transformacja przedsiębiorstwa / Mariusz Bratnicki. – Katowice: Wydaw. Uczelniane Akademii Ekonomicznej w Katowicach im. Karola Adameckiego, 1998. – 254 s.
205. *Brennan N.* Intellectual Capital: Current Issues and Policy Implications / Niamh Brennan, Brenda Connell // *Journal of Intellectual Capital.* – 2000. – Vol. 1. – № 3. – P. 206–240.
206. *Brilman J.* Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania / Jean Brilman; [tł. z fr. Krystyna Bolesta-Kukułka]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2002. – 478 [2] s.
207. *Brooking A.* Corporate Memory: Strategies for Knowledge Management / Annie Brooking. – London; New-York: International Thomson Business Press. – 1999. – 182 p. – (Thomson Learning).
208. *Brooking A.* Intellectual Capital. Core Asset for the Third Millennium Enterprise / Annie Brooking. – London: International Thomson Business Press, 1997. – 204 [7] p.
209. *Brooking A.* The Management of Intellectual Capital / Annie Brooking // *Long Range Planning.* – 1997. – Vol. 30. № 3. – P. 64–365
210. Budowa wartości przedsiębiorstwa poprzez internacjonalizację: wybrane aspekty. Publikacja Europejskiego kongresu Finansowego ; [praca zbiorowa pod redakcją Herberta Wirtha]. – Gdańsk; Instytut badań na Gospodarka rynkowa, 2016. – 92 [2] s.
211. *Bukowitz W. R.* The Knowledge Management Fieldbook / Wendi R. Bukowitz, Ruth L. Williams. – London: Financial Time, Prentice Hall. – 2000. – 384 p.
212. Business Finance, Stock Market, Quotes, News / [Електронний ресурс]: Balance Sheet – Режим доступу: <http://finanse.yahoo.com> (01.06.2013).
213. *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.
214. *Castillo-Polo F.* Social information within intellectual capital report / Franciska Castillo-Polo, Dolores Gallardo-Vázquez. // *Journal of International Management.* – 2008. – Vol. 14(4). – P.353–363.
215. *Chaffey D.* Business Information Management / Dave Chaffey, Gareth White. – [2<sup>nd</sup> 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](http://catalogue.pearsoned.co.uk/assets/hip/gb/hip_gb_pearsonhighered/samplechapter/Chaffeych1.pdf) (15.08.2012).

216. *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.
217. *Chen M. Ch.* An Empirical Investigation of the Relationship Between Intellectual Capital and Firms Market Value and Financial Performance / Ming Chin Chen, Shu Ju Cheng. // *Journal of Intellectual Capital*, 2005. – № 6 (2). – P. 159–176. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1108/14691930510592771> (15.08.2012).
218. *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> (15.08.2012).
219. *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](http://www.e-finanse.com/artykuly_eng/105.pdf) (04.08.2011)
220. Clarence Edwin Ayres – The University of Texas at Austin [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.utexas.edu/faculty/council/2000-2001/memorials/SCANNED/ayres.pdf> (19.01.2015).
221. *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.
222. 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.)
223. *Copeland T.* Wycena: mierzenie i kształtowanie wartości firm / Tom Copeland, Tim Koller, Jack Murrin; przeł., z ang. Alek Kalinauskas, Tomas Wiazowski. – Warszawa: WIG-Press, 1997. – 516 s. – (XVI).
224. *Copeland T.* Wycena: mierzenie i kształtowanie wartości firm; / Tom Copeland, Tim Koller, Jack Murrin; [przeł. z ang. Alek Kaunauskas, Tomasz Wiazowski]. – Warszawa: WIG PRESS, 1997. – 516 p. – (XVI).
225. *Creative Actions in Organizations: Ivory Tower Visions and Real World Voices* / [red. Cameron M. Ford, Denny Gioia]. – London: Sage Publications, 1995. – 424 p.
226. *Czekaj J.* Metodyczne aspekty analizy kapitału intelektualnego organizacji / Jan Czekaj, Marek Jabłoński // *Przegląd Organizacji.* – 2004. – № 10. – S. 11–14.
227. *Czynniki ludzkie w procesie zarządzania innowacjami* / [pod red. Alicji Sosnowskiej, aut. Joanna Górka et. al.]. – Warszawa: SGH, 2003. – 189 s.
228. *Cyfryzacja Gospodarki i Społeczeństwa. Szanse i wyzwania dla sektorów infrastrukturalnyc.* Publikacja Europejskiego Kongresu Finansowego ; [pod red. naukową Jerzego Gajewskiego, Wojciecha Paprockiego i Jany Pieriegut]. – Gdańsk, 2016. – 208 s.

229. *Daryae A.* Intellectual Capital, Corporate Value and Corporate Governance (Evidence From Tehran Stock Exchange) / Abbasali Daryae, Abdollah Pakdel, Kamal Easapour, & Malek Mohamadi Khalafu. // Australian Journal of Basic and Applied Sciences. – 2011. – № 5(12). – P. 821–826.
230. *Davenport T.* Human Capital: What It Is and Why People Invest It / Tomas Davenport. – San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1999. – 251 [1] P.
231. *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](http://wang.ist.psu.edu/course/05/IST597/papers/Davenport_know.pdf) (15.02.2012).
232. *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.
233. DG Agri Dashboard: Dairy Products. European Milk Market Observatory. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/agriculture/milk-market-observatory/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/milk-market-observatory/index_en.htm) (05.04.2016).
234. *Dobija D.* Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa / Dorota Dobija – Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, 2004. – 246 [1] s.
235. *Domański S. R.* Kapitał ludzki i wzrost gospodarczy / Stanisław Ryszard Domański. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1993. – 272 [3] s.
236. *Doyle P.* Marketing wartości / Peter Doyle ; [red. nauk. wyd. pol. Jezy Altkorn; tł. z ang. Adam Janiszewski, Andrzej Świąch]. – Warszawa: Felberg SJA, 2003. – 420 [3] s. – (XVII).
237. *Doyle P.* Value-based Marketing: Marketing Strategies for Corporate Grown and Shareholder Value / Peter Doyle. – Hardcover: John Wiley&Sons, 2008. – 382 p. – (Second Edition).
238. *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).
239. *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).
240. *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.
241. *Druker P. F.* Społeczeństwo pokapitalistyczne / Peter Feng Druker; [przekład Grażyna Kranas]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1999. – 180 s. – (Seria Przedsiębiorczość).
242. *Dudycz T.* Finansowe narzędzia zarządzanie wartością przedsiębiorstwa / Tadeusz Dudycz; [monografie]. – Wydanie 2. – Wrocław: Wydawnictwo AE,

2002. – 317 s. – (Seria: Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu).
243. *Dudycz T.* Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa / Tadeusz Dudycz. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2005. – 273 s.
244. *Duening N. T.* Technology Entrepreneurship: Creating, Capturing, and Protecting Value / Thomas N. Duening, Robert A. Lisrich, Michael A. Lechter. – Amsterdam: Published by Elsevier Inc., 2010. – 562 p.
245. Dyrektywy Europejskie [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://isap.sejm.gov.pl/RelatedServlet;jsessionid=1F445A6BC57BD8C625FDAD6A5CA0A374?id=WDU20050960819&type=15&isNew=true> (10.04.2016).
246. *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\\_technika\\_PLK\\_HTML.htm](http://www.stat.gov.pl/gus/nauka_technika_PLK_HTML.htm).
247. *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](http://ciberconta.unizar.es/ftp/pub/docs/IntellCapital_IFAC.pdf) (лютий 2006).
248. Economic Ideas of Nassau willam Senior [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economicdiscussion.net/economists/economic-ideas-of-nassau-william-senior/21004>
249. *Edvinsson L.* Developing a Model for Managing Intellectual Capital / Leif Edvinsson, Patrick Sullivan // European Management Journal. – 1996. – Vol.14. – № 4. – P. 356 – 364.
250. *Edvinsson L.* Developing Intellectual Capital at Skandia / Leif Edvinsson // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. – № 3. – P. 320–373.
251. *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.
252. *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).
253. *Edvinsson L.* Some perspectives on intangibles and intellectual capital 2000 / Leif Edvinsson // Journal of Intellectual Capital. – 2000.– Vol. 1. – № 1. – P. 12–16.
254. *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.
255. *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).



256. European Commission. Agriculture and Rural Development. Milk and milks product. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/agriculture/milk/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/milk/index_en.htm) (13.03.2016)
257. European Financial Congress. Sopot 13–15.06.2016 r. – Gdańsk: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, 2016. – 123 [1] P.
258. *Fazlagić A.* Studium porównawcze wybranych metod pomiaru kapitału intelektualnego / Amir Fazlagić // *Organizacja i Kierowanie*. – 2004. – № 4. – S. 68–89.
259. *Feiwei G. R.* Intellectual Capital of Michael Kalecki: a Study In Economic Theory and Polisy / George R. Feiwei. – Knoxville: The University of Tennessee Press, 1997. – 583 P.
260. *Filipowicz G.* Zarządzanie kompetencjami zawodowymi / Grzegorz Filipowicz. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2004. – 219 s.
261. *Filipowicz G.* Zarządzanie kompetencjami: perspektywa firmowa i osobista / Grzegorz Filipowicz. – Warszawa: Wolters Kluwer, 2014. – 402 s.
262. *Fisher I.* The Nature of Capital and Income / Irving Fisher. – New York: Augustus M. Kelly Publisher, 1906. – (Reprinted, 1965 / Reprints of Economics Classics).
263. *Fitz-Enz J.* Rentowność inwestycji w kapitał ludzki / Jac Fitz-Enz; [przełożył Grzegorz Łuczkiwicz]. – Kraków: Dom Wydawniczy ABC, 2001. – 287 s. – (Oficyna Ekonomiczna).
264. *Florczak W.* Mikro- i makroekonomiczne korzyści związane z kapitałem ludzkim / W. Florczak // *Ekonomista*. – 2007. – № 5. S. 651 – 673.
265. *Freeman R. E.* Stakeholder Theory of the Modern Corporation / R. Edward Freeman. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://academic.udayton.edu/lawrenceulrich/Stakeholder%20Theory.pdf> (19.01.2015)
266. *Freeman R. E.* Strategic Management. A Stakeholders Approach / R. Edward Freeman. – Boston: Pitman, 1984. – 276 p. – (Pitman Series in Business and Public Policy).
267. *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.
268. *Gableta M.* Człowiek i praca w zmieniającym się przedsiębiorstwie / Małgorzata Gableta. – Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, 2003. – 229 s.
269. *Galbraith J. K.* Ekonomia w perspektywie: krytyka historyczna / John Kennet Galbraith ; [przeł. Wiesława i Stanisław Rączkowsky]. – Warszawa: Polskie Towarzystwo ekonomiczne, 2011. – 279 s. – (Wydanie 2).
270. *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).

271. *Griliches Z.* Patent Statistics as Economic Indicators // Journal of Economic Literature: A Survey / Zvi Griliches. // R&D and Productivity: the Econometric Evidence. University of Chicago Press. – 1998 (January). – P. 287–343 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nber.org/chapters/c8351.pdf> (14.04.2016).
272. Global Powers of Consumer Products 2014. The connected consumer evolves [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.portalspozywczy.pl/handel/wiadomosci/ranking-250-najwiekszych-firm-z-sektora-dobro-konsumpcyjnych-na-swiecie,100091\\_1.html](http://www.portalspozywczy.pl/handel/wiadomosci/ranking-250-najwiekszych-firm-z-sektora-dobro-konsumpcyjnych-na-swiecie,100091_1.html) (11.03.2016).
273. *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).
274. *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](http://smgapps.bu.edu/smgnet/Personal/Faculty/Publication/pubUploads/Gu,_Feng_05.pdf?wid=1482&did=182&Filename=Gu,_Feng_05.pdf).
275. *Hall R.* A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage / Richard Hall // Strategic Management Journal, 1993. – Vol. 14. – P. 608–618.
276. *Hall R.* The Strategies Analysis of Intangible Resources / Richard Hall // Strategic Management Journal. – 1992. – Vol. 13. – № 2. – P. 135–144.
277. *Hamel G.* The Core Competence of the Corporation / Gary Hamel, Coimbatore Krishnarao Prahalad // Harvard Business Review, 1990. – Vol. 68. – Issue 3. – P 79–91. – Reprint 90311. – On point 6528 Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.profrandes.com.br/wp-content/uploads/2013/03/Core-Competence-of-the-Corporation.pdf> (25.12.2015).
278. *Hellander N.* A Value-Creating Network Analysis from Software Business / Nina Hellander, Marianne Kukko. // International Journal of Management and Marketing. – 2009. – Vol. 2. – № 1. – P. 73–88.
279. *Hamel Gary.* Competing for the Future / Gary Hamel, C. K. Prahalad. – Boston: Harvard Business Scholl Press, 1996. – 358 [1] P. – (Worldwide Bestseller).
280. Hilco Streambank wystawia na sprzedaż portfel własności intelektualnej i usługi techniczne dla kabrioletów ze sztywnym dachem firmy Heuliez [Електронний ресурс] – Режим доступу: [file:///C:/Users/Admin/Desktop/kreacja/4-1/%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B3%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BB\\_%D0%B4%D0%BE\\_%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D1%84%D0%B5%D0%BB%D1%8C/Hilco%20Streambank%20wystawia%20na%20sprzeda%C5%BC%20portfel%20w%C5%82asno%C5%9Bci%20intelektualnej%20i%20us%C5%82ugi%20techniczne%20dla%20kabriolet%C3%B3w%20z](file:///C:/Users/Admin/Desktop/kreacja/4-1/%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B3%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BB_%D0%B4%D0%BE_%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D1%84%D0%B5%D0%BB%D1%8C/Hilco%20Streambank%20wystawia%20na%20sprzeda%C5%BC%20portfel%20w%C5%82asno%C5%9Bci%20intelektualnej%20i%20us%C5%82ugi%20techniczne%20dla%20kabriolet%C3%B3w%20z)

- e%20szywnym%20dachem%20firmy%20Heuliez%20\_%20Business%20Wire.htm#.VdeWxW6rddg (15.08.2015).
281. Hilco Streambank wystawia na sprzedaż portfel własności intelektualnej i usługi techniczne dla kabrioletów ze szywnym dachem firmy Heuliez [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.businesswire.com/news/home/20120214005793/pl/#.VcNIGH2rddg> (01.08.2015).
  282. *Hillman A.* Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom Line? / Ami J. Hillman, Gerald Keim. // *Strategic Management Journal*, 2001. – Vol. 22(2). – P. 125–139.
  283. *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).
  284. *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.
  285. How we Rank the World's Most Innovative Growth Companies 2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.forbes.com/sites/innovatorsdna/2015/05/13/how-we-rank-the-worlds-most-innovative-growth-companies-2014/> (15.06.2015).
  286. *Hudson W. J.* Intellectual Capital: how to build it, enhance it, use it / William J. Hudson. – Toronto: John Wiley & Sons Inc., 1993. – 256 p.
  287. *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.
  288. *Hurley P. M.* Creating, Measuring and Unlocking Enterprise Value in a Wealth Manager / Mark P. Hurley, Benjamin J. Robins, Yvonne N. Kanner, Steven E. Cortez, Shehzad Sippy, Jonatan Yu. – Fiduciary Network, LLC, 2010. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.fiduciarynetwork.com/site/wp-content/uploads/2014/04/FN\\_Creating\\_Measuring.pdf](http://www.fiduciarynetwork.com/site/wp-content/uploads/2014/04/FN_Creating_Measuring.pdf) (15.07.2013).
  289. *Iranmand Mohsen.* The effects of Intellectual Capital on Cost of Finance and Firm Value / Iranmand Mohsen, Moeinaddin Mahmoud, Shahmoradi Nasim, Forough. // *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*. – 2014. – Vol. 4 (№2). P. 1–8.
  290. 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).
  291. Instrumentarium zarządzania zasobami ludzkimi / [Praca zbiorowa pod red. Kazimierza Makowskiego]. – Warszawa: SGH, 2002. – 545 s.
  292. International Financial Reporting Standard 3. Business Combinations [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/internal\\_market/accounting/docs/consolidated/ifrs3\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/accounting/docs/consolidated/ifrs3_en.pdf) (20.01.2015).

293. International Group Kontekst HR. Badania ankietowe. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://konteksthr.pl/uslugi/badania/badania-ankietowe/> (25.12. 2015)
294. International Group Kontekst HR. Pomiar luki kompetencyjnej. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://konteksthr.pl/uslugi/badania/pomiar-luki-kompetencyjnej/> (25.12. 2015)
295. Jabłoński A. Cykl życia wartości przedsiębiorstw wobec kondycji modelu biznesu / Adam Jabłoński, Marek Jabłoński. // *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*. – 2013. – № 4. – S. 57–63.
296. Jabłoński A. Migracja interesariuszy a wartość przedsiębiorstwa / Adam Jabłoński. // *Problemy jakości*. – 2011. – № 1. – S. 7–10.
297. Jabłoński M. Zarządzanie wartością przedsiębiorstw o orientacji jakościowej a kapitał intelektualny / Marek Jabłoński. – Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza Humanista, 2009. – 243 s.
298. Jaki A. Wycena i kształtowanie wartości przedsiębiorstwa / Andrzej Jaki. – Wydanie IV poszerzone. – Kraków: Oficyna a Wolters Kluwer business, 2008. – 199 s.
299. Jaki A. Wycena i kształtowanie wartości przedsiębiorstwa / Andrzej Jaki. – Kraków: Wolters Kluwer, 2008. – 195 s.
300. Jarugowa A. Rachunkowość i zarządzanie kapitałem intelektualnym. Koncepcje i praktyka / Alicja Jarugowa., Justyna Fijałkowska. – Gdańsk: Wydawnictwo «Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr», 2002. – 163 s.
301. Jashapara A. Zarządzanie wiedza: zintegrowane podejście / Ashok Jashapara; [tłumaczenie Jarosław Sawicki]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2006. – 396 s. – (Tytuł oryginału: Knowledge Managment: an integrated approach).
302. Jasiński A. Aktywność patentowa a nakłady na B+R: czy w polskiej gospodarce spradza się model Grilichesa / Andrzej Jasiński. // *Optimum Studia Ekonomiczne*. – 2011. – nr 2 (50). – S. 3–15.
303. Kapitał intelektualny. Akademia Balanced Scorecard [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bsc.edu.pl/> (20.07.2012).
304. Kaplan R. Strategiczna karta wyników. Balanced Scorecard / Robert S. Kaplan, David P. Norton; [tłumaczenie mgr. Regina Jańska]. – Warszawa: CJM, 2001. – 369 s. – (Praktyka).
305. 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).
306. 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%20Sco](http://www.marketmatch.com/.../Balanced%20Sco).

307. *Kasiewicz S.* Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy / Stanisław Kasiewicz, Waldemar Rogowski, Monika Kisińska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2006. – 287 s.
308. *Kay J.* Podstawy sukcesy firmy / John Kay; [przekład Andrzej Ehrlich]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo ekonomiczne, 1996. – 526 s.
309. *Kendrick J. W.* The Treatment of Intangible Resources as Capital / John W. Kendrick // *The Review of Income and Wealth*. – 1972. – № 18. – P. 109–125.
310. Kluczowe kompetencje Elektroniczny ресурс. – Режим доступу: [http://www.governica.com/Kluczowe\\_kompetencje](http://www.governica.com/Kluczowe_kompetencje) (25.12.2015)
311. Knowledge Economy Index (KEI) 2012 Rankings [Elektronnyy resurs] – Режим доступу: [www.worldbank.org/kam](http://www.worldbank.org/kam) (12.07. 2013).
312. *Kołożyń-Krajewska D.* Jakość żywności a rlnictwo ekologiczne / Danuta Kołożyń-Krajewska. – Kraków: PTTZ, 2002. – 54 s.
313. *Kontes P. W.* The CEO, Strategy, and Shareholder Value: Making the Choices that Maximize Company Performance / Peter W. Kontes. – New Jersey: Wiley&Sons, 2011. – 254 p. – (1 Edition).
314. *Kopaliński W.* Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem / Władysław Kopaliński. – [wyd. 22] – Warszawa: Wiedza Powszechna, 1994. – 699 s. – (Almanach wyd.1).
315. *Kotler Ph.* Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie, kontrola / Philip Kotler ; [tł. z ang.] . – Warszawa: Gebethner & Ska, 1994. – 743 [1] s. – (XXX).
316. *Kozińska B.* Kapitał intelektualny jako zasób majątkowy / Beata Kozińska, Adrianna Żabińska [Elektronnyy resurs]. – Режим доступу: <http://www.instytut.info/Vkonf/site/15.pdf> (17.07.2012r.)
317. [http://miscellanea.ujk.edu.pl/data/Oferta/Pliki/236\\_1\\_le\\_niewski.pdf](http://miscellanea.ujk.edu.pl/data/Oferta/Pliki/236_1_le_niewski.pdf) (25.07.2012).
318. Latest Statistics. European Milk Market Observatory [Elektronnyy resurs]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/agriculture/milk-market-observatory/pdf/eu-dairy-commodity-prices\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/milk-market-observatory/pdf/eu-dairy-commodity-prices_en.pdf) (10.04.2016).
319. *Leśniewski M. A.* Kapitał intelektualny w rozwoju organizacji. Wybrane aspekty teoretycznej analizy problemu / Michał Adam Leśniewski / [Elektronnyy resurs]. – Режим доступу:
320. *Lev B.* Intangibles: Management, Measurement, and Reporting / Baruch Lev. – Washington: Brooking Institution Press, 2001. – 228 p.
321. *Levy-Leboyer Cl.* Kierowanie kompetencjami: bilans doświadczeń zawodowych / Claude Levy-Leboyer; [przekł. z fran. Marian Egeman]. – Warszawa: Poltext, 1997. – 131 s.
322. *Lewis A. M.* Success, Failure and Organizational Competence: a Case Study of the New Product Development Process / Michael A. Lewis. // *Journal of Engineering and Technology Management*. – 2001. – Vol. 18. – № 2. – P. 185–206.
323. *Libertowska A.* Kapitał społeczny w zarządzaniu wartością przedsiębiorstwa. Wybrane aspekty / Anżelika Libertowska. // *Economics and Managment*, 2014, – № 2. – S. 85–96.

324. *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.
325. *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.
326. *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).
327. *Lovelace R. F.* Stimulating creativity through managerial intervention / R. F. Lovelace // *R&D Management*. – 1986. – P 161–174.
328. *Løwendahl B.* Strategic Management of Professional Service Firm / Bente R. Løwendahl. – [3<sup>rd</sup> edition]. – Copenhagen: Business School Press, 2005. – 219 p.
329. *Lungu C.* Intellectual Capital Research through Corporate Social Responsibility: (Re) Constructing the Agenda / Camelia Lungu, Chirata Caraiani, Cornelia Dascălu. // *World Academy of Science, Engineering and Technology*. – 2012. – Vol: 6(4). – P. 50–57.
330. *Luthy D. H.* Intellectual Capital and Its Measurement / David H. Luthy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.google.pl/#sclint=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](http://www.google.pl/#sclint=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 p.)
331. *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.
332. 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](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).
333. 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](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).
334. 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](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).
335. 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](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).
336. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2004. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2004. – [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.stat.gov.pl/gus/5840\\_737\\_PLK\\_HTML.htm?action=show\\_archive](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).
337. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2005. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2005. – [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.stat.gov.pl/gus/5840\\_737\\_PLK\\_HTML.htm?action=show\\_archive](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).
338. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2006. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2006. – [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.stat.gov.pl/gus/5840\\_737\\_PLK\\_HTML.htm?action=show\\_archive](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).
339. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2007. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2007. – [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.stat.gov.pl/gus/5840\\_737\\_PLK\\_HTML.htm?action=show\\_archive](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).
340. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2008. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2008. – [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.stat.gov.pl/gus/5840\\_737\\_PLK\\_HTML.htm?action=show\\_archive](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).
341. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2009. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2009. – [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.stat.gov.pl/gus/5840\\_737\\_PLK\\_HTML.htm?action=show\\_archive](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).
342. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2010. pdf. [Електронний ресурс]: / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład wydawnictw statystycznych, 2010. – [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.stat.gov.pl/gus/5840\\_737\\_PLK\\_HTML.htm?action=show\\_archive](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).
343. 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](http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm?action=show_archive).

344. *Marcinkowska M.* Kształtowanie wartości firmy / Monika Marcinkowska. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – 210 [2] s. – (Seria Przedsiębiorczość).
345. *Marshall A.* Principles of Economics/ Alfred Marshall. [Reprinted 8-Edotion 1920. – London: Macmillan&COLTD, – 1964. – 731 [5] P. – (Eighth Edition).
346. *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).
347. *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).
348. *McTaggart J.* The Value Imperative: Managing for Superior Shareholder Returns / James M. McTaggart, Peter W. Kontes, Michael C. Mankins. – New-York: The Free Press, 1994. – 367 [10] p.
349. 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)
350. *Menger C.* Zasady Ekonomii / Carl Menger ; [tł. Bogusz Pawiński, Paweł Perka] ; [wstęp i przedmowa Friedrich A. Hayek, Mark Skousen]. – Warszawa: Fijorr Publishing Company, 2013. – 340 s.
351. *Michalski M.* Zarządzanie przez wartość. Firma z perspektywy interesów właścicielskich / Michał Michalski. – Warszawa: WIG- Press, 2001. – 192 s.
352. *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 Wydawnictwo Naukowe, 1965. – 672 s. – (Seria Biblioteka Dzieł Ekonomii Politycznej. Szkoła klasyczna) (XXVII).
353. *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).
354. *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](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNABD357.pdf) (12.08.2012)
355. *Mincer J.* Investment in Human Capital and Personnel Income / Jacob A. Mincer // Journal of Political. – 1958. – Vol. 66. – № 4. – P. 281–302.
356. *Moczydłowska J.* Zarządzanie kompetencjami zawodowymi a motywowanie pracowników / Joanna Moczydłowska. – Warszawa: Centrum Doradztwa i Informacji „Difin”, 2008. – 292 [2] s.



357. *Mroziwski M.* Kapitał intelektualny współczesnego przedsiębiorstwa. Koncepcje, metody wartościowania i warunki jego rozwoju / Marian Mroziwski. – Warszawa: Difin, 2008. – 142 [1]s.
358. *Mulfond C. W.* Creative Cash Flow Reporting: Uncovering Sustainable Financial Performance / Charles W. Mulfond, Eugene E. Comiskey. – New Jersey: Wiley&Sons, 2005. – 441 p. – (1 Edition).
359. *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).
360. *Myśli przewodnie Druckera / Peter Druker; [przeł. z ang. Anita Doroba].* – Warszawa: MT Biznes, 2002. – 509 s.
361. *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.
362. Najdroższe marki świata [Elektronnyy resurs]. – Режим доступа: <http://www.forbes.pl/najdrozsze-marki-swiate-top-10-najcenniejszych-marki-swiate.galeria,155662,1,1.html> (15.07.2013 p.).
363. Najdroższe marki świata 2012 [Elektronnyy resurs]. – Режим доступа: <http://www.komputerswiat.pl/nowosci/wydarzenia/2012/20/najdrozsze-marki-swiate-2012---apple-znowu-na-szczycie.aspx> (08.07.2013 p.).
364. Najdroższe marki świata 2013 [Elektronnyy resurs]. – Режим доступа: <http://www.komputerswiat.pl/nowosci/wydarzenia/2013/21/najdrozsze-marki-swiate-2013-zmiany-w-czolowce-kto-liderem.aspx> (08.07.2013 p.).
365. Największe firmy świata 2012: Global 2000 [Elektronnyy resurs]. – Режим доступа: <http://www.forbes.pl/rankingi/najwieksze-firmy-swiate-2012,26185,1> (15.07.2013 p.).
366. Najcenniejsze marki świata 2015 2000 [Elektronnyy resurs]. – Режим доступа: <http://www.forbes.pl/najdrozsze-marki-swiate-2015-apple-dominuje,artykuly,194417,1,1.html> (15.07.2013 p.).
367. *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.
368. *Nita B.* Metody wyceny i kształtowania wartości przedsiębiorstwa / Bartłomiej Nita. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2007. – 241[1] s.
369. *Nonaka I.* Kreowanie wiedzy w organizacji: jak spółki japońskie dynamizują procesy innowacyjne / Ikujiro Nonaka, Hirotaka Takeuchi. – Warszawa: Poltext, 2000. – 303 s. – (Seria „Euromanagement”).
370. *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).

371. *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).
372. Nowa Encyklopedia Powszechna PWN / [red. prowadzący Dariusz Kulisiewicz]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1997. – T. 6. S-Z. – 1100 [4] s.
373. Offshoring and employment. Trends and impacts. – OECD, 2007 – 207 p. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.oecd.org/industry/ind/38819650.pdf> (22.08.2013)
374. Oleksyn T. Zarządzanie kompetencjami: teoria i praktyka / Tadeusz Oleksyn. – Wydawnictwo 2 uzupełnione. – Warszawa: Wolters Kluwer Polska, 2010. – 357 s. – (Seria HR).
375. *Oliveira L.* Intellectual Capital Reporting in Sustainability Reports / Lidia Oliveira, Lúcia Lima Rodrigues, Russel Craig. // *Journal of Intellectual Capital.* – 2010. – Vol. 11(4). – P. 575–594.
376. Opłacalność inwestowania w badania i rozwój / [Raport pod red. Beaty Tyłman]. – Warszawa: PwS, 2015. – 26 s.
377. *Paliszkievicz J. O.* Rozwój organizacji poprzez zarządzanie kapitałem intelektualnym / Joanna Olga Paliszkievicz. – Ostrołęka: Wydawnictwo profesjonalne ALPHApr, 2005. – 156 [1] s.
378. *Panasiewicz L.* Kontrowersje w sprawie zarządzania wiedzą / Leszek Panasiewicz // *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa.* – 2004. – № 7. – S. 42–49.
379. *Passetti E.* Intellectual capital communication: evidence from social and sustainability reporting / Emilio Passetti, Andrea Tenucci, Lino Cinquini, Marco Frey. // *MPRA Paper No. 16589, Munich Personal RePEc Archive.* – 2009. – June. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://mpra.ub.uni-muenchen.de/16589/1/MPRA\\_paper\\_16589.pdf](http://mpra.ub.uni-muenchen.de/16589/1/MPRA_paper_16589.pdf) (23.02.2015).
380. *Pedrini M.* Human Capital Convergences in Intellectual Capital and Sustainability Reports / Matteo Pedrini. // *Journal of Intellectual Capital.* – 2007. – Vol. 8(2). – P. 346–366.
381. *Pens J.* Strategie zarządzania: strategie dziedzinowe i ich realizacja zintegrowane zarządzanie strategiczne / Jozef Pens. – Warszawa: PLACET, 1995. – 253 s. – (Biblioteka biznesmena).
382. *Pens J.* Zarządzanie w warunkach globalizacji / Jozef Pens. – Warszawa: Difin, 2003. – 248 s.
383. *Perechuda K.* Metody zarządzania przedsiębiorstwem / Kazimierz Perechuda. – Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, 1998. – 107 [1] s.
384. Personal Goodwill vs. Enterprise Goodwill [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kotzinvaluation.com/articles/goodwill.htm> (21.01.2015).

385. *Petrash G.* Dow's Journey to a Knowledge Value Management Culture / Gordon Petrash // *European Management Journal*. – 1997. – Vol. 14. – № 4. – P. 365 – 373.
386. *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).
387. *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.
388. *Piasny B.* Zarządzanie wiedzą w organizacjach gospodarczych / Beata Piasny // *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa*. – 2001. – № 10. – S. 11–21.
389. *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 Przedsiębiorczości, 2002. – 195 s. – (Prace naukowe Wałbrzyskie Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości).
390. *Pike S.* Intellectual Capital Measurement and Holisting Value Approach (HVA) / Stephen Pike S., Göran Roos. – *Works Institute Journal (Japan)*. – 2000. – Vol. 42.
391. *Pocztowski A.* Zarządzanie zasobami ludzkimi: strategie–procesy– metody / Aleksy Pocztowski. – Wydanie 2 zmienione. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2002. – 460 [1] s.
392. *Pocztowski A.* Zarządzanie zasobami ludzkimi. Strategie – procesy – metody / Aleksy Pocztowski. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2003. – 480 s.
393. *Pogorzelski W.* Pitagorejskie życie badaczy systemowych: operacyjny wyraz filozofii nowej ery / Witold Pogorzelski. – Warszawa: Scholar, 2004. – 310 s.
394. *Polanyi M.* The Logic of Tacit Inference. *Philosophy* / Michael Polanyi. – 1966. – 41 (1): S. 1–18.
395. *Polityka zarządzania kompetencjami pracowników* / Łukasz Sienkiewicz, Katarzyna Trawińska-Konador, Krzysztof Podwójcic. – Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych, 2013. – 155 s.
396. *Pomiar kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa* / [pod redakcją naukową Piotra Wachowiaka]. – Warszawa: Szkoła Główna Handlowa, 2005. – 167 s.
397. *Porter M.* Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance / Michael Eugeniush Porter. – New-York: The Free Press, 1985. – 557 p. – (XVIII).

398. *Porter M.* Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors: with a New Instruction / Michael Eugeniush Porter. – New-York: The Free Press, 1998. – 420 p.
399. *Porter M. E.* Strategia konkurencji: metody analizy sektorów i konkurentów / Michael E. Porter; [przekł. z ang. Andrzej Ehrich]. – Warszawa: PWE, 1992. – 373 [1] s.
400. *Porter M.E.* Tworzenie wartości dla biznesu i społeczeństwa. Jak przestawić kapitalizm na nowe tory, by wywołać nową falę innowacyjności i wzrostu / M. E. Porter, M. R. Kramer // Harvard Business Review Polska. – 2011. – № 5. – S. 36–55.
401. *Probst G.* Zarządzanie wiedzą w organizacji / Gilbert Probst, Steffen Raub, Kai Romhardt; przeł. Kaja Wacowska. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2004. – 352 s.
402. *Prusak L.* Where did Knowledge Management Come from? / Laurence Prusak. // IBM Systems Journal. – 2001. – Vol. 40. – № 4. – P. 1002–1007. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://old.disco.unimib.it/simone/tca/prusak.pdf> (22.02.2015)
403. Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny / [Praca zbiorowa pod red. Mariusza Bratnickiego, Janusza Stryżyny; współ. aut. Kamili Butrym, et. al.]. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2001. – 205 s. – (Seria: Prace Naukowe akademii Ekonomicznej im. Karola Adamickiego w Katowicach).
404. Przedsiębiorstwo przyszłości: fikcja i rzeczywistość / [Zbigniew Kierzkowski. 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 „ORGMA SZ”. – 2004. – 331 s.
405. *Pulić A.* VAIC<sup>TM</sup> – an Accounting Tool for IC Management / Ante Pulić // International Journal of Technology Management. – 2000. – Vol. 20. – № 5–8. – P. 702–714.
406. *Pulić A.* Intellectual Capital – Does it Create or Destroy Value / Ante Pulić // Measuring Business Excellence. – 2004. – Vol. 8. – № 1. – P. 62–68.
407. *Puntillo P. A.* Critical Review of the Relationship Between Human Capital Management and Corporate Performance / Pina Puntillo [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://virtusinterpress.org/IMG/pdf/Volume\\_9\\_is\\_3\\_Spring\\_2012\\_Continued\\_4pdf](http://virtusinterpress.org/IMG/pdf/Volume_9_is_3_Spring_2012_Continued_4pdf) (25.07.2012).
408. *Pysz P.* Społeczna gospodarka rynkowa: ordoliberalna koncepcja polityki gospodarczej / Piotr Pysz. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008. – 202 [1] s. – (Współczesna ekonomia).
409. *Quesnay F.* Piśma wybrane / Francisze Quesnay ; [przeł. Barbara Janina Piekiewiczówna; przeł. i przedm. opatrzył Zygmunt Pietkiewicz]. – Warszawa: Gebethnera i Wolffa, 1928. – 303 [2] s.

410. *Rae J.* The Sociological Theory of Capital: Being a Complete of the New Principles of political economy / John Rae. – Macmillan, London, 1834. – 485 p.
411. *Rappaport A.* Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors / Alfred Rappaport. – New-York: Free Press, 1998. – 224 p. – (2 Edition).
412. *Rappaport A.* Wertsteigerung als Maßstab für die Unternehmensführung / von Alfred Rappaport. – Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 1995. – 274 s.
413. *Rodov I.* FiMIAM: Financial Method of Intellectual Assets Measurement / Irena Rodov, Philippe Leliaert // Journal of Intellectual Capital. – 2002. – Vol. 3. – № 3. – P. 323–336.
414. *Roos G.* Managing Intellectual Capital in practice / Göran Roos, Sthepen Pike, Lisa Fernström. – Amsterdam [ets.]: Elsevier, 2005. – 384 P.
415. *Roos G.* Measuring Your Company's Intellectual Performance / Göran Roos, Johan Roos // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. – № 3. –P. 413–426
416. *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.
417. Rozporządzenie Komisji (WE) nr 889/2008 z dnia 5.09.2008 r. ustanawiające szczegółowe zasady wdrażania Rozporządzenie Rady (WE) nr 834/2007 w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych w odniesieniu do produkcji ekologicznej, znakowania i kontroli [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.agrobiotest.pl/strona/pliki/889\\_CONSLEG-2015.01.01.pdf](http://www.agrobiotest.pl/strona/pliki/889_CONSLEG-2015.01.01.pdf) (10.04.2016).
418. Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1235/2008 z dnia 8 grudnia 2008 r. ustanawiające szczegółowe zasady wykonania ROZPORZĄDZENIE RADY (WE) nr 834/2007 w odniesieniu do ustaleń dotyczących przywozu produktów ekologicznych z krajów trzecich [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.agrobiotest.pl/strona/pliki/1235\\_CELEX\\_2015.07.08.pdf](http://www.agrobiotest.pl/strona/pliki/1235_CELEX_2015.07.08.pdf) (10.04.2016).
419. Rozporządzenie Rady (WE) nr 834/2007 z dnia 28 czerwca 2007 r. w sprawie produkcji ekologicznej i oznakowania produktów ekologicznych i uchylające rozporządzenie (EWG) nr 2092/91 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.agrobiotest.pl/strona/pliki/834\\_skonsolid-2013.pdf](http://www.agrobiotest.pl/strona/pliki/834_skonsolid-2013.pdf) (10.04.2016).
420. Rozporządzenie Wykonawczej Komisji (UE) nr 355/2014 z dnia 8 kwietnia 2014 r. zmieniające Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1235/2008 z dnia 8 grudnia 2008 r. ustanawiające szczegółowe zasady wykonania ROZPORZĄDZENIE RADY (WE) nr 834/2007 w odniesieniu do ustaleń dotyczących przywozu produktów ekologicznych z krajów trzecich [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.agrobiotest.pl/strona/pliki/355\\_2014.pdf](http://www.agrobiotest.pl/strona/pliki/355_2014.pdf) (10.04.2016).
421. *Rudny W.* Tworzenie i podział wartości – nowe tendencje / Włodzimierz Rudny // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. – 2012. – № 736. – Seria: Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia. – № 55. – S. 259–280.

422. *Russell B.* Human Knowledge – Its Scope and limits / Bertrand Bendle Russell. – London: George Allen and Unwin Ltd., 1948. – 538 p.
423. <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/4/id/51> (15.07.2013).
424. <http://www.sveiby.com/TheLibrary/IntangibleAssets/tabid/81/Default.aspx.-2005>.
425. *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.
426. *Samuelson W. F.* *Ekonomia menedżerska* / William Samuelson, Stephen G. Marks; [red. nauk. przekł. Ryszard Rapacki, tl. Bogusław Czarny]. – Warszawa: PWE, 1998. – 870 s.
427. *Sanchez R.* *Knowledge Management and Organizational Competence* / Ron Sanchez, Yasmin Merali, Johan Stein [Edited by Ron Sanches]. – New-York: Oxford University Press, 2001. – 254 p.
428. *Sanchez R.* Reinventing Strategic Management: New Theory and Practice for Competence-based-Competition / Ron Sanchez, Aimé Heene // *European Management Journal*, 1997. – Vol. 5. № – 3. – P. 303–317.
429. *Sanchez R.* Understanding competence-based management: Identifying and Managing Fife Modes of Competence / Ron Sanchez. // *Journal of Business Research*. – 2004. – Vol. 57(26). – P. 518–532.
430. *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).
431. *Skowron P.* Efektywność w zarządzaniu kapitałem intelektualnym na przykładzie wybranych sektorów / Paweł Skowron. // *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach*. – 2013. – № 98. – S. 329–344. – (Seria: Administracja i Zarządzanie).
432. *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.
433. *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.
434. *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.
435. *Schultz T. W.* Investmenting in People. The Economics of population Quality / Theodore William Shultz. – Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 1980. – 173 p.
436. *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.

437. *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).
438. *Senge P. M.* Piąta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się / Peter M. Senge; [przeł. Michael Lipa]. – Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business, 2012. – 456 s. – (Wydanie 6).
439. *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).
440. *Shapiro A.C.* Modern Corporate Finance: A Multidisciplinary Approach to Value Creation Models / Alan C. Shapiro, Sheldon D. Balbirer. – Upper Saddle River New Jersey: Prentice Hall, 2000. – 606 p.
441. Short – term Outlook for EU arable crops, dairy and meat markets in 2006 and 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/agriculture/markets-and-prices/short-term-outlook/pdf/2016-3\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/markets-and-prices/short-term-outlook/pdf/2016-3_en.pdf) (10.04.2016).
442. *Sidor-Rządkowska M.* Kompetencyjne systemy oceny pracowników. Przygotowanie, wdrażanie i integrowanie z innymi systemami ZZL / Małgorzata Sidor-Rządkowska. – Wadanie II uaktualnione i rozsz. – Warszawa: Wolters Kluwer Polska, 2011. – 252 s. – (Seria: HR).
443. *Siudak D.* Pomiar procesów migracji wartości przedsiębiorstw na polskim rynku kapitałowym / Dariusz Siudak. – Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck, 2013. – 344 s. – (Seria Finanse).
444. *Siudak M.* Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa / Marek Siudak. – Warszawa: Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, 2001. – 222 [1] s. – (Seria: Zarządzanie, Marketing).
445. *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\\_kształcenieustawiczne/07-Skrzypek.pdf](http://www.instytut.info/images/stones/ksiazki_polecana/17_kształcenieustawiczne/07-Skrzypek.pdf) (30.12.2008).
446. *Slywotzky A. J.* Value Migration: How to Think Several Moves Ahead of the Competition / Adrian J. Slywotzky. – Boston: Harvard Business School Press, 1996. – 336 p.
447. *Śledzik K.* Kapitał intelektualny a wirtuość rynkowa banków giełdowych / Karol Śledzik. – Gdańsk: Fundacja rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, 2011. – 247 [1] s.
448. *Smith A.* Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów / Adam Smitt; [przeł. ang. A. Prejbisz i in.]. – Tom 2. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1954. – 810 [2] s. (Seria Dzieł Ekonomii Politycznej) (L).
449. *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](http://www.amazon.com/Inquiry-Nature-Causes-Wealth-Nations/dp/0226763749#reader_0226763749) (06.09.2013).
450. *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).
451. *Sokołowska A.* Zarządzanie kapitałem intelektualnym w małym przedsiębiorstwie / A. Sokołowska. – Warszawa: PTE, 2005. – 154 [1] s. – (Nowe trendy w naukach ekonomicznych).
452. *Sopińska A.* Jak mierzyć kapitał intelektualny w przedsiębiorstwie / Agnieszka Sopińska, Piotr Wachowiak [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
453. *Stabell C.* Configuring Value for Competitive Advantage: on Chains, Shops and Networks / Charles B. Stabell, Øystein D. Fjelstad. // *Strategic Management Journal.* – 1998. – № 19. – P. 413–437. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.peopleandprocess.com/resources/Stabell\\_chain\\_shop\\_net.pdf](http://www.peopleandprocess.com/resources/Stabell_chain_shop_net.pdf) (22.01.2015).
454. *Stankiewicz W.* Historia myśli ekonomicznej / Waław Stankiewicz. – [wydanie II]. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2000. – 659 s.
455. *Stankiewicz W.* Historia myśli ekonomicznej / Waław Stankiewicz. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1987. – 715 [1] s. – (Wydanie 2 rozsz.)
456. *Steward T. A.* Brainpower. How Intellectual Capital is becoming America's Most Valuable Asset / Tom Steward // *Fortune.* – 1991. – 3rd of June. – P. 44 – 60.
457. *Steward T. A.* Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations / Tomas A. Steward. – New-York: Doudleday&Currency, 1997. – 278 [2] p.
458. *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 «Management»).
459. Strategia Lizbońska a zarządzanie wartością / [A. Drwiłło, M. Wróblewska, M. Jastrzębska oraz inni] ; red. Leszek Pałwowicz. – [Wyd.1]. – Warszawa: Wyd. Fachowe „CeDeWu.pl”, 2006. – 529 [1] s.
460. 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.1.0.0i30I2.9037.9960.1.15483.5.2.0.3.3.0.131.262.0j2.2.0...0.0...1c.1.2.hp.UnrhxeqWaYo](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.1.0.0i30I2.9037.9960.1.15483.5.2.0.3.3.0.131.262.0j2.2.0...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).
461. *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.
462. *Sveiby K. E.* The Balanced Score (BSC) and the Intangible Assets Monitor – a Comparison / Karl-Erik Sveiby [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/BSCandIAM.html> (лютий 2013)
463. *Sveiby K. E.* The New Organizational Wealth / Karl-Erik Sveiby. – San Francisco, 1997. – 220 [8] p. – (Managing & Measuring Knowledge-Based Assets).
464. *Sveiby K.-E.* Methods for Measuring Intangibles Assets / Karl–Erik Sveiby [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm> (травень 2012).
465. *Sveiby K. E.* Intangible Assets Monitor / Karl-Erik Sveiby [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/CompanyMonitor.html> (лютий 2006)
466. *Sveiby K. E.* The Invisible Balance Sheet: key indicators for accounting, control and valuation of know-how companies / Karl-Erik Sveiby [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/TheLibrary/IntangibleAssets/tabid/81/Default.aspx.-2005>
467. System informacji strategicznej. Wywiad gospodarczy a konkurencyjność przedsiębiorstwa; [praca zbiorowa pod red. Ryszarda Borowieckiego, Marii Romanowskiej]. – Warszawa: Difin, 2001. – 394 s.
468. *Sztompka P.* Socjologia. Analiza Społeczeństwa / Piotr Sztompka. – Kraków: Wydawnictwo Znak, 2004. – 653 s.
469. *Taatila V.* The Concept of the Organizational Competence – a Foundational Analysis / Vesa Taatila [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/13248/9513917185.pdf?se>.
470. *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.
471. *Tarczyńska A. S.* Analiza systemów zarządzania jakością i bezpieczeństwem w branży mleczarskiej / Anna Sylwia Tarczyńska, Jarosław Kowalik. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://jmf.wzr.pl/pim/2012\\_3\\_2\\_2.pdf](http://jmf.wzr.pl/pim/2012_3_2_2.pdf) (10.04.2016).
472. *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.

473. Teece D. J. *Managing Intellectual Capital: organizational, strategic and Policy Dimensions* / David J. Teece. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – 300 P.
474. *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.
475. *The World's Most Admired Companies 2015* [Електронний ресурс].
476. *Thirery D. Zatrudnienie i kompetencje w przedsiębiorstwie w procesach zmian* / Dominique Thierry, Christian Sauret z udziałem Nicole Monod; [przeł. z fr. Hanna Bełżecka, Marian Egeman]. – Warszawa: Poltext, 1994. – 238 [2] s. – (Seria: Finanse, Zarządzanie, Rozwój).
477. *Thünen J. H. Der isolierte Staat/ Johann Heinrich Thünen.* – Paderborn: Histor Wirtschaftsarchiv, 2011. – 696 p. – (Reprint des originale aus dem jahr 1921).
478. *Tobin J. A General Equilibrium Approach to Monetary 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>.
479. *Toffler A. Rewolucyjne bogactwo* / Alvin Toffler i Heidi Toffler; [przeł. Paweł Kwiatkowski]. – Przeźmierowo: Wydawnictwo KUPISZ S. A., 2007. – 497 [2] s.
480. *Toffler A. Trzecia fala* / Alvin Toffler; [przeł. Ewa Wogdyłło]. – Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1986. – 514 [1] s.
481. *Turgot A. R. J. O tworzeniu i podziale bogactwa* / Anne Robert Jacques Turgot; [przeł. z francuzkiego. uzup. przedm. i przepisami Zofia Daszyńska Golińska]. – Warszawa: Gebethnera i Wollfa, 1927. – 101 [2] s. – (Wydanie 2).
482. *Urbanek G. Pomiar kapitału intelektualnego i aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa* / Grzegorz Urbanek. – Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2007. – 397 s.
483. *Ujwary-Gil A. Kapitał intelektualny a wartość rynkowa przedsiębiorstwa* / Anna Ujwary-Gil. – Warszawa: C.H. Beck, 2009. – 202 [1] s.
484. *Varian H. R. Mikroekonomia: kurs średni – ujęcie nowoczesne* / Hall R. Varian; [przeł. Stanisław Ryszard Domański]. – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 1995. – 664 s.
485. *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).
486. *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 22<sup>th</sup>, European Commission.

487. Wartość rynkowa Apple przez chwilę przekroczyła próg 600 mld dolarów [Elektronний ресурс]. – Режим доступу: <http://myapple.pl/content/3064-wartosc-rynkowa-apple-przez-chwile-przekroczyla-prog-600-mld-dolarow.html> (15.07.2013 p.).
488. *Webber R. A. Zasady zarządzania organizacjami / Roos A. Weber; [przeł. z ang. Andrzej Ehrlich]. – [Wydanie III]. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo ekonomiczne, 1996. – 614 [2] s.*
489. *West M. A. Rozwijanie kreatywności wewnątrz organizacji / Michael Alun West; [przekład Maria Woźniak]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – 158 [2] s. – (Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości).*
490. Wyczorkiewicz R. Ożywienie na rynku mleka wciąż odległe [Elektronний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.portalspozywczy.pl/mleko/wiadomosci/dlugoterminowa-prognoza-sytuacji-na-rynku-mleka,119210.html> (12.06.2013).
491. Wiedza w gospodarce, społeczeństwie i przedsiębiorstwach: pomiary, charakterystyka, zarządzanie; [red. nauk. Krzysztof Piech oraz Elżbieta Skrzypek. – Warszawa: Instytut Wiedzy i Innowacji. – 2007. – 370 s.
492. *Wiig K. M. Integrating Intellectual Capital with Knowledge Management / Karl M. Wiig // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. – № 3. – P. 399–406.*
493. 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.
494. *Zaborowska R. Kapitał intelektualny w przedsiębiorstwie / Roma Zaborowska. – Poznań: Art boni et aequi, 2009. – 216 [1] s.*
495. *Zaliwski A. Korporacyjne bazy wiedzy / Andrzej Zaliwski – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2000. – 173 [3] s.*
496. *Zarecki D. Metody wyceny przedsiębiorstw / Dariusz Zarecki. – Warszawa: Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości, 1999. – 405 s.*
497. Zarządzanie kapitałem intelektualnym przedsiębiorstwa / Praca zbiorowa pod redakcją Barbary Woźniak-Sobczak. – Katowice: Wydawnictwo Uczelniane Akademii Ekonomicznej im. Karola Adameckiego, 2002. – (Zbiór przykładów i zadań).
498. Zarządzanie wartością firmy w dobie kryzysu / Praca zbiorowa pod redakcją Stanisława Jasiewicza i Leszka Pawłowicza. – Warszawa: CeDeWu Sp. z o.o., 2003. – 237 s.
499. Zarządzanie wartością przedsiębiorstw: finanse – strategie – kompetencje / [praca zbiorowa] ; pod red. nauk. Marka Jabłońskiego. – Dąbrowa Górnicza: Wyższa Szkoła Biznesu, 2011. – 481 s.
500. Zarządzanie wartością kapitału ludzkiego organizacji / Praca zbiorowa pod redakcją Anny Lipki i Stanisława Waszczaka. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2007. – 498 s.

501. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji / Praca zbiorowa pod redakcją naukową Edwarda Urbańczyka. – Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2003. – 688 s.
502. Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie [red. nauk. Kazimierz Perechuda]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005. – 230 s.
503. 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.
504. Zarządzanie zasobami ludzkimi. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji / [Pod red. naukową Henryka Króla, Antoni Ludzwichyński]. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006. – 269 s. – (Materiały do ćwiczeń).
505. Voluntary and Involuntary Sales of Good Will // Harvard Law Review. – 1914. – Vol. 27. – № 7. – P. 670–673. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.jstor.org/stable/1326461?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/1326461?seq=1#page_scan_tab_contents) (19.01.2015).

# ДОДАТКИ

## Додаток А

## Перше використання терміна фінансистами

1958 р. – у коментаріях біржових котирувань малих підприємств, що функціонували в інформаційній галузі;  
1969 р. – Дж. Гелбрейт використав поняття «інтелектуальний капітал особи».

## Поява в офіційних публікаціях

1975 р. – у США «*The Intellectual Capital of Michal Kalecki: A Study in Economic Theory and Policy*»;  
1999 р. – вихід журналу «*Jornal of Intellectual Capital*» під ред. R.Chase'a, N.Bontisa

## Вперше розроблена класифікація

1986 р. – К.-Е. Свейбі «*The Know How Company*»;  
1987 р. – К.-Е. Свейбі створення «Групи Конрада»;  
1989 р. – К.-Е. Свейбі «Рапорт Конрада»;  
Квітень 1997 р. – Т. Стюарт, книга «Інтелектуальний капітал».

## ІІ Практичне застосування

1989 р. – фірма «*WM-Data*» вперше у світі опублікувала додаток до річної звітності, що характеризував інтелектуальний капітал (Швеція);  
1991 р. – фірма «*Skandia AFS*» ввела посаду Директора з інтелектуального капіталу (Швеція);  
1993 р. – фірма «*The Dom Chemical Compan*» ввела посаду Директора з інтелектуальних капіталів (США);  
1995 р. – фірма «*Skandia AFS*» опублікувала рапорт під назвою «Ідентифікація інтелектуального капіталу» у вигляді додатку до фінансової звітності за 1994 р.

## Вперше подане тлумачення терміна

1990–1994 рр. – Т. Стюарт, гол. редактор журналу «*Fortune*»;  
Січень 1995 р. – І конференція щодо проблематики управління інтелектуальним капіталом; перша формальна дефініція інтелектуального капіталу.

Рис. 1.1. Генеза інтелектуального капіталу підприємства в світовій економічній думці (джерело: складено автором на основі: *Steward T. A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations* / Tomas A. Steward. – New-York: Doudleday&Currency, 1997. – 278[2] p.; *Sveiby K.E. The New Organizational Wealth* / Karl-Erik Sveiby. – San Francisco, 1997. – 220 [8] p. – (Managing & Measuring Knowledge-Based Assets)).

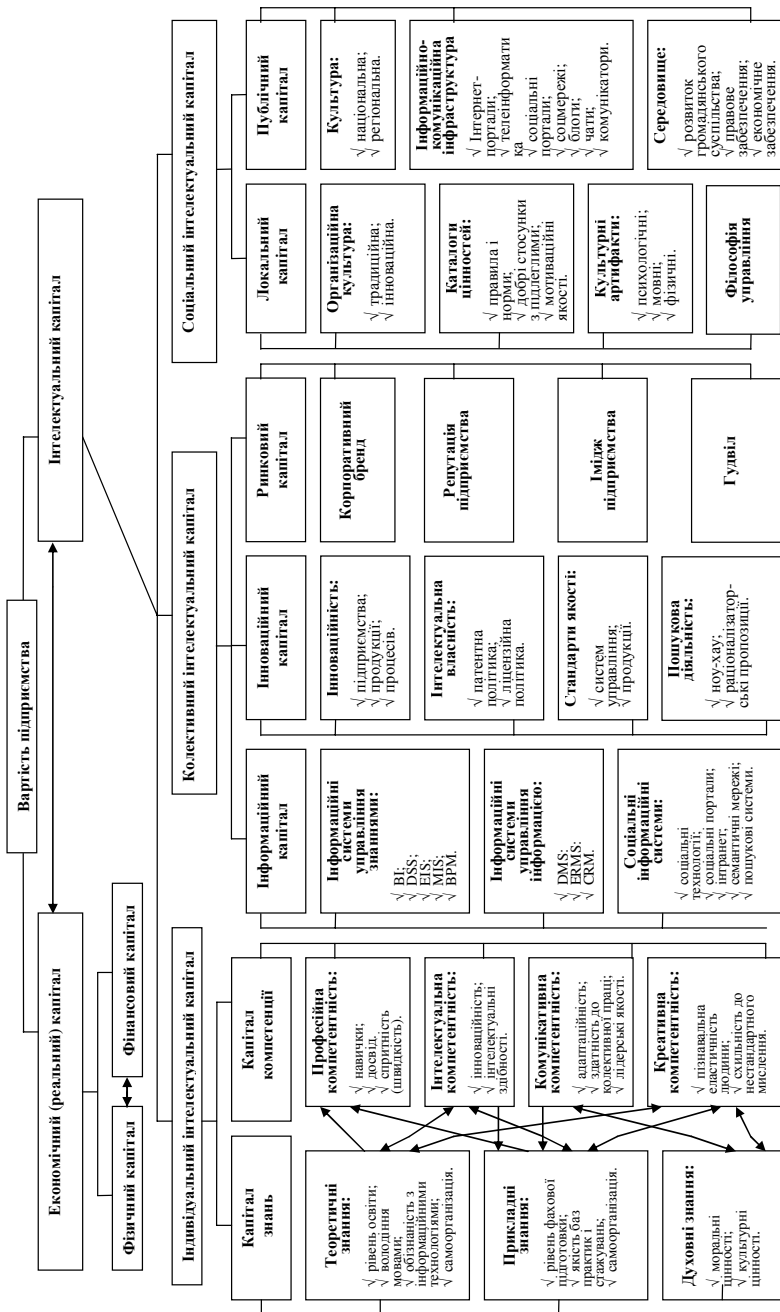


Рис. 1.2. Модель інтелектуального капіталу підприємства у межах концепції платформи вартості (джерело: складено автором самостійно).

## Додаток В 1

## Методи діагностики інтелектуального капіталу підприємства

Назва методу	Вчений, рік публікації	Підходи		Можливості використання
		статичний	динамічний	
1	2	3	4	5
Невидимий баланс («Intangible Balance Sheet»)	К. Е. Свейбі, Група Конрада 1989	+	(+)	опосередковано
Збалансована систе- ма показників («Balanced Scorecard»)	Р. Каплан, Д. Нортон, 1992	+		Після врахування змін
Навігатор Скандії («Skandia Naviga- tor™»)	Л. Едвінсон, М. Меллоун, 1997	+		Після врахування змін
Human Capital Intel- ligence	Дж. Фітз-Енз, 1994	+		
Брокер технологій («Technology Bro- ker»; «Intellectual Capital Auditing»)	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-Boo- Value)	Стюарт Т., 1997	+	(+)	безпосередньо
Коефіцієнт Тобіна («Tobin's Q»)	Tobin J., 1969	+		безпосередньо
Розрахунок вартості («Calculated Intangible Value» – «CIV»)	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 («IC Index™»)	Л. Едвінсон, Й. Рус, Драгон- неті Н. 1997	+	(+)	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™ – TVE™)»	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)»	Schiuma, Marr, 2001	+	+	Опосередковано
Система показників ланцюга формування вартості («Value Chain Scoreboard» – VCS™)»	Лев Б., 2001	+	+	Після врахування змін
Фінансові методи обчислення вартості інтелектуальних активів («Financial Method of Intellectual Assets Measurement» – FiMIAM)»	Родов І, Ф. Лелльерт, 2002	+	+	Опосередковано
Meritum Guidelines»	Проект «Meritum», 2002	+	(+)	Після врахування змін
Оцінювання активів знань («Assessing Knowledge Assets»)»	Бонтіс Нік, 2004	+	(+)	Опосередковано
Дохід з капіталу знань («Knowledge Capital Earnings» – KCE™)»	Лев Б., Фенг Гу 2003-200	+	(+)	Опосередковано

## Продовж. Додатку В

1	2	3	4	5
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	Бендіков М.А., Джамай Е.В., 2004	+		Після врахування змін

## Додаток В 2

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
<b>Сфера людського капіталу</b>			
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	
<b>Сфера клієнтського капіталу/ зв'язків</b>			
Якість очікувана клієнтами			2
Задоволення клієнтів		2	1
Зростання продажу		5	
Частка на ринку	6		8
Кількість скарг від клієнтів		7	
<b>Сфера структурного капіталу</b>			
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.

## Додаток В 3

Методика Джім Чен (Jin Chen), Жаохі Зу (Zhaohui Zhu),  
Гонг Ян Хі (Hong Yuan Xie) для оцінки  
інтелектуального капіталу підприємства

Складові елементи інтелектуального капіталу		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 політики та управлінні.
		Індекс підготовки ключових технічних та управлінських кадрів.
	Ставлення працівників	Індекс ідентифікації себе з цінностями підприємства.
		Рівень довіри.
		Показник плинності кадрів.
		Середній період придатності працівників.
	Креативність працівників	Індекс креативної спритності працівників.
		Дохід з оригінальних пропозицій працівників.
Структурний капітал	Культура підприємства	Формування культури підприємства.
		Індекс ідентифікації працівників з цілями підприємства.
	Організаційна структура	Індекс зв'язку між владою, відповідальністю і корисністю.
		Індекс важливості системи контролінгу підприємства.
	Організаційне навчання	Наявність та індекс використання внутрішніх інформаційних мереж.
		Індекс опрацювання і використання бази даних підприємства.
	Операційний процес	Фаза господарського процесу.
		Рівень якості продуктів.
		Ефективність функціонування підприємства.
	Інформаційна система	Індекс взаємо підтримки та співпраці між працівниками.
		Індекс доступності інформації на підприємстві.
		Частка знань.
Інноваційний капітал	Інноваційні досягнення	Середня кількість патентів.
		Частка нових продуктів у загальному обсязі реалізованої продукції на підприємстві.
		Кількість нових технологій, опрацьованих за останні три роки.
	Механізм 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 інституціями.
		Здібності управління інноваційними проектами.
		Стимули, скеровані до працівників, зайнятих інноваційною діяльністю.

## Продовж. Додатку В 3

1	2	3
Клієнтський капі- тал	Інноваційна культура	Індекс підтримки культур підприємства і заохочення працівників до інновацій.
		Індекс підтримки інновацій керівництвом підприємства.
	Маркетингові здібності	Наявність і індекс використання клієнтської бази даних.
		Індекс здібностей обслуговування клієнтів.
		Індекс здатності ідентифікації потреб клієнтів.
	Ринкова інтен- сивність	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. – P. 203–206.*

## Додаток В 4

Показники методики Лім Ліна і Пітера Даллімора  
для оцінки інтелектуального капіталу підприємства

<b>Людський капітал</b>
<b>1</b>
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.
<b>Корпоративний капітал</b>
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.
<b>Бізнесовий капітал</b>
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 дистрибуторських 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.

Продовж. Додатку В 4

1
<b>Функціональний капітал</b>
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.
<b>Клієнтський капітал</b>
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.
<b>Постачальницький капітал</b>
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.
<b>Партнерський капітал</b>
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.

## Продовж. Додатку В 4

1
<b>Інвесторський капітал</b>
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 В 5

## Система показників оцінки інтелектуального капіталу підприємства проф. Сергія Ілляшенка

Елементи 1	Оціночні показники 2
<b>Показники оцінки елементів ІК як складової інтелектуального капіталу підприємства</b>	
<b>Потенціальна (ресурсна) складова</b>	
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 відношеннях з колегами й діловими партнерами, організація робочого місця й т.д.
<b>Показники оцінки елементів ОК як складової інтелектуального капіталу підприємства</b>	
<b>Потенціальна (ресурсна) складова</b>	
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.

## Продовж. Додатку В 5

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 особи. 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 технологічна документація.	Кількісні показники: визначаються здебільшого, непрямым 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).
<b>Показники оцінки елементів ІК як складової інтелектуального капіталу підприємства</b>	
<b>Потенціальна (ресурсна) складова</b>	
Зв'язки з економічними контрагентами (ЕК). Інформація про ЕК. Історія взаємин з ЕК.	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.

## Додаток Д 1

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. Впроваджені інноваційні процеси.	Кількість клієнтів, що підвищують компетенції. Витрати на навчання і освітні витрати.
Ефективність	Валовий прибуток	Рентабельність клієнта. Обсяг продаж на одного клієнта.	Частка основного персоналу підприємства (без сумісників зовнішніх).	Професійний леверидж. Частка професіоналів (фахівців) Ефект фінансового важеля. Додана вартість на одного працівника. Додана вартість на одного професіонала. Прибуток на одного працівника. Прибуток на одного професіонала.
Стабільність	Однорічний прибуток.	Індекс довіри клієнтів. Частка великих клієнтів. Показник лояльності клієнтів. Частка стабільних клієнтів. Частота повторних замовлень.	Рух допоміжного персоналу. Частка допоміжного персоналу.	Професійна плінність кадрів Професійне опитування 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 Д 2

Матриця «компетенції – продукція – балансовий прибуток»  
для визначення балансового прибутку підприємства, що припадає  
на  $i$ -ту головну компетенцію суб'єкта господарювання згідно методики  
Д. Андріссена (D. Andriessen) і Р. Тіссена (R. Tissen)  
«Відкривач вартості» (*The Value Explorer<sup>TM</sup> – TVE<sup>TM</sup>*)

Головна компетенція	Номенклатура (чи асортимент) продукції підприємства				Балансовий прибуток, що припадає на компетенцію
	П1	П2	...	Пn	
Знання	1 бал => 3 гр.од.	3 бал => 12 гр.од.	...	3бал => 15 гр.од.	30 гр.од..
Вміння	2 бал => 6 гр.од.	1 бал => 4 гр.од.	...	2 бал => 10 гр.од.	20 гр.од.
Процеси	1 бал => 3 гр.од.	2 бал => 8 гр.	...	1 бал => 5 гр.од.	16 гр.од.
Культура	3 бал => 9 гр.од.	1 бал => 4 гр.од.	...	3 бал => 15 гр.од.	28 гр.од.
<i>ΣБалів</i>	7 балів	8 балів	...	9 балів	X
Балансовий прибуток, що припадає на продукт	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 Departments. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-29717/Knowledge\\_management\\_by\\_projectselection\\_in\\_R&D\\_departaments.pdf](https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-29717/Knowledge_management_by_projectselection_in_R&D_departaments.pdf) (лютий, 2006).

## Додаток Д 3

Схема ланцюг формування вартості інтелектуального капіталу підприємства  
Лева Баруха («Value Chain Scoreboard» – VCS<sup>TM</sup>)

VCS <sup>TM</sup>		
Відкриття і самонавчання	Прийомування (імплементация)	Комерціалізація
<b>1. Зовнішнє відновлення</b> – дослідження і розвиток, навчання і розвиток працівників, організаційний капітал, процеси.	<b>4. Інтелектуальна власність</b> – патенти, торгові знаки, авторські права, ліцензії, know-how.	<b>7. Клієнти</b> – маркетингові альянси, вартість марки, збитки, отримані у результаті втрати клієнтів.
<b>2. Набуті здібності</b> – закупівля технології, використання посередницьких ефектів, спричинених діяльністю інших суб'єктів господарювання, капітальні витрати.	<b>5. Дослідження рівня технологічного завершення проекту</b> – клінічні тести, експериментальні тести, робочий проект, інноваційний продукт.	<b>8. Результати</b> – доходи, прибутки, частка на ринку, доходи з інновацій, прибутки від володіння патентами і know-how, капітал знань, доходи, отримані від ресурсу знання.
<b>3. Мережі зв'язків</b> – альянси відділів дослідження і розвитку, товариства joint venture, інтеграція із постачальниками та клієнтами, колективи практиків	<b>6. Інтернет</b> – кількість відвідувань інтернет сторінок, обсяги закупівель і продаж у мережі on-line, головні альянси через інтернет.	<b>9. Перспектива зростання</b> – 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&tb=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.UnrhxqWYaYo&pbx=1&bav=on.2.or\\_r\\_g.c.r\\_pw.r\\_qf.&bvm=bv.41867550,d.d2k&fp=60f9dd90c3d3fd8e&biw=1280&bih=862](http://www.google.co.uk/#hl=ru&tb=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.UnrhxqWYaYo&pbx=1&bav=on.2.or_r_g.c.r_pw.r_qf.&bvm=bv.41867550,d.d2k&fp=60f9dd90c3d3fd8e&biw=1280&bih=862) (січень 2013).

## Додаток Д 4

Перелік деяких показників, запропонованих Левом Барухом у рамках методу формування ланцюга вартості інтелектуального капіталу підприємства («Value Chain Scoreboard» – VCS<sup>TM</sup>)

<i>Показники VCS<sup>TM</sup></i>		
<b>Відкриття і самонавчання</b>	<b>Прийомування (імплементация)</b>	<b>Комерціалізація</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інвестиції у проведення внутрішніх досліджень на протязі 3 років.</li> <li>2. Інвестиції у придбання результатів наукових досліджень на протязі 3 років.</li> <li>3. Інвестиції у розвиток альянсів і joint venture.</li> <li>4. Кількість створених альянсів (активних і пасивних).</li> <li>5. Інвестиції у інформаційні технології, створені власними силами та придбані.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кількість нових патентів.</li> <li>2. Аналіз портфеля патентів.</li> <li>3. Кількість товарних знаків.</li> <li>4. Кількість авторських свідоцтв.</li> <li>5. Кількість проданих ліцензій на користування патентами.</li> <li>6. Отримані від продажу ліцензій для користування патентами.</li> <li>7. Результати експериментальних тестів.</li> <li>8. Результати клінічних тестів.</li> <li>9. Показник плинності кадрів.</li> <li>10. Структура працюючих щодо частки наукових і науково-дослідних працівників у загальній чисельності працюючих.</li> <li>11. Кількість активних і успішних працівників (які отримали престижні винагороди).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Доходи від інновацій.</li> <li>2. Частка доходів від нових впроваджених недавно продуктів.</li> <li>3. Доходи від альянсів, joint venture, проданих ліцензій.</li> <li>4. Оборотноість готівки.</li> <li>5. Очікувані дати впровадження на ринок інновацій.</li> </ol>

\*Джерело: Lev B. Intangibles: Management, Measurement, and Reporting / Baruch Lev. – Washington: Brooking Institution Press, 2001. – PP. 117–118.

## Додаток Е 1

Застосування методики «КСЕ» для оцінки інтелектуального капіталу  
ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2015 рр.

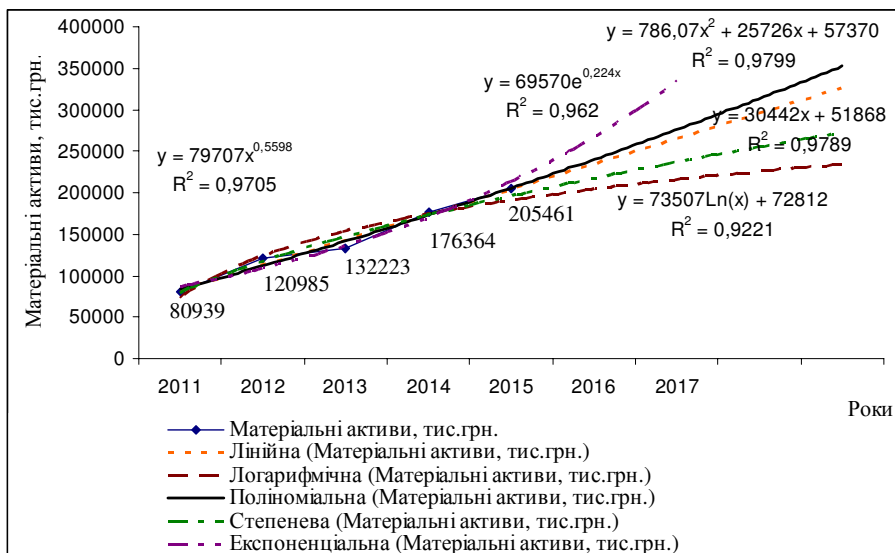


Рис. 1. Динаміка вартості матеріальних активів на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 рр. та вибір ліній тренду

\*Джерело: проаналізовано автором самостійно на основі фінансових звітностей товариства

## Додаток Е 2

Застосування методики «КСЕ» для оцінки інтелектуального капіталу  
ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2015 рр.

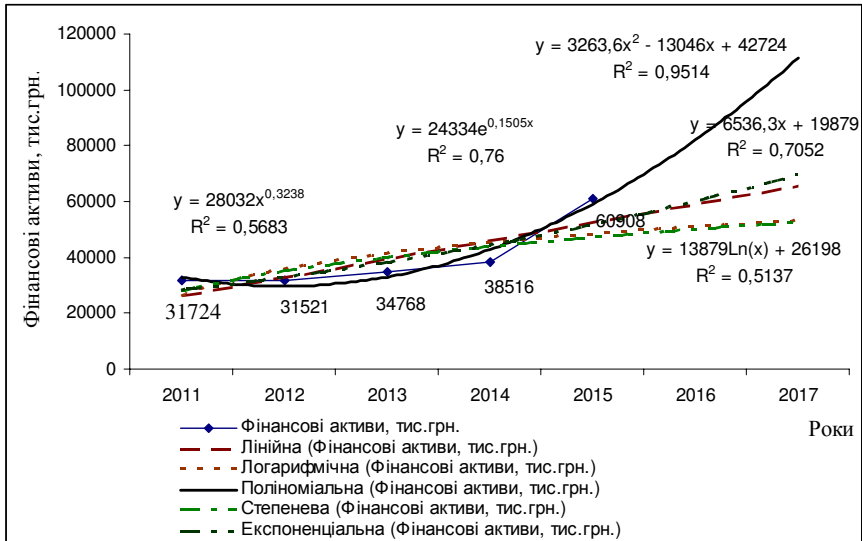


Рис. 2. Динаміка вартості фінансових активів на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 рр. та вибір ліній тренду

\*Джерело: проаналізовано автором самостійно на основі фінансових звітностей товариства



## Додаток Е 3

Застосування методики «КСЕ» для оцінки інтелектуального капіталу  
ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2013–2015 рр.

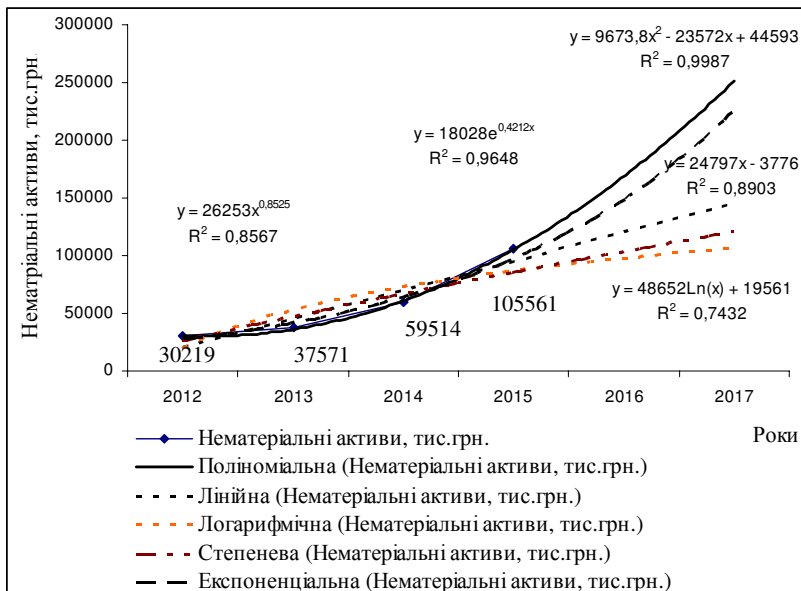


Рис. 3. Динаміка вартості нематеріальних активів на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2012–2017 рр. та вибір ліній тренду

\*Джерело: проаналізовано автором самостійно на основі фінансових звітностей товариства

## Додаток Е 4

Застосування методики «КСЕ» для оцінки інтелектуального капіталу  
ПрАТ «Борщівський сирзавод» у 2011–2015 рр.

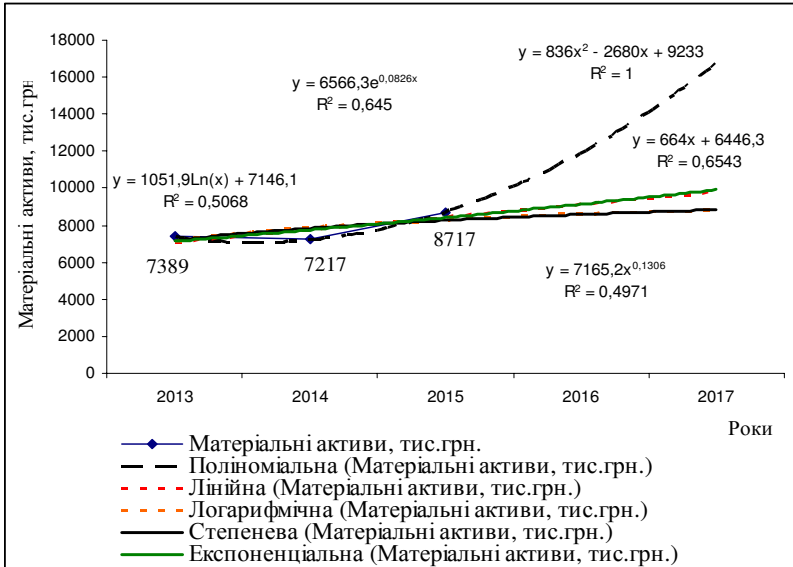


Рис. 1. Динаміка вартості матеріальних активів на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011–2017 рр. та вибір ліній тренду

\*Джерело: проаналізовано автором самостійно на основі фінансових звітностей товариства

## Додаток Е 5

Застосування методики «КСЕ» для оцінки інтелектуального капіталу  
ПрАТ «Борщівський сирзавод» у 2011–2015 рр.

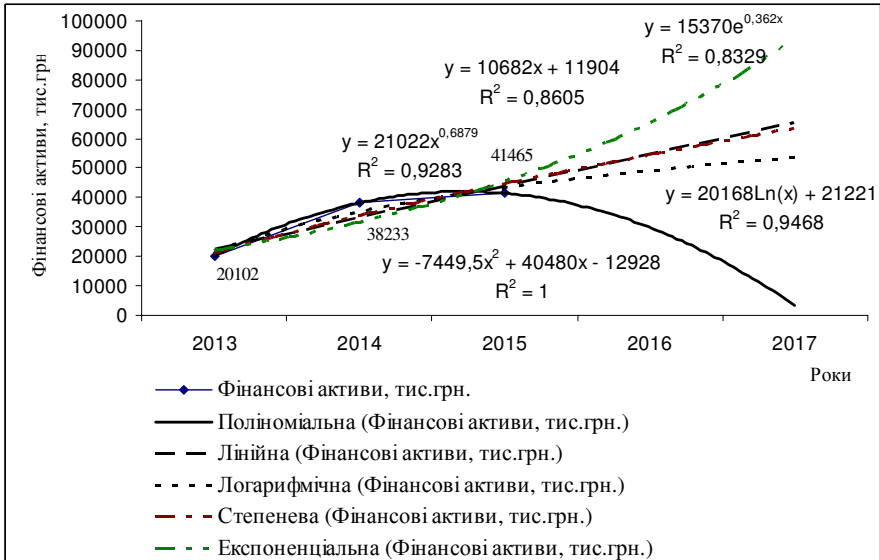


Рис. 2. Динаміка вартості фінансових активів на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011–2017 рр. та вибір ліній тренду

\*Джерело: проаналізовано автором самостійно на основі фінансових звітів товариства

## Додаток Е 6

Застосування методики «КСЕ» для оцінки інтелектуального капіталу  
ПрАТ «Борщівський сирзавод» у 2013–2015 рр.

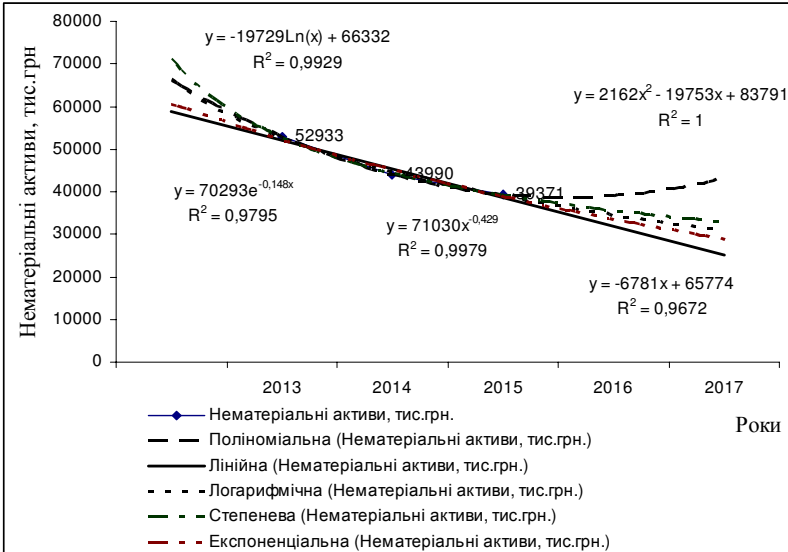


Рис. 3. Динаміка вартості нематеріальних активів на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2012–2017 рр. та вибір ліній тренду

\*Джерело: проаналізовано автором самостійно на основі фінансових звітностей товариства

## Додаток Ж



Рис. 1. Динаміка поданих патентних заявок за національною процедурою в Україні у 2004–2015 рр. та прогноз на 2016 р. (джерело: побудовано автором на основі : надходження заявок на об'єкти промислової власності у 1992–2012 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/ua/statistic\\_nadход.html](http://sips.gov.ua/ua/statistic_nadход.html) (10.04.2016); Внесено охоронних документів до державних реєстрів у 1992–2012 роках [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sips.gov.ua/ua/table7> (15.04.2015); Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2013 рік» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://sips.gov.ua/i\\_upload/file/promvlas-2013.pdf](http://sips.gov.ua/i_upload/file/promvlas-2013.pdf) (21.04.2016); Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2015 рік» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://uipv.org/i\\_upload/file/promvlasnist2015.pdf](http://uipv.org/i_upload/file/promvlasnist2015.pdf) (21.04.2016); Наукова та науково-технічна діяльність у 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publnauka\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm) (10.04.2016)

## Додаток К 1

## АНКЕТА

для моніторингу компетенційної моделі на підприємстві

Особа, яка оцінює	<input type="checkbox"/> <b>керівник, менеджер</b> (управлінець), який має у підпорядкуванні підлеглих осіб
	<input type="checkbox"/> <b>інший працівник</b> , який немає у підпорядкуванні підлеглих осіб

## 1. Які з джерел креації вартості є найбільш актуальні для Вашого підприємства?

<input type="checkbox"/>	фінансовий капітал
<input type="checkbox"/>	людський (індивідуальний) капітал
<input type="checkbox"/>	інноваційний капітал
<input type="checkbox"/>	інформаційний капітал
<input type="checkbox"/>	ринковий капітал
<input type="checkbox"/>	соціальний капітал
<input type="checkbox"/>	інтелектуальна власність
<input type="checkbox"/>	інші

## 2. Які характеристики інтелектуального капіталу є найважливішими при створенні інтелектуальної доданої вартості?

<input type="checkbox"/>	фаховий рівень персоналу (знання, вміння)
<input type="checkbox"/>	формальна підготовка персоналу
<input type="checkbox"/>	компетенції особи (знання, вміння, поведінкові чинники)
<input type="checkbox"/>	ситуаційні чинники (відкритість, готовність працювати)
<input type="checkbox"/>	інтелектуальна власність
<input type="checkbox"/>	бренд, товарні марки
<input type="checkbox"/>	вартість клієнта
<input type="checkbox"/>	системи управління якістю
<input type="checkbox"/>	інформаційні технології, програмне забезпечення
<input type="checkbox"/>	екологічна зорієнтованість (екопродукція, екопакування, екологістика тощо)
<input type="checkbox"/>	соціальна відповідальність бізнесу

## 3. Чи застосовується компетенційний підхід при управлінні вартістю на Вашому підприємстві?

<input type="checkbox"/>	так
<input type="checkbox"/>	ні
<input type="checkbox"/>	в процесі впровадження
<input type="checkbox"/>	передбачається впровадження
<input type="checkbox"/>	не передбачається впровадження

**4. Які особи відповідають за реалізацію компетенційного підходу при забезпеченні креативної вартості на Вашому підприємстві?**

<input type="checkbox"/>	керівник підприємства
<input type="checkbox"/>	заступник керівника підприємства
<input type="checkbox"/>	керівники функціональних підрозділів підприємства
<input type="checkbox"/>	робітники
<input type="checkbox"/>	не можу відповісти

**5. З якою метою на Вашому підприємстві застосовується компетенційний підхід?**

<input type="checkbox"/>	для організації ефективного відбору кандидатів на посади
<input type="checkbox"/>	для оцінки роботи персоналу, визначення рівня винагород
<input type="checkbox"/>	для мотивації персоналу до самовдосконалення, саморозвитку
<input type="checkbox"/>	для ефективною розстановки кадрів
<input type="checkbox"/>	при реорганізації (для раціонального скорочення)
<input type="checkbox"/>	не застосовується

**6. Оцініть рівень впливу браку певних компетенцій на конкурентоспроможність Вашого підприємства?**

<input type="checkbox"/>	безпосередній (прямий) значний вплив
<input type="checkbox"/>	опосередкований (не прямий) значний вплив
<input type="checkbox"/>	помірний вплив
<input type="checkbox"/>	не впливає
<input type="checkbox"/>	не можу визначити

**7. Хто на Вашому підприємстві проводить вимірювання та оцінку компетенційних лакун?**

<input type="checkbox"/>	керівник підприємства
<input type="checkbox"/>	заступник керівника підприємства
<input type="checkbox"/>	керівники функціональних підрозділів підприємства
<input type="checkbox"/>	консалтингова агенція
<input type="checkbox"/>	не можу відповісти

**8. Які з характеристик людського капіталу є найважливішими на підприємстві (подайте в міру значення від 1 до 6)?**

<input type="checkbox"/>	компетенції персоналу (знання, вміння, поведінка)
<input type="checkbox"/>	кваліфікація персоналу (підтверджена дипломами тощо)
<input type="checkbox"/>	висока продуктивність праці (віддача в роботі)
<input type="checkbox"/>	формальна підготовка
<input type="checkbox"/>	ситуаційні чинники (присутність працівника, витрачений час)
<input type="checkbox"/>	інші (здоров'я, особиста культура тощо)

**9. Якою мірою брак певних компетенцій (знання, вміння, поведінка) впливає на Вашу конкурентоспроможність?**

<input type="checkbox"/>	має прямий безпосередній вплив
<input type="checkbox"/>	має непрямий вплив
<input type="checkbox"/>	має помірний вплив
<input type="checkbox"/>	не впливає

**10. Чи використовується на Вашому підприємстві стратегія управління людським (індивідуальним) капіталом?**

<input type="checkbox"/>	впроваджена
<input type="checkbox"/>	запроваджується
<input type="checkbox"/>	опрацьована, але не впроваджена
<input type="checkbox"/>	передбачається в майбутньому
<input type="checkbox"/>	не плануємо впровадження

**11. Які особи відповідають за розробку та реалізацію стратегії управління людським капіталом на Вашому підприємстві?**

<input type="checkbox"/>	керівники вищого і середнього рівня управління
<input type="checkbox"/>	представник відділу управління людськими ресурсами (персоналом, HR)
<input type="checkbox"/>	представники інших підрозділів (крім відділу управління людськими ресурсами)
<input type="checkbox"/>	незалежні зовнішні експерти
<input type="checkbox"/>	консалтингова фірма
<input type="checkbox"/>	інші

**12. На які групи персоналу поширюється застосування компетенційного підходу на Вашому підприємстві?**

<input type="checkbox"/>	увесь персонал
<input type="checkbox"/>	лише на рівні вищого керівництва (керівник, керівники функціональних підрозділів)
<input type="checkbox"/>	лише на рівні керівників середнього і нижчого щабля управління
<input type="checkbox"/>	лише на окремих працівників у вибраних підрозділах (напр. маркетинговий відділ)
<input type="checkbox"/>	лише працівники, які пов'язані із ключовими проектами
<input type="checkbox"/>	лише працівники, які визнані талановитими
<input type="checkbox"/>	не поширюється на жодну із груп

**13. Чи практикується на Вашому підприємстві портфоліо компетенцій?**

<input type="checkbox"/>	розроблено і впроваджено
<input type="checkbox"/>	розроблено, але не впроваджено
<input type="checkbox"/>	впроваджується
<input type="checkbox"/>	планується в майбутньому
<input type="checkbox"/>	не плануємо

**14. Чи запроваджено на Вашому підприємстві модель розвитку капіталу компетенцій?**

<input type="checkbox"/>	впроваджено
<input type="checkbox"/>	впроваджується
<input type="checkbox"/>	опрацьовано, але не впроваджено
<input type="checkbox"/>	планується в майбутньому
<input type="checkbox"/>	не плануємо впровадження

**15. Чи практикують на Вашому підприємстві компетенційні профілі (описи компетенцій)?**

<input type="checkbox"/>	впроваджено
<input type="checkbox"/>	впроваджується
<input type="checkbox"/>	опрацьовано, але не впроваджено
<input type="checkbox"/>	планується в майбутньому
<input type="checkbox"/>	не плануємо впровадження



**16. В межах яких посад (робочих місць) на Вашому підприємстві розроблені компетенційні профілі (описи)?**

<input type="checkbox"/>	увесь персонал
<input type="checkbox"/>	лише на рівні вищого керівництва (керівник, керівники функціональних підрозділів)
<input type="checkbox"/>	лише на рівні керівники середнього і нижчого щабля управління
<input type="checkbox"/>	лише на окремих працівників у вибраних підрозділах (напр. маркетинговий відділ)
<input type="checkbox"/>	лише працівники, які пов'язані із ключовими проектами
<input type="checkbox"/>	лише працівники, які визнані талановитими
<input type="checkbox"/>	не поширюється на жодну із груп

**17. Чи існує на Вашому підприємстві градація компетенцій в межах окремого компетенційного профілю (опису компетенцій)?**

<input type="checkbox"/>	усі компетенції мають однакове значення
<input type="checkbox"/>	чітко виділені ідентифікаційні (найважливіші) компетенції
<input type="checkbox"/>	важко відповісти
<input type="checkbox"/>	Немає можливості чіткого виділення ідентифікаційних (найважливіших) компетенцій

## Додаток К 2

### АНКЕТА

для оцінки ідентифікаційних компетенцій підприємства

Особа, яка оцінює	<input type="checkbox"/> <b>керівник, менеджер</b> (управлінець), який має у підпорядкуванні підлеглих осіб
	<input type="checkbox"/> <b>інший працівник</b> , який немає у підпорядкуванні підлеглих осіб

#### Оціночна шкала ідентифікаційних компетенцій підприємства

Рівень	A (5 балів) <b>високий</b>	B (4 бали) <b>дуже добрий</b>	C (3 бали) <b>добрий</b>	D (2 бали) <b>низький</b>	E (1 бал) <b>недостатній</b>
Опис	Наявність цієї компетенції носить <b>постійний</b> характер.	Наявність цієї компетенції носить <b>дуже частий</b> характер.	Наявність цієї компетенції носить <b>не постійний</b> характер.	Наявність цієї компетенції носить <b>вибірковий</b> характер.	Компетенція (одиночного характеру) <b>відсутня</b> .

#### 1. Покращення компетенційного рівня персоналу підприємства (зміна протягом року)

<input type="checkbox"/> 1	відсутні компетенції
<input type="checkbox"/> 2	відсутні якісні зміни в компетенціях
<input type="checkbox"/> 3	незначне якісне покращення уже притаманних компетенцій
<input type="checkbox"/> 4	набуття хоча б 1 додаткової компетенції (мовної, інформаційної, напр. обслуговування програмного забезпечення)
<input type="checkbox"/> 5	Зорієнтування на власний розвиток компетенцій

#### 2. Володіння інтелектуальним портфелем (зміна протягом року)

<input type="checkbox"/> 1	відсутній
<input type="checkbox"/> 2	значне зменшення
<input type="checkbox"/> 3	незначне зменшення
<input type="checkbox"/> 4	наявний, але без змін
<input type="checkbox"/> 5	нарощення

#### 3. Відкритість до інновацій (зміна протягом року)

<input type="checkbox"/> 1	відсутня
<input type="checkbox"/> 2	значне зменшення зацікавленості в інноваціях
<input type="checkbox"/> 3	незначне зменшення зацікавленості в інноваціях
<input type="checkbox"/> 4	відсутність змін у зацікавленості в інноваціях
<input type="checkbox"/> 5	збільшення зацікавленості в інноваціях

**4. Орієнтація на клієнта (зміна протягом року)**

<input type="checkbox"/> 1	відсутня (не враховуємо потреб клієнта)
<input type="checkbox"/> 2	зменшення зацікавленості в кращому задоволенні потреб клієнта
<input type="checkbox"/> 3	<b>відсутність змін</b> у зацікавленості задоволення потреб клієнта
<input type="checkbox"/> 4	збільшення зацікавленості в кращому задоволенні <b>окремих</b> потреб клієнта
<input type="checkbox"/> 5	збільшення зацікавленості в кращому задоволенні <b>усіх</b> потреб клієнта

**5. Динаміка в розвитку комунікаційних мереж (зміна протягом року)**

<input type="checkbox"/> 1	відсутні інформаційно-комунікаційні мережі
<input type="checkbox"/> 2	обмежений доступ до комунікаційних мереж (лише для керівника, головного бухгалтера)
<input type="checkbox"/> 3	обмежений доступ до комунікаційних мереж (лише для управлінського персоналу)
<input type="checkbox"/> 4	наявність сайту
<input type="checkbox"/> 5	постійне якісне оновлення і розширення доступу комунікаційних мереж

**6. Поширення інформатизації на підприємстві (зміна протягом року)**

<input type="checkbox"/> 1	не плануємо
<input type="checkbox"/> 2	планується в майбутньому
<input type="checkbox"/> 3	планується лише в межах певних секторів
<input type="checkbox"/> 4	носить періодичний характер в межах певних секторів
<input type="checkbox"/> 5	носить постійний і всебічний характер (поширюється на усі сектори)

**7. Розширення пізнавальної еластичності працівників (зміна протягом року)**

<input type="checkbox"/> 1	не плануємо
<input type="checkbox"/> 2	планується в майбутньому
<input type="checkbox"/> 3	забезпечується лише у середовищі талановитих людей
<input type="checkbox"/> 4	носить нерівномірний (час від часу) характер
<input type="checkbox"/> 5	носить постійний характер

**8. Підвищення соціальної відповідальності бізнесу (зміна протягом року)**

<input type="checkbox"/> 1	не плануємо
<input type="checkbox"/> 2	планується в майбутньому
<input type="checkbox"/> 3	впроваджуємо окремі принципи соціальної відповідальності бізнесу
<input type="checkbox"/> 4	стабільний рівень соціальної відповідальності бізнесу (стабільні витрати і напрямки)
<input type="checkbox"/> 5	зростаючий рівень соціальної відповідальності бізнесу (збільшення витрат і оновлення напрямків)

**9. Екозорієнтованість підприємства (зміна протягом року)**

<input type="checkbox"/> 1	відсутня (не націлені на випуск екопродукції)
<input type="checkbox"/> 2	значне зменшення обсягів випуску екопродукції
<input type="checkbox"/> 3	дотримання вітчизняних стандартів управління якістю
<input type="checkbox"/> 4	дотримання міжнародних стандартів управління якістю
<input type="checkbox"/> 5	утримання високої еластичності в оновленні екопродукції, екопакуванні, екологістиці

## Додаток Л 1

Оцінка інтелектуального капіталу суб'єктів молочної галузі Тернопільської області у 2011–2015 рр. у розрізі складових модулів: індивідуальний, ринковий, інноваційний, інформаційний та соціальний

Суб'єкт	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6	Var7	Var8	Var9	Var10	Var11
Mol11	5922	13,55108	1,492897	2	1,2	3	3,4	2	1,848739	0,4	7,503343
Mol12	79702	14,49089	2,766256	3	2,2	3	5,3	2	5,01	0,5	8,281164
Mol13	92710	14,16067	3,530376	4	2,6	7	5,1	2	8,132258	0,5	8,97371
Mol14	122700	16,56138	3,666706	5	2,6	11	11,3	3	10,69894	0,5	9,041101
Mol15	129518	12,24015	3,536502	6	3,2	18	14,3	4	11,03284	0,6	11,10335
Bo11	-721	5,357064	0	1	1	0	3,2	2	0,075259	0,4	0
Bo12	7525	6,579082	0	1	1	0	1,3	2	0,088921	0,5	2,927029
Bo13	11735	8,899828	0,018095	1	1	0	2,6	2	0,070255	0,5	1,716332
Bo14	73790	7,76846	0,021251	1	1	0	4,2	3	0,096717	0,5	0,750037
Bo15	11743	7,814451	0,02129	2	2	0	4,2	3	0,087531	0,6	2,729803
Bu11	3010	12,36187	0,009407	1	2	0	1,4	2	6,887727	0,2	1,73333
Bu12	3331	14,0542	0,029563	1	3	0	3,6	2	6,895455	0,2	1,085792
Bu13	3343	16,86741	0	1	3	0	3,1	2	7,510909	0,3	0
Bu14	3878	16,08096	0,025	2	4,5	0	6,4	2	8,41	0,3	1,3925
Bu15	3229	17,97375	0	2	4,5	0	6,2	2	8,486818	0,2	0
Kr11	17685	12,939	1,597067	1	6	0	12,7	2	0,075171	0,2	0,426752
Kr12	18626	13,54704	1,84994	1	7	0	19,2	2	0,084647	0,2	1,302381
Kr13	22553	12,09291	2,033683	1	9	0	21,6	2	0,090084	0,3	1,135849
Kr14	29770	13,79415	2,211104	2	11	0	29,4	3	0,081647	0,3	0,976969

## Продовж. Додатку ЛІ 1

<b>Kr15</b>	16984	6,794649	1,922246	3	6,5	0	18,2	3	0,07159	0,3	1,664058
<b>Ce11</b>	62,352	7,311751	0	0	1	0	0,23	1	8,666667	0,1	0,145773
<b>Ce12</b>	70,33	7,834852	0	0	1	0	0,31	1	10,333333	0,1	0,519481
<b>Ce13</b>	-302,84	5,144539	0	0	1	0	0,17	1	18,46	0,1	0
<b>Ce14</b>	11,57	7,219677	0	0	0,5	0	0,53	1	19,02	0,1	0
<b>Ce15</b>	22,31	7,373394	0	0	0,5	0	0,71	1	19,34	0,1	0,357143
<b>La11</b>	6688	9,449251	1,957632	1	1	0	1,12	2	7,045455	0,4	0,379128
<b>La12</b>	9148	12,89157	2,367297	1	0,5	0	2,52	2	20,75714	0,5	0,384865
<b>La13</b>	8855	12,43752	1,65	1	0,5	0	3,16	2	8,025	0,5	0,376802
<b>La14</b>	11966	10,25986	1,457291	2	4	0	3,13	3	2,954545	0,5	0,633267
<b>La15</b>	11822	10,02572	1,087909	2	6	0	4,1	4	4,675325	0,4	0,039984
<b>Av11</b>	3759	4,256169	4,663704	1	3	4	3,16	2	18,08	0,1	0,74926
<b>Av12</b>	5772	5,861501	5,582667	1	3	5	4,73	2	37,08	0,1	0,7568
<b>Av 13</b>	6991	8,330456	5,912766	1	4	5	3,31	2	12,73	0,1	0,71621
<b>Av14</b>	7961	8,762626	5,931498	1	5	15	4,84	2	7,727273	0,2	0,73318
<b>Av15</b>	9314	9,570083	6,527553	1	6	18	6,21	2,5	10,55556	0,2	0,83807

\*Примітка: суб'єкти господарювання Mo1 – ПрАТ «Тернопільський молокозавод», Во – ПАТ «Борщівський сирзавод», Ви – ТОВ «Бучацький сирзавод», Кг - ТОВ «Кременецьке молоко», Се - ТОВ «Цебро», La - ТОВ «Галичина Ласунка», Ав – ПП «Альма Віта»; показники Var1 – додана вартість, Var2 - питома вага заробітної плати у собівартості продукції, Var3 - питома вага витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку, Var 4 - кількість брендів, Var5 - коефіцієнт навантаження на бренд, Var6 - питома вага експорту, Var7 - питома вага інноваційної продукції, Var8 - кількість систем управління якістю і безпечністю молочної продукції, Var9 - питома вага витрат на інформатичні технології в нематеріальних активах, Var10 - коефіцієнт транспарентності підприємства, Var11 - питома вага витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу в чистому прибутку.

\*Джерело: *оброховано авторкою самостійно*

## Додаток Л 2

Описові статистики показників інтелектуального капіталу суб'єктів молочної галузі Тернопільської області у 2011–2015 рр. у розрізі складових модулів: індивідуальний, ринковий, інноваційний, інформаційний та соціальний

	Valid N	Mean	Minimum	Maximum	Variance	Std.Dev.	Coef.Var.	Standard - Error	Skewness	Kurtosis
<b>Var1</b>	35	21119,22	-721,000	129518,0	1179880664,95	34349,39	162,65	5806,11	2,25	4,09
<b>Var2</b>	35	10,59	4,256	18,0	13,81	3,72	35,09	0,63	0,20	-1,01
<b>Var3</b>	35	1,77	0,000	6,5	4,08	2,02	114,28	0,34	1,01	0,02
<b>Var4</b>	35	1,51	0,000	6,0	1,79	1,34	88,27	0,23	1,77	3,62
<b>Var5</b>	35	3,18	0,500	11,0	6,70	2,59	81,41	0,44	1,21	1,28
<b>Var6</b>	35	2,54	0,000	18,0	26,49	5,15	202,41	0,87	2,20	3,96
<b>Var7</b>	35	6,14	0,170	29,4	46,42	6,81	110,95	1,15	1,93	3,48
<b>Var8</b>	35	2,16	1,000	4,0	0,54	0,74	34,09	0,12	0,65	0,93
<b>Var9</b>	35	8,03	0,070	37,1	65,74	8,11	100,92	1,37	1,53	3,49
<b>Var10</b>	35	0,31	0,100	0,6	0,03	0,17	53,54	0,03	0,12	-1,43
<b>Var11</b>	35	4,86	0,000	101,0	288,89	17,00	349,90	2,87	5,64	32,65

\* Джерело: обчислено автором самостійно

## Додаток Л 3

Кореляційна матриця показників, що характеризують залежності величини доданої вартості та інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільщини у 2011–2015 рр.

	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6	Var7	Var8	Var9	Var10	Var11
Var1	1,000	<b>0,344*</b>	0,274	<b>0,838***</b>	0,048	<b>0,511**</b>	0,332	<b>0,510**</b>	-0,101	<b>0,551***</b>	0,040
Var2	<b>0,344*</b>	1,000	-0,055	<b>0,453**</b>	0,295	0,054	0,331	0,206	-0,243	0,272	-0,086
Var3	0,274	-0,055	1,000	0,292	0,330	<b>0,755***</b>	0,219	0,239	<b>0,350*</b>	-0,095	-0,108
Var4	<b>0,838***</b>	<b>0,453**</b>	0,292	1,000	0,200	<b>0,505***</b>	<b>0,398*</b>	<b>0,693***</b>	-0,167	<b>0,607***</b>	-0,048
Var5	0,048	0,295	0,330	0,200	1,000	0,136	<b>0,846***</b>	0,417	-0,313	-0,147	-0,196
Var6	<b>0,511**</b>	0,054	<b>0,755***</b>	<b>0,505**</b>	0,136	1,000	0,113	0,326	0,216	0,086	0,005
Var7	0,332	0,331	0,219	<b>0,398*</b>	<b>0,846***</b>	0,113	1,000	<b>0,438**</b>	<b>-0,360*</b>	0,086	-0,107
Var8	<b>0,510**</b>	0,206	0,239	<b>0,693***</b>	<b>0,417*</b>	0,326	<b>0,438**</b>	1,000	<b>-0,342*</b>	<b>0,611***</b>	-0,212
Var9	-0,101	-0,243	<b>0,350*</b>	-0,167	-0,313	0,216	<b>-0,360*</b>	<b>-0,342*</b>	1,000	<b>-0,452**</b>	0,225
Var10	<b>0,551***</b>	0,272	-0,095	<b>0,607***</b>	-0,147	0,086	0,086	<b>0,611***</b>	<b>-0,452**</b>	1,000	-0,126
Var11	0,040	-0,086	-0,108	-0,048	-0,196	0,005	-0,107	-0,212	0,225	-0,126	1,000

\*Примітка: коефіцієнт кореляції значущий для \* –  $p < 0,05$ , \*\* –  $p < 0,01$ , \*\*\* –  $p < 0,001$

## Додаток Л 4

Економічна оцінка брендингу на молокопереробних суб'єктах  
господарювання Тернопільської області за 2011–2015 рр.

Роки	Кількість брендів	Загальна кількість товарних ліній	Коефіцієнт навантаження на бренд
1	2	3	4
<b>ПрАТ «Тернопільський молокозавод»</b>			
2011	2 корпоративних 4 товарних	5	2,5 (корпоративний) 1,2 (середньозважене значення для товарних брендів)
2012	1 корпоративний 5 товарних	6	6 (корпоративний) 2,2 (середньозважене значення для товарних брендів)
2013	1 корпоративний 5 товарних	7	7 (корпоративний) 2,6 (середньозважене значення для товарних брендів)
2014	1 корпоративний 5 товарних	7	7 (корпоративний) 2,6 (середньозважене значення для товарних брендів)
2015	1 корпоративний 5 товарних	8	7 (корпоративний) 3,2 (середньозважене значення для товарних брендів)
<b>ПАТ «Борщівський сирзавод»</b>			
2011	1 корпоративний	1	1 (корпоративний)
2012	1 корпоративний	1	1 (корпоративний)
2013	1 корпоративний	1	1 (корпоративний)
2014	1 корпоративний	1	1 (корпоративний)
2015	1 корпоративний 1 товарний	2	2 (корпоративний) 2 (середньозважене значення для товарних брендів)
<b>ТОВ «Бучацький сирзавод»</b>			
2011	1 корпоративний	2	2 (корпоративний)
2012	1 корпоративний	3	3 (корпоративний)
2013	1 корпоративний	3	3 (корпоративний)
2014	1 корпоративний 1 товарний	4	4 (корпоративний) 4,5 (середньозважене значення для товарних брендів)
2015	1 корпоративний 1 товарний	4	4 (корпоративний) 4,5 (середньозважене значення для товарних брендів)
<b>ТОВ «Цebro»</b>			
2011	1 товарний	1	1 (середньозважене значення для товарних брендів)
2012	1 товарний	1	1 (середньозважене значення для товарних брендів)
2013	1 товарний	1	1 (середньозважене значення для товарних брендів)
2014	2 товарних	1	0,5 (середньозважене значення для товарних брендів)
2015	2 товарних	1	0,5 (середньозважене значення для товарних брендів)



## Продовж. Додатку Л 4

1	2	3	4
<b>ТОВ «Галичина Ласунка»</b>			
2011	1 корпоративний 1 товарний	1	1 (корпоративний) 1(середньозважене значення для товарних брендів)
2012	1 корпоративний 2 товарних	1	1 (корпоративний) 0,5(середньозважене значення для товарних брендів)
2013	1 корпоративний 2 товарних	1	1 (корпоративний) 0,5(середньозважене значення для товарних брендів)
2014	1 корпоративний 3 товарних	2	2 (корпоративний) 4 (середньозважене значення для товарних брендів)
2015	1 корпоративний 3 товарних	2	2 (корпоративний) 6 (середньозважене значення для товарних брендів)
<b>ТОВ «Кременецьке молоко»</b>			
2011	1 корпоративний	6	6 (корпоративний)
2012	1 корпоративний	7	7 (корпоративний)
2013	1 корпоративний	9	9 (корпоративний)
2014	1 корпоративний 1 товарний	11	11 (корпоративний) 6,5 (середньозважене значення для товарних брендів)
2015	1 корпоративний 2 товарних	13	13 (корпоративний) 6,5 (середньозважене значення для товарних брендів)
<b>ПП «Альма Віта»</b>			
2011	1 фірмовий	3	3 (фірмовий)
2012	1 фірмовий	3	3 (фірмовий)
2013	1 фірмовий	4	4 (фірмовий)
2014	1 фірмовий	5	5 (фірмовий)
2015	1 фірмовий	6	6 (фірмовий)
<b>ПП «Чортківсир»</b>			
2011	2 товарних	2	2 (середньозважене значення для товарних брендів)
2012	4 товарних	2	0,25 (середньозважене значення для товарних брендів)
2013	4 товарних	2	0,25 (середньозважене значення для товарних брендів)
2014	6 товарних	2	0,6 (середньозважене значення для товарних брендів)
2015	8 товарних	2	0,57 (середньозважене значення для товарних брендів)

\* Джерело: розраховано авторкою самостійно на основі даних суб'єктів господарювання

## Додаток М 1

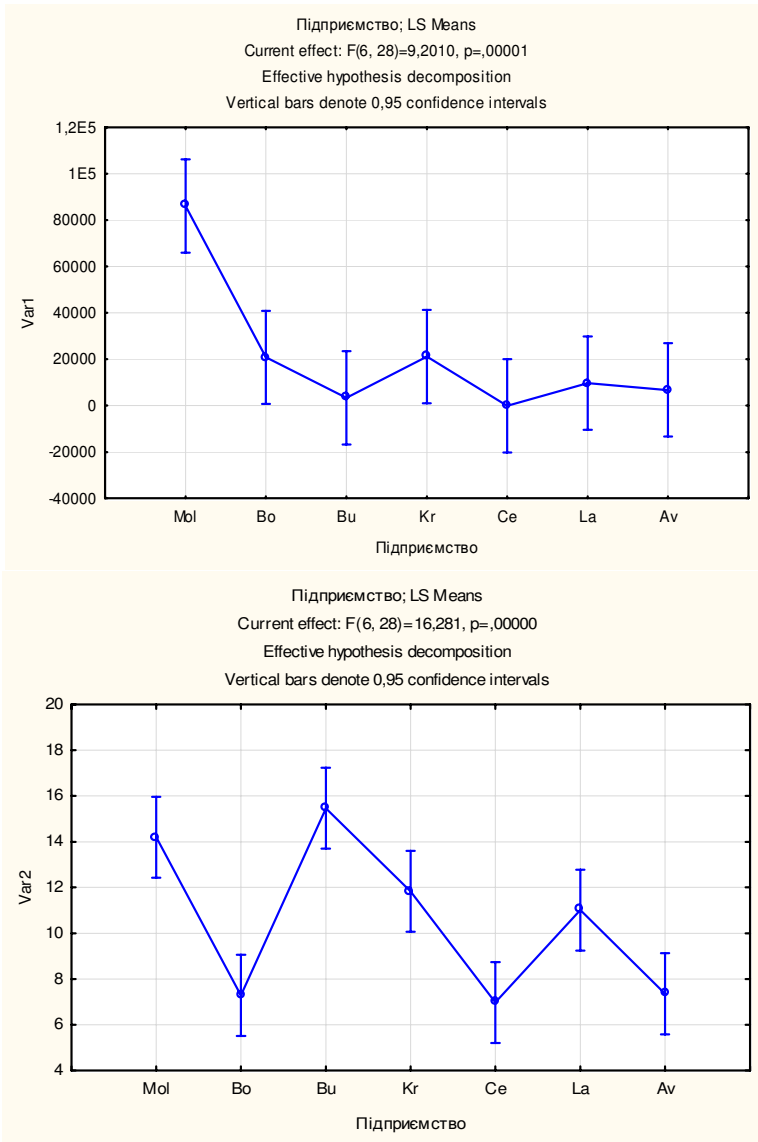


Рис. 1а. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – підприємство, залежні змінні -Var1, Var2, Var3, Var4)

## Продовж. Додатку М 1

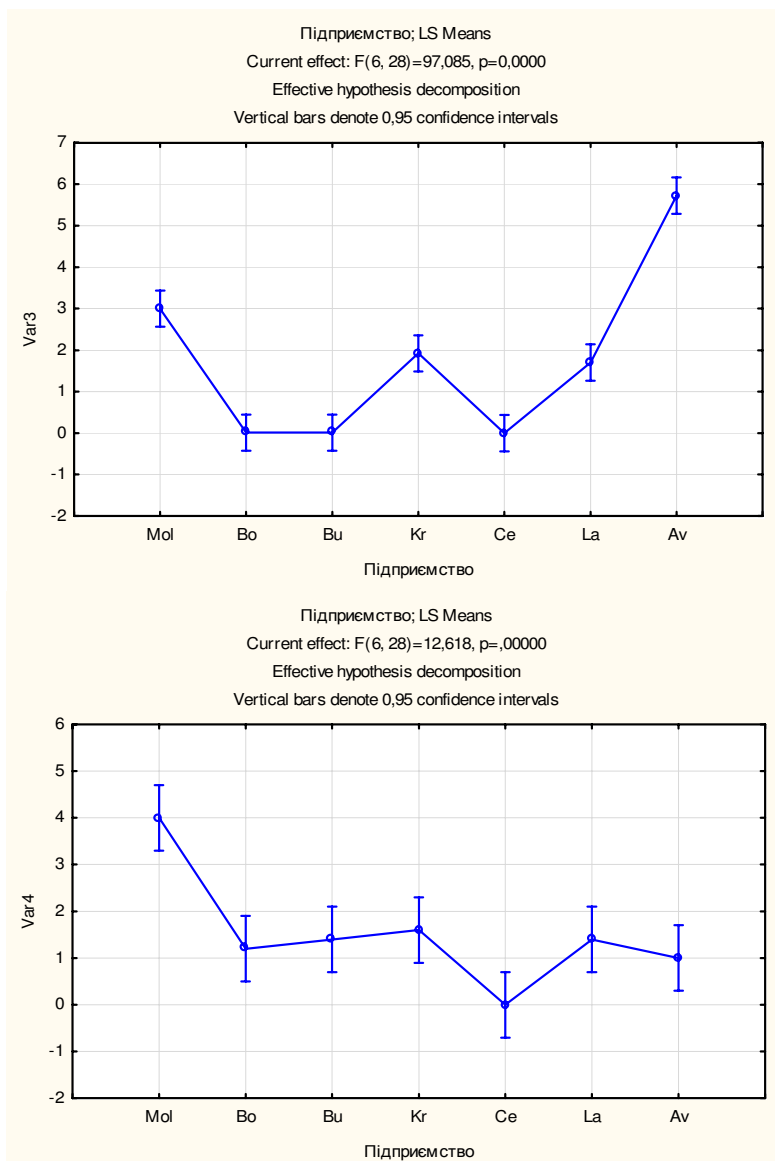


Рис. 16. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – підприємство, залежні змінні -Var1, Var2, Var3, Var4)

## Продовж. Додатку М 1

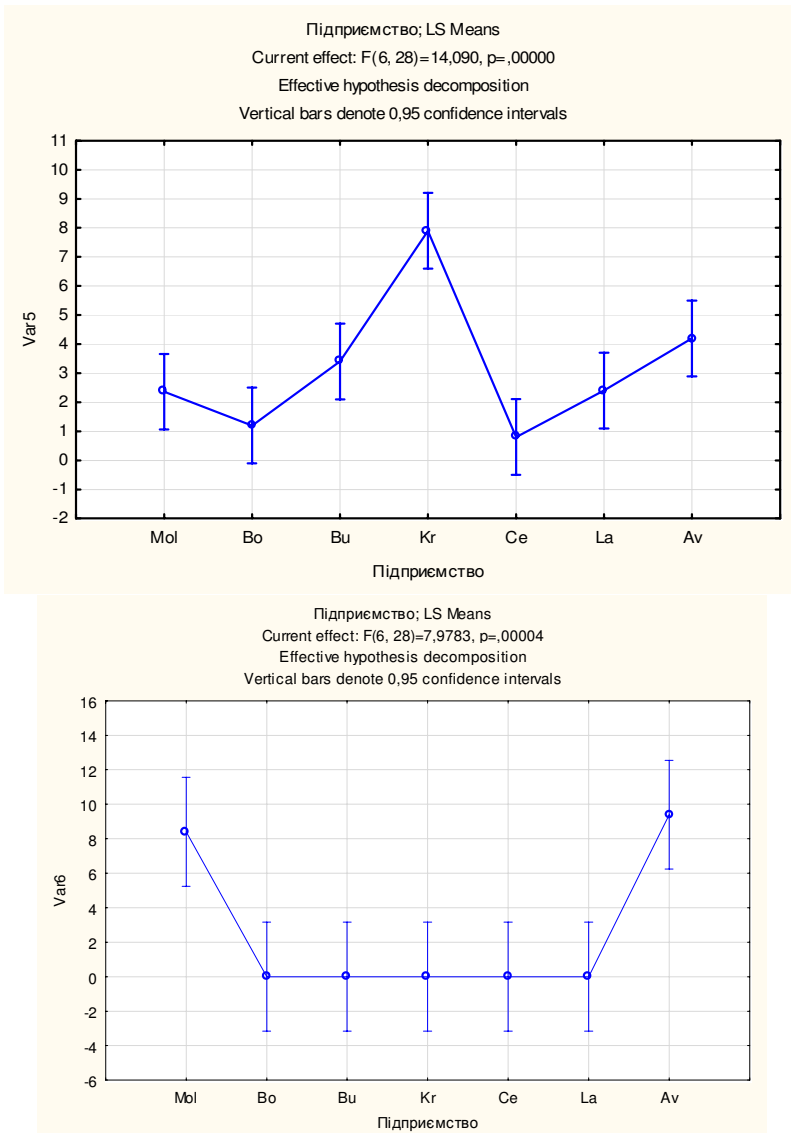


Рис. 2а. Графічна ілюстрація результатів аналізу дисперсійного аналізу (предиктор – підприємство, залежні змінні – Var5, Var6, Var7, Var8)

## Продовж. Додатку М 1

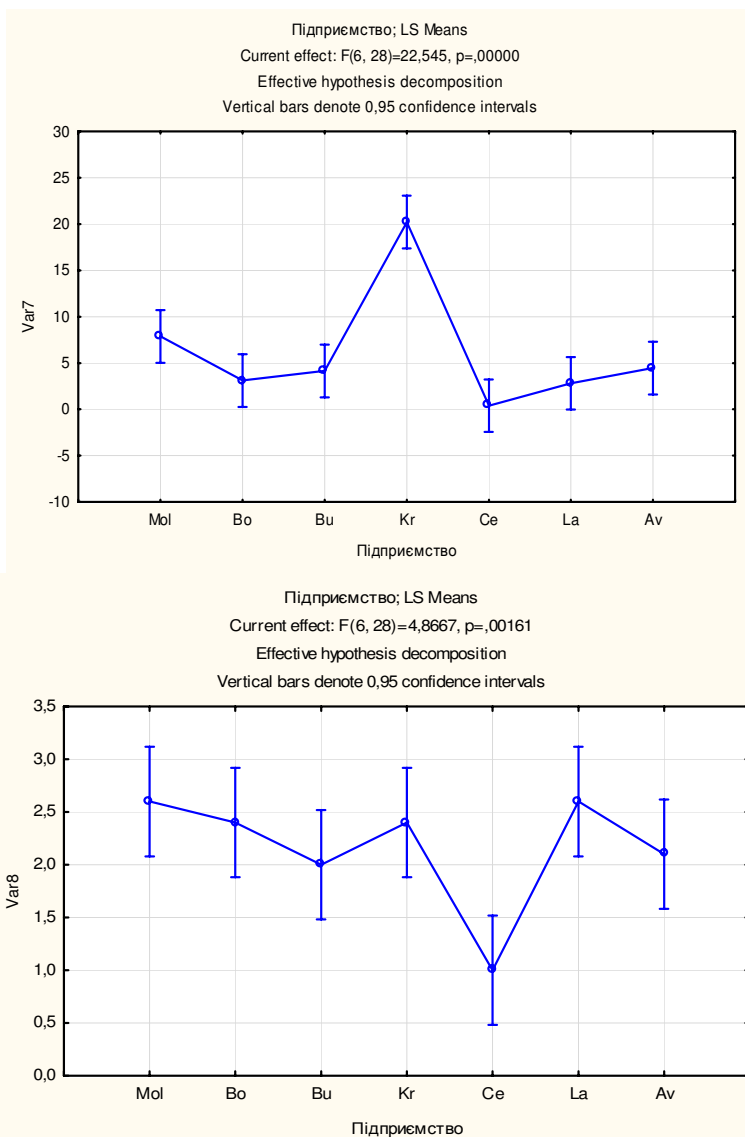


Рис. 26. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – підприємство, залежні змінні –Var5, Var6, Var7, Var8)

## Продовж. Додатку М 1

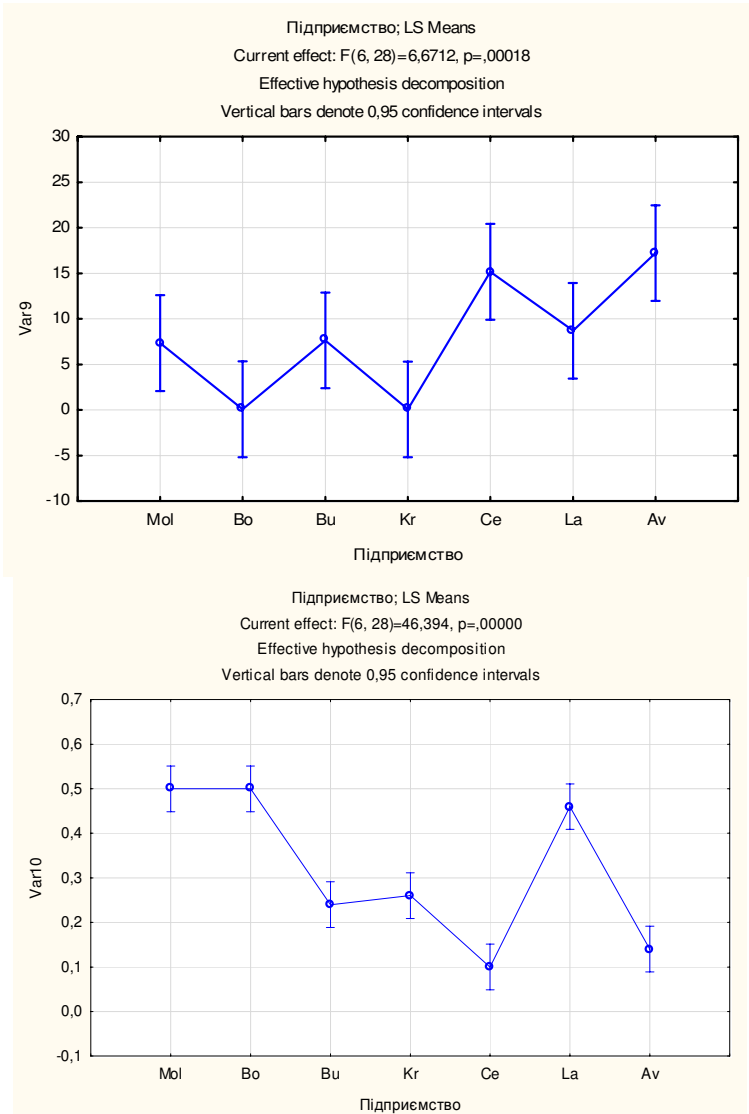


Рис. 3а. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – підприємство, залежні змінні –Var9, Var10, Var11)

## Продовж. Додатку М 1

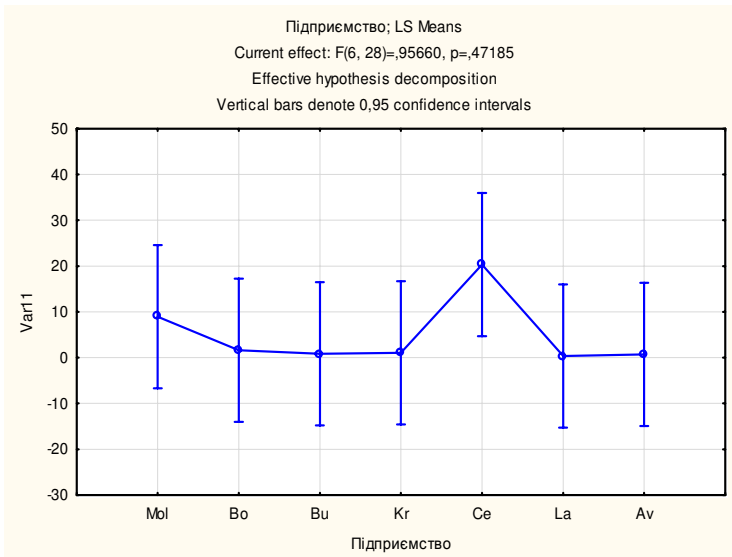


Рис. 36. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – підприємство, залежні змінні – Var9, Var10, Var11)

## Додаток М 2

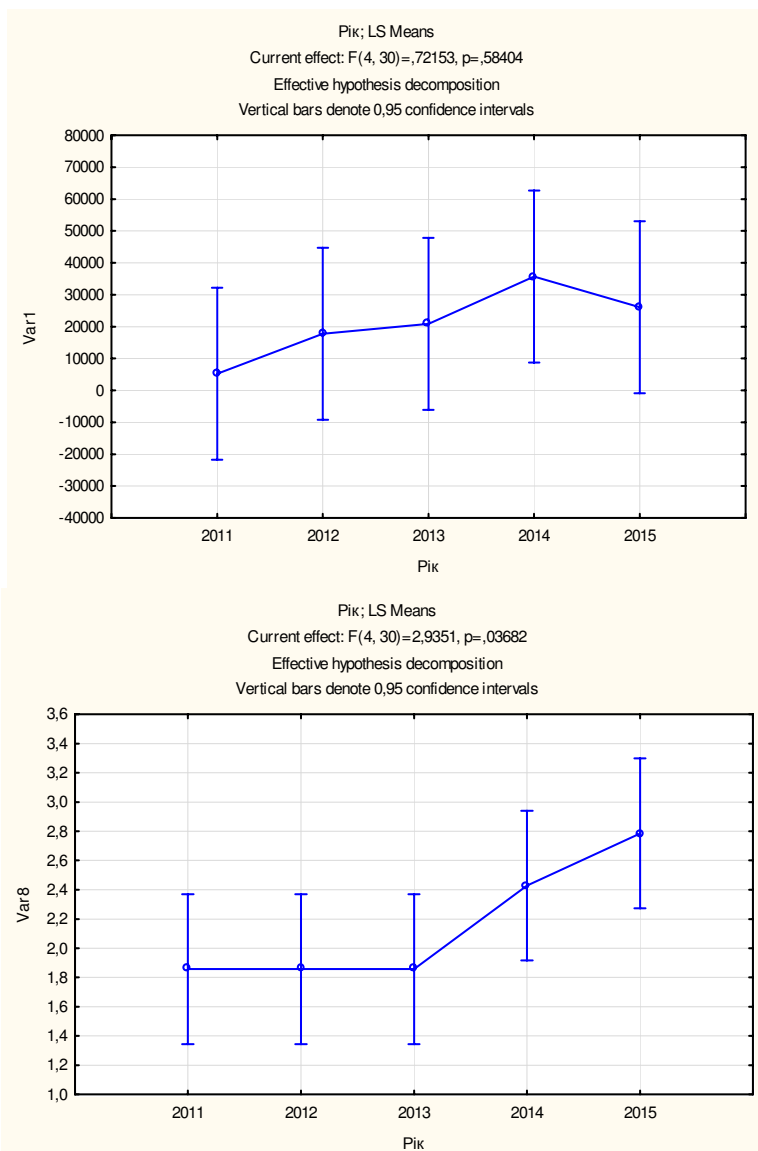


Рис. 1а. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – рік, залежні змінні – Var1, Var8, Var9, Var10)



## Продовж. Додатку М 2

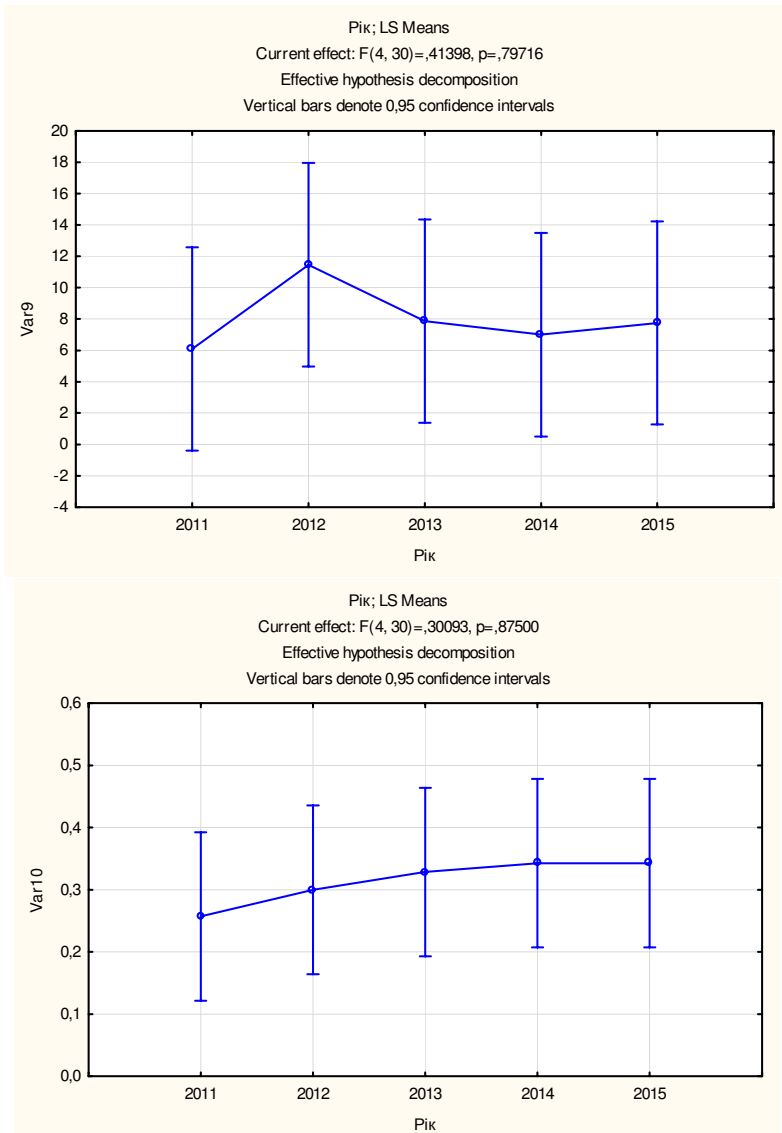


Рис. 16. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – рік, залежні змінні – Var1, Var8, Var9, Var10)

## Додаток М 3

Власні значення виділених факторів  
і їх внесок в пояснення загальної дисперсії  
(екстракція факторів здійснена методом головних компонент)

Фактор	Eigenvalue	% Total Variance	Cumulative Eigenvalue	Cumulative, %
1	3,450028	34,50028	3,45003	34,5003
2	2,034385	20,34385	5,48441	54,8441
3	1,614094	16,14094	7,09851	70,9851
4	1,018202	10,18202	8,11671	81,1671
5	0,795280	7,95280	8,91199	89,1199
6	0,439576	4,39576	9,35157	93,5157
7	0,251773	2,51773	9,60334	96,0334
8	0,236273	2,36273	9,83961	98,3961
9	0,115260	1,15260	9,95487	99,5487
10	0,045129	0,45129	10,00000	100,0000

## Додаток М 4

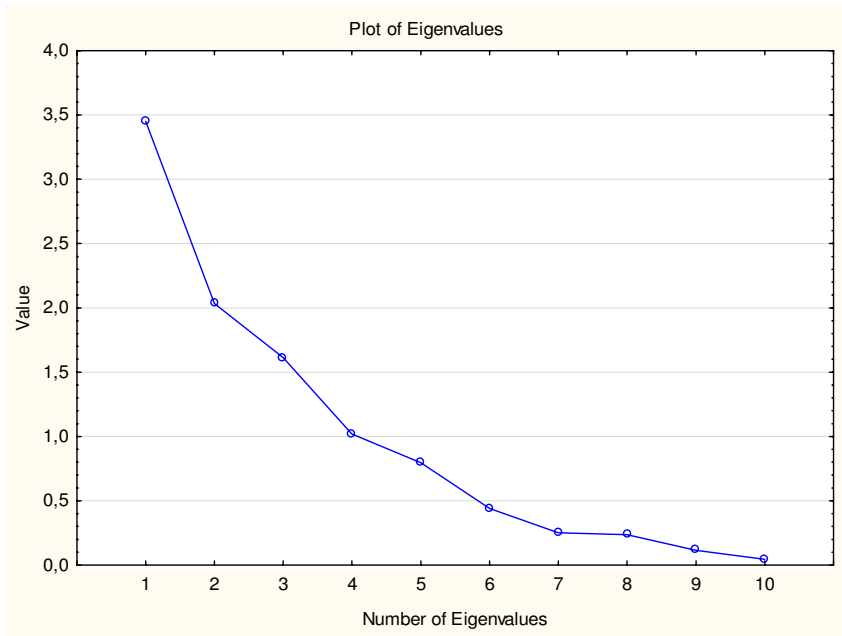


Рис. 1. Графік кам'янистого зсуву ілюструє зниження власних значень екстрагованих факторів (графічна ілюстрація критерію Кеттеля)

## Додаток М 5

Факторні навантаження (кореляції між змінними і виділеними факторами)

	Factor - 1	Factor - 2	Factor - 3	Factor - 4	Factor - 5	Factor - 6	Factor - 7	Factor - 8	Factor - 9	Factor - 10
Var2	-0,508922	0,257389	-0,021566	-0,422612	0,684539	-0,054652	0,124649	-0,083212	-0,022363	0,033788
Var3	-0,384911	<b>-0,843146</b>	-0,053822	0,161472	0,014675	-0,099128	-0,027992	-0,280873	0,142223	0,045109
Var4	<b>-0,808603</b>	-0,091974	0,419068	-0,188387	0,065128	0,121435	-0,159633	0,218293	0,181255	-0,040225
Var5	-0,639584	-0,063868	<b>-0,734201</b>	-0,038904	-0,085294	0,029230	0,126404	-0,034398	0,007951	-0,144685
Var6	-0,455494	<b>-0,747572</b>	0,259134	0,018915	0,024326	-0,327560	0,032977	0,168360	-0,168944	-0,017056
Var7	<b>-0,720261</b>	0,051606	-0,565311	-0,175731	-0,146192	0,098201	-0,279120	0,003830	-0,109951	0,084121
Var8	<b>-0,828980</b>	0,053479	0,219897	0,144681	-0,275333	0,250729	0,307925	0,031373	-0,022657	0,075207
Var9	0,439654	<b>-0,707814</b>	0,110747	-0,132051	0,197823	0,474372	-0,026252	-0,028018	-0,095849	-0,034310
Var10	-0,546617	0,399894	0,653999	0,076253	-0,099785	0,012493	-0,122328	-0,257969	-0,104601	-0,072101
Var11	0,272798	-0,139278	0,144919	<b>-0,837318</b>	-0,409990	-0,078571	0,067263	-0,070335	0,018499	0,001218
Expl.Var	3,450028	2,034385	1,614094	1,018202	0,795280	0,439576	0,251773	0,236273	0,115260	0,045129
Prp.Totl	0,345003	0,203439	0,161409	0,101820	0,079528	0,043958	0,025177	0,023627	0,011526	0,004513

## Додаток М 6

Факторні навантаження після застосування повороту осей  
методом Varimax gow

	<b>Factor - 1</b>	<b>Factor - 2</b>	<b>Factor - 3</b>	<b>Factor - 4</b>
<b>Var2</b>	0,449689	-0,148687	0,433387	0,303584
<b>Var3</b>	-0,016854	0,914070	0,202165	-0,106503
<b>Var4</b>	0,826324	0,348698	0,224890	0,135753
<b>Var5</b>	-0,026250	0,136601	0,957002	-0,136053
<b>Var6</b>	0,268465	0,870236	0,044912	0,049455
<b>Var7</b>	0,180390	0,058126	0,914283	-0,007969
<b>Var8</b>	0,737448	0,225422	0,330421	-0,235654
<b>Var9</b>	-0,443048	0,547129	-0,374180	0,297230
<b>Var10</b>	0,917271	-0,129952	-0,139606	-0,120299
<b>Var11</b>	-0,093712	-0,013418	-0,124338	0,889662
<b>Expl.Var</b>	2,580907	2,125805	2,317194	1,092803
<b>Prp.Totl</b>	0,258091	0,212580	0,231719	0,109280

## Додаток М 7

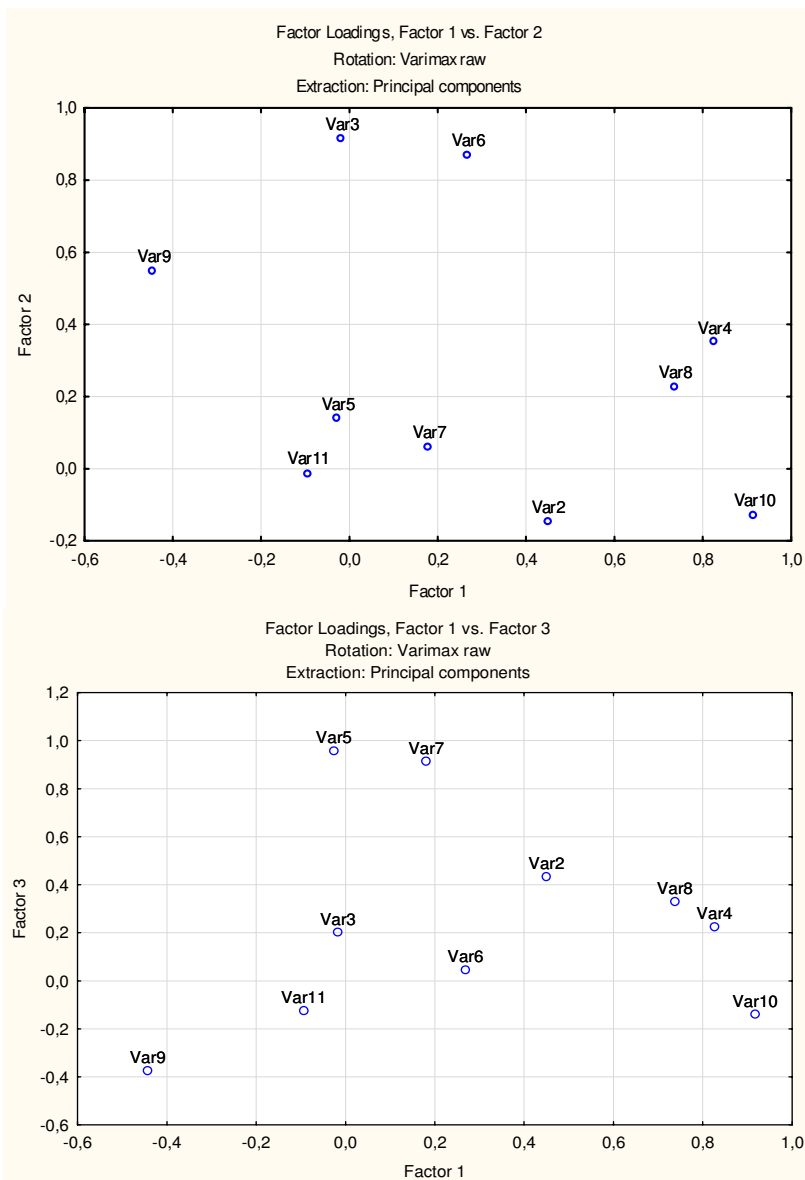


Рис. 1а. Двовимірні графіки факторних навантажень (1-2, 1-3, 1-4, 2-3)

## Продовж. Додатку М 7

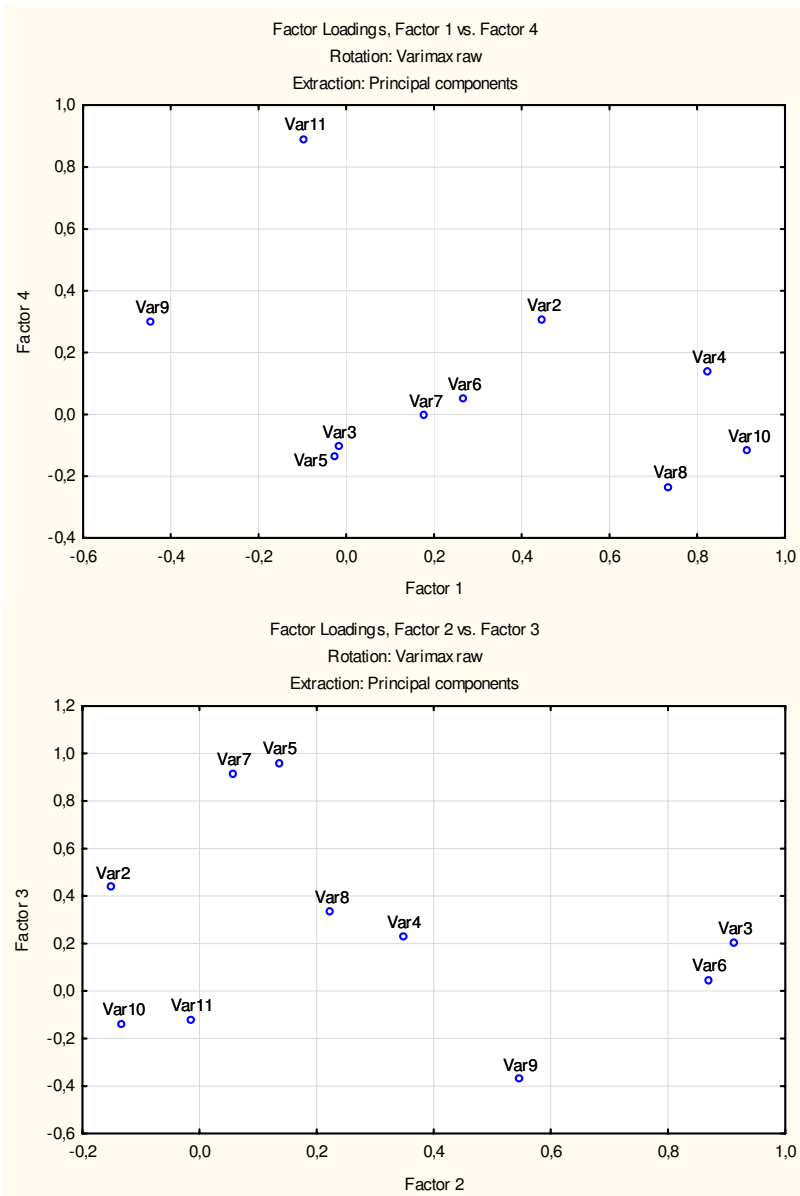


Рис. 16. Двовимірні графіки факторних навантажень (1-2, 1-3, 1-4, 2-3)

## Продовж. Додатку М 7

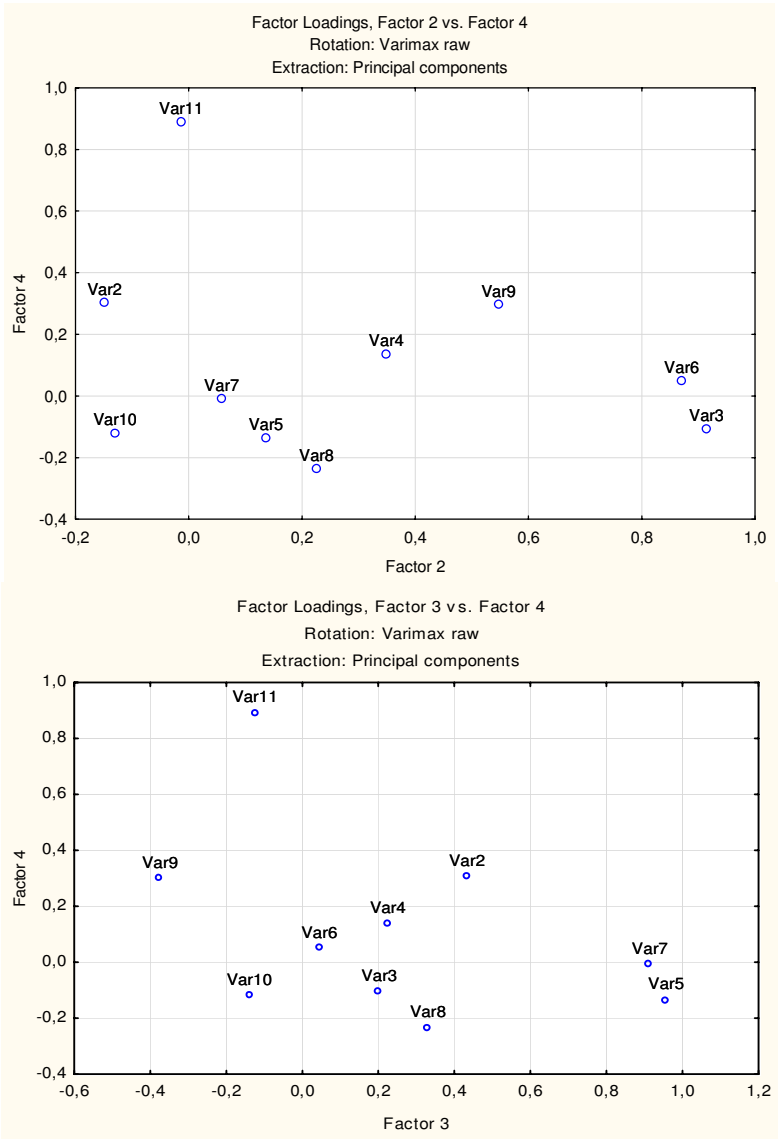


Рис. 2. Двовимірні графіки факторних навантажень (2-4, 3-4)



## Додаток М 8

## Факторні навантаження

	<b>Factor - 1</b>	<b>Factor - 2</b>	<b>Factor - 3</b>	<b>Factor - 4</b>
<b>Bo15</b>	1,25979	-0,766435	-0,69451	-0,722195
<b>Bu11</b>	-0,24541	-0,669778	-0,27075	0,046258
<b>Bu12</b>	-0,25630	-0,723904	0,13281	0,192858
<b>Bu13</b>	0,10761	-0,845128	0,10968	0,384800
<b>Bu14</b>	0,18475	-0,697136	0,52505	0,555231
<b>Bu15</b>	0,01276	-0,712140	0,72849	0,714972
<b>Kr11</b>	-0,50574	-0,612601	1,32205	-0,135932
<b>Kr12</b>	-0,60376	-0,602645	1,94898	0,022483
<b>Kr13</b>	-0,56705	-0,559327	2,26318	-0,181053
<b>Kr14</b>	-0,09503	-0,405439	3,22358	-0,036358
<b>Kr15</b>	0,24019	-0,121891	1,33721	-0,610259
<b>Ce11</b>	-1,26892	-0,585678	-0,71121	-0,365698
<b>Ce12</b>	-1,27576	-0,544835	-0,70432	-0,254153
<b>Ce13</b>	-1,53227	-0,164067	-0,97924	-0,346605
<b>Ce14</b>	-1,42500	-0,218163	-0,94807	-0,116143
<b>Ce15</b>	-1,25143	-0,403318	-0,69671	4,851646
<b>La11</b>	0,12354	-0,244512	-0,83140	-0,487474
<b>La12</b>	0,28742	0,160455	-0,98451	0,147980
<b>La13</b>	0,51122	-0,435196	-0,78369	-0,157852
<b>La14</b>	0,88973	-0,367791	-0,17520	-0,604954
<b>La15</b>	0,82580	-0,218921	0,35060	-0,786185
<b>Av11</b>	-1,21713	1,365858	-0,40627	-0,725395
<b>Av12</b>	-1,50983	2,258980	-0,51424	-0,129133
<b>Av 13</b>	-1,04233	1,393404	0,08787	-0,539840
<b>Av14</b>	-0,59224	1,948892	0,21911	-0,594615
<b>Av15</b>	-0,47740	2,439893	0,47305	-0,562773

## Додаток М 9

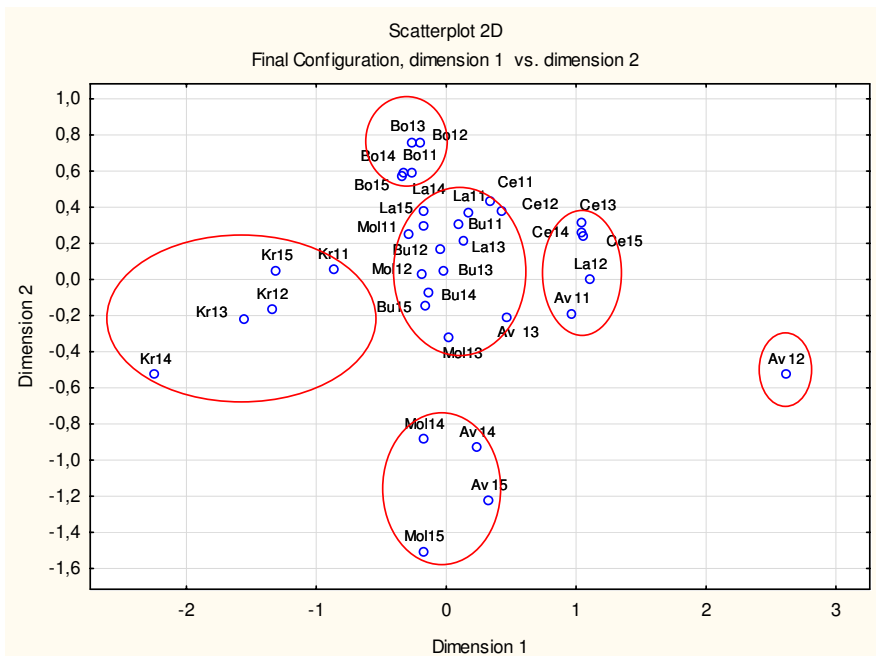


Рис. 1. Ординація підприємств молочної промисловості у двовимірному просторі на основі методу багатовимірного шкалування (просторова карта взаєморозміщення підприємств за показниками ....)

## Додаток Н 1

Багатофакторне лінійне регресійне моделювання  
(залежна змінна – додана вартість ...)

Змінні	Моделі										
	1	2	3	4	5	t	t	t	t	t	
	<b>b</b>										
V <sub>2</sub>	531,63	497,48	531,93	549,67	461,85	0,44040	0,42101	0,48340	0,50875	0,50875	0,46772
V <sub>3</sub>	835,18	599,86	693,52	310,70	232,07	0,25492	0,19063	0,23723	0,11891	0,11891	0,09122
V <sub>4</sub>	<b>14840,93*</b>	<b>14953,60*</b>	<b>15010,89*</b>	<b>14940,64*</b>	<b>15707,76*</b>	<b>2,81692</b>	<b>2,89537</b>	<b>2,98486</b>	<b>3,02474</b>	<b>3,02474</b>	<b>4,54875</b>
V <sub>5</sub>	-7627,86	-7676,50	-7920,55*	-7806,87*	-7502,74*	-1,86114	-1,90809	-2,65020	-2,67656	-2,67656	-2,96848
V <sub>6</sub>	1337,38	1395,11	1367,47	1396,91	1382,99	1,13227	1,21492	1,25713	1,31106	1,31106	1,32293
V <sub>7</sub>	<b>2604,57*</b>	<b>2642,99*</b>	<b>2675,20*</b>	<b>2704,43*</b>	<b>2641,28*</b>	<b>2,26580</b>	<b>2,35207</b>	<b>2,55188</b>	<b>2,63433</b>	<b>2,63433</b>	<b>2,72542</b>
V <sub>8</sub>	769,93	420,77	965,32	1532,22		0,07951	0,04449	0,13259	0,22095	0,22095	
V <sub>9</sub>	-165,36	-124,98	-158,62			-0,25386	-0,19862	-0,31424			
V <sub>10</sub>	4023,16	3933,21				0,09335	0,09292				
V <sub>11</sub>	70,77	0,34332				0,34332					
Intercept	-5539,72	-4359,85	-3996,61	-6514,55	-3845,95	-0,28679	-0,23353	-0,22322	-0,41384	-0,41384	-0,38759
R <sup>2</sup>	0,788	0,787	0,787	0,786	0,785						
Adjust R <sup>2</sup>	0,700	0,711	0,722	0,730	0,740						
Статистика Дарбіна-Уотсона	2,012	2,016	2,010	2,000	2,023						
F статистика	8,9367	10,279	12,022	14,199	17,139						

## Продовж. Додатку Н 1

Змінні	Моделі														
	6			7			8			9			10		
	b	t	t	b	t	t	b	t	t	b	t	b	t	t	
V <sub>2</sub>	129,81	0,11985	0,10459	112,79	0,10459	-0,349947	-363,04	-0,349947	3326,0*	2,27835	-344,28	-0,33539			
V <sub>3</sub>	-444,87	-0,15897	0,71460	1342,35	0,71460	0,228576	406,63	0,228576	4989,0	1,85771					
V <sub>4</sub>	<b>20292,94*</b>	<b>6,08818</b>	<b>7,25831</b>	<b>21575,15*</b>	<b>7,25831</b>	<b>7,244277</b>	<b>21814,68*</b>	<b>7,244277</b>			<b>20720,96*</b>	<b>4,49400</b>			
V <sub>5</sub>	-1673,44	-1,12433	-1,38666	-1991,45	-1,38666										
V <sub>6</sub>	989,42	0,86459									1044,49	1,30761			
V <sub>7</sub>															
V <sub>8</sub>											-9506,94	-1,43556			
V <sub>9</sub>															
V <sub>10</sub>											37196,38	1,36053			
V <sub>11</sub>															
Intercept	-7392,84	-0,67995	-0,82059	-8786,23	-0,82059	-0,808863	-8788,61	-0,808863	-22922,5	-1,32776	-450,66	-0,02937			
R <sup>2</sup>	0,729			0,722			0,704		0,204		0,739				
Adjust R <sup>2</sup>	0,682			0,685			0,675		0,154		,694				
Статистика Дарбіна-Уотсона	1,791			1,791			1,783		0,743		2,031				
F статистика	15,619			19,502			24,628		4,1024		16,458				

## Продовж. Додатку Н 1

Змінні	11		12		13		14		15	
	b	t	t	t	t	t	t	t	t	t
V <sub>2</sub>										
V <sub>3</sub>										
V <sub>4</sub>	<b>20010,56*</b>	<b>4,95993</b>								
V <sub>5</sub>	1106,88	1,44647								
V <sub>6</sub>										
V <sub>7</sub>			<b>1820,8*</b>							
V <sub>8</sub>	-9145,30	-1,42081	4233,7	0,46907	<b>4596,6*</b>	<b>4,37050</b>	<b>4644,5*</b>	<b>4,52731</b>	<b>5195,7*</b>	<b>4,62929</b>
V <sub>9</sub>			<b>1434,9*</b>		<b>16271,0*</b>	<b>2,58687</b>	<b>16955,9*</b>	<b>2,90192</b>		
V <sub>10</sub>	37424,78	1,39002	<b>126017,0*</b>		-177,7	-0,32747				
V <sub>11</sub>										
Intercept	-4031,50	-0,37131	<b>-50327,8*</b>		-8402,6	-0,55773	-11389,6	-0,96435	<b>18189,9*</b>	<b>2,73870</b>
R <sup>2</sup>	0,738		0,471		0,660		0,659		0,564	
Adjust R <sup>2</sup>	0,703		0,401		0,601		0,613		0,521	
Статистика Дарбіна-Уотсона	1,971		1,150		1,322		1,320		1,233	
F статистика	21,170		6,6974		11,283		14,509		13,344	

## Продовж. Додатку Н 1

Змінні	16		17		18		19		20	
	b	t	t	t	t	t	t	t	t	t
V <sub>2</sub>										
V <sub>3</sub>			6193,3*	2,49125			16423,71*	5,54115		
V <sub>4</sub>	21536,9*	8,82399					-7192,13*	-3,15532		
V <sub>5</sub>			-13350,1*	-3,75858			1362,70	1,99176		
V <sub>6</sub>					3119,5*	3,80280	2585,65*	2,77987		
V <sub>7</sub>			5562,8*	4,26068						
V <sub>8</sub>										
V <sub>9</sub>										
V <sub>10</sub>										
V <sub>11</sub>					104205,9*	4,15343				
Intercept	-11493,8*	-2,34623	18464,0*	2,35758	-19563,6*	-2,17520	-223,25	-0,03853		
R <sup>2</sup>	0,702		0,418		0,520		0,784			
Adjust R <sup>2</sup>	0,693		0,362		0,490		0,755			
Статистика Дарбіна-Уотсона	1,746		1,124		1,107		2,063			
F статистика	77,863		7,4181		17,340		27,274			

## Додаток Н 2

Множинна лінійна регресійна модель  
 $V_1 = -223,25 + 16423,71V_4 - 7192,13V_5 + 1362,70V_6 + 2585,65V_7$   
 Параметри множинної лінійної регресійної моделі

Regression Summary for Dependent Variable: Var1 R = 0,886 R <sup>2</sup> = 0,784 Adjusted R <sup>2</sup> = 0,756 F(4,30)=27,27						
	b*	Std.Err. - of b*	b	Std.Err. - of b	t(30)	p-value
Intercept			-223,25	5793,939	-0,04	0,970
Var4	0,639	0,115	16423,71	2963,955	5,54	0,000
Var5	-0,542	0,172	-7192,13	2279,365	-3,16	0,004
Var6	0,204	0,103	1362,70	684,167	1,99	0,056
Var7	0,513	0,185	2585,65	930,135	2,78	0,009

## Додаток Н 3

Багатофакторне нелінійне регресійне моделювання  
(залежна змінна – додана вартість ...)

Змінні	Модель 1		Змінні	Модель 2		Змінні	Модель 3		Змінні	Модель 4	
	b	t		b	t		b	t		b	t
$V_5$	-5057,16	-1,00887	$V_4^2$	4018,239*	10,36811	$V_6^2$	179,06*	2,820223	$V_6$	9141,1*	2,91389
$V_6$	6749,53*	2,37861							$V_7$	850,4	1,20133
$V_7$	6243,72*	5,08483							$V_6^2$	-426,4*	-2,1897
$V_5^2$	-935,83	-1,59490							$V_8^2$	3809,2*	0,012939
$V_6^2$	-246,56	-1,46292									
Intercept	5191,20	0,58019		4931,459	1,51500		15353,54*	2,707111		-13344,1	-1,57614
$R^2$	0,635			0,765			0,194			0,501	
Adjusted $R^2$	0,572			0,758			0,170			0,434	
Статистика Дарбіна-Уотсона	1,639			1,755			0,684			0,799	
F статистика	10,107			107,50			7,9537			7,5263	



## Продовж. Додатку Н 3

Змінні	Модель 5		Змінні	Модель 6		Змінні	Модель 7		Змінні	Модель 8	
	b	t		b	t		b	t		b	t
$V_8^2$	4963,16*	3,492211	$V_{10}^2$	180229,5*	4,112094	$V_6$	10418,5*	3,39521	$V_{10}$	31777,11	1,644025
						$V_8$	-53266,5	-1,61447	$V_4^2$	3664,09*	8,423009
						$V_{10}$	131882,8	0,81350			
						$V_6^2$	-479,8*	-2,58685			
						$V_8^2$	12134,2	1,90245			
						$V_{10}^2$	-37981,0	-0,16342			
Intercept	-4582,85	-0,51389		-1641,2	-0,22417		25490,0	0,88838		-3628,93	-0,59508
$R^2$	0,270			0,339			0,640			0,783	
Adjust $R^2$	0,248			0,319			0,563			0,770	
Статистика Дарбіна-Уотсона	0,776			1,068			1,295			1,926	
F статистика	12,196			16,909			8,2915			57,874	

## Додаток Н 4

Множинна нелінійна регресійна модель

$$V_1 = -3628,93 + 31777,11V_{10} - 3664,09V_4^2$$

Параметри множинної нелінійної регресійної моделі

Regression Summary for Dependent Variable: Var1 R= 0,885 R <sup>2</sup> = 0,783 Adjusted R <sup>2</sup> = ,770 F(2,32)=57,87						
	b*	Std.Err. - of b*	b	Std.Err. - of b	t(32)	p-value
Intercept			-3628,93	6098,22	-0,60	0,556
V4**2	<b>0,798</b>	<b>0,094</b>	<b>3664,09</b>	<b>435,01</b>	<b>8,42</b>	<b>0,000</b>
Var10	0,156	0,095	31777,11	19328,85	1,64	0,110

## Додаток Н 5

Канонічна кореляція між показниками людського (Var2, Var3) та ринкового (Var4, Var5, Var6) капіталу підприємств молочної галузі

Canonical Analysis Summary . Canonical R: 0,81174 Chi <sup>2</sup> (6)=43,694 p=0,0000			
	Left - Set	Right - Set	
No. of variables	2	3	
Variance extracted	100,000%	69,7175%	
Total redundancy	46,7619%	36,3658%	
Variables:	Var2	Var4	
	Var3	Var5	
		Var6	

Canonical Weights, left set		
	Root 1	Root 2
Var2	-0,213904	-0,978379
Var3	-0,988586	0,160248

Canonical Weights, right set		
	Root 1	Root 2
Var4	0,060701	-1,02797
Var5	-0,367352	-0,33069
Var6	-0,913844	0,69296

## Продовж. Додатку Н 5

## Канонічна кореляція між показниками людського (Var2, Var3) та інноваційного (Var7, Var8) капіталу підприємств молочної галузі

Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,43554 Chi <sup>2</sup> (4)=6,8662 p=0,14316	
	Left - Set
No. of variables	2
Variance extracted	100,000%
Total redundancy	9,38109%
Variables:	Var2
	Var3
	Right - Set
	2
	100,000%
	13,5725%
	Var7
	Var8

Canonical Weights, left set	
	Root 1
	Root 2
Var2	-0,800471
Var3	-0,644597
	-0,601853
	0,766470

Canonical Weights, right set	
	Root 1
	Root 2
Var7	-0,755933
Var8	-0,402529
	-0,816033
	1,036974

## Продовж. Додатку Н 5

Канонічна кореляція між показниками людського (Var2, Var3) та інформаційного (Var9, Var10) капіталу підприємств молочної галузі

Canonical Analysis Summary Canonical R: 0,41786 Chi <sup>2</sup> (4)=7,2483 p=0,12336		
	Left - Set	Right - Set
No. of variables	2	2
Variance extracted	100,000%	100,000%
Total redundancy	10,9660%	12,6411%
Variables:	Var2	Var9
	Var3	Var10

Canonical Weights, left set	
	Root 2
Var2	-0,588525
Var3	0,777031

Canonical Weights, right set	
	Root 2
Var7	0,929553
Var8	-0,138853

## Продовж. Додатку Н 5

Канонічна кореляція між показниками людського (Var2, Var3) та соціального (Var11) капіталу підприємств молочної галузі

Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,14237 $\text{Chi}^2(2)=0,65528$ p=0,72062		
	Left - Set	Right - Set
No. of variables	2	1
Variance extracted	47,3348%	100,000%
Total redundancy	0,959442%	2,02693%
Variables:	Var2	Var11
	Var3	

Canonical Weights, left set	
Root 1	
Var2	0,650542
Var3	0,795763

Canonical Weights, right set	
Root 1	
Var11	1,0000

## Продовж. Додатку Н 5

Канонічна кореляція між показниками інноваційного (Var7, Var8) та ринкового (Var4, Var5, Var6) сектору підприємств молочної галузі

Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,92167 $\chi^2(6)=68,765$ $p=0,0000$		
	Left - Set	Right - Set
No. of variables	2	3
Variance extracted	100,000%	75,1658%
Total redundancy	67,5949%	43,9417%
Variables:	Var7	Var4
	Var8	Var5
		Var6

Canonical Weights, left set		
	Root 1	Root 2
Var7	-0,786888	-0,786226
Var8	-0,362175	1,051748

Canonical Weights, right set		
	Root 1	Root 2
Var4	-0,528878	0,841908
Var5	-0,801118	-0,617912
Var6	0,151847	0,142591

## Продовж. Додатку Н 5

Канонічна кореляція між показниками інформаційного (Var9, Var10) та ринкового (Var4, Var5, Var6) капіталу підприємств молочної галузі

Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,75403 $\text{Chi}^2(6)=34,513$ $p=0,00001$		
	Left - Set	Right - Set
No. of variables	2	3
Variance extracted	100,000%	53,6195%
Total redundancy	37,1287%	22,4962%
Variables:	Var9	Var4
	Var10	Var5
		Var6

Canonical Weights, left set		
	Root 1	Root 2
Var9	-0,49640	-1,00508
Var10	-1,12092	-0,01136

Canonical Weights, right set		
	Root 1	Root 2
Var4	-0,988390	0,631292
Var5	0,602880	0,637354
Var6	0,147995	-0,851505



## Продовж. Додатку Н 5

Канонічна кореляція між показниками соціального (Var11) та ринкового (Var4, Var5, Var6) капіталу підприємств молочної галузі

Canonical Analysis Summary		
<b>Canonical R: 0,20040 Chi<sup>2</sup> (3)=1,2911 p=0,73125</b>		
	Left - Set	Right - Set
No. of variables	1	3
Variance extracted	100,000%	33,7919%
Total redundancy	4,01582%	1,35702%
Variables:	Var11	Var4
		Var5
		Var6
Canonical Weights, left set		
		<b>Root 1</b>
Var11		-1,000
Canonical Weights, right set		
	<b>Root 1</b>	
Var4	0,166914	
Var5	0,976459	
Var6	-0,239918	

## Продовж. Додатку Н 5

Канонічна кореляція між показниками інноваційного (Var7, Var8) та інформаційного (Var9, Var10) капіталу підприємств молочної галузі

Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,64613 $\text{Chi}^2(4)=21,610$ $p=0,00024$		
	Left - Set	Right - Set
No. of variables	2	2
Variance extracted	100,000%	100,000%
Total redundancy	25,8030%	29,3086%
Variables:	Var7	Var9
	Var8	Var10

Canonical Weights, left set	
	Root 2
Var7	-1,03356
Var8	0,08300

Canonical Weights, right set	
	Root 2
Var9	1,115060
Var10	0,401242

## Продовж. Додатку Н 5

## Канонічна кореляція між показниками інноваційного (Var7, Var8) та соціального (Var11) капіталу підприємств молочної галузі

Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,14237 $\text{Chi}^2(2)=0,65528$ $p=0,72062$		
	Left - Set	Right - Set
No. of variables	2	1
Variance extracted	62,4792%	100,000%
Total redundancy	2,81146%	4,49983%
Variables:	Var7	Var11
	Var8	

Canonical Weights, left set	
Root 1	
Var7	0,085014
Var8	0,959841

Canonical Weights, right set	
Root 1	
Var11	-1,0000

## Продовж. Додатку Н 5

Канонічна кореляція між показниками інформаційного (Var9, Var10) та соціального (Var11) капіталу підприємств молочної галузі

Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,22679 $\text{Chi}^2(2)=1,6898$ p=0,42962		
	Left - Set	Right - Set
No. of variables	2	1
Variance extracted	64,7254%	100,000%
Total redundancy	3,32918%	5,14355%
Variables:	Var9	Var11
	Var10	

Canonical Weights, left set	
	Root 1
Var9	-0,931863
Var10	0,134739

Canonical Weights, right set	
	Root 1
Var11	-1,0000

## ПЕРЕЛІК ТАБЛИЦЬ

- Таблиця 1. 1.* ТОП-10 найдорожчих світових брендів (за версією «Forbs»)
- Таблиця 1. 2.* Показники оцінки людського та клієнтського капіталу підприємства (за нормами, наданими Датською Радою розвитку торгівлі і промисловості)
- Таблиця 1. 3.* Показники оцінки технологічного та процесного капіталу підприємства (за нормами, наданими Датською Радою розвитку торгівлі і промисловості)
- Таблиця 1. 4.* Система критеріїв і показників моніторингу якісного забезпечення розвитку інтелектуального капіталу підприємства
- Таблиця 1. 5.* Вартість інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів корпоративного сектору Тернопільської області у 2011–2015 рр., встановлена на основі методики MV/BV
- Таблиця 1. 6.* Величина інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів корпоративного сектору Тернопільської області у 2011–2015 рр., встановлена на основі методу q-Tobina
- Таблиця 2. 1.* Панорама ринкової капіталізації найбільших світових фірм у 2011–2012 рр.
- Таблиця 3. 1.* Визначення вартості інтелектуального ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2015 р. на основі методики «КСЕ»
- Таблиця 3. 2.* Визначення вартості інтелектуального капіталу ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011–2015 р. на основі методики «КСЕ»
- Таблиця 3. 3.* Інтелектуальна вартість корпоративних суб'єктів господарювання Тернопільської області у 2011–2015 рр. на основі методики «VAIC»
- Таблиця 3. 4.* Визначення вартості інтелектуального капіталу молокопереробних корпоративних суб'єктів Тернопільської області у 2011–2015 рр. на основі підходу А. Уйвари-Гіль

- Таблиця 3. 5.* Інтелектуальна вартість ТзОВ «Бучацький сирзавод» у 2012–2015 рр. на основі методики «VAIC»
- Таблиця 3. 6.* Інтелектуальна додана вартість ТзОВ «Кременецьке молоко» у 2012–2015 рр. на основі методики «VAIC»
- Таблиця 3. 7.* Інтелектуальна вартість ТзОВ «Галичина Ласунка» у 2012–2015 рр. на основі методики «VAIC»
- Таблиця 3. 8.* Інтелектуальна вартість ТОВ «Цебро» у 2012–2015 рр. на основі методики «VAIC»
- Таблиця 3. 9.* Інтелектуальна вартість ПП «Альма Віта» у 2012–2015 рр. на основі методики «VAIC»
- Таблиця 3.10.* Оцінка ефектів креації вартості підприємства, отриманих на основі розвитку інтелектуального капіталу
- Таблиця 4.1.* Рейтинг провідних економік світу у 2012–2014 рр.
- Таблиця 5.1.* Панорама показників винахідницької діяльності в Україні за 1995–2015 рр. для обґрунтування «виробничої функції знань» З. Гріліхеса
- Таблиця 5. 2.* Економетричні моделі «виробничої функції знань» Зві Гріліхеса для України за 1995–2015 рр. і прогноз на 2016 р.
- Таблиця 5. 3.* Класифікація компетенцій підприємства на основі гармонізації підходів, які використані у країнах ЄС
- Таблиця 5. 4.* Оціночна шкала ідентифікаційних компетенцій підприємства
- Таблиця 5.5.* ТОП-15 найбільших світових виробників молочної продукції
- Таблиця 5. 6.* Порівняльна оцінка якісних характеристик сировини для виготовлення молока та молочної продукції
- Таблиця 5. 7.* Панорама показників для моделювання впливу інтелектуального капіталу на величину доданої вартості молокопереробних підприємств
- Таблиця 5. 8.* Найбільші виробники молочної продукції в Республіці Польща у 2014–2015 рр.
- Таблиця 5. 9.* Матриця канонічних коефіцієнтів кореляції
- Таблиця 5. 10.* Панорама лінійних регресійних моделей залежності величини доданої вартості від розвитку інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області у 2011–2015 рр.

## ПЕРЕЛІК РИСУНКІВ

- Рис. 1. 1.*      Складові елементи інтелектуального капіталу за Т. Стюартом
- Рис. 1. 2.*      Інтелектуальний капітал як відображення «невидимої сфери» функціонування організації
- Рис. 1. 3.*      Семантичний аналіз термінів, що лежать в основі дефініції поняття «інтелектуальний капітал підприємства»
- Рис. 1. 4.*      Модель інтелектуального капіталу «підприємства знань» К.-Е. Свейбі
- Рис. 1. 5.*      Модель інтелектуального капіталу підприємства у контексті статичного підходу К.-Е. Свейбі
- Рис. 1. 6.*      Модель інтелектуального капіталу Л. Едвінсона та М. Мелоуна в рамках концепції «платформи вартості»
- Рис. 1. 7.*      Синтез моделей інтелектуального капіталу в рамках концепції «платформи вартості»
- Рис. 1. 8.*      Модель інтелектуального капіталу підприємства М. Братніцького і Я. Стрижини в межах концепції «платформи вартості»
- Рис. 1. 9.*      Модель інтелектуального капіталу підприємства М. Мак-Ілрея в межах концепції «платформи вартості»
- Рис. 2. 1.*      Позитивні результати від креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу
- Рис. 2. 2.*      Інтелектуальні генератори креації вартості підприємства з інноваційною моделлю розвитку
- Рис. 2. 3.*      Механізм креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу
- Рис. 2. 4.*      Модель креації вартості підприємства Н. Хелленде, М. Кукко
- Рис. 3. 1.*      Економічна діагностика креації вартості інтелектуальним капіталом підприємства

- Рис. 3. 2.* Алгоритм розрахунку вартості ключових компетенцій підприємства згідно методики Д. Андріссена, Р. Тіссена «Відкривач вартості»
- Рис. 3. 3.* Схематичне представлення методики Патріка Саллівана «Інноваційні нематеріальні активи» («IAV») для оцінки інтелектуального капіталу підприємства
- Рис. 3. 4.* Схема методики Лева Баруха «Система показників ланцюга формування вартості»
- Рис. 3. 5.* Алгоритм розрахунку величини капіталу знань за методикою Лева Баруха і Гу Фенга «Дохід з капіталу знань»
- Рис. 3. 6.* Динаміка вартості матеріальних активів та поліноміальна лінія тренду на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 рр.
- Рис. 3. 7.* Панорама зміни вартості фінансових активів та поліноміальна лінія тренду на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 рр.
- Рис. 3. 8.* Зміна вартості нематеріальних активів та поліноміальна лінія тренду на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2012–2017 рр.
- Рис. 3. 9.* Динаміка вартості матеріальних активів та поліноміальна лінія тренду на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2013–2017 рр.
- Рис. 3. 10.* Панорама зміни вартості фінансових активів та поліноміальна лінія тренду на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2013–2017 рр.
- Рис. 3. 11.* Зміна вартості нематеріальних активів та поліноміальна лінія тренду на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2013–2017 рр.
- Рис. 3. 12.* Схематичне представлення методики VAIC<sup>TM</sup> Анте Пуліча
- Рис. 4. 1.* Механізм реалізації програми управління талантами та її вплив на креації вартості індивідуального інтелектуального капіталу підприємства
- Рис. 4. 2.* Динаміка фінансування наукових досліджень та розробок у Польщі в 1990–2015 рр.
- Рис. 5.1.* Сфери прояву (функціонування) інтелекту і його вплив на креацію вартості підприємства
- Рис. 5. 2.* Динаміки наукоємності ВВП України за 1995–2015 рр.
- Рис. 5. 3.* Динаміка поданих патентних заявок за національною процедурою в Україні у 2004–2015 рр. та прогноз на 2016 р.
- Рис. 5. 4.* Динаміка отриманих патентів в Україні у 2006–2015 рр. та прогноз на 2016 р.
- Рис. 5. 5.* Взаємозалежності між наукоємністю ВВП України та кількістю поданих патентних заявок у 2004–2015 рр.



- Рис. 5. 6.* Динаміка поданих заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні у 1992–2016 рр. та лінійна й поліноміальна лінії тренду
- Рис. 5. 7.* Панорама отриманих свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні у 1992–2016 рр. та лінійна й поліноміальна лінії тренду
- Рис. 5. 8.* Проект організаційної структури управління інтелектингової агенції
- Рис. 5. 9.* Перелік дорадчих послуг, які надаються відділом індивідуального інтелектуального капіталу інтелектингової агенції
- Рис. 5. 10.* Перелік дорадчих послуг, які надаються відділом колективного інтелектуального капіталу інтелектингової агенції у ринковій сфері
- Рис. 5. 11.* Перелік дорадчих послуг, які надаються відділом колективного інтелектуального капіталу інтелектингової агенції у інноваційній сфері
- Рис. 5. 12.* Перелік дорадчих послуг, які надаються відділом колективного інтелектуального капіталу інтелектингової агенції в інформаційній сфері
- Рис. 5. 13.* Перелік дорадчих послуг, які надаються відділом соціального інтелектуального капіталу інтелектингової агенції
- Рис. 5. 14.* Перелік дорадчих послуг, які надаються інтелектуальним сектором департаменту креації вартості інтелектингової агенції
- Рис. 5. 15.* Ланцюг «інтелектуалізація праці – інтелектуалізація доданої вартості – покращення якості життя»
- Рис. 5. 16.* Архітектура інтелектуального портфеля підприємства
- Рис. 5. 17.* Механізм посилення потенціалу підприємства до креації вартості на основі компетенційної моделі розвитку
- Рис. 5. 18.* Схематичне представлення портфоліо компетенцій підприємства
- Рис. 5. 19.* Інтерактивна модель розвитку капіталу компетенцій підприємства
- Рис. 5. 20.* Найважливіше джерело креації вартості підприємства
- Рис. 5. 21.* Генерування інтелектуальної доданої вартості на підприємстві
- Рис. 5. 22.* Найважливіші характеристики індивідуального інтелектуального капіталу на підприємстві
- Рис. 5. 23.* Оцінка рівня капіталу компетенцій підприємства
- Рис. 5. 24.* Кластерна панорама господарських суб'єктів за рівнем імплементації систем управління якістю та безпечністю молочної продукції

- 
- Рис. 5. 25.* Оцінка респондентами переваг від імплементачії систем управління якістю і безпечністю молочної продукції
- Рис. 5. 26.* Ранжування респондентами чинників, які стримують імплементачію систем управління якістю і безпечністю молочної продукції
- Рис. 5. 27.* Переваги від активізації процесів гармонізації міжнародних систем управління якістю і безпечністю молочної продукції
- Рис. 5. 28.* Механізм імплементачії систем управління якістю і безпечністю молочної продукції на підприємстві

# ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК

## А

- Аакер Девід (*David A. Aaker*) 11  
Адамец Марек (*Marek Adamiec*) 276  
Аквінський Фома 60  
Аліреза Мосаві Саїд (*Mosavi Seyed Alireza*) 184  
Андріссен Даніел (*Andriessen D.*) 160, 161  
Ансофф Ігор (*Igor H. Ansoff*) 122  
Арас Гюлер (*Güler Aras*) 130, 149  
Аристотель 60, 109  
Армстронг Майкл (*Michael Armstrong*) 16, 79, 276  
Армстронг Чарльз (*Charlse Armstrong*) 45  
Асаді Лейла (*Leila Asadi*) 184

## Б

- Багріновський Кірілл (*Кирилл Багриновский*) 30  
Балбірера Шелдона (*Sheldon D. Balbirer*) 120, 131  
Барбон Ніколас 110  
Баркаускас Вітаустас (*Vitautas Barkauscas*) 119  
Барук Єжи (*Jerzy Baruk*) 62  
Бекер Геррі С. (*Garry Becker*) 138  
Бем-Баверк Ойген 9, 10  
Беновська Лілія 127  
Берлі Адольф Август (*Adolf August Berle*) 122  
Бельг Андреас (*Andreas Bielg*) 259, 262  
Бендіков Міхаїл (*Михаил Бендиков*) 30, 37, 38, 211  
Бйорн Амбос (*Ambos Bjorn*) 228  
Бомб'як Едита (*Edyta Bombiak*) 184  
Боні Міхал (*Michał Boni*) 212, 213, 214, 215, 216, 217, 231  
Бонтіс Нік (*Nick Bontis*) 12, 48, 49, 57

Боровеці Ришард (*Ryszard Borowiecki*) 235  
Бохеньські Юзеф Марія (*Bocheński Jozef Maria*) 60, 61  
Бранко Мануель (*Manuel Branco*) 129  
Братніцкі Маріуш (*Mariusz Bratnicki*) 23, 24, 27, 28, 52, 53, 54, 149, 211  
Бреннан Ніам (*Niamh Brennan*) 84, 85  
Брілмен Джейн (*Jean Brilman*) 63  
Брукінг Енні (*Annie Brooking*) 20, 21  
Брюховецька Наталія 128, 138  
Буковіч Уенді (*Wendi R. Bukowitz*) 21, 46  
Булєєв Іван 128  
Бутнік-Сіверський Олександр 13, 32, 51

## В

Вагнер К. (*Wagner K.*) 23  
Вайсер фон Фрідріх 113  
Вальрас Леон 113  
Варшат Й. (*Warschat J.*) 23  
Василевська Галина 116, 126, 132, 266  
Васильєв В.О. 134  
Вебер Рус (*Roos A. Weber*) 70  
Вест Майкл (*Michael Alun West*) 69  
Вііг Карл (*Karl M. Wiig*) 22  
Вовканич Степан 13, 32

## Г

Гапоненко Олександр (*Александр Гапоненко*) 31  
Гаусс І. (*Hauss I.*) 23  
Грішнова Олена 52  
Глухов Віктор (*Виктор Глухов*) 211  
Гончаров В. 75  
Гесць Валерій 11, 31, 32, 57

## Ґ

Ґаблета Мавгожата (*Gableta Małgorzata*) 64  
Ґелбрейт Джон Кеннет (*John Kennet Galbraitz*) 13, 114  
Ґереффі Гаррі (*Garry Gereffy*) 228  
Ґріліхес Зві (*Zvi Griliches*) 239, 240  
Ґу Фенґ (*Feng Gu*) 170-175  
Ґутрі Джеймс (*James Guthrie*) 28, 30

## Д

- Давенпорт Томас (*Tomash H. Davenport*) 63  
Дариае Аббасалі (*Abbasali Daryae*) 184  
Даскалу Корнелія (*Cornelia Dascălu*) 149  
Дахно Іван 76  
Деллімор Пітер (*Peter Dellimore*) 20, 22, 86  
Денісон Едвард (*Edward Fulton Denison*) 59  
Джаффі Дейв (*Dave Chaffey*) 63  
Джевонс Вільям Стенлі 113  
Джошел Самантра (*Sumantra Ghoshal*) 27  
Добегала-Корона Барбара (*Barbara Dobiegala-Korona*) 133, 150  
Добегальські Тимотеуш (*Tymoteusz Dobiegalski*) 71, 133, 150, 154  
Добія Дорота (*Dorota Dobija*) 24, 42, 149  
Дойл Пітер (*Peter Doyle*) 121, 123  
Дрозд Ядвіга (*Jadwiga Drozd*) 287  
Друкер Петер (*Peter Ferdi Drucker*) 10, 121, 123, 210, 216  
Дудич Тадеуш (*Tadeusz Dudycz*) 154, 235, 238  
Дуенінг Томас (*Thomas N. Duening*) 133, 150

## Е

- Еасапоур Камал (*Kamal Easapour*) 184  
Еванс Крістіна (*Christina Evans*) 62, 65  
Едвінсон Лейф (*Leif Edvinsson*) 14, 15, 26, 28, 46–49, 57, 149  
Елліот Сюзен (*Elliot Susan*) 62  
Енгельс 112

## З

- Залівські Анджей (*Andrzej Zaliwski*) 62  
Зарагоза-Саєз (*Zaragoza-Sáez*) 56  
Зарецькі Даріуш (*Dariusz Zarecki*) 119  
Зу Ж. (*Zhu Z.*) 87, 88

## І

- Іван Павло II 60  
Іляшенко Сергій 13, 31  
Іноземцев Владислав (*Владислав Иноземцев*) 31, 51

**К**

- Калесцкі Майкл (*Michał Kalecki*) 13  
Каннер Йвонна (*Yvonne N. Kanner*) 150, 196  
Каплан Роберт (*Robert S. Kaplan*) 70, 71  
Карнегі Дейл 79  
Касевич Станіслав (*Stanisław Kasiewicz*) 14, 24, 99, 101, 160, 162  
Кастіліо-Поло Францішка (*Franciska Castillio-Polo*) 129  
Кендрік Джон 67  
Кендюхов Олександр 13, 33, 34, 121, 122, 184  
Кене Франсуа 110  
Кельчевська Наталія (*Кельчевская Наталья*) 30  
Кісінська Моніка (*Monika Kisińska*) 14, 24, 99, 101, 160, 162  
Кісь Святослав 184  
Клявер-Кортес Енріґуе (*Enrigue Claver-Cortés*) 56  
Ковалік Ярослав (*Jarosław Kowalik*) 294  
Кожушнік Барбара (*Barbara Kożuszniak*) 280  
Козирев Анатолій (*Анатолій Козырев*) 30  
Козоріз Марія 127  
Коллер Тім (*Tim Koller*) 124, 126, 151  
Ковожин-Краєвська Данута (*Danuta Kołożyn-Krajewska*) 292  
Колот Анатолій 13  
Контес Пітер (*Peter W. Kontes*) 124, 125, 133  
Копеланд Том (*Tom Copeland*) 124, 126, 151  
Корнєєва О. 18, 19  
Кортес Стівена (*Steven E. Cortez*) 150, 196  
Котиш Олена 119  
Котлер Філіп (*Philip Kotler*) 114, 121  
Крайнев Петро 32  
Крамер Марк (*Mark R. Kramer*) 290  
Крисоватий Андрій 116, 123, 132, 266  
Крисяк Збігнев (*Zdigniew Krysiak*) 154, 155  
Ксенофонт 109  
Кузьмін Олег 128  
Кукко Маріанні (*Marianne Kukko*) 133, 144, 145

**Л**

- Лев Барух (*Baruch Lev*) 20, 167-175  
Леві-Лебоуар Клавді (*Claude Levy-Leboyer*) 67, 268, 270  
Левіс Майкл (*Michael A. Lewis*) 146

Леонт'єв Борис (*Борис Леонтьев*) 31, 57  
 Лехтер Міхаель (*Michael A. Lechter*) 150  
 Ліберотовска Анджеліка (*Anżelika Libertowska*) 133, 150  
 Лін Лім (*Lin. K. Lim*) 20, 22, 86  
 Лісріх Роберт (*Robert A. Lisrich*) 133, 150  
 Літшка Міхаель (*Michael Litschka*) 23  
 Ловендаль Бенге (*Bente R. Løwendahl*) 23  
 Лопес-Гамеро (*Maria Dolores López-Gamero*) 56  
 Лоуарт П'єр (*Pierre Louart*) 67  
 Лунгу Камілія Юліана (*Camelia Iuliana Lungu*) 130, 149  
 Люті Девід (*David H. Luthy*) 21

## М

Мен Гарден (*Gardiner Coit Mean*) 122  
 М'Ферсон Філіп (*M'Pherson Ph.*) 25, 28, 29  
 Мазуркевіч Анна (*Anna Mazurkiewicz*) 219  
 Макаров Валерій (*Макаров Валерій*) 30  
 Мак-Ілрей Марк (*Mark W. McElroy*) 27, 54, 55, 56, 133, 149, 150  
 Мактаггарт Джеймс (*James M. McTaggart*) 124, 133  
 Манкінс Міхаель (*Michael C. Mankins*) 133  
 Марком Андреас (*Markom Andreas*) 23  
 Маркс 112  
 Марцінковска Моніка (*Monika Marcinkowska*) 23, 149  
 Маршалл Альфред 113  
 Мелоун Міхаель (*Michael Malone*) 26, 46, 47, 49, 57, 149  
 Менгер Карл 112, 113  
 Мендрул Олександр 119  
 Мікловда Василь 79  
 Міль Джон 111, 112  
 Міхальські Міхав (*Michał Michalski*) 127  
 Момот Тетяна 125  
 Мосен Іранманд (*Iranmand Mohsen*) 184  
 Мрозевські Мар'ян (*Marian Mroziewski*) 16, 25, 149  
 Мурін Джек (*Jack Murrin*) 124, 126, 151

## Н

Науменкова С. В. 134  
 Нахепет Яніна (*Nahapiet Janine*) 27  
 Нельсон Сара (*Sarah K. Nelson*) 87, 88  
 Ніта Батрвомей (*Bartłomiej Nita*) 155

Нонака Ікуджіро (*Nonaka Ikujiro*) 64, 65, 210, 211  
Нордстрем Кьел 211  
Нортон Давід (*Norton David P.*) 70, 71

## О

Ожеховські Ремігіуш (*Remigiusz Orzechowski*) 133  
Олексин Тадеуш (*Tadeusz Oleksyn*) 268  
Олівера Лідія (*Lidia Oliveira*) 129  
Орлова Тамара (*Тамара Орлова*) 31

## П

Павлов Михайло (*Михаил Павлов*) 30  
Пайк Стефан (*Sthepen Pike*) 25, 28, 29  
Парето Вільфрід 113  
Пасетті Еміліо (*Emilio Passetti*) 129  
Педріні Матео (*Matteo Pedrini*) 129  
Пенс Йозеф (*Jozef Pens*) 123  
Перехуда Казімеж (*Kazimierz Perekhuda*) 22, 24  
Петраш Гордон (*Gordon Petrash*) 14, 15  
Петренко Віктор 33, 184  
Петті Ріхард (*Richard Petty*) 28, 30  
Пиш Пйотр (*Piotr Pysz*) 223  
Платон 60  
Погожельські Вітольд (*Witold Pogorzelski*) 68  
Поляний Майкл (*Michael Polanyi*) 60  
Попович Мирослав 61, 62, 63  
Портер Майкл (*Michael Eugeniush Porter*) 121, 136, 167, 235, 284  
Почтовські Алексі (*Aleksy Poczowski*) 276  
Прахалад К. (*C. K. Prahalad*) 263  
Пробст Гілберт (*Gilbert Probst*) 63  
Протагор 109  
Прусак Лауренсе (*Laurence Prusak*) 21, 63, 145  
Пуліч Анте (*Ante Pulić*) 183-187

## Р

Раппапорт Альфред (*Alfred Rappaport*) 123, 124, 126, 130, 196, 197  
Ре Джон (*John Rae*) 9  
Рікардо Давід 111  
Ріц Адріан (*Adrian Ritz*) 219



Робінс Веніамін (*Benjamin J. Robins*) 150, 196  
 Роговські Вальдемар (*Waldemar Rogowski*) 14, 24, 99, 101, 160, 162  
 Родрігес Ліма (*Lima Rodrigues*) 129  
 Родрігес Люція (*Lúcia Rodrigues*) 129  
 Романів Євгенія 223  
 Романовська Марія (*Maria Romonowska*) 235  
 Росіньська-Буковська Магдалена (*Magdalena Rosońska-Bukowska*) 156, 157  
 Рудни Влодзімеж (*Włodzimierz Rudny*) 127  
 Рус Гьйоран (*Göran Roos*) 21  
 Рус Йохан (*Johan Roos*) 21

## С

Салліван Патрік (*Patrick Sullivan*) 15, 26, 149, 166, 167  
 Санд- Онж Губерт (*Hubert Saint-Onge*) 19, 57, 157  
 Санчес Рон (*Ron Sanchez*) 145, 264  
 Свейбі Карл Ерік (*Karl-Erik Sveiby*) 11, 12, 42-44, 158, 159  
 Сей Вільям 111  
 Семів Любов 13, 32  
 Сенге Пітер (*Peter M. Senge*) 22, 38, 79  
 Сеніор 112  
 Серенко Александр (*Alexander Serenko*) 12, 16, 20, 25  
 Сенкевіч Лукаш (*Łukasz Sienkiewicz*) 276  
 Сідор-Жондковська Мавгожата (*Małgorzata Sidor-Rządowska*) 276  
 Скворода 61  
 Скворон Павел (*Paweł Skowron*) 184  
 Сксшипек Ельжбета (*Elżbieta Skrzypek*) 24, 64, 65, 80  
 Сливозкі Адріан (*Adrian J. Sływotzky*) 127  
 Сміт Адам 111  
 Сопіньська Агнешка (*Agnieszka Sopińska*) 10  
 Стабел Чарльз (*Charles B. Stabell*) 135  
 Стрижина Януш (*Janusz Stryżyna*) 24, 27, 28, 52, 53, 54, 149, 159  
 Стюарт Том (*Tomas Stewart*) 15-18, 57,  
 Стюарт Беннет (*Banet Stewart*) 163  
 Сюдак Даріуш (*Dariusz Siudak*) 117, 120, 127

## Т

Такеучі Гіротака (*Hiroataka Takeuchi*) 64, 65, 210, 211  
 Тарчинська Анна (*Anna Sylwia Tarczyńska*) 294  
 Тейлор Фредерік Уїнслоу 144, 216  
 Тенон Гонг (*Hong Pew Tan*) 87, 88

Тенучі Андреа (*Andrea Tenucci*) 133  
Терещенко Олег 125  
Тетіла Веса (*Vesa Taatila*) 146  
Тилман Беата (*Beata Tylman*) 237, 238  
Тіссен Рене (*Tissen R.*) 160, 161  
Тобін Дж. (*Tobin J.*) 95  
Тобмен Пол (*Paul Taubman*) 59  
Том Норберт (*Norbert Thom*) 219  
Тофлер Елвін (*Alvin Toffler*) 10, 61  
Травіньська Катажина (*Katarzyna Trawińska*) 276  
Тюнен Йоган 113  
Тюрго Анна Роберт Жанн 110  
Тьєррі Домінік (*Thierry Dominigue*) 67

## У

Уйвару-Гіль Анна (*Anna Ujwary-Gil*) 101, 184  
Урбанек Гжегож (*Grzegorz Urbanek*) 24

## Ф

Фазлягіч Амір (*Amir Fazlagić*) 160  
Фельстадт Ойльстен (*Øystein D. Fjelstadt*) 135  
Фернандес-Старк Каріна (*Karina Fernandez-Stark*) 228  
Фернстрьом Ліза (*Lisa Fernström*) 21  
Філіповіч Гжегож (*Grzegorz Filipowicz*) 269, 270, 274  
Фітц-Енз Джек (*Fitz-Enz Jac*) 24, 217  
Фіялковска Юстина (*Justyna Fijałkowska*) 21, 23, 25  
Форд Камерон (*Cameron M. Ford*) 69  
Фрей Марко (*Marco Frey*) 129  
Фрімен Едвард (*R. Edward Freeman*) 122  
Фролов Ігор (*Фролов Игорь*) 30  
Фукуяма Франціс (*Francis Fukuyama*) 52

## Х

Хемел Гарі (*Gary Hamel*) 264  
Хадсон Вільям (*William J. Hudson*) 16  
Хаусел Томас (*Thomas Houseel*) 87, 88  
Хелленде Ніна (*Nina Hellande*) 133, 144, 145  
Хен Міг Хін (*Ming Chin Chen*) 184  
Хенг Су Ю (*Shu Ju Cheng*) 184

Хіллман Амі (*Ami J. Hillman*) 149, 150  
Хіроякі Ітамі (*Itami Hiroyuki*) 10, 16  
Холл Ріхард (*Richard Hall*) 11  
Холодная Маріна (*Холодная Марина*) 67  
Хурлей Марк (*Mark P. Hurley*) 150, 196

## Ц

Цєсельска Дорота (*Dorota Ciesielska*) 228

## Ч

Чен Дж. (*Chen J.*) 87, 88  
Череп Алла 13, 33, 128  
Черненко С. М 134  
Чухно Анатолій 13, 32, 57

## Ш

Шапіро Алан (*Alan C. Shapiro*) 120, 131  
Шмиголь Надія 128  
Шпак Нестор 132  
Шульц Теодор (*Theodore William Shultz*) 136, 137, 138  
Шумпетер Йозеф (*Jozef Schumpeter*) 113, 216  
Шундер Сусанна (*Susanna Schunder*) 23  
Шьледзік Кароль (*Karol Śledzik*) 101

## Ю

Юрковські Тадеуш (*Tadeusz Jurkowski*) 154

## Я

Яблоньські Адам (*Adam Jabłoński*) 126, 132, 133, 155, 196  
Яблоньські Марек (*Marek Jabłoński*) 126, 155, 196  
Які Анджей (*Andzrej Jaki*) 126, 133  
Яругова Аліція (*Alicja Jarugowa*) 21, 23, 25  
Ясіньські Анджей (*Andrzej Jasiński*) 239, 246

Наукове видання

*Собко Ольга Миколаївна*

# ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ і КРЕАЦІЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**МОНОГРАФІЯ**

Комп'ютерна верстка *Юрія Хомацького*

Дизайн обкладинки *Марії Одобецької*

Підписано до друку 20.07.2016 р.  
Формат 60x84/8. Гарнітура Times.  
Папір офсетний. Друк на дублікаторі.  
Ум. друк. арк. 25,58. Обл.-вид. арк. 30,10.  
Зам. № M0027-16. Тираж 300 прим.

Видавць  
Тернопільський національний економічний університет  
вул. Львівська, 11, м. Тернопіль

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців ДК №3467 від 23.04.2009 р.

Виготовлено у видавничо-поліграфічному центрі  
«Економічна думка ТНЕУ»  
вул. Бережанська, 2, м. Тернопіль, 46004  
тел. (0352) 47-58-72  
E-mail: [edition@tneu.edu.ua](mailto:edition@tneu.edu.ua)  
тел. (0352) 47-58-72