

Ілляшенко С.М., д.е.н., проф., Сумський державний університет

СУТНІСТЬ, СТРУКТУРА Й МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Сучасний етап розвитку НТР наприкінці ХХ століття ініціював інформаційну революцію й поклав початок формуванню основ інформаційного суспільства, у якому інформація й знання стають основними засобами й предметом суспільного виробництва. Вони також є обмежуючим чинником розвитку (в індустріальному суспільстві ним є капітал) і заміщають працю як джерело доданої вартості. Інформація й знання (інтелектуальний капітал) усе більшою мірою визначають конкурентоспроможність, як окремих підприємств, так і національних економік у цілому. Здатність до створення, використання й збільшення інтелектуального капіталу визначають економічну міць держави, добробут і якість життя його народу.

Зростаюча роль інтелектуального капіталу в забезпеченні економічного росту актуалізує дослідження, спрямовані на пошук шляхів його ефективного використання, цій проблематиці приділена увага багатьох відомих вітчизняних і зарубіжних економістів. Розкриттю сутності категорії "інтелектуальний капітал" присвячені роботи Э. Брукінга [1], Д. Гилбрейта [3], М. Кастельса [8], Э. Тофлера [19, 20], В.М. Гееця [2], В. Л. Иноземцева [7], А.Н. Козырева [9], Б.Б. Леонтьева [10], Л.Г. Мельника [13, 14, 15] і багатьох інших. Ними розроблена категорійна база інтелектуального капіталу, визначена структура, розкрита його роль і роль окремих його складових на сучасному етапі розвитку. Їхні роботи носять теоретико-методологічний характер і стосуються в основному макrorівня економіки, однак у них недостатньо опрацьовані проблеми, що стосуються інтелектуального капіталу окремого підприємства, як одного з головних факторів його розвитку. У ряді досліджень розглядаються окремі прикладні аспекти використання й оцінки інтелектуального капіталу підприємства [4, 5] і економіки країни в цілому [11], однак вони носять досить обмежений характер. Існуюче неоднозначне тлумачення структури інтелектуального капіталу підприємства й підходів до його оцінки ускладнює управління його реалізацією й розвитком, приводить до вибору неадекватних існуючим умовам стратегій розвитку. Вирішення цих проблем надасть можливість цілеспрямовано формувати й розвивати інтелектуальний капітал підприємства, оптимізувати систему його управління, знизити ступінь ризику й підвищити обґрунтованість і оперативність управлінських рішень, спрямованих на забезпечення умов тривалого виживання й стійкого розвитку на ринку.

Постановка задачі. Метою даної статті є системний аналіз підходів до розгляду сутності категорії "інтелектуальний капітал", уточнення на його основі змісту й структури інтелектуального капіталу підприємства й розробка методичних основ його оцінки.

Результати. Виконаний аналіз показує, що існують різні визначення категорії "інтелектуальний капітал підприємства".

Так Э. Брукінг ототожнює інтелектуальний капітал і нематеріальні активи підприємства, які є основою його існування й конкурентних переваг. Основними складовими є: людські активи (знання, досвід, творчі здатності та ін.), інтелектуальна власність, інфраструктурні й ринкові активи [1].

В.Л. Иноземцев вважає [7], що інтелектуальний капітал - це інформація й знання, які відіграють роль "колективного мозку", що акумулює наукові й повсякденні знання працівників, інтелектуальну власність і накопичений досвід, спілкування й організаційну структуру, інформаційні мережі та імідж підприємства.

Б. Б. Леонтьев під інтелектуальним капіталом підприємства розуміє [10] вартість сукупності наявних у нього інтелектуальних активів, включаючи інтелектуальну власність, його природні й придбані інтелектуальні здатності й навички, а також накопичені ним бази знань і корисні відносини з іншими суб'єктами. Тобто бренди, клієнтура, фірмове найменування, канали збуту, ліцензійні й інші угоди та ін.

Л.Г. Мельник розглядає [13] інтелектуальний капітал більш широко, як інтелектуальні здатності людей, у сукупності зі створеними ними матеріальними й нематеріальними засобами, які використовуються в процесі інтелектуальної праці. Він включає до складу інтелектуального капіталу як нематеріальні, так і матеріальні активи.

У загальному випадку в структурі інтелектуального капіталу виділяють три складові:

- *людський капітал*: знання, навички, досвід, ноу-хау, творчі здатності, креативний спосіб мислення, моральні цінності, культура праці та ін.;

- *організаційний капітал*: патенти, ліцензії, ноу-хау, програми, товарні знаки, промислові зразки, технічне й програмне забезпечення, організаційна структура, корпоративна культура й т.п.;

- *споживчий капітал* (на думку автора, його варто трактувати більш широко, як *інтерфейсний капітал*): зв'язки з економічними контрагентами (постачальниками, споживачами, посередниками, кредитно-фінансовими установами, органами влади та ін.), інформація про економічних контрагентів, історія взаємин з економічними контрагентами, торговельна марка (бренд).

Як видно ноу-хау входить до складу людського капіталу й організаційного капіталу. Багато фахівців відносять їх тільки до останнього, при цьому не враховується той факт, що ноу-хау - це не тільки систематизовані знання, втілені в технічній документації, але й знання, прийоми роботи, уміння та ін., які передаються тільки безпосередньо від людини до людини й іншим шляхом одержати їх неможливо. Про це забувають (або не знають) багато керівників підприємств і органів державного управління, які намагаються відчужувати інтелектуальний капітал (на користь підприємств чи організацій, або ж на користь держави, наприклад, закріплюючи за ними права на технічну документацію, патенти тощо та недооцінюючи їх розробників), а він при цьому істотно знижується або ж зовсім "витікає між пальців".

Однак згадана вище структура розглядає переважно тільки одну сторону інтелектуального капіталу - ресурсну, і практично не розглядає іншу - потенційну - можливість і здатність ефективно реалізувати цей потенціал. Причому ця сторона є більше важливою й значимою. Дійсно, розглядаючи формально інтелектуальний капітал вітчизняних підприємств і економіки в цілому, нескладно помітити, що він усе ще є досить високим, однак ступінь розвитку економіки не є адекватною, вона є значно нижчою ніж у країнах, що мають аналогічний рівень інтелектуального капіталу. Зокрема, в 1998 році Україна за кількістю наукових і інженерно-технічних працівників, що працюють у сфері науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) - 6761 осіб на 1 млн. жителів, випереджала Японію - 5777 осіб на 1 млн. і США - 3732 особи на 1 млн., однак реалізація цього капіталу була значно гіршою (у 2006 р. це співвідношення в Україні становило близько 3495 осіб. на 1 млн. [18] при практично незмінних позиціях Японії й США). Так, наприклад, в Україні частка практично реалізованих інноваційних розробок становить менше 20%, тоді як у Японії - 68%, а в США - 52% [16]. Тобто висока ресурсна сторона інтелектуального капіталу це ще не все, необхідно мати можливість і здатність її ефективно реалізувати. І ці можливості і здатності необхідно оцінювати (як втім, і сам капітал).

Таким чином, у структурі інтелектуального капіталу варто виділяти дві частини:

- ресурсну;

- потенційну, тобто можливість і здатність ефективно реалізувати інтелектуальний капітал.

З цих позицій автором запропонована наступна структура інтелектуального капіталу підприємства (табл. 1). Природно, у табл. 1 представлено не вичерпний перелік елементів ресурсної й потенційної складових інтелектуального капіталу, його можна й потрібно доповнювати й коректувати. Однак, на думку автора, він досить точно відображає характер елементів виділених частин інтелектуального капіталу.

Поділ інтелектуального капіталу на ресурсну й потенційну частини дозволяє більш точно аналізувати й оцінювати його рівень, знаходити "вузькі місця", обґрунтовано розробляти заходи, спрямовані на його розвиток і реалізацію стосовно до конкретних ринкових умов.

Людський, організаційний і інтерфейсний капітали слід розглядати як підсистеми інтелектуального капіталу, що сам є складною системою. Вони постійно взаємодіють один з одним. При цьому можливий прояв синергетичного ефекту, як підсилюючого, так і послаблюючого характеру.

Таблиця 1 - Структура інтелектуального капіталу підприємства

Людський (особистісний) капітал		Організаційний (структурний) капітал		Споживчий (інтерфейсний) капітал	
Ресурси	Потенціал	Ресурси	Потенціал	Ресурси	Потенціал
Знання Навички Досвід Ноу-хау Творчі здатності Креативний спосіб мислення Критичне відношення до авторитетів Моральні цінності Культура праці	Здатність вийти за межі наявних знань і досвіду Прагнення до самореалізації й визнання Націленість на результат Результативність праці Здатність до тривалої мобілізації й зосередження Безперервне самонавчання й самовдосконалення Здатність до прогнозування в умовах невизначеності Відчуття затребуваності знань, досвіду та ін. Творчо активний вік більшості персоналу (у середньому 25-45 років) Бажання й здатність передати знання, навички, досвід та ін. учням і колегам	Патенти Ліцензії Ноу-хау Програми Товарні знаки Промислові зразки Інформаційне забезпечення Технічне забезпечення Програмне забезпечення Організаційна структура Корпоративна культура Система мотивації творчої праці	Свобода творчості від політичних, релігійних, бюрократичних та ін. обмежень Затребуваність інновацій і інноваторів Правова захищеність авторських прав Розвинена інфраструктура ринку інтелектуального капіталу Висока оплата результатів праці Участь інноваторів у прибутку Толерантне відношення колег і суспільства Визнання й вдячність колег і керівництва Сприйнятливості організації до несподіваних, нетривіальних рішень Сприятливі умови праці й відпочинку	Зв'язки з економічними контрагентами (ЕК) Інформація про ЕК Історія взаємин з ЕК Торговельна марка (бренд)	Налагоджена система комунікацій з ЕК Умотивованість ЕК Врахування інтересів ЕК Орієнтованість на довгострокові партнерські відносини з ЕК Високий імідж торговельної марки Управління торговельною маркою Брендинг

Практика показує, що ефективність реалізації інтелектуального капіталу підприємства в значній мірі визначається станом його організаційної складової. Існуючі реалії становлення й розвитку постіндустріальної (інформаційної) економіки і усе зростаюча роль інноваційних факторів ініціюють створення принципово нових форм організації праці [19], які докорінно змінюють характер праці й систему управління, забезпечують небачений раніше ступінь свободи й гнучкість поведінки працівників.

Однозначних рекомендацій щодо використання конкретних організаційних структур немає, усе визначається специфікою діяльності самого підприємства й особливостями ринку або галузі. Необхідно відзначити, що ці нові організаційні структури виникають і реально використовуються на ринках і в галузях з високим рівнем конкуренції, коли втриматися, а тим більше розвиватися, можна тільки за рахунок постійного пошуку й використання нових способів і сфер реалізації капіталу підприємства (у першу чергу інтелектуального), тобто інноваційним шляхом [6]. У цьому випадку самі обставини змушують власників і керівництво підприємств іти на реформи, ділитися повноваженнями, надавати всі зростаючу свободу творчості (але не повну безконтрольність) персоналу підприємств. Підприємства, керівництво яких намагається зберегти тверді бюрократичні (засновані на ієрархічності) структури управління, конкуренти рано або пізно витиснуть із ринку.

Інтерфейсний (більш вузько - споживчий) капітал є для нашої країни відносно новим поняттям, однак ніхто не стане заперечувати, що наявність налагодженої системи взаємозв'язків і взаємодій з економічними контрагентами різко підвищує шанси на успіх у конкуренції, а її відсутність - практично позбавляє навіть мінімальних шансів. Формування й зміцнення такої системи буде тим успішніше, чим повніше будуть збігатися інтереси підприємства і його економічних контрагентів. Тому необхідно постійно відслідковувати ступінь відповідності цих інтересів і за наявності розбіжностей оперативно усувати виникаючі проблеми.

Реалізація інтелектуального капіталу комерційного підприємства здебільшого проявляється у вигляді:

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

В остаточному підсумку це зводиться до товарів, які задовольняють існуючі потреби новим більше ефективним способом, або ж товари, які задовольняють потенційні (приховані) потреби (у багатьох випадках їх цілеспрямовано формують), тобто інноваційні товари. Практика показує, що в розвинених країнах до 70-85% (а в ряді випадків і більше) приросту ВВП забезпечується за рахунок інновацій (в Україні не більше 7-10%). Тому для України, якщо вона хоче на рівні ввійти у світове співтовариство цивілізованих країн, альтернативи інноваційному шляху немає.

Для оцінки інтелектуального капіталу використовують наступні основні групи методів [1, 9] (рис. 1).

Оскільки оцінка в 1-й і 4-й групах методів виконується від окремого до загального, а в 2-й і 3-й - від загального до окремого, то групи методів 2 і 3 більш прийнятні для оцінки інтелектуального капіталу підприємства в цілому (наприклад, при операціях купівлі-продажу підприємства). Відповідно, групи методів 1 і 4 більше підходять для аналізу ефективності структури інтелектуального капіталу й окремих його елементів.

Із цього слідує, що методи груп 2 і 3 дозволяють оцінювати в комплексі ресурсну й потенційну складові інтелектуального капіталу без їхнього поділу, а методи

груп 1 і 4 у принципі дозволяють це, однак потенційній складовій дотепер практично не приділялося належної уваги.

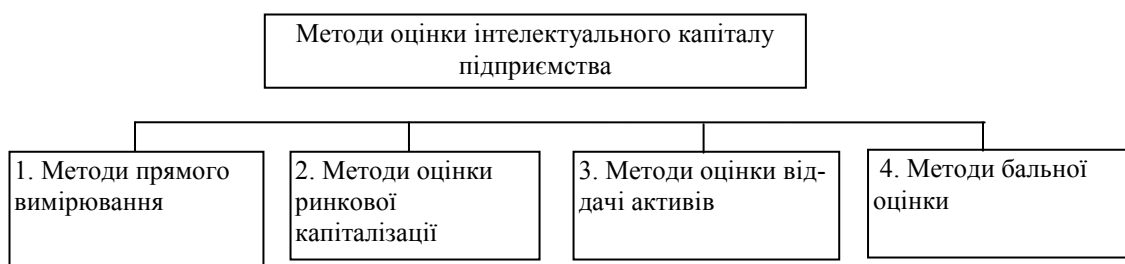


Рис. 1. Методи оцінки інтелектуального капіталу підприємства

Критичний аналіз і узагальнення літературних джерел і практики господарювання дозволили авторові виділити найбільш прийнятні з відомих, а також запропонувати авторські підходи до оцінки інтелектуального капіталу підприємства: окремо за елементами ресурсної й потенційної складових. Їхній розгляд будемо вести окремо за людським, організаційним й інтерфейсним капіталами.

Людський капітал. Рівень інтелекту працівників звичайно оцінюють показником IQ (індивідуально для кожного працівника й середній по підрозділу або організації). Знання, навички й досвід персоналу можна оцінити кількісними показниками рівня освіти, кваліфікації, виробничого стажу (загального й відповідно до профілю діяльності підприємства) і т.п. Для їхньої оцінки також доцільно використовувати і якісні показники, наприклад, наявність досвіду роботи в закордонній фірмі, досвіду виготовлення продукції на експорт, проходження персоналом курсів підвищення кваліфікації. Наявність творчих здатностей і креативного способу мислення, критичного відношення до авторитетів можна оцінити показниками раціоналізаторської й винахідницької активності, які характеризують схильність до генерування нових знань [12, 17, 21]. Досить важко оцінити кількісно моральні цінності й культуру праці, вони підлягають в основному укрупненій оцінці через показники частки браку в роботі, наявності претензій і позовів з боку споживачів, оптимальності трудових дій і т.п. Однак їх можна непрямо оцінити якісно такими показниками: поведінка на роботі й у побуті, обов'язковість у відносинах з колегами й діловими партнерами, організація робочого місця й т.д. Перераховані показники характеризують, в основному, ресурсну частину людського капіталу, їх доцільно порівнювати з аналогічними показниками лідерів на ринку або в галузі.

Можливість реалізації людського капіталу укрупнено можна оцінити показниками індивідуальної (щоб не враховувати організаційний капітал) результативності і якості праці працівників відповідних категорій, ступеня відповідності їхніх знань і вмінь вимогам ринку (напрямок і величина вектора освіти й самоосвіти), вікової структури й т.п. Детальніше, показники оцінки потенційної складового людського капіталу представлені в табл. 1.

Організаційний капітал. Якісна конструкторська, технологічна, експлуатаційна, ремонтна та ін. документація, якою володіє підприємство, свідчить про високий рівень організаційного капіталу, особливо, якщо це стосується сучасної конкурентоспроможної продукції, яка користується попитом на ринку. Для оцінки можуть бути використані як кількісні показники (визначаються, у більшості, непрямо, наприклад, рівень прогресивності конструкцій і технологій, рівень ремонтпридатності, технологічності виготовлення й економічності експлуатації), так і якісні, що визначають рівень якості документації методом експертної оцінки. Рівень (коефіцієнт) прогресивності конструкцій і технологій можна визначати як частку, відповід-

но, конструктивних (технічних) і технологічних рішень на рівні найсучасніших у галузі чи на ринку зразків в їх загальній кількості.

Права власності на патенти, промислові зразки, ноу-хау, товарні знаки та ін. свідчить про високий рівень організаційного капіталу й ступеня його правової захищеності. Для їхньої оцінки доцільно також використовувати вартісну оцінку: витратний метод, метод доходів (звільнення від роялті), метод аналогій, визначення ринкової вартості.

Наявність сертифікатів відповідності стандартам якості й системи управління якістю (ISO 9000), вимогам екологічної безпеки (ISO 14000) підвищує рівень організаційного капіталу й одночасно свідчить про високий ступінь його реалізації (у ряді випадків сертифікація є єдиним засобом забезпечення просування продукції на ринку). Оцінка може виконуватися як за якісними, так і за кількісними показниками, наприклад, частка сертифікованої продукції, технологій, виробництв.

Рівень оснащення сучасними засобами комунікації й зв'язки можна оцінити шляхом порівняння з кращими підприємствами та організаціями на ринку або в галузі. Рівень інформаційного, програмного, технічного забезпечення систем підтримки прийняття рішень доцільно визначати за допомогою коефіцієнтів їхньої прогресивності, оновлюваності й т.п. Окрім того, 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.

Рівень використання (потенційна складова) інформаційних систем і технологій доцільно оцінювати відомими показниками рівня автоматизації й механізації робіт (проектних, виробничих, управлінських, допоміжних) на всіх стадіях процесу розробки, виробництва й просування продукції на ринку. Його можна визначати шляхом порівняння з показниками підприємств-лідерів. Непрямим чином його також можна визначити за допомогою показників продуктивності праці (окремих підрозділів або підприємства в цілому), інформатизації процесів проектування, виробництва, збуту та управління.

З огляду на зростання ролі інформації й знань як джерела й засобів соціально-економічного розвитку, окремо розглянемо показники інформаційного оснащення. Забезпеченість економічною інформацією, необхідною для прийняття обґрунтованих і економічно ефективних рішень слід виконувати, використовуючи авторський підхід [6]:

$$ПХ_n = 1 - \frac{I_p}{I_3}, \quad (1)$$

$$ПВ_n = \frac{I_p}{I_{p3}}, \quad (2)$$

де $ПХ_n$ – похибка пошуку; I_p – обсяг виданої релевантної інформації; I_3 – загальний обсяг виданої інформації; $ПВ_n$ – повнота пошуку; I_{p3} – обсяг релевантної інформації в загальній її сукупності.

Величини I_p , I_3 , і I_{p3} можуть вимірятися кількістю документів або в стандартних одиницях, які прийняті для виміру кількості інформації - Байт, Кбайт, Мбайт, Гбайт і т.п.

Як слідує з формул (1-2) ефективність пошуку тим вище, чим вище повнота пошуку ($ПВ_n$) і менше похибка пошуку ($ПХ_n$).

Для оцінки інформаційного оснащення рекомендується використовувати наступні показники:

- коефіцієнт повноти інформації, ($K_{не}$), що розраховується як відношення обсягу інформації, наявної в особі, що приймає рішення (ОПР) до загального обсягу інформації, необхідної для ухвалення обґрунтованого рішення;
- коефіцієнт точності інформації (K_m), що розраховується як відношення обсягу релевантної інформації до загального обсягу наявної інформації;
- коефіцієнт суперечливості інформації ($K_{сн}$), що розраховується як відношення кількості наявних незалежних свідочств на користь ухвалення рішення до загальної кількості незалежних свідочств.

Дані одиничні показники автор пропонує поєднувати в інтегральний за наступною формулою[5]:

$$K_i = K_{не} \cdot K_m \cdot K_{сн}. \quad (3)$$

Для оцінки рівня інформаційної оснащеності залежно від розрахованого значення інтегрального показника (K_i) може бути запропонована наступна шкала (рис. 3).

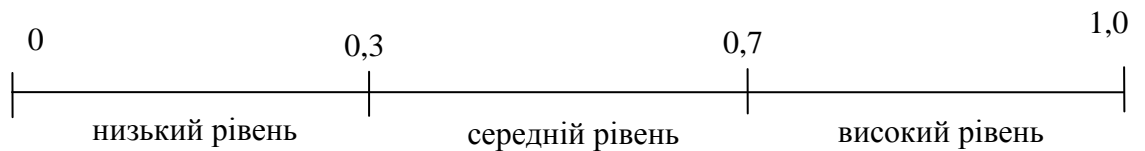


Рис. 3. Рівні інформаційного оснащення системи прийняття рішень

Укрупнену оцінку рівня організаційної структури управління підприємством можна виконати відповідно до підходу, викладеного у роботі [22], що передбачає побудову матриці аналізу й розподілу функцій, прав і обов'язків між підрозділами підприємства. Результати аналізу служать підставою для виявлення "вузьких місць", ліквідації паралелізму в роботі, оптимізації структури системи управління й перерозподілу прав і обов'язків між співробітниками окремих підрозділів. При оцінці адекватності організаційної структури цілям і завданням управління й вимогам ринку необхідно також брати до уваги результати викладеного вище аналізу нових організаційних форм підприємств і організацій.

Оцінку потенційної складової організаційної структури можна оцінювати показниками швидкості реагування на збурювання в зовнішнім і внутрішнім середовищі, оперативності і якості прийнятих управлінських рішень, спрямованих на використання й розвиток ринкових можливостей і протидію ринковим загрозам.

Соціально-психологічний клімат у колективі працівників підприємства і його структурних підрозділів, корпоративна культура в багатьох випадках у вирішальному ступені визначають шанси на успіх реалізації потенціалу підприємства й істотно підвищують його. Для їхньої оцінки використовують методи соціології й психології.

У цілому, можливість реалізації організаційного капіталу підприємства (інформації про запити споживачів, прав на патенти й технічну документацію й т.п.) прямо характеризує частка наукомістких виробів, послуг і технологій у їх загальній кількості, вона також свідчить про високий рівень інтелектуального капіталу взагалі. Їхні характеристики необхідно порівнювати з характеристиками кращих на ринку, відповідно, виробів, послуг і технологій.

Інтерфейсний капітал. Наявність сталих налагоджених зв'язків з економічними контрагентами підприємства, контактними аудиторіями свідчить про високий рівень інтерфейсного капіталу й здатність до його реалізації. Для оцінки можна використовувати як якісні (тривалість контактів, ступінь зацікавленості економічних контрагентів у співробітництві, умови співробітництва та ін.), так і кількісні показ-

ники, зокрема: частка продукції, що реалізується постійним споживачам, частка одержуваного від цього прибутку й т.п. Особливо важливим є наявність добре налагодженої й перевіреної часом збутової мережі й системи товароруху.

Імідж підприємства в середовищі споживачів і ділових партнерів, його ділова репутація мають самостійну ринкову цінність (гудвіл) і значною мірою впливають на ефективність його ринкової діяльності, однак і самі залежать від неї. Оцінити імідж і ділову репутацію можна досить об'єктивно, наприклад, шляхом опитувань споживачів, ділових партнерів, або ж витратами часу й коштів на укладання договорів з економічними контрагентами, на просування продукції на ринок, зокрема, стимулювання попиту, у порівнянні з основними конкурентами. Аналогічним чином можна оцінити торговельну марку (бренд).

Слід зазначити, що за даними Британського Інституту захисту торговельних знаків, за період з 1980 р. по 2000 р. у Великобританії й США відношення балансової вартості компаній до їхньої ринкової вартості зменшилося в п'ять разів. Так в Англії тільки близько 30% ринкової вартості компанії відображається в балансі, все інше припадає на нематеріальні активи, основу яких становить торговельна марка й бренд, зокрема, для British Petroleum це відношення становить 29:71, Coca-Cola - 4:96.

Комплексну оцінку інтелектуального капіталу підприємства (O_k) можна виконати за допомогою відомого в математиці методу відстаней. При цьому, кількісні показники слід оцінювати безпосередньо, а якісні необхідно попередньо переводити в бальні оцінки.

Розрахункова формула має вигляд

$$O_k = \sum_{i=1}^n (1 - \delta_i) \cdot B_i, \quad (4)$$

де i – порядковий номер показника; n – кількість показників, B_i – вагомість i -го показника, δ_i – відносна оцінка i -го показника (у порівнянні з еталоном).

При цьому

$$\delta_i = \frac{O_i}{O_{\max}}, \text{ якщо максимальне значення показника є кращим;}$$

$$\delta_i = \frac{O_{\min}}{O_i}, \text{ якщо мінімальне значення показника є кращим,}$$

де O_i – оцінка i -го показника аналізованого підприємства; O_{\max} - максимальне значення i -го показника з усіх порівнюваних підприємств; O_{\min} - мінімальне значення i -го показника з усіх порівнюваних підприємств .

Вагомості показників визначають експертним методом. Відповідно до формули (4) кращим є менше значення комплексної оцінки (в ідеалі $O_k=0$).

Основною проблемою є вибір еталона (бази) для порівняння. Таким може бути краще значення показника серед всіх підприємств на ринку. Доцільним є оцінювання за формулою (4) окремо ресурсної і потенційної частин інтелектуального капіталу. Це дозволить оцінити інтелектуальну оснащеність підприємства й здатність до її реалізації, і визначити на цій основі конкретні заходи, спрямовані на розвиток інтелектуального капіталу.

Відповідно до запропонованого методичного підходу і з метою його практичної апробації автором була виконана оцінка рівня інтелектуального капіталу трьох підприємств Сумської області: науково-виробничого підприємства ТОВ "Турбомаш", що займається модернізацією насосного і компресорного обладнання; ТОВ

"Горобина", що виготовляє лікєро-горілчану продукцію; АТЗТ "Сумський фарфоровий завод".

Оцінка проводилася окремо за показниками людського, організаційного і інтерфейсного капіталів. Зокрема були враховані наступні показники:

- людського капіталу (окремо по категоріям: ІТР, робітники, менеджери): рівень освіти відповідно до профілю діяльності підприємства; стаж роботи за профілем; досвід роботи на експорт; ступінь оновлення фахових знань; раціоналізаторська активність; винахідницька активність; плинність кадрів; індивідуальна результативність праці; вікова структура персоналу; частка працівників, що мають учнів. Індивідуальна результативність оцінювалась по відношенню до основних конкурентів (випуск продукції у грн. на одного працюючого), а інші показники, - як частка працівників аналізованого підприємства, що мають відповідну освіту, стаж роботи, пройшли перепідготовку чи підвищення кваліфікації і т.д.;
- організаційного капіталу, у тому числі:
 - наявність прав власності на патенти, ліцензії, ноу-хау, товарні знаки, промислові зразки; інформаційне забезпечення, як технічне, так і власне інформаційне, див. формули (1) - (3); програмне забезпечення. Ці показники оцінювались у порівнянні з основними конкурентами;
 - рівні прогресивності і рівні технологічності конструкторської і технологічної документації (окремо); рівні сертифікації продукції, технологій і виробництв (окремо за якістю і екологічністю); рівні автоматизації і механізації робіт (з проектування, виробництва і управління); рівень наукомісткості технологій і продукції. Ці показники визначалися як частка, відповідно, сучасних конструкторських і технологічних рішень у їх загальній кількості, сертифікованої продукції у загальній її кількості тощо;
 - інтерфейсного капіталу: частка постійних споживачів, продукції, яка їм реалізується, прибутку від постійних клієнтів; правова захищеність торгової марки; імідж торгової марки (оцінювався шляхом опитувань споживачів); частка ринку товарної марки по відношенню до основних конкурентів; сталість контактів з постачальниками, посередниками, інвесторами та кредитно-фінансовими установами.

Вагомості показників визначалися експертним методом. У якості експертів були залучені представники персоналу підприємств, їх економічних контрагентів та споживачів.

З метою збереження комерційної таємниці, фактичні дані, що характеризують діяльність підприємств та оцінки за окремими показниками автором не наводяться.

Узагальнені оцінки капіталів-підсистем (людського, організаційного, інтерфейсного) вказаних вище підприємств виконувалися за формулою (4). Для наочності, отримані оцінки переведено у обернені (максимальна оцінка - 1, мінімальна - 0). Результати розрахунків представлено у табл. 2.

Аналіз отриманих результатів свідчить, що найвищий рівень людського капіталу має науково-виробниче підприємство ТОВ "Турбомаш", що є цілком природнім, оскільки воно спеціалізується на унікальних інжинірингових розробках і виготовленні наукоємної продукції за індивідуальними замовленнями. ТОВ "Турбомаш" має і вищий рівень організаційного капіталу, що також пояснюється специфікою його діяльності, пов'язаною з виконанням різнопланових замовлень. В той же час, ТОВ "Горобина" та АТЗТ "Сумський фарфоровий завод" мають значно вищий рівень інтерфейсного капіталу, оскільки вони спеціалізуються на виготовленні стандартної продукції і успіхи їх діяльності у значній мірі залежать від налагодженості та сталості контактів з діловими партнерами.

Порівняння інтегральних оцінок інтелектуального капіталу вказаних підприємств є некоректним, оскільки вони представляють різні галузі, а, відповідно, вагомості (значимості) їх складових потенціалів-підсистем є різними.

Таблиця 2 – Оцінки інтелектуального капіталу підприємств та його складових

Підприємства	Оцінки		
	Людського	Організаційного	Інтерфейсного
ТОВ "Горобина"	0,381	0,675	0,873
АТЗТ "Сумський фарфоровий завод"	0,356	0,641	0,899
ТОВ "Турбомаш"	0,666	0,707	0,691

Проведена оцінка (хоча й за дещо скороченим переліком показників) показала коректність запропонованих методичних підходів.

Висновки. Підводячи підсумки можна зробити наступні висновки:

Уточнено структуру й елементи інтелектуального капіталу підприємства, запропоновано виділяти його ресурсну і потенційну (здатність і можливість до реалізації наявних інтелектуальних ресурсів) частини. Розширено зміст однієї зі складових інтелектуального капіталу - споживчого капіталу, автором запропоновано розглядати його більш широко, як інтерфейсний капітал, що враховує систему взаємин з усіма економічними контрагентами підприємства, а не тільки зі споживачами.

Розглянуто основні методи оцінки інтелектуального капіталу підприємства (поелементної й інтегральної), виділені їх сильні й слабкі сторони, запропоновані рекомендації з їх використання.

Запропоновано авторський підхід до поелементної оцінки складових (підсистем) інтелектуального капіталу підприємства (людського, організаційного, інтерфейсного капіталів). Даний підхід дозволяє оцінювати окремо їх ресурсну й потенційну частини. Запропоновано підхід до об'єднання цих оцінок у єдиний інтегральний показник.

Отримані результати дають можливість цілеспрямовано формувати й розвивати інтелектуальний капітал підприємства, оптимізувати систему його управління, підвищити обґрунтованість і оперативність прийнятих управлінських рішень.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розробку формалізованих процедур і методичного інструментарію діагностики стану інтелектуального капіталу підприємства, вибору найбільш раціональних шляхів його реалізації й розвитку.

Література

1. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Пер. с англ, под ред. Л. Н. Ковачин Питер, 2001 - 288 с.
2. Геец В.М. Социально-экономические трансформации при переходе к экономике знаний / Социально-экономические проблемы информационного общества / Под ред. д.э.н., проф. Л.Г. Мельника. – Сумы: ИТД "Университетская книга", 2005. – С. 16-33.
3. Гилбрейт Д. Экономические теории и цели общества / Под ред. акад. Н. Н. Иноземцева. - М.: Прогресс, 1979. - 406 с.
4. Джамай Е. В., Бендиков М. А. «Интеллектуальный капитал развивающейся фирмы: проблемы идентификации и измерения» // Менеджмент в России и за рубежом № 4, 2001 г. <http://dis.ru>
5. Иванюк И. А. «Воспроизводство интеллектуального капитала в современных маркетинг-системах». <http://publish.cis2000.ru>
6. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: Навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми: ВТД „Університетська книга”; К.: Видавничий дім „Княгиня Ольга”, 2005. – 324 с.
7. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. – М.: Academia. – Наука, 1988. – 640 с.

8. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
9. Козырев А.Н. Интеллектуальный капитал. <http://revolution.allbest.ru>
10. Леонтьев Б. Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. - М.: Издательский центр "Акционер", 2002 - 200 с.
11. Макаров В.Л. Экономика знаний: уроки для России // Вестник Российской Академии Наук. – Т. 73. – 2003. - № 5. – С. 450-462.
12. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2006. – 728 с.
13. Мельник Л.Г., Ілляшенко С.Н., Касьяненко В.А. Экономика информации и информационные системы предприятия: Учебн. пособ. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2004. – 400 с.
14. Мельник Л.Г. Предпосылки формирования информационного общества / Социально-экономические проблемы информационного общества / Под ред. д.э.н., проф. Л.Г. Мельника. – Сумы: ИТД "Университетская книга", 2005. – С. 60-87.
15. Мельник Л.Г. Экономика и информация: экономика информации и информация в экономике: Энциклопедический словарь. – Сумы: ИТД "Университетская книга", 2005. – 384 с.
16. Науково-технічний потенціал України: структура, динаміка, ефективність (1991-1998). К.: Центр досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України, 1998. 46 с.
17. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД „Університетська книга”, 2005. – 582 с.
18. Статистичний щорічник України за 2006 рік / Держкомстат України - К., 2007.
19. Тофлер Э. Метаморфозы власти: Пер. с англ. – М.: ООО "Издательство АСТ", 2004. – 669 с.
20. Тофлер Э. Третья волна. – М.: Издательство АСТ, 1999. – 784 с.
21. Шипулина Ю.С. Инновационный потенциал предприятия / Потенциал инновационного развития предприятия. Монография / Под ред. д.э.н., проф. Козьменко С.Н., - Сумы: Деловые перспективы, 2005. – 256 с.
22. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник. Изд. 2-е, перераб и доп. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 334 с.

Анотація

Уточнено структуру й склад елементів інтелектуального капіталу підприємства, запропоновано виділяти його ресурсну і потенційну (здатність і можливість до реалізації наявних інтелектуальних ресурсів) частини. Розроблено авторський підхід до поелементної оцінки складових (підсистем) інтелектуального капіталу підприємства (людського, організаційного, інтерфейсного капіталів), що дозволяє оцінювати окремо їх ресурсну й потенційну частини.