

УДК 331.102.344

**Л. М. Ганущак-Єфименко, канд. екон. наук,
ПВНЗ "Європейський університет", м. Київ**

СУТЬ І ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

У статті викладено результати досліджень у сфері розвитку інноваційних процесів підприємств, визначено мотиви для формування інтелектуальних активів підприємств, запропоновано комплекс заходів щодо активізації інноваційних процесів за рахунок розробленої якісної моделі процесу формування інтелектуальних активів.

Ключові слова: інноваційний розвиток, інноваційно-активні підприємства, інтелектуальні активи підприємства, інтелектуальний капітал.

Постановка проблеми. Формування інтелектуального капіталу – складний багатоступінчастий процес, значна частина якого протікає в надрах розуму співробітників, що обумовлює значні труднощі при плануванні, організації і контролі створення інтелектуального продукту.

Невирішені частини проблеми. Нині дослідниками-теоретиками і фахівцями-практиками пропонуються різні методи управління знаннями, людським капіталом підприємства. Проте, на думку автора, результати цих досліджень необхідно інтегрувати у рамках авторської концепції з метою розробки відповідного організаційно-економічного інструментарію.

Аналіз останніх досліджень. Основою розробки концептуальних основ управління формуванням інтелектуальними активами (далі – ІА) послужили багаторічні дослідження авторів, які підтвердили, що інтелектуальна активність має циклічний характер, її динаміка визначається сукупністю чинників, які можна розподілити на умовно-постійні і змінні. Здійснюючи спрямовану дію на виявлені чинники, можна побічно чинити вплив на інтелектуальну активність індивідуума або групи [7].

Виклад основного матеріалу. На підставі проведених досліджень, вивчення суті, структури і специфіки ІК автором була розроблена модель процесу формування ІА, подана на рис. 1.

Сенс цієї моделі полягає в тому, що формування ІА відбувається за допомогою перетворення особистого або групового потенціалів, що характеризуються виникненням синергетичного ефекту, під впливом інтелектуальної активності і управління в інтелектуальний додатковий продукт ΔОІП, який акумулюється в надрах ОІП (об'єкт інтелектуальної

власності) і за допомогою цілеспрямованого управління перетвориться в ІА підприємства. Розвиток ІА відбувається за допомогою управління ІІ і як результат кожного циклу виробництва ΔОП.

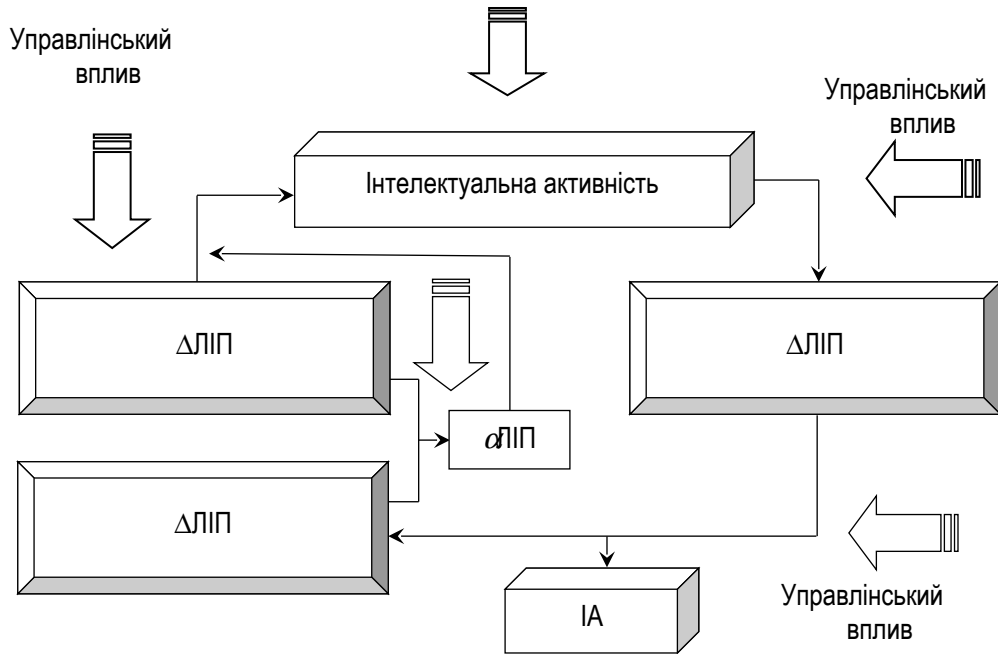


Рис. 1. Якісна модель процесу формування ІА

Джерело: розроблено автором.

Таким чином, проведені дослідження показують, що існує залежність між характером і інтенсивністю управлінських дій на процес творчої діяльності фахівців різних функціональних підрозділів і результатами інтелектуальної праці, які становлять основу ІА.

Саме тому слід розглядати не залежність вкладень у знання та інформацію і результату функціонування підприємства, а залежність цілеспрямованих вкладень в інтелектуальну активність співробітників, чітко проводячи грань між інтелектом співробітників (потенціалом, тобто потенційними здібностями) і їх творчою активністю.

Як було експериментально доведено, володіння високим інтелектом однозначно не визначає високої здатності співробітника до творчої праці. Так, результативність інтелектуальної роботи значною мірою визначається такими чинниками, як ІІ, інтелектуальна активність, час і управлінська активність, тобто

$$f(x_1, x_2, x_3, x_4),$$

де x_1, x_2, x_3, x_4 – відповідно ІІ, інтелектуальна активність, час і управлінська активність.

До критичних моментів у процесі перетворення особистого ІІ в ІА компанії за допомогою отримання доданої вартості (ΔOIP) можна віднести такі: забезпечення інтелектуальної активності, підтримка інтелектуальної активності впродовж деякого конкурентоздатного часу Δt , перетворення ΔOIP в ІА підприємства, управління розвитком ОІІ.

Ключове поняття в запропонованій моделі – “інтелектуальна активність”, під якою маються на увазі зміни величини ефективності творчої роботи, спрямованої на вирішення певної задачі у рамках встановленої цілі і тимчасових обмежень. Вона може бути спрямована на отримання споживної вартості або на задоволення інтересів самого індивідуума. Розумова праця залишається інтелектуальною, коли має творчий інноваційний характер, тобто звільнений від рутинних елементів, що повторюються.

αOIP є груповий ІІ, тобто сукупності ОІІ, що характеризується виникненням синергетичного ефекту, де $OIP1 + OIP2 = \alpha OIP$.

ΔOIP є приростом ІІ, тобто деякий інтелектуальний продукт, результат творчої діяльності і інтелектуальних досягнень людини. Цей продукт автоматично акумулюється в ІІ, забезпечуючи його постійний розвиток. Тут завдання управління зводиться до своєчасної ідентифікації інтелектуального продукту, забезпечення заходів щодо його охорони і заходів щодо подальшого використання.

Кожен новий результат інтелектуальної праці, кожне нове знання тією чи іншою мірою придатне для споживання, використання іншими людьми у своїх інтересах. Звідси випливає, що результати розумової праці, інтелектуальні продукти, що мають певну споживну вартість через здатність задовольняти потреби інших людей, виступають товаром і мають усі ознаки цієї категорії об'єктів ринкової економіки. Відмітимо, що окремі види наукового знання товаром не вважаються. До них зокрема можна віднести деякі результати фундаментальних досліджень.

Розроблена автором і подана на рис. 2 модель управління формуванням ІА ґрунтується на результатах теоретичних досліджень інструментів і методів управління знаннями, інформацією, людським капіталом, ІС і ІК, розроблених вітчизняними і зарубіжними вченими та фахівцями-практиками, а також даних практичної апробації. Розробка такої моделі спрямована на забезпечення організаційно-методичної підтримки для управлінського персоналу в процесі вирішення ним завдань управління формуванням і розвитком ІА.

Пояснюючи розроблений алгоритм, необхідно відмітити, що управління здійснюється у рамках загальної стратегії підприємства, тому вибраний напрям визначає подальший хід формування і розвитку ІА.

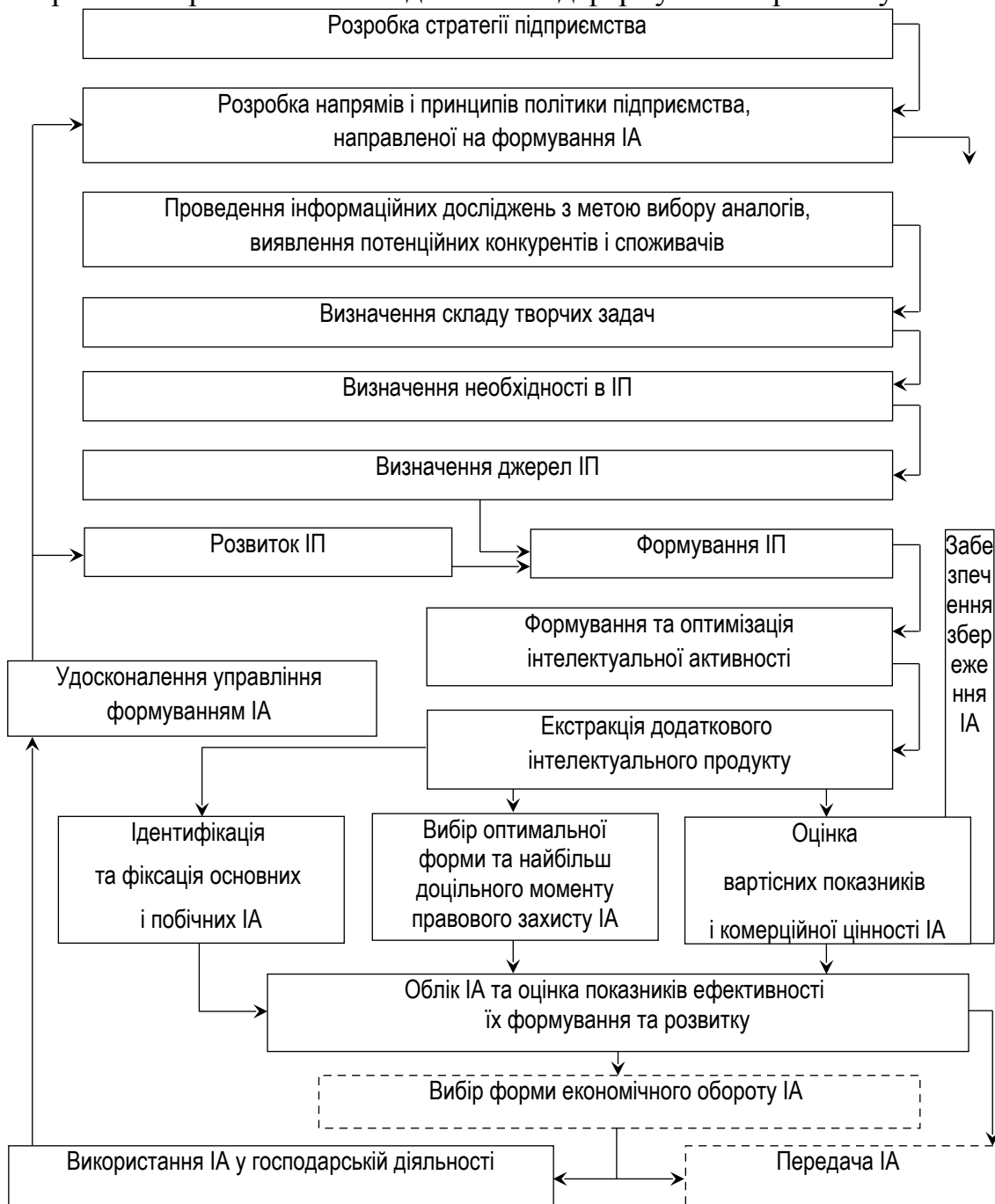


Рис. 2. Модель управління формуванням ІА

Джерело: розроблено автором.

Розробка напрямів і принципів політики підприємства, спрямованої на формування ІА, включає:

- політику науково-технічного розвитку організації, яка дозволяє визначити умови і напрям розвитку наукової бази корпоративного капіталу, планувати перетворення властивостей капіталу, умов його звернення (швидкості, форми);
- вибір і вдосконалення організаційної структури корпорації, що забезпечує оптимальне поєднання матеріальних, фінансових, трудових і інтелектуальних ресурсів, формування цілісної системи чинників капіталу;
- вибір і забезпечення структури і форми власності, що дозволяє стійко нарощувати швидкість обігу корпоративного капіталу, – джерела прибутку;
- розробку і вдосконалення методів управління ІС, що дозволяють підвищувати норму прибутку у рамках певного періоду часу (терміну авторського права) за рахунок обмеження оборотоздатності ОІВ;
- облік особливостей трудового законодавства, здатного визначати основні умови відтворення трудових ресурсів, з урахуванням державної, національної, статевої, вікової і іншої специфіки;
- створення системи управління формуванням і розвитком ІА (зокрема й управління людськими ресурсами, ІП), здатною визначати ефективність трудової діяльності і умови відтворення людських ресурсів не лише у рамках суспільства, але і в системі конкретного підприємства;
- формування корпоративної культури, яка може сприяти збільшенню ефективності управління персоналом, підвищенню мотивації співробітників;
- постійне вдосконалення системи взаємин з внутрішніми і зовнішніми партнерами підприємства, яке підвищує можливості розширення ринку, законодавства, політики, культури і, зрештою, цінності організації.

Проведення інформаційних (маркетингових) досліджень з метою вибору аналогів, виявлення потенційних конкурентів і споживачів включає вивчення потреб і потреб у нових товарах, аналіз товарів-аналогів і виявлення властивостей аналогів, що не покривають ці потреби, дослідження вимог і конкурентоспроможності нових товарів і умов їх реалізації на ринках наукомісткої продукції.

У зв'язку з тим, що наукомістке виробництво засноване на створенні товарів, що характеризуються високим рівнем новизни і технологічної складності, маркетингові дослідження повинні забезпечити виявлення чинників конкурентоспроможності ІА, що

складається на ринку кон'юнктури і перспектив реалізації продукції, що виготовляється з використанням винаходів.

Патентні фонди дозволяють легальним шляхом збирати новітню науково-технічну інформацію, що стосується нових товарів, що розробляються, аналізувати зміни і тенденції в науково-технічних дослідженнях.

При позитивному рішенні про створення нового товару за результатами інформаційних досліджень визначається круг творчих завдань, які необхідно вирішити в процесі роботи. При цьому враховуються не лише технічні завдання, але й маркетингові, управлінські, кадрові і тому подібне.

Визначення потреби в ІІ включає оцінку менеджером необхідної кількості співробітників з певними якісними характеристиками їх особистого ІІ. На більшості підприємств така оцінка здійснюється інтуїтивно, що відбиває недостатню розробленість питань управління інтелектуально-креативними ресурсами.

Визначення джерел ІІ має на увазі прийняття менеджером рішення про використання інтелектуальної праці співробітників підприємства або залучення ІІ на базі аутсорсинга, що отримало значне поширення останнім часом.

Висновки. Формування ІІ є комплексом заходів, що охоплює не лише усвідомлений і обґрунтований набір персоналу, але й розподіл ІІ за творчими завданнями, включаючи формування творчих колективів. У зв'язку з цим постає питання про формування комплексної системи оцінки ІІ співробітників у рамках загальної системи оцінки фахівців.

Така оцінка може здійснюватися підприємством самостійно або шляхом тестування в асесмент-центрах. Необхідно відмітити, що оцінка в асесмент-центрах вважається досить дорогою. Проте в сучасних умовах, коли індивідуальна компетенція є ключовим ресурсом виживання і розвитку підприємства, оцінка найбільш значущих фахівців може бути доцільною. У той же час, на думку автора, сучасні наукомісткі підприємства повинні мати комплексну систему оцінки фахівців, оскільки це дозволить ефективніше використовувати їх інтелектуально-креативні здібності.

Ядром системи оцінки може бути модель компетенцій. Не менш важливим аспектом даного процесу є ухвалення рішень з розподілу інтелектуальних ресурсів за завданнями і формування робочих груп. Це, зокрема, пов'язано з проблемами емоційно-психологічної сумісності учасників групи. Відмітимо, що західні компанії вже давно використовують методики визначення соціально-психологічної

сумісності співробітників у процесі формування робочих груп. Використання знань соціології і психології виявляється дієвим інструментом підвищення ефективності інтелектуальної діяльності внаслідок прояву так званого “синергетичного ефекту”, коли $OIP + OIP = \alpha OIP$, де $\alpha > 2$. У рамках інноваційного менеджменту цей ефект набуває особливого значення, оскільки підвищення ефективності творчих робіт сприяє скороченню циклу створення і освоєння нової техніки.

Список літератури

1. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия [Текст] / И. Ансофф / под ред. Ю. Н. Каптуревского ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 1999. – 416 с.
2. Иванов, Ю. В. Слияния, поглощения и разделение компаний: стратегия и тактика трансформации бизнеса [Текст] / Ю. В. Иванов. – М. : Альпина Паблишер, 2001. – 244 с.
3. Косачев, Ю. В. Экономико-математические модели эффективности финансово-промышленных структур [Текст] / Ю. В. Косачев. – М. : Логос, 2004. – 248 с.
4. Портер, М. Е. Конкуренция [Текст] / М. Е. Портер. – Москва : Вільямс, 2005. – 608 с.
5. Портер, М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер. – М. : Международные отношения, 1993. – 580 с.
6. Шевчук, В. Р. Стратегічний управлінський облік [Текст] / В. Р. Шевчук. – К. : Алерта, 2009. – 176 с.
7. Handbook of Industrial Innovation [Text] / M. Eds. Dodgson, R. Rothwell // Edward Elgar Publishing. Incorporated, 2001.
8. Porter, Michael E. Clusters and the New Economics of Competition [Text] / E. Michael Porter // Harvard Business Review. – 1998. – November-December. – P. 77–90.
9. Freeman, H. The Economics of Industrial Innovation [Text] / H. Freeman. – Hammond Sworth; Penguin, 1974.

Отримано 16.12.2011

Summary

The article presents the results of research in the development of innovative processes, identified reasons for the formation of intellectual assets of enterprises, proposed measures to enhance the innovation processes at the expense of quality model developed by the formation of intellectual assets.