

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ

На правах рукопису

СОБКО ОЛЬГА МИКОЛАЇВНА



УДК 658.14:330.341.1:334.716

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ДОМІНАНТИ  
РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В  
ПРОЦЕСІ КРЕАЦІЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами  
(за видами економічної діяльності)

Дисертація

на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук

**Науковий консультант:**

**доктор економічних наук, професор**

**Гринчук Валерій Іванович**



Тернопіль – 2017

## ЗМІСТ

Вступ .....		3
Розділ 1. Концептуалізація інтелектуального капіталу підприємства в умовах цифрової економіки .....		15
1.1. Термінологічне визначення, ознаки та функції інтелектуального капіталу підприємства .....		15
1.2. Генеза розвитку, моделі та структуризація інтелектуального капіталу підприємства в межах концепції платформи вартості ...		30
1.3. Методологічні підходи до оцінювання інтелектуального капіталу підприємства .....		68
Висновки до розділу 1 .....		89
Розділ 2. Теоретико-прикладні аспекти креації вартості підприємства в спектрі розвитку інтелектуального капіталу .....		91
2.1. Поняття і новелізація характеристик економічної категорії вартості в науковій думці .....		91
2.2. Дефініція, ознаки та детермінанти креації вартості підприємства .....		101
2.3. Механізм креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу .....		118
Висновки до розділу 2 .....		136
Розділ 3. Методологічні домінанти економічної діагностики впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства ....		139
3.1. Прагматизм дослідження ефектів креації вартості підприємства, забезпечених розвитком інтелектуального капіталу .....		139
3.2. Комплексна методологія оцінювання ефектів креації вартості підприємства, зумовлених розвитком інтелектуального капіталу		154
3.3. Аналіз впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства .....		172
Висновки до розділу 3 .....		219

Розділ 4. Пріоритетні напрями розвитку інтелектуального капіталу підприємства .....	222
4.1. Перспективи кластеризації підприємств за рівнем розвитку інтелектуального капіталу на основі поширення офшорингу процесів знань .....	222
4.2. Інтерактивна модель реалізації компетенційного підходу у розвитку інтелектуального капіталу підприємства .....	235
4.3. Розвиток соціального капіталу підприємства шляхом поліпшення міжсекторного партнерства .....	270
Висновки до розділу 4 .....	281
Розділ 5. Конструктивізм креації вартості підприємства крізь призму розвитку інтелектуального капіталу в умовах глокалізації .....	284
5.1. Інтелектуальний вектор розбудови інституційної перспективи в теорії креації вартості підприємства .....	284
5.2. Імплементация систем управління якістю молочної продукції для посилення креаційного потенціалу інтелектуального капіталу підприємства .....	316
5.3. Інтелектуальні резерви креації вартості підприємств Тернопільщини, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива .....	336
5.3.1. Виявлення резервів креації вартості у сфері функціонування інтелектуального капіталу на основі застосування пакету програм для прикладного статистичного аналізу «STATISTICA» .....	343
5.3.2. Застосування інтервального моделювання в прогнозуванні інтелектуальних резервів креації вартості підприємства .....	355
Висновки до розділу 5 .....	373
Висновки .....	378
Список використаних джерел .....	385
Додатки .....	450

## ВСТУП

**Актуальність теми.** В умовах глобалізації світової економіки, посилення інтелектуалізації виробничо-комерційної діяльності підприємств актуалізуються проблеми формування їхніх вартісних конкурентних переваг, які мають інтелектуальне походження, спроможні забезпечити підвищення продуктивності праці, зрівноважений розвиток і створення сприятливого динамічного оточення. Вирішення таких проблем дало б змогу для вітчизняних підприємств розширити масштаби ринку збуту шляхом входження у висококонкурентні міжнародні сегменти. Перманентні зміни передбачають підвищення соціальної відповідальності, покращення транспарентності, запровадження інноваційних моделей, що в українських реаліях значною мірою пов'язане з поширенням у бізнесовому секторі практики розвитку інтелектуального капіталу як важливого генератора процесів креації вартості підприємства. Відповідно активізація розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості, яка вміщена у площинах розбудови інституційної перспективи, моделях міжсекторного партнерства, інтерактивної взаємодії, систем управління якістю, підвищує потенційні можливості для забезпечення економічного зростання та стає ключовим моментом в екзистенції українських підприємств.

Інтелектуальний капітал підприємства в межах концепції платформи вартості став об'єктом дослідження численних представників економічної науки: М. Бранко, М. Братніцко, Е. Брукінг, Е. Бомб'як, Н. Бонтіса, Д. Добії, Л. Едвінссона, П. Контеса, Б. Лева, Ф. Лельрта, М. Літшка, Б. Ловендаля, Дж. Мактаггарта, М. Манкінса, А. Маркома, М. Меллоуна, К. Перехуди, А. Пуліча, А. Раппапорта, Г. Руса, П. Саллівана, Г. Сант-Онжа, К.-Е. Свейбі, Е. Скжипек, Я. Стрижини, А. Уйвари-Гіль, Г. Урбанека, С. Шундер та ін.

Вагомий внесок у дослідження фундаментальних і прикладних аспектів інтелектуального контенту в управлінні вартістю суб'єктів господарювання в контексті капіталізації підприємств, удосконалення управління



інтелектуальним капіталом, визначення сфер його впливу на рівень соціального та економічного добробуту, управління інтелектуальною власністю здійснили відомі науковці: Ю. Бажал, Л. Беновська, І. Булеєв, Н. Брюховецька, О. Бутнік-Сіверський, В. Геєць, Н. Гавкалова, В. Гринчуцький, С. Ілляшенко, О. Кендюхов, С. Кісь, М. Козоріз, А. Колот, О. Кузьмін, В. Петренко, А. Череп, А. Чухно, Н. Шмиголь та ін.

Беручи до уваги цінність здійснених вище досліджень, з появою нових викликів сучасного економічного поступу виникла потреба в подальших наукових розвідках теоретико-методологічних аспектів розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства. Зазначені вище проблемні моменти зумовили вибір теми та дали змогу визначити мету, об'єкт, предмет та завдання дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Робота виконана відповідно до планів науково-дослідних робіт Тернопільського національного економічного університету, зокрема за темами: «Підвищення ефективності промислового виробництва» (номер державної реєстрації 0107U12224), в межах якої дисертантом визначено шляхи розвитку інноваційного капіталу підприємств; «Забезпечення економічної стійкості як умова ефективного розвитку промислових підприємств України» (номер державної реєстрації 0112U008450), в якій автором запропоновано пріоритети фінансування інноваційної моделі розвитку для підвищення виробничої стійкості підприємства; «Проблеми розвитку теорії та практики економічного аналізу, контролю і статистики» (номер державної реєстрації 0114U006472), де здобувачем поглиблено методологію оцінювання ефектів креації вартості підприємства, забезпечених розвитком інтелектуального капіталу; «Теоретико-методичні аспекти розвитку підприємства на інноваційно-інвестиційній основі» (номер державної реєстрації 0115U001606), в якій автором обґрунтовано структуру інтелектуального капіталу, що дає змогу виявити інтелектуальні резерви креації вартості підприємства, підвищуючи його конкурентоспроможність; а також госпдогвірної науково-дослідної роботи на

тему «Розробка бізнес-плану розвитку Т<sub>3</sub>ОВ «Компанія «Галичина-цукор» на 2016 рік» (номер державної реєстрації 0116U000085), в межах якої запропоновано методологію оцінювання ефектів креації вартості товариства, забезпечених розвитком інтелектуального капіталу.

**Мета та завдання дослідження.** Метою дисертаційної роботи є поглиблення теоретико-методологічних засад та вироблення практичних рекомендацій щодо розвитку інтелектуального капіталу підприємств у процесі креації їхньої вартості на основі інтелектуалізації праці у виробничій, комерційній і соціальній сферах діяльності.

Для досягнення визначеної мети в дисертаційній роботі передбачено вирішення таких завдань:

- розробити концептуальну модель розвитку інтелектуального капіталу підприємства в процесі креації його вартості з метою підвищення інтелектомісткості національних виробництв;
- уточнити дефініції «інтелектуальний капітал підприємства», «креація вартості підприємства», «інтелект-потенційна вартість» з метою розширення та верифікації термінологічного поля в теорії креації вартості;
- удосконалити наукові підходи до структурування інтелектуального капіталу підприємства з метою реалізації компетенційної моделі управління;
- розширити науково-методологічний інструментарій оцінювання інтелектуального капіталу підприємства в процесі креації вартості підприємства для опрацювання універсальної оцінної методики, що забезпечить прийняття конструктивних управлінських рішень на підприємстві;
- удосконалити науково-методичні положення щодо розширення меж аналітичного застосування методу «q-Тобіна» та розробити шкалу для встановлення інтелектуального рівня підприємства;
- поглибити наукові підходи до систематизації генераторів креації вартості підприємства з метою виокремлення чинників інтелектуального походження та ідентифікації джерел їхнього зосередження;

- удосконалити формування архітектоніки механізму креації вартості підприємства для активізації процесів креації вартості на основі розвитку інтелектуального капіталу;
- розробити універсальне науково-методологічне забезпечення оцінювання ефектів креації вартості підприємства, зумовлених розвитком інтелектуального капіталу;
- удосконалити інтерактивну модель реалізації компетенційного підходу в розвитку інтелектуального капіталу підприємства для підвищення його конкурентоспроможності;
- розвинути складові об'єктно-суб'єктних субстанцій у теорії креації вартості підприємства через введення дефініцій «інтелектуалістика», «інтелектинг», «інтелектингова агенція»;
- поглибити науково-методичні положення щодо формування портфеля інтелектуального капіталу підприємства, визначити методичні підходи до його структуризації з метою упорядкування бізнес-портфеля;
- удосконалити механізм проектування організаційної структури управління, визначити змістовну наповненість та типовий перелік дорадчих послуг інтелектингової агенції;
- удосконалити вектори імплементації міжнародних систем управління якістю та безпечністю на прикладі молочної продукції для посилення креаційного потенціалу інтелектуального капіталу підприємства;
- виявити джерела інтелектуальних резервів креації вартості підприємств, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива.

*Об'єктом дослідження є процеси креації вартості підприємств в умовах їхньої інтелектуалізації.*

*Предметом дослідження є теоретико-методологічні та прикладні засади розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості молокопереробних підприємств.*

**Методи дослідження.** Для досягнення визначеної мети та вирішення окреслених завдань використано сукупність загально-наукових та спеціальних

методів дослідження, які забезпечили ґрунтовність, об'єктивність і достовірність висунутих у дисертації положень та сформульованих висновків: теоретичного узагальнення і ретроспективного аналізу – для обґрунтування теоретико-методологічного підґрунтя розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства, побудови моделей інтелектуального капіталу підприємства; аналізу та синтезу – для узагальнення методологічних підходів до оцінювання впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства, типологізації інтелектуальних генераторів креації вартості підприємства; статистичного аналізу – для оцінювання винахідницької діяльності в Україні, виявлення типів взаємозв'язків при креації вартості підприємства; перевірки гіпотез дослідження; кореляційно-регресійного аналізу – для вибору параметрів і побудови моделей взаємозалежностей креації вартості та інтелектуального капіталу підприємства; графічний – для наочного представлення матеріалу роботи; абстрактно-логічний – для поглибленого аналізу основних термінів, що характеризують теорію креації вартості підприємства, теоретичного узагальнення і формулювання висновків.

*Інформаційною базою дослідження є* нормативно-правові акти, методично-інструктивний матеріал, дані Кабінету Міністрів України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Міністерства аграрної політики та продовольства України, Департаменту інтелектуальної власності, Державної служби статистики України та Республіки Польща, Європейської комісії, Світового банку, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з висвітлення теорій інтелектуального капіталу та управління вартістю, фінансова звітність молокопереробних суб'єктів господарювання корпоративного та підприємницького секторів Тернопільської області.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у теоретико-методологічному обґрунтуванні та розробленні практичних рекомендацій щодо розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємств. Наукові результати, які відображають новизну виконаного дослідження, полягають у наступному:

*вперше:*

- розроблено концептуальну модель розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства, яка охоплює цільову, інструментальну й методологічну підсистеми з відповідним інституційним базисом на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях, критеріями, індикаторами та показниками економічної діагностики, обґрунтуванням перспектив кластеризації, моделями міжсекторного партнерства, інтерактивної взаємодії, спрямованої на виявлення і мінімізацію «лакун вартості», що сприятиме інтелектуалізації національних виробництв;

- запропоновано науково-методологічне забезпечення оцінювання ефектів креації вартості підприємства, яке враховує вплив інтелектуального капіталу, визначає ключовим індикатором «інтелект-потенційну вартість», оцінним критерієм «мінімізацію лакун вартості», що підтвердило універсальність його застосування, дозволило виміряти величину ефекту з подальшою можливістю встановлення факту креації/деструкції/утримання вартості підприємства;

- обґрунтовано доцільність введення наукового напрямку в теорії креації вартості підприємства – інтелектуалістики, яка охоплює систему дисциплін і спрямована на розвиток інтелекту як різновиду консалтингу у сфері інтелектуалізації діяльності для досягнення цілей креації вартості підприємства через створення інтелектуальних агенцій. Це дало змогу розвинути складову об'єктно-суб'єктних субстанцій у теорії креації вартості підприємства, що покращує інституційну структуру ринку, підвищує ефективність управління підприємствами та забезпечує модернізацію діючої інституційної бази;

*удосконалено:*

- наукові підходи до структурування інтелектуального капіталу підприємства, що, на відміну від традиційних, зорієнтовані на формування інтегрального таксона «капітал компетенцій», який враховує компонентні таксони (індивідуальний, ринковий, інноваційний, інформаційний, соціальний), взаємозв'язки між ними, що дало змогу сформулювати компетенційну модель

управління, використання якої забезпечить раціональне планування оптимальних меж розподілу витрат для фінансування розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства;

- інструментарій оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, який, на відміну від існуючих, охоплює систематизовані критерії, показники і методи їхнього розрахунку, що створює методологічну основу для формування конструктивної системи оцінювання рівня розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства та дало змогу забезпечити універсальність її застосування як на рівні корпоративного, так і підприємницького секторів економіки;

- формування архітектоники механізму креації вартості підприємства, яка, на відміну від існуючих, конкретизує горизонт креації вартості, охоплюючи фази дослідження, освоєння, інвестування, зростання вартості, зорієнтована на врахування генераторів інтелектуального походження, передбачає визначення компетенцій та створення інтелектуального портфеля підприємства, що дало змогу підвищити ефективність використання інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства;

- інтерактивну модель реалізації компетенційного підходу в розвитку інтелектуального капіталу, яка, на відміну від традиційних, передбачає розробку портфеля компетенцій, їхню діагностику та формування вартісних конкурентних переваг і застосування якої дасть змогу підвищити конкурентоспроможність інтелектуального капіталу шляхом виявлення компетенційних лакун та активізувати розвиток інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства;

- вектори імплементації міжнародних систем управління якістю та безпечністю на прикладі молочної продукції, які, на відміну від існуючих, дають змогу виокремлювати напрями їхньої реалізації у сферах сировинного забезпечення, виробництва, комерції та логістики в межах традиційної та органічної продукції, що дало можливість сформувати інтелектуальні резерви в креації вартості підприємства;

*набули подальшого розвитку:*

- категорійно-понятійний апарат через уточнення понять: «інтелектуальний капітал підприємства» як модерний виробничий ресурс інтелектуального походження, який, генеруючи інтелектуальну додану вартість, позитивно динамізує процес креації вартості підприємства; «капітал компетенцій підприємства» як інтегральний оцінний показник впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства, який акумулює вплив компонентних таксонів (індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного, соціального), враховує взаємозв'язки між ними та дає змогу формувати компетенційну модель управління; «креація вартості підприємства», яку визначено як постійні в просторі та часі інноваційно-гармонійні процеси інтелектуалізації праці у виробничій, комерційній чи соціальній сферах його функціонування, які дають можливість мінімізувати величину «лакуна вартості»; «інтелект-потенційна вартість» як базова величина в методиці оцінювання ефектів креації вартості підприємства. Це дозволило розширити та верифікувати термінологічне поле в теорії креації вартості за сутністю, змістом і результатом;

- науково-методичні положення щодо розширення меж аналітичного застосування методу  $q$ -Tobina, які, на відміну від існуючих, враховують градацію коефіцієнта Тобіна, що дало змогу розробити шкалу для встановлення інтелектуального рівня суб'єкта господарювання корпоративного сектора економіки та удосконалити методику оцінювання рівня розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства;

- наукові підходи до систематизації генераторів креації вартості підприємства, побудовані на основі уточнення чинників інтелектуального походження з урахуванням світових тенденцій щодо їхнього формування, які, на відміну від існуючих, дали змогу структурувати їх у межах індивідуального, колективного та соціального модулів інтелектуального капіталу, що посилюватиме масштаби і прискорюватиме процеси креації вартості підприємства;

- механізм проектування організаційної структури управління інтелектинговими агенціями на основі визначення змістовної наповненості, пріоритетів, завдань і типового переліку дорадчих послуг, базованих на досвіді функціонування консалтингових фірм, трьохрівневого структуруванні (департаменти інтелектуального консалтингу, освітніх проектів та інформації, креації вартості), який, на відміну від існуючих, виконаний з дотриманням засад інтелектуалістики, що формує сприятливе інституційне оточення для забезпечення розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємств;

- науково-методичні положення до формування портфеля інтелектуального капіталу підприємства як сукупності інтелектомістких товарів відповідно до інноваційної, органічної продукції та об'єктів інтелектуальної власності, який, на відміну від традиційних, виокремлює методичні підходи до його структуризації, що дало змогу впорядкувати бізнес-портфель, покращити формування вартісних конкурентних переваг, які забезпечують розвиток інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства;

- моделювання інтелектуальних резервів креації вартості підприємства, що, на відміну від існуючих, охоплює джерела, виокремлені в індивідуальному, ринковому, інноваційному, інформаційному та соціальному модулях, що дало змогу визначити вектори розвитку інтелектуального капіталу та перспективи прогнозування динаміки генерування інтелектуальної доданої вартості як результуючого показника в процесі креації вартості підприємства.

**Практичне значення одержаних результатів.** Положення і висновки дисертаційної роботи можуть застосовувати вітчизняні підприємства для активізації розвитку інтелектуального капіталу та креації на цій основі їхньої вартості. Сформульовані рекомендації є системою заходів, спрямованих на підвищення інтелектуалізації праці, посилення креаційного потенціалу інтелектуального капіталу вітчизняних суб'єктів господарювання, які функціонують у галузі харчової промисловості.



Синтезовані у дисертації теоретико-методологічні доміанти розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємств впроваджено в практичну діяльність таких суб'єктів господарювання: Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка», де використано механізм імплементації міжнародних систем управління якістю і безпечністю продукції (довідка № 98/2 від 19. 05. 2016 р.), Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко», в якому застосовано методи оцінювання інтелектуального капіталу, пропозиції щодо впроваджено формування інформаційного та соціального капіталів (довідка № 73 від 18. 05. 2016 р.), ПП «Альма Віта», де впроваджено методологічні підходи до оцінювання ефектів креації вартості (довідка № 58 від 23. 05. 2016 р.), ПрАТ «Тернопільський молокозавод», яке реалізувало вектори розвитку індивідуального капіталу та методику оцінювання впливу інтелектуального капіталу на генерування інтелектуальної доданої вартості (довідка № 113 від 27. 02. 2017 р.), Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод», де застосовано пропозиції щодо удосконалення брендингу (довідка № 27 від 07. 02. 2017 р.).

Окремі результати дисертації були використані в роботі Департаменту економічного розвитку і торгівлі Тернопільської обласної державної адміністрації при розробці Стратегії розвитку Тернопільської області на період до 2020 року (довідка № 01/3-143 від 21. 02. 2017 р.) у частині врахування пропозицій щодо розвитку людського капіталу в секторі харчової промисловості, які передбачають забезпечити підвищення конкурентоспроможності регіону.

Певні положення та результати, запропоновані у дисертаційній роботі, були використані Державною регуляторною службою України при розробці проектів регуляторних актів (довідка № 93/2 від 20. 02. 2017 р.), Управлінням стратегічного розвитку міста Тернопільської міської ради при визначенні напрямів стратегічного розвитку міста та започаткуванні його «інтелігентної спеціалізації» (довідка № 81/2 від 24. 02. 2017 р.) та Тернопільською обласною громадською організацією «Партнерство» при реалізації науково-пошукових,

просвітницьких проектів та інтелектингового консультування (довідка № 37 від 30. 05. 2016 р.).

Основні теоретико-методологічні положення, обґрунтовані у дисертаційній роботі, використано у навчальному процесі Тернопільського національного економічного університету при викладанні дисциплін «Економіка і організація інноваційної діяльності», «Управління інтелектуальним капіталом підприємства», «Управління вартістю фірми», «Управління якістю», «Управління конкурентоспроможністю фірми» (довідка № 126-02/340 від 24. 02. 2017 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертація є самостійно виконаною науковою працею, яка вміщує авторський підхід щодо теоретико-методологічного обґрунтування та практичних рекомендацій векторів розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства. Основні положення дисертації, її висновки та рекомендації розроблено та обґрунтовано особисто автором. З наукових праць, виконаних у співавторстві, використано лише ті ідеї, які запропоновані особисто автором. У цій роботі матеріали та висновки кандидатської дисертації автора не використовувались.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення розглянуто та схвалено на 17 міжнародних науково-практичних конференціях, а саме: «Формування єдиного наукового простору Європи та завдання економічної науки» (м. Тернопіль, 28–29 травня 2009 р.; 11–12 травня 2011 р.; 23–24 квітня 2013 р.), «Проблеми трансформаційних економік в умовах глобалізації» (м. Тернопіль, 23 березня 2012 р.), «Сучасний стан розвитку економічних та інноваційно-інвестиційних процесів в країнах СНД» (м. Одеса, 4–5 квітня 2014 р.), «Економічні та соціальні інновації як фактор розвитку економіки» (м. Київ, 4–5 квітня 2014 р.), «Інноваційний потенціал світов науки – XXI сторіччя» (м. Запоріжжя, 7–11 квітня 2014 р.), «Проблеми сучасної економіки» (м. Донецьк, 11–12 квітня 2014 р.), «Формування та ефективність використання фінансових ресурсів в економічній діяльності» (м. Чернігів, 11–12 квітня 2014 р.), «Транснаціоналізація економічних систем: тенденції та

перспективи розвитку» (м. Миколаїв, 18 квітня 2014 р.), «Сучасні тенденції в економіці та управлінні» (м. Запоріжжя, 13–14 листопада 2015 р.), «Наука як рушійна антикризова сила» (м. Київ, 16 листопада 2015 р.), «Інноваційна інфраструктура України: стан та аналіз умов розвитку» (м. Одеса, 20–21 листопада 2015 р.), «Детермінанти сталого розвитку організацій в умовах глобалізації» (м. Дніпропетровськ, 25–27 листопада 2015 р.), «Економічні та інноваційні процеси: стан, перспективи та розвиток» (м. Ужгород, 6–7 травня 2016 р.), «Управлінські науки в сучасному світі» (м. Київ, 21–22 листопада 2016 р.), «Перспективи економічного зростання та інноваційного розвитку України» (м. Ужгород, 9–10 грудня 2016 р.).

**Публікації.** Основні положення і результати дисертаційної роботи опубліковано у 47 наукових працях (4 з яких у співавторстві) загальним обсягом 61,6 друк. арк. (особисто автору належить 60,4 друк. арк.), з них 2 одноосібні та 2 колективні монографії загальним обсягом 42,08 друк. арк., 24 наукові праці, в яких опубліковані основні результати дисертації (у тому числі 2 статті у зарубіжних наукових виданнях, 9 – у виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз) загальним обсягом 16,1 друк. арк., 19 праць апробаційного характеру загальним обсягом 3,42 друк. арк.

## РОЗДІЛ 1

### КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

#### 1.1. Термінологічне визначення, ознаки та функції інтелектуального капіталу підприємства

В умовах цифрової економіки активізуються процеси формування нової парадигми підприємства, що ґрунтується на розробці доктрини інтелектуального капіталу, де основну роль відіграють інтелект, знання, інформація, а ця тенденція щораз більше визначає рівень капіталізації підприємства. Однак варто звернути увагу, що певні складові інтелектуального капіталу окреслені в наукових публікаціях значно раніше як концепції капіталу, зокрема перші згадки знаходимо у працях економіста Дж. Рея «Соціологічна теорія капіталу», який, за свідченням О. Бем-Баверка, говорив про «... велике значення інтелектуального прогресу, винаходів, пов'язуючи останні з творчістю, а збільшення національного багатства – з «винахідницькими якостями» [419; 11, с. 560–600; 189, с. 57, 562]; П. Друкера – акцентував увагу на зростанні ролі знань у забезпеченні розвитку та подальшого прогресу [260, с. 157]; Е. Тоффлера – вивчав інтелектуальну економіку та зростання ролі знань і соціального капіталу у створенні багатства у майбутньому [491, с. 348]; Д. Аакера – стверджував, що засоби і вміння є основою забезпечення конкурентоспроможності [192, с. 128]; Р. Холла – оцінював «... забезпечення стійкої конкурентної переваги ... інтелектуальними нематеріальним засобами», основою яких є «знання та ідея» [295, с. 135– 144; 296, с. 608–618]. Подальші дослідження дали змогу виявити практичне втілення концепції інтелектуального капіталу групою шведських науковців, створеною у 1980 рр. під керівництвом К.-Е. Свейбі, яка запропонувала вдосконалену форму фінансової звітності «Рапорт Конрада», де з практичного погляду обґрунтовано необхідність застосування поряд з фінансовим капіталом знань [477].

Отже, дослідження термінологічного поля функціонування «інтелектуального капіталу підприємства» та ідентифікація його складових

елементів є відносно новим (починаючи з 1990 рр.) вектором у економічній і фінансовій думці, проте динамічним і надзвичайно актуальним. Вихідним пунктом при оцінюванні його доктрини беремо поняття та класифікацію, які широко представлені у публікаціях теоретиків і практиків із напрямів управління, бухгалтерського обліку, економіки та фінансів.

Дефініція «інтелектуальний капітал підприємства» стала об'єктом дослідження численних представників економічної науки, починаючи з 1990 рр. : Т. Стюарта [487; 488], Р. Каплана, Д. Нортонна [341; 342; 343; 398], В. Хадсона [324], Р. Холла [313; 314], Е. Брукінг [14; 246; 247; 248], Г. Сант-Онжа [423], Л. Едвінссона [287; 288; 289; 290; 291], М. Меллоуна [289], К.–Е. Свейбі [493; 494; 495–4497], Й. Руса [442; 443], Г. Руса [441; 442; 443], Б. Ловендаля [364], Я. Нагапет, С. Джошела [387], В. Іноземцева [56], П. Саллівана [492], М. Братніцького [241–243, 430], Я. Стрижини [430], Б. Лева [84; 356], Н. Бонтіса [238; 239], Б. Леотньєва [85], Д. Добії [272], І. Родова [440], Ф. Лельрта [440], А. Козирева [72; 110], В. Макарова [72; 110], М. Павлова [61], Н. Кельчевської [61], К. Перехуди [410; 533], М. Літшка, А. Маркома, С. Шундер [361], Е. Скжипек [470; 522], Г. Урбанека [516], А. Гапоненко [29] та ін.

Інтерес українських економістів (Ю. Бажал [9], О. Бутнік-Сіверський [22; 92], В. Врублевський [27], В. Геєць [47; 30], О. Грішнова [34–36], А. Колот [74], О. Кендюхов [63–67], С. Ілляшенко [54, 55], В. Петренко [112], А. Череп [192, 201–203], А. Чухно [205; 206]) до теорії інтелектуального капіталу датується початком ХХ ст. У сучасній економічній літературі суттєву увагу вчені приділяють питанням формування і розвитку інтелектуального капіталу (О. Бутнік-Сіверський, В. Геєць, Н. Гавкалова, Ю. Зайцев, Л. Михайлова, А. Чухно, Г. Жаворонкова). Дослідженням питань удосконалення управління інтелектуальним капіталом присвячені праці таких економістів, як І. Булеєв, С. Ілляшенко, О. Кендюхов, маркетингового управління – Г. Жаворонкова, В. Яценко, В. Матвеев, визначення сфер впливу інтелектуального капіталу на рівень соціального та економічного добробуту, управління інтелектуальною власністю – А. Череп та ін. Водночас дискусійними є питання, пов'язані з окресленням домінант інтелектуального капіталу, невирішеною залишається

проблема обґрунтування ролі та оцінювання впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємств в умовах нової парадигми господарювання.

Досліджуючи проблематику інтелектуального капіталу підприємства, вважаємо за доцільне звернутися до етимології економічної категорії «капітал», а також термінів «інтелект» та «інтелектуальний».

Гене́за інтерпретації економічної категорії «капітал» відбувалася поряд із еволюцією суспільно-економічних відносин у процесі людського поступу. Зазначимо, що термін «капітал» у «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» означено як «... сукупність коштів (майно, гроші, нерухомість), що дають прибуток» [181, с. 383]; згідно із трактуванням, поданим в «Економічній енциклопедії» за ред. С. Мочерного, це «... сукупність виробничих відносин капіталістичного способу виробництва, за яких засоби праці, певні матеріальні блага, гроші, об'єкти інтелектуальної власності та різні види цінних паперів є знаряддям експлуатації, привласнення частини чужої неоплаченої праці» [48, с. 719].

Гностично-еволюційна структуризація теорії капіталу відображає зміни сутності та значення понять «багатство», «земля», «гроші»; а також якісні трансформації їхніх форм прояву – фізичний, фінансовий, інтелектуальний, що знайшло свій вияв у тлумаченнях представників різних наукових шкіл – меркантилізму, фізіократизму, класичної політичної економії, марксизму, неокласицизму, інституціоналізму та сучасних науковців [7, с. 25–26; 233, с. 32–40; 68, с. 607; 127, с. 50; 120; 86, с. 380–381; 89, с. 208–209; 300; 24, с. 46; 13, с. 635; 12, с. 634–635; 107, с. 11, 16; 372; 380; 226; 227; 62; 457–460; 510; 511; 276–279; 461; 462; 463; 487; 287–291; 246–248].

З огляду на вищевикладене цілком логічним і доцільним є синтез наведених комплементарних підходів для сутнісно-змістового наповнення і термінологічної визначеності поняття «інтелектуальний капітал підприємства» в процесі подальшої фундаменталізації зазначеної теорії. «Великий тлумачний словник сучасної української мови» пропонує таке трактування термінів: «інтелект» (лат. «intellectualis» – «розуміння, сприйняття, пізнання») означає здатність до мислення, раціонального пізнання; «інтелектуальний» (лат. «intellectus» – «розумовий, пізнавальний») стосовний до інтелекту [104, с. 365].

Отже, прикметник «інтелектуальний» є характеристикою продукту (результату) пізнавальної праці. З економічного погляду інтелект є засібом (інструментом) для здобуття знань, оволодіння інноваційними технологіями у сферах економіки, фінансів, управління, а також збільшення можливостей щодо їхнього використання і дифузії для покращення якості життя в умовах «нової економіки» з домінуючою інноваційною моделлю ведення бізнесу.

Таким чином, головні акценти при виробленні власної дефініції терміна «інтелектуальний капітал підприємства», на нашу думку, стосуватимуться обов'язкового відображення природи економічної категорії «капітал» до «самозростання» або капіталізації в результаті розумного, пізнавального, раціонального, конструктивного використання на базі розвинутого інтелекту та напрацьованих знань. Динаміка розвитку досліджень соціально-економічної природи інтелектуального капіталу дає змогу прагматично стверджувати, що доктрина інтелектуального капіталу поступово виступає практичною формою детермінації стратегії розвитку підприємств. Генеза інтелектуального капіталу підприємства, опрацьована автором, базується на дослідженнях світової економічної думки та схематично представлена в дод. А.1.

У контексті предмета нашого дослідження цілком вмотивованим і логічним буде твердження, що початковим відліком розгляду поняття «інтелектуальний капітал» в аспекті підприємства доцільно вважати 1958 р., коли для пояснення позитивної динаміки біржових котирувань використано термін «інтелектуальні бонуси» [398, с. 79–92]. Принагідно зауважимо, що лише через 17 років у США з'явилася публікація, де Дж. Гелбрейт вперше застосував дефініцію «інтелектуальний капітал особи» [74, с. 7; 279, с. 51]. 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» віднотовуємо лише окремі характеристики його структурних елементів, викоремлених К.-Е. Свейбі у праці, присвяченій управлінню нематеріальними активами підприємств [494, с. 40–50]. Цікавою була пропозиція щодо модернізації методики оцінювання стану суб'єктів господарювання, опрацьована в «Рапорті Конрада», яку у 1989 р. практично

застосувала шведська фірма «WM-Data» [494, с. 185–186; 495]. Крім того, у 1991–1994 рр. бізнесовий сектор вперше вводить нові посади директора з інтелектуального капіталу, зокрема у шведській фірмі «Skandia AFS» та американській «The Dom Chemical Company» [344, с. 66–67]. Наведене вище дає змогу стверджувати, що генеза інтелектуального капіталу підприємства характеризується тим, що започатковується саме у практичній сфері. У зв'язку з цим до початку 1990 рр. у наукових публікаціях не знаходимо визначення дефініції «інтелектуальний капітал». Відтак, перше офіційне тлумачення поняття «інтелектуальний капітал» пов'язують із статтями Т. Стюарта «Brainpower» та «Інтелектуальний капітал», опублікованими у 1991–1992 рр. у журналі «Fortune» [340]. Зазначимо, що абсолютно виправдано наголосити на позитивному впливі напрацювань дослідника загалом, адже в умовах інформаційного суспільства, нової економіки дуже важливо донести до якнайширшого кола людей необхідність перманентного самонавчання, самовдосконалення і розвитку комунікаційних характеристик у кожної особистості.

Вагомий внесок у розвиток доктрини інтелектуального капіталу зробили директор з інтелектуального капіталу шведської страхової фірми «Skandia AFS» Л. Едвінсон, менеджери американської фірми Г. Петраш та П. Салліван, які у січні 1995 р. зорганізували першу конференцію «The ICM Gathering», присвячену проблемам управління інтелектуальним капіталом [353]. Таким чином, теорія інтелектуального капіталу активно розвивається не повних 30 років, проте в сучасній економічній літературі можна виділити лише кілька шкіл із властивими їм філософськими підходами до визначення дефініції «інтелектуальний капітал підприємства» та класифікації елементів, які його формують.

У розвиток концепції інтелектуального капіталу зробили значний внесок насамперед північноамериканська, англійська та скандинавська наукові школи. Їхній внесок становить більше 2/3 від загального обсягу опублікованих праць [464, с. 185–198]. Серед наукових шкіл доцільно виокремити: скандинавську, яка є найстарішою, сформованою на базі досліджень Л. Едвінсона [287–291], М.С. Меллоуна [289], С. Пайка [417], К.-Е. Свейбі [493–497], П. Саллівана



[492], М. Мак-Ілрея [372], Ф. М'Ферсона [367], а її внесок у розвиток концепції інтелектуального капіталу за даними оцінюваннями становить дещо більше 7% (Швеція – 3,3%; Фінляндія – 2,2%; Данія – 1,6%) [464]; північноамериканську, представниками якої є Т. Стюарт [487; 488], М. Армстронг [219–222], В. Хадсон [324], Б. Лев [84; 356], Г. Сант-Ондж [423], Г. Петраш [412], яка за часткою у загальному обсязі опублікованих праць з тематики інтелектуального капіталу займає перше місце – майже 37% (США – 32,3%; Канада – 4,4% ) [464, с. 185–198]; англійську, основоположниками якої вважаються Е. Брукінг [246–248], У. Буковіч [250], Р. Вілльямс [18; 250], Г. Рус, Й. Рус [442; 443], Л. Лім, П. Делімор [360], внесок якої у розвиток теоретико-методологічних положень інтелектуального капіталу, за поданими у пресі підсумками оцінювань, перевищує 23% (Великобританія – 23,2%) [464]; австрійсько-німецьку (внесок у розвиток концепції становить 2,1%), представниками якої є Й. Варшат, К. Вагнер, І. Гаусс [517], М. Літшка, А. Марком, С. Шундер [361]; польську, представлену моделями А. Яругової, Ю. Фіялковської [337], Г. Урбанека [513], Д. Добії [272], Е. Скшипек [470; 522], К. Перехуди [410; 533], М. Братніцкего, Я. Стрижини [430], М. Марцінковської [369], М. Мрозевського [383], С. Касевича, В. Роговського, М. Кісінської [344]. Основні підходи до трактування інтелектуального капіталу в межах вищевизначених шкіл представлено у дод. А.2.

Становлення і розвиток цифрової економіки, яка є сьогоденним етапом суспільного економічного прогресу, активізували наукові дослідження доктрини інтелектуального капіталу, враховуючи глокалізаційні процеси в світовій економіці. Напрацювання векторів стимулювання економіки до розвитку інноваційним шляхом з метою підвищення її конкурентоспроможності відображені у працях Л. Едвінсона [291], Ф. М'Ферсона, С. Пайка [367], де економісти, досліджуючи поняття «інтелектуальний капітал», враховують зміни в глобалізованому економічному просторі. Л. Едвінсон приходить до думки, що в умовах нової парадигми додана вартість створюватиметься у «невидимій сфері», яку він ототожнює зі «сферою інтелектуального капіталу» [291, с. 12–16]. Такі твердження знайшли

продовження у працях Ф. М'Ферсона, С. Пайка, які розглядали інтелектуальний капітал як відображення «нематеріальної сфери» функціонування підприємства, виокремлюючи фінансову та нематеріальну сфери організації, а також її внутрішні й зовнішні характеристики (дод. А.3). Однак, згідно з нашими міркуваннями, розширення сфери функціонування інтелектуального капіталу до площини «невидимих активів» є недоцільним, оскільки такий підхід суттєво розширює його термінологічний простір, обмежуючи його економіко-теоретичне обґрунтування. Крім того, на нашу думку, людський, організаційний та інноваційний капітал функціонує як у матеріальній, так і нематеріальній сферах підприємства, що виявляє економічні суперечності при їхньому відображенні лише у нематеріальній сфері функціонування інтелектуального капіталу.

Досліджуючи цю тематику, Р. Петті та Дж. Джеймс, поділяючи погляди Т. Стюарта, вперше чітко розмежовують поняття «невидимі активи» та «інтелектуальний капітал», не ототожнюючи їх, а розглядаючи останній як складовий елемент «невидимого майна» суб'єкта господарювання [414, с. 157]. Так, «репутація компанії» не є елементом її інтелектуального капіталу, а «...супутнім результатом розумного використання інтелектуального капіталу фірми» [414, с.155–176]. Отже, при трактуванні інтелектуального капіталу підприємства будемо враховувати чинник появи синергічних ефектів, які зумовлені чинником функціонування репутації, а також твердження дослідників щодо низки його складових, які «... виходять не тільки поза рамки фізичного та фінансового капіталу, а й за внутрішні межі організації» [430, с.70–71]. Це, з одного боку, дасть змогу повною мірою врахувати соціальний таксон інтелектуального капіталу та факт синергії, вплив яких є вагомим, а з іншого – забезпечить можливості для виявлення інтелектуальних джерел креації вартості підприємства.

Доволі широку панораму окреслення сфер впливу фінансового й інтелектуального капіталу на рівень соціального та економічного добробуту в країні, управління інтелектуальною власністю, методичних підходів до її оцінювання подає у численних наукових розвідках академік Академії

економічних наук України А. Череп [192; 201–203]. Відповідно доцільним є подальший розвиток вказаного напряму дослідження щодо усіх складових модулів інтелектуального капіталу підприємства.

Зауважимо, що значне розмаїття тлумачення терміна «інтелектуальний капітал підприємства», а також відсутність законодавчо закріпленого визначення, потребує його уточнення у найближчій перспективі, адже це гарантуватиме стабільний, зрівноважений розвиток суб'єктів господарювання в умовах цифрової економіки. Дослідження проблематики інтелектуального капіталу залишається пріоритетним напрямком як у розвинутих економіках, так і економічних системах країн, господарський розвиток яких передбачає необхідність активізації. Для вітчизняної 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.

Систематизований семантичний аналіз терміна «інтелектуальний капітал підприємства», сформований на основі наведених вище підходів до його трактування, відображено у дод. А.4. Здійснене дослідження дає підстави стверджувати, що у розвитку теоретико-методологічних засад інтелектуального капіталу представлені різноманітні підходи до його тлумачення можна систематизувати, виділивши певні групи, які характеризують це термінологічне поняття через визначення економічного змісту на основі сутності економічної категорії «капітал», що базується на функціональному підході. Так, з огляду на предмет дослідження наголос дослідників. зроблений на окресленні ролі інтелектуального капіталу у розвитку підприємства (У. Буковіч, Р. Вільямс, М. Мрозевські Т. Стюарт,); у забезпеченні його конкурентоспроможності (М. Братніцкі, М. Бендіков, К. Брадї, О. Бутнік-Сіверський, Є. Джамай, Л. Едвінсон, М. Марцінковска, Я. Стрижина, К. -Е. Свейбі, Р. Холл), як засобу ринкової капіталізації (В. Геєць, С. Джошел, С. Касєвіч, О. Кендюхов М. Кісінська, Я. Нахепет, К. Перехуда, В. Роговські, П. Салліван, І. Хіроякі, А. Яругова, Й. Фіяловска, Т. Чечелова), є, на нашу думку, недостатнім аргументом, оскільки дає змогу констатувати

кінцевий результат, але не дає можливості виявляти джерела нарощення. Найбільш повними є дослідження в яких наголошується на факті вартості, здатної генерувати інтелектуальну вартість (У. Буковіч, Л. Едвінсон, К. Перехуда, Л. Прусак, О. Кендюхов, П. Салліван, Р. Уїлльямс, Й. Фіяловска, А. Яругова), чи засобу, що створює видимі ефекти (М. Братніцкі, О. Бутнік-Сіверський, М. Мрозевскі, Г. Урбанек.). Однак у цих дефініціях не простежується зміна цільових орієнтирів, запровадження компетенційної моделі управління, які уможлиблюють виявлення інтелектуальних резервів креації вартості підприємства, де вплив інтелектуального капіталу є визначальним і постійно зростаючим.

Не применшуючи цінності кожного з опрацьованих досліджень (дод. А.2), можемо констатувати, що визначення вітчизняними та зарубіжними науковцями терміна «інтелектуальний капітал підприємства» характеризуються глибиною, масштабністю і всебічністю. Базуючись на представлених вище тлумаченнях цієї дефініції, виокремимо специфічні ознаки інтелектуального капіталу підприємства: базується на знаннях та інтелекті, тому головним інструментом розвитку інтелектуального капіталу є «інтелігентне підприємство», для якого характерний перманентний процес навчання. Крім того, інтелектуальний капітал є водночас ресурсом і результатом здійснення підприємницької діяльності. Під час кругообігу інтелектуальний капітал може перебувати водночас у різних формах (наприклад, у «Запасах» та «Готовій продукції»), а також одночасно функціонує у сферах виробництва та обігу. Зважаючи на те, що інтелектуальний капітал має динамічний характер, то його нагромадження і зберігання відбувається у специфічних формах. Характерно, що нагромадження інтелектуального капіталу є також специфічним, оскільки за умови його невикористання останній може зникати або швидко втрачати свою цінність. Відповідно передається цей виробничий ресурс інтелектуального походження частково, важко піддається копіюванню (наприклад, це притаманне індивідуальному інтелектуальному капіталу, який постійно перебуває у власності носія), швидко поширюється, що забезпечується сприятливими умовами цифрової економіки. Під час ужитку, на відміну від матеріального чи фінансового капіталів, інтелектуальний капітал не

зношується, а примножується, розвивається, збагачується; економічна цінність відображається різницею між ринковою та балансовою вартістю суб'єктів господарювання. Зауважимо, що така відмінність характеризується позитивними тенденціями, проте для того, щоб стверджувати, що підприємство є інтелектуальним, таке перевищення має бути багатократним і стабільним [12, с. 14]. Крім того, обмеженими на сьогодні є можливості вимірювання та оцінювання інтелектуального капіталу в традиційних системах бухгалтерського обліку. Зокрема, це пояснюється частковим відображенням інтелектуального капіталу в традиційних формах фінансової звітності (наприклад, стаття «Нематеріальні активи»). Оскільки складові елементи інтелектуального капіталу відрізняються за природою та характером функціонування, це потребує розробки загальноприйнятої його класифікації для опрацювання критеріїв, покладених в основу їх оцінювання та встановлення однорідних елементів, що також забезпечить підвищення на базі цього якості стандартів фінансової звітності. Підсумовучи зауважимо, що, загалом, застосування інтелектуального капіталу забезпечує генерування інтелектуальної доданої вартості та позитивно впливає на креацію вартості підприємства, а отже, щораз 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 знань, генерованих інтелектом. У процесі функціонування інтелектуальний капітал бере участь у процесах формування, розподілу та перерозподілу доданої вартості, створеної в результаті функціонування інтелектуального капіталу. Інтелектуальний капітал підприємства як явище відображається появою «лакун», представлених у вигляді різниці між ринковою і балансовою вартістю суб'єктів господарювання, зокрема ринкова вартість фірми «Kraft» при її продажі у 4 рази перевищила балансову вартість; фірми «Rowntree» – у 5 разів, 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» [3; 12].

За змістом інтелектуальний капітал підприємства відображає кінцеву мету розподільних і перерозподільних 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, на відміну від реального чи фінансового капіталу, які перебувають у власності підприємців, один із складових елементів останнього – індивідуальний інтелектуальний капітал – є власністю його носіїв, тобто найманих працівників.

У результаті функціонування інтелектуального капіталу створюється інтелектуальна додана вартість. Однак характерною особливістю функціонування інтелектуального капіталу підприємства є те, 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). Поява такого вектора в економічних відносинах означає збільшення частки створеного додаткового продукту, яку будуть привласнювати власники-носії інтелектуального капіталу – наймані працівники.

Інтелектуальний капітал підприємства за формою – це основні елементи, які визначають структуру вказаного терміна. В межах наявних у науці теорій інтелектуального капіталу науковці виокремлюють людський капітал, структурний капітал, організаційний капітал і соціальний капітал. При цьому вважається, що людський капітал охоплює 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 розглядаючи інтелектуальний капітал підприємства у загальному вигляді, на нашу думку, доцільно виокремити колективний інтелектуальний капітал (перебуває у власності підприємства) та індивідуальний

інтелектуальний капітал (власниками є наймані працівники, його безпосередні носії), що дасть змогу врахувати невідповідності, які виникають у перерозподільних відносинах створеної доданої вартості між підприємцями та найманими працівниками, покращити фінансування його розвитку тощо.

Основні форми розвитку інтелектуального капіталу підприємства перебувають у межах кожного зі складових елементів, простежується створення «інтелігентних підприємств», які характеризуються високим рівнем інноваційності, інтелектомісткості та еластичності – здатністю швидко пристосовуватися до змін оточення. Серед сучасних форм розвитку інтелектуального капіталу підприємств визначають такі: 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, так й індивідуального самонавчання.

Між сутністю, явищем, формою та змістом інтелектуального капіталу підприємства в результаті дії закону єдності і боротьби протилежностей, з одного боку, існує щільний діалектичний взаємозв'язок, а з іншого – наявні певні суперечності, що сприяє глибокому пізнанню теоретико-практичних домінант функціонування інтелектуального капіталу підприємства. Таким чином, можемо стверджувати, що на сучасному етапі розвитку економіки інтелектуальний капітал підприємства як термінологічне поняття об'єднує структуротворчі елементи, які функціонують як у матеріальній, так і нематеріальній сферах, що зумовлює певні труднощі в його ідентифікації, а також вказує на необхідність визначення його компонент, моделей та окреслення функцій (рис. 1.1).

Враховуючи напрацювання представників сучасної економічної науки, опираючись на результати моніторингу та враховуючи вищенаведені авторські доповнення інтелектуального капіталу підприємства, представимо власну дефініцію цього терміна. Згідно з нашими міркуваннями, інтелектуальний капітал підприємства – це модерний виробничий ресурс інтелектуального

походження, який, генеруючи інтелектуальну додану вартість, позитивно динамізує процес креації вартості підприємства.

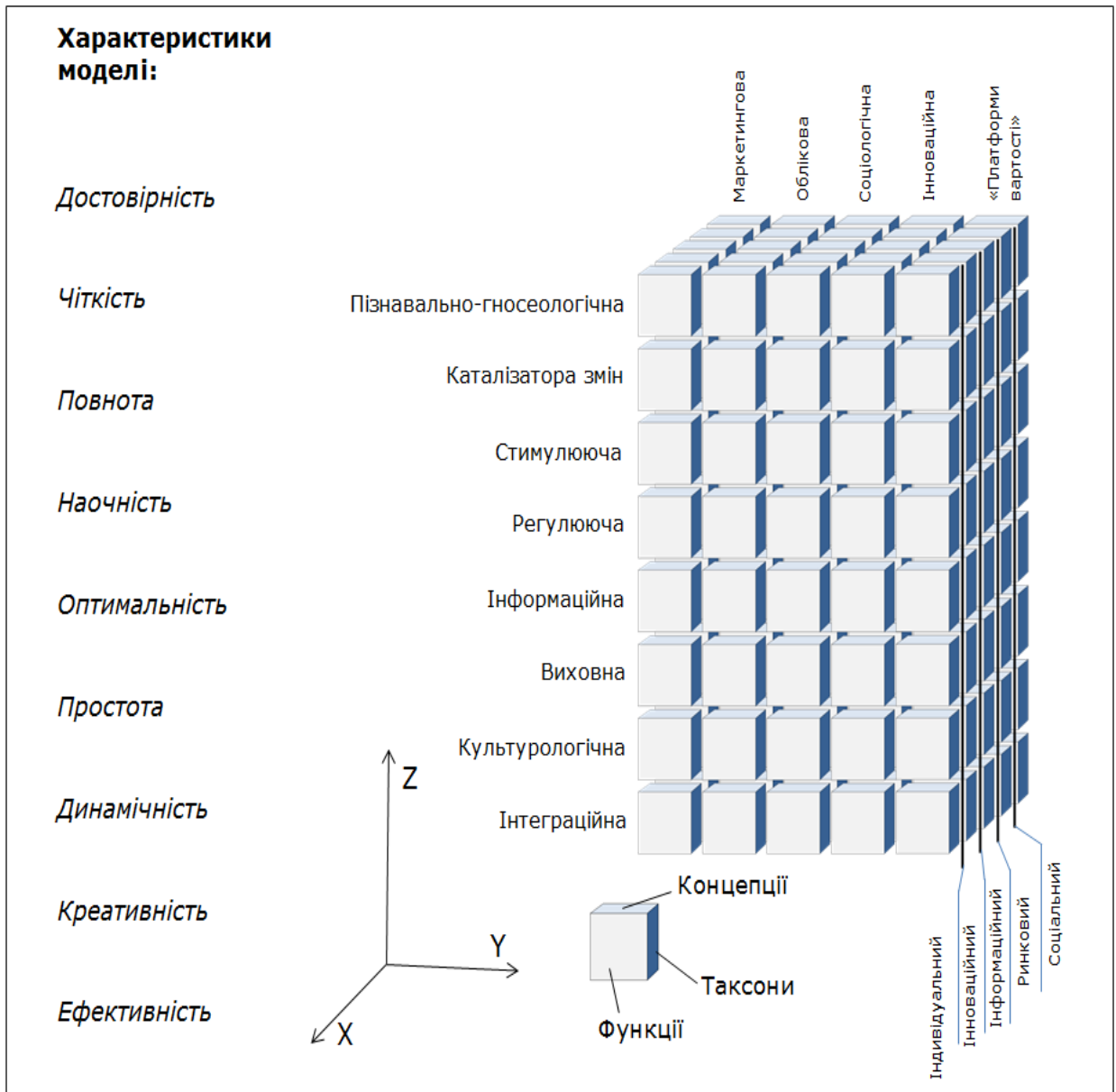


Рис. 1.1. Тривимірна модель інтелектуального капіталу підприємства

\*Джерело: складено автором самостійно.

Інтелектуальний капітал підприємства виконує низку функцій, зумовлених впливом властивих лише йому ознак. Так, на наш погляд, доцільно виділити такі:

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



- інтеграційна – інтелектуальний капітал забезпечує формування цілісності підприємства через визначення спільної мети, поглядів, переконань, цінностей;
- каталізатора змін – поява інтелектуального капіталу уможливорює зменшення впливу невизначеностей (наприклад, щодо впровадження організаційних змін), характерних для турбулентного середовища, в яких функціонують підприємства в цифровій економіці, та зумовлює обмеження стабілізаційної функції (властивої індустріальній економіці);
- стимулююча – інтелектуальний капітал є 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 – інтелектуальний капітал дає змогу 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 межі використання методів психологічного впливу, що особливо важливо в умовах соціальноорієнтованої економіки.

Зауважимо, що виокремлені вище функції інтелектуального капіталу підприємства є взаємозалежними, діють одночасно, доповнюючи одна одну. Взаємозв'язок між ними є двобічним, а їхня реалізація кожним окремо взятим

суб'єктом господарювання відрізняється певними специфічними особливостями. Таким чином, можемо стверджувати, що функції, властиві інтелектуальному капіталу підприємства, визначають його специфіку як важливої складової капіталу цього суб'єкта господарювання, вплив якого на процес креації вартості підприємств посилюється.

Отже, термін «інтелектуальний капітал підприємства» має важливе значення для розвитку сучасної економіки, будучи інструментом для пояснення певних явищ та економічних процесів. Причини розвитку теорії інтелектуального капіталу підприємства ґрунтуються на неможливості пояснення ринкової капіталізації суб'єктів господарювання, економічного зростання на мікрорівні, базуючись винятково на зростанні фізичного та фінансового капіталів. На основі теорії інтелектуального капіталу підприємств передбачаються вирішення низки проблем мікро-, мезо- та макроекономічного характеру, зокрема це зростання ролі інтелектуального капіталу в ринковій капіталізації підприємств; динамічний й екологічнозрівноважений розвиток регіонів і розбудова соціальноорієнтованої економічної моделі розвитку країни шляхом покращення матеріальної та нематеріальної якості життя людей, демократизація суспільства та поступове «стирання» різких відмінностей між рівнем життя багатих і бідних верств населення.

Підсумовуючи вищенаведене, зазначимо, що інтелектуальний капітал поступово перетворюється на найцінніший ресурс виробництва, забезпечуючи становлення і розвиток креативних, інтелектуалізованих підприємств. Стратегія розвитку таких підприємств базується на розумінні найважливішої ролі інтелектуального капіталу, необхідності визначення векторів поліпшення його динаміки шляхом удосконалення інтелектуального портфеля підприємства, що функціонуватиме в умовах цифрової економіки. Представлені вище судження є основою для подальших досліджень щодо проблематики типологізації інтелектуального капіталу підприємства, зокрема в напрямі вивчення концепцій, моделей і його структуризації тощо.

## **1.2. Генеза розвитку, моделі та структуризація інтелектуального капіталу підприємства в межах концепції платформи вартості**

Інформаційна революція, яка зумовила перехід суспільства до наступної ери розвитку, висуває нові вимоги до функціонування підприємств в умовах цифрової економіки, які характеризуються трансформаційними змінами чинників підвищення продуктивності праці. Це відображається у поступовому набутті інтелектуальним капіталом домінуючих позицій, а також зниженні впливу фізичного та фінансового капіталів на забезпечення прогресу суб'єкта господарювання. Так, аналіз функціонування суб'єктів господарювання, про які йшлося у журналі «Fortune», здійснений у 1983 р. П. Сенге, засвідчив, що протягом 13 років третина вказаних успішних підприємств закрилася, а «...граничний період існування найбільших промислових підприємств», за оцінюванням спеціалістів фірми «Shell», нині не перевищує 40 років [463, с. 34]. Основна причина такого стану речей, на думку науковця, полягає у тому, що на сьогодні «... більшість суб'єктів господарювання не в змозі вчитися» [463, с. 34]. Базуючись на висновках науковця, приходимо до розуміння важливості налагодження процесів навчання, що позитивно впливає на розвиток інтелектуального капіталу підприємства.

Дедалі частіше в науково-практичній літературі використовується твердження, що екологобезпечний розвиток підприємств і креація вартості щораз більше визначається інтелектуальним капіталом. Так, завдяки впливу інтелектуального капіталу ринкова вартість високотехнологічних фірм в умовах нової парадигми господарювання суттєво відрізняється від їхньої балансової вартості.

Базуючись на результатах здійсненого дослідження, виокремимо два підходи, які використовують при моніторингу розвитку концепції інтелектуального капіталу підприємства, – статичний і динамічний. Прихильники першого підходу розглядають концепцію інтелектуального капіталу підприємства зо його складовим елементами, які вважають незмінними, а прибічники другого стверджують вважають, що для поняття «інтелектуальний капітал підприємства» характерним є зміни в часі

ідентифікуючих його елементів, що, на наш погляд, є логічним, адже, наприклад, зміни у людському капіталі, пов'язані насамперед з усвідомленням працівниками необхідності активізації своєї діяльності у сфері самоосвіти та самовдосконалення. Організаційний капітал охоплює інфраструктуру, яка не може бути статичною і підлягає постійним удосконаленням відповідно до зміни навколишнього середовища, де функціонує суб'єкт господарювання. Це не випадково, адже дослідження вчених підтверджують, що здатність підприємства швидко реагувати на зміни є сьогодні одним із найважливіших чинників його успішності, конкурентоспроможності й інноваційності.

Здійснений на основі групування поглядів теоретиків і практиків моніторинг розвитку концепції інтелектуального капіталу підприємства дає підстави виокремити такі її види, зокрема маркетингову, облікову, соціологічну, інноваційну та концепцію платформи вартості. З огляду на предмет дослідження, ретроспективний погляд спрямуємо на теорію інтелектуального капіталу в межах концепції платформи вартості, оскільки саме вона дає змогу охопити цільові орієнтири, компетенційні моделі управління, які нині є переважаючими у розвитку економічних систем на мікрорівні.

Поява концепції платформи вартості в теорії інтелектуального капіталу підприємства пов'язана з опрацюванням у наукових колах моделі вартісних конкурентних переваг, яка змінює модель цінової конкуренції. Нині концепція платформи вартості має домінуюче значення в розвитку теорії інтелектуального капіталу підприємства. Однак зародження низки фундаментальних положень функціонування інтелектуального капіталу підприємства в межах концепції платформи вартості, на нашу думку, відбулось з опрацюванням у наукових колах теорії потреб споживача та її впливу на ефективність функціонування суб'єктів господарювання, що відображено у працях К.-Е. Свейбі [493–497], Л. Ліма, П. Деллімора [360], О. Кендюхова [63–67], О. Бутнік-Сіверського [22; 92], Б. Леонтьєва [85], С. Ілляшенка [54, 55] та ін. Метою більшості цих досліджень є визначення нових шляхів кращого задоволення потреб клієнта та підвищення на цій основі конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Характерно, що основоположник маркетингової концепції інтелектуального капіталу підприємства К.-Е. Свейбі разом із шістьма

шведськими відомими науковими постатями, які представили новостворену «Групу Конрада», вперше опрацювали універсальну методику вимірювання і оцінювання нематеріальних активів «підприємств знань» [494, с. 44, 47]. У «Рапорті Конрада» дослідники запропонували перелік нових індикаторів фінансового стану, рівня конкурентоспроможності та, що є найважливішим, вартості «підприємства знань». Розроблена К.-Е. Свейбі модель інтелектуального капіталу «підприємства знань» базується на використанні поняття «капітал знань», який у більш пізніх дослідженнях замінено на «інтелектуальний капітал» [494, с. 44, 47]. У складі останнього (інтелектуального капіталу підприємства) виокремлено індивідуальний капітал знань, вміщений у людських ресурсах, що охоплює: освіту, професійні навички, персональну репутацію, зв'язки зі споживачами та контрагентами [494, с. 203; 497, с. 15, 17, 28–37]. Схематично модель інтелектуального капіталу «підприємства знань» за К.-Е. Свейбі представлено в дод. А.5. Відповідно саме цей підхід є основою структуризації індивідуального інтелектуального капіталу підприємства. Крім цього, вважаємо недоцільним ототожнення капіталу знань організації зі структурним, а також врахування в межах індивідуального капіталу «зв'язків зі споживачами», адже це, на нашу думку, є ринковим чинником.

Інші економісти при вивченні інтелектуального капіталу підприємства виділяють вартісні домінанти інтелектуальних цінностей: «креатори вартості» – реклама, розвиток продукції, інші елементи маркетингу; «зображення вартості» – логотип, репутація; «маркетингові активи» – товарні знаки, фірмові знаки, інформаційні системи чи «знань з управління» та «знань з маркетингу» (капітал клієнтів, постачальників, стратегічних бізнесових об'єднань та інвестора за Л. Лімом та П. Даллімором) [272, с. 44; 360, с. 187–190]. Вважаємо, що в першому випадку необхідним є уточнення в структуризації, а в другому – обмеженість знань сферою маркетингу чи управління є недоцільною, оскільки значні інтелектуальні резерви креації вартості підприємства зосереджені в межах інших видів знань.

Однорідну структуризацію інтелектуального капіталу підприємства (людський, структурний та клієнтський) запропонували Б. Леонтьєв та

О. Бутнік-Сіверський [85; 22, с. 21–23]. У трактуванні цього економічного поняття Б. Леонтьєвим цікавим є виокремлення в межах людського капіталу ознаки інтелектуальних здібностей, структурного – прав інтелектуальної власності, клієнтського – фірмових найменувань, брендів, ділової репутації тощо (дод. А.6) [85]. Однак вважаємо за доцільне уточнити трактування структурного капіталу, конкретизувавши сферу функціонування таксона – інноваційного модуля, а клієнтський капітал назвати ринковим.

О. Кендюхов при типологізації за функціональним змістом визнає п'ять груп інтелектуального капіталу: персоніфікований, інфраструктурний, техніко-технологічний, клієнтський і марочний (дод. А.7). Зосередження на доцільності розвитку персоніфікованого інтелектуального капіталу в результаті творчої праці, де основне значення має «оригінальність визначеної мети», характерне для наукових розвідок О. Кендюхова останнього періоду [67]. При цьому автор наголошує на новому мотиваційному чиннику, зумовленому «...відтворенням персоніфікованого інтелектуального капіталу при творчій інтелектуальній праці» [67]. Виокремлені дослідником у межах диспозиційного підходу «здатність продукувати нові знання», «потреба самоудосконалення», «інтелектуальні здібності» потребують подальшого вивчення, структуризації та оцінювання впливу на продуктивність праці та знаходять логічне продовження в концепції платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства. З огляду на це, вважаємо за доцільне акцентувати не на важливості створення нових знань, а на перетворенні знань у «капітал знань».

Детальним і громіздким водночас є групування складових елементів інтелектуального капіталу підприємства, як запропонував С Ілляшенко [54, с. 93]. Однак окремі характеристики, наприклад, творчі здібності, креативний спосіб мислення (людський капітал); патенти, ліцензії, ноу-хау, інформаційне забезпечення, організаційна структура, корпоративна культура, система мотивації творчої праці (організаційний капітал); торговельна марка (інтерфейсний капітал) тощо, сьогодні присутні в будові інтелектуального капіталу підприємства в межах концепції платформи вартості (дод. А.8). На наш погляд, запропонована дослідником ідентифікація структурних елементів інтелектуального капіталу підприємства є простою, але дискусійною, оскільки

певні елементи (наприклад, патенти, ліцензії та ін.), введені автором до складу організаційного капіталу, варто було б віднести до інноваційного капіталу, оскільки вони виникають у результаті здійснення інноваційної діяльності.

Багатоаспектність тлумачення інтелектуального капіталу в працях Т. Стюарта [487; 488], подальших дослідженнях К.-Е. Свейбі [495], К. Перехуди [410; 533], Й. Варшата, К. Вагнера, І. Гаусса [517], Р. Петті, Дж. Джасрі [414], Д. Добії [272] дало можливість виокремити статичний підхід при вивченні концепції інтелектуального капіталу підприємства, для якої характерна концентрація уваги на визначенні самостійних (автономних) елементів, що впливають на ефективність функціонування підприємства.

У межах статичного підходу цінною з погляду подальшого формування основ концепції платформи вартості є модель інтелектуального капіталу підприємства К.-Е. Свейбі, в якій уперше виокремлено індивідуальні компетенції (Дод. А.9). Зауважимо, що запропонована К.-Е. Свейбі модель інтелектуального капіталу підприємства, що вміщає двадцять чотири складові елементи, найчастіше використовується як у теоретичних, так і практичних дослідженнях, і є предметом постійного удосконалення. Так, людський капітал, представлений у цій моделі за назвою «індивідуальні компетенції» працівників, вважається її основою і характеризується такими складовими, як знання, освіта, здібності, рівень фахової підготовки, а також підприємницькі здібності працівника. Однак вважаємо, що в цьому разі огляду на розвиток інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства доцільно вести мову не про «індивідуальні компетенції», а «капітал компетенцій». Натомість зовнішня структура у моделі К.-Е. Свейбі, зважаючи на змістове наповнення, є його ринковим модулем, а інфраструктурні засоби – соціальним. Водночас, виходячи із таких уточнень, визначимо структуру інтелектуального капіталу підприємства.

Беручи до уваги, що запропонована К.-Е. Свейбі модель інтелектуального капіталу підприємства постійно удосконалюється і на сьогодні найчастіше використовуються її модифіковані варіанти, зокрема помітною є поява спрощених варіантів (наприклад, Р. Петті, Дж. Джасрі), за якими в межах структурних його елементів ототожнюються організаційний і структурний

капітали (дод. А.10). Однак вважаємо, що така структуризація не кристалізує інтелектуальних джерел креації вартості підприємства, що обмежує її практичне застосування.

Зазначимо, що концепція інтелектуального капіталу підприємства набула широкого розвитку саме в практичній площині, чим суттєво відрізняється від інших економічних теорій. Однією з причин такого стану явища є те, що перед економістами-практиками швидше, ніж теоретиками, стало питання відповідності відображення за офіційними сучасним стандартами бухгалтерського обліку економічної вартості підприємства, щораз все більше відрізнялася від його ринкової вартості. Вирішення проблеми вимірювання інтелектуального капіталу підприємства ускладнюється тим, що інтелектуальний капітал не є фінансовим капіталом, а тому його складно відобразити в діючих стандартах фінансової звітності підприємств.

Л. Едвінсон, провівши інвентаризацію таких невидимих вартостей, як торгові знаки, назви, листи клієнтів, системи інформаційних технологій та системи управління фондами, компетенції працівників, партнерів, тобто тих, які не були відображені в офіційній фінансовій звітності підприємства, об'єднав їх у дві групи – людський капітал і структурний капітал (дод. А.11). Саме запропонований економістом «NAVIGATOR Skandii» створив можливості для вимірювання інтелектуального капіталу, а в кінцевому підсумку відображає можливості підприємства щодо перетворення інтелектуального капіталу у фінансовий – вартість, що є основою у концепції платформи вартості. Однак незважаючи на підвищення ролі інтелектуального капіталу в креації вартості підприємств, окремі його складові залишаються поза межами офіційної фінансової звітності, оскільки не є ідентифікованими (наприклад, ділова репутація); не мають правового забезпечення (наприклад, знання) тощо.

Розвиток інноваційного модуля інтелектуального капіталу підприємства базується на узагальненнях теоретичних досліджень, розпочатих українським ученим-економістом світового рівня М. Туган-Барановським, інноваційній теорії Й. Шумпетера, де акцентується на п'ятьох типах нових «комбінацій змін» або інновацій [83, с. 54; 209, с. 32]. Позитивні тенденції дали змогу активізувати пошуки джерел інноваційних продуктів. Для створення



продуктових інновацій у США та інших високорозвинутих країнах зростають видатки на проведення наукових досліджень. Так, річні витрати на НДДКР у США в середньому зростають на 8%, тоді як інвестиції в матеріальні активи – на 6,8% [272, с. 28].

Окреслені тенденції зумовили розвиток інноваційної концепції інтелектуального капіталу підприємства та появу нових моделей, зокрема дослідників К. Перехуди [533], Й. Варшата, К. Вагнера, І. Гаусса [517], Д. Добії [272]. Цінним з погляду розбудови концепції платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства у моделі К. Перехуди є твердження, що людські активи генерують додану вартість (дод. А.12). Однак модель К. Перехуди характеризується узагальненнями, які не дають змоги конкретизувати інноваційні джерела креації вартості. Позитивним аргументом лінійної моделі інтелектуального капіталу підприємства Й. Варшата, К. Вагнера, І. Гаусса є виявлення компетенційного підходу (в межах людського та ринкового капіталів), а також розмежування інтелектуального капіталу працівників та фірми (дод. А.13). Ці гіпотези є сучасними векторами розвитку концепції платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства (обгрутовано в дисертації). Перевагою моделі інтелектуального капіталу підприємства фінансистки Д. Добії є виокремлення гудвілу у модулі ринкового капіталу (дод. А.14). З огляду на це, вважаємо недоцільним виокремлення клієнтського капіталу, який, на нашу думку, за змістовим наповненням є складовим ринкового модуля. Визначені Е. Брукінг «активи інтелектуальної власності», сформовані на базі знань і досвіду, отриманих у процесі виробництва чи надання послуг, захисту торговельних таємниць, патентів, авторських прав і торгових знаків, а також креативність, досвід, уміння вирішувати проблеми, лідерські якості, здатність протистояти стресам, підприємницькі та менеджерські здібності особи, чи виокремлені Дж. Фітц-Ензом «інтелектуальна власність, процеси й культура» є одними з перспективних напрямів розвитку концепції платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства [247, с. 14; 301, с. 23, 24]. Наголосимо, що нині потребує уточнення їхня структуризація, що дасть змогу кристалізувати джерела креації вартості підприємства.

Основні соціологічні принципи у концепції платформи вартості інтелектуального капіталу відображені у працях І. Нонака, Г. Такеучі [397], Г. Руса та Й. Руса [442, с. 413–426], М. Братніцького [222], Дж. Фітц-Енза [301], Н. Бонтіса [505], Г. Рус, Й. Рус [442] та ін. Заслужують на увагу виокремлені Г. Русом, Й. Русом, С. Пайком та Л. Фернстрьом в структурі людського капіталу два модулі «капітал знань» та «капітал умінь», а також спектрування на капіталі зв'язків, у пізніших моделях назване як «соціальний капітал» (дод. А.15). Саме такого роду соціальний капітал, який є «...сумою наявних і потенційних засобів, вміщених у доступних (і віднайдених завдяки їм) зв'язкових мережах, якими володіють окремі індивідууми або соціальні одиниці», забезпечує підприємству оточення, сприятливе для розвитку інтелектуального капіталу, здатного генерувати нову вартість [387, с. 243, 242–266]. Власне ця гіпотеза нині є важливою в концепції платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства. Однак сьогодні доцільно говорити не про «капітал умінь», а капітал компетенцій, враховуючи поширення компетенційної моделі в управлінні підприємством.

Для удосконалення процедур структуризації інтелектуального капіталу підприємства, на наш погляд, доцільним також врахувати виокремлені Н. Бонтісом індивідуальні знання працівників, які важко піддаються кодуванню і поширенню (людський капітал), та знання, які сприяють розвитку комунікаційних здібностей (реляційний капітал – ринкові зв'язки, зв'язки з клієнтами, постачальниками, технологічні мережі, доступні в оточенні) [505, с. 621–642]. Останній оригінально описав Дж. Кей як специфічну здатність підприємства, діяльність якого базується на розвитку мережі внутрішніх (між працівниками і підприємством) та зовнішніх (між постачальниками і клієнтами) контактів, а також у сфері груп підприємств, які будують мережеві зв'язки [345, с. 99]. Вважаємо, що повною мірою відобразатиме вплив знань на креацію вартості, назва «капітал знань», що в зазначеному підході відсутнє.

Зважаючи на підвищення ролі компетенційної складової у розвитку концепції платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства, доцільно виокремити напрацювання М. Братніцького, у моделі якого вперше в межах соціального капіталу виділено «пізнавальний капітал», а людського –

«компетенції» та «інтелектуальна спритність» (дод. А.16). Суттєвою перевагою цієї моделі є виділення окремим складовим елементом в інтелектуальному капіталі соціального капіталу, що дало поштовх до здійснення подальших досліджень впливу цього елемента на удосконалення структури інтелектуального капіталу підприємства в межах концепції платформи вартості. Однак вважаємо доцільним наголошувати не на компетенціях, а на капіталі компетенцій, що найповніше відобразатиме вплив інтелектуального капіталу на креацію вартості.

Існування інтерактивних зв'язків між елементами інтелектуального капіталу підприємства зумовлює появу синергічного ефекту, який також впливає на креацію ринкової вартості підприємства. Наукові доробки представників цього вектора досліджень базувалися на динамічному підході. Визначають два основних типи взаємозв'язків: першу групу формують ті, що виникають між елементами інтелектуального капіталу підприємства, та другу – ті, що створюються між інтелектуальним і фінансовим капіталом. Вважатимемо це твердження правильним, якщо інтелектуальний капітал підприємства розуміти як різницю між його ринковою та балансовою вартістю. Відповідно, це зумовлює певні трансформації у науковій термінології, що стало підґрунтям для виокремлення концепції платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства за авторства Г. Сант-Онжа [450], розробленої спільно з Л. Едвінсоном [289; 290] і Г. Петрашем [412]. Найважливішою рисою цієї концепції є інтерактивні взаємозв'язки і взаємозалежності між інтелектуальним та фінансовим капіталом, а також між структуротворчими елементами інтелектуального капіталу підприємства, які визначають доміанти формування ринкової вартості суб'єкта господарювання.

Прихильниками концепції платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства є Л. Едвінсон і М. Мелоун, які стверджують, що ринкову вартість підприємства формують його фінансовий та інтелектуальний капітали (дод. А. 17). Зазначимо, що виникнення інтерактивних зв'язків і залежностей у моделі інтелектуального капіталу підприємства Л. Едвінсона та М. Мелоуна

між інтелектуальним та фінансовим капіталом, а також між складовими елементами інтелектуального капіталу, на думку практиків, зумовлюється тим, що фінансовий капітал є функцією інтелектуального капіталу; домінантами інтелектуального капіталу визначено людський капітал та структурний капітал; людський капітал виступає основним чинником структурного капіталу; домінанти структурного капіталу означано клієнтський та організаційний капітал; організаційний капітал формують інноваційний та процесний капітал; основою інноваційного капіталу є нематеріальні активи підприємства, представлені у вигляді інтелектуальної власності й інших нематеріальних активів [290, с. 31–36, 45, 106].

Зауважимо, що такі структурні елементи інтелектуального капіталу, як людський і структурний капітали, досліджено у працях багатьох учених, зокрема, К.-Е. Свейбі, базуючись на постулатах теорії якого Л. Едвінсон та М. Мелоун удосконалили структуру інтелектуального капіталу фірми «Skandia» [290], чи У. Буковіча і Р. Вільямса [250], а також вітчизняного вченого А. Чухна, який вважає, що людський капітал втілюють працівники підприємства, а структурний вміщений в інформації, якою володіє суб'єкт господарювання [290, с. 45; 250, с. 275–276; 205, с. 48–55].

Найбільш повно відображена концепція платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства у працях Н. Бонтіса [238; 239], спільних дослідженнях Г. Сант-Онжа [450], Л. Едвінсона [290] і Г. Петраша [412] тощо. Доцільно звернути увагу на запропоновану у 1997 р. Г. Петрашем модель інтелектуального капіталу, яка вписується у концепцію платформи вартості та містить три складові елементи, зокрема людський капітал, організаційний капітал і клієнтський капітал [412, с. 365–373]. Одним із дослідників, науковий доробок яких є базовим у формуванні концепції платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства, є Н. Бонтіс, який виокремлює три структурні елементи – людський, структурний та капітал зв'язків, особливо щодо сфери технологічних мереж [505, с. 621–642]. Синтез моделей інтелектуального капіталу підприємства в межах концепції платформи

вартості вперше відображено в моделі Г. Сант-Онжа, розробленої за спільних дослідницьких проектів Л. Едвінсона, Г. Петраша, Ч. Армстронга, яка базується на визначенні трьох основних компонентів інтелектуального капіталу: людський, організаційний та клієнтський [505]. Отже, лише завдяки наявності інтерактивних зв'язків між складовими елементами інтелектуального капіталу створюється нова вартість. При цьому економісти наголошують, що можливості перетворення інтелектуального капіталу у вартість, незважаючи на безпосередню залежність між зростанням вартості та силою взаємозв'язків, визначаються також станом структурних елементів інтелектуального капіталу загалом [290, с. 107; 505, с. 621–642]. Погоджуючись із наведеними вище постулатами креації вартості, враховуючи появу синергічних ефектів, виокремимо переваги концепції платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства:

1) забезпечує розвиток методологічних домінант вимірювання і оцінювання інтелектуального капіталу підприємства та його внеску в креацію вартості суб'єктів господарювання;

2) відображає креацію вартості підприємства як синергічний ефект, що виникає на основі інтерактивних взаємозв'язків між складовими інтелектуального капіталу. Відповідно, це суттєво ускладнює використання індексних методів (для встановлення індексного значення кожного його складового елемента) для визначення ефективності та оцінювання впливу на креацію вартості 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 креації вартості суб'єкта господарювання.

Один із векторів сучасного розвитку концепції платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства пов'язаний із формуванням громадянського суспільства, забезпеченням демократичних цінностей, плюралізмом, що зумовлює активізацію людського чинника та відображається

у появі нової форми капіталу – соціального. Виокремлення соціального капіталу стало можливим завдяки розвитку інформаційних технологій, що забезпечили можливість швидкого трансферу інформації, нагромадження, розвитку та передачі нових знань, появу праці в мережах. При цьому соціальний капітал представлений в усіх виявах активності людського чинника – соціуму. Зазначимо, що розвиток соціального капіталу можливий лише в демократичних суспільствах, тоді як значно обмеженими є можливості його становлення і розвитку в країнах, де існує тоталітарний режим і відсутня прогресивно налаштована політична еліта.

Основні термінологічні визначення поняття «соціальний капітал», наведені в економічних публікаціях і взяті за основу при удосконаленні процедури структурування інтелектуального капіталу підприємства, вміщує дод. А.18. Отже, соціальний капітал – це значно ширше поняття, ніж сукупність колективних знань, бо він з'являється і зростає лише тоді, коли є довіра між членами суспільства, відкритість і готовність до колективної співпраці. Власне, підтвердження цих постулатів є у дефініціях Ф. Фукуями та М. Армстронга [305, с. 240, 180, 181, 182; 220; 222, с. 136]. Водночас ззначимо, що рівень розвитку соціального капіталу впливає на формування як людського, так і інших елементів інтелектуального капіталу. Підтвердженням правильності цієї тези про вплив стану демократії в країні на розвиток соціального капіталу є той факт, що нині 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.

Оригінальним є підхід О. Грішної до тлумачення терміна «соціальний капітал» [36, с. 20–22]. Однак частково не погоджуємося із думкою дослідниці, оскільки соціальний капітал на сьогодні є важливим чинником, який суттєво впливає на розвиток людського капіталу, здійснюючи, в кінцевому результаті позитивний вплив на креацію вартості підприємства.

Серед основних моделей інтелектуального капіталу підприємства в межах концепції платформи вартості, які містять інтелектуальний капітал соціуму, де функціонує суб'єкт господарювання, доцільно назвати модель М. Братніцького і Я. Стрижини [430] та модель М. Мак-Ілрея [372]. Модель інтелектуального капіталу підприємства М. Братніцького і Я. Стрижини ґрунтується на твердженні, що вартість суб'єкта господарювання залежить від матеріального та інтелектуального капіталів (дод. А.17). Названі науковці є прихильниками теорії соціального капіталу, тому серед структурних елементів інтелектуального капіталу виділяють соціальний, людський та організаційний капітали. Зауважимо, що характерною особливістю даної моделі є відсутність інноваційного капіталу, акцентований у моделі М. Мак-Ілрей (дод. А.19). Перевагою моделі є виокремлення в межах людського капіталу компетентності, рівень якої визначають практичні вміння працівника (швидкість виконання завдання, рівень теоретичної підготовки, фаховість, таланти) [430, с. 70; 372]. На думку економіста, стратегічну конкурентоспроможність сучасних підприємств можна забезпечити на основі систематичних розробок і впровадження інновацій, що є «ефектом соціального інноваційного капіталу» і виявляється як синергічний ефект від спільної праці [372]. Таким чином, величина соціального інноваційного капіталу не буде дорівнювати сумі індивідуальних інноваційних капіталів членів групи, оскільки кінцевий ефект збільшує ефект синергічний. Не заперечуючи цінності дослідження, вважаємо за доцільне наголосити саме на відсутності таксона капіталу компетенцій, що є основним моментом у розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства.

Подальшого розвитку в наукових школах набули погляди М. Мак-Ілрея щодо вищої ринкової вартості інноваційної продукції, що користувалася довірою у споживачів. Вони стали основою для подальшої розробки в межах концепції платформи вартості нових моделей інтелектуального капіталу, що характеризуються поняттям «капітал середовища». Так, доцільно в цьому разі згадати моделі Е. Клявер-Кортес, Й. М-Азорін, М. Лопес-Гамеро, П. Зарагоза-

Саєз. Дослідники вперше вводять у науковий обіг поняття «капітал середовища» як структуротворчий елемент інтелектуального капіталу сучасних підприємств [260, с. 172]. Ця 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 суб'єкта господарювання. Зазначимо, що термін «капітал середовища» частково є відповідником дефініції «соціальний інноваційний капітал» у моделі М. 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 дуже важливою.

Таким чином, наукові школи, розвиваючи концепцію платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства, базуються на комплементарності його складових, інтеракційних взаємозв'язках, соціальних, інноваційних домінантах, екологічних аспектах що в результаті позитивно впливає на креацію вартості суб'єкта господарювання.

Динаміка представлених моделей інтелектуального капіталу підприємства дає підстави зробити висновки, що їхня розробка і структуризація здійснені практично в одному відрізку часу та незалежно одна від одної на різних континентах. Порівняльна характеристика моделей інтелектуального капіталу підприємства, що існують на сьогодні, дає підстави стверджувати, незважаючи на їхню різноманітність, про спільну складову, характерну для усіх моделей, – людський капітал. Це також уможлиблює окреслення трьох основних векторів – зв'язки з процесами, працівниками та ринком (у т. ч. із клієнтами).



Розмаїття термінологічного поля, строкатість і диференціація складових інтелектуального капіталу підприємства доводять, що дефініції не повністю узгоджені й уточнені. Порівняльний аналіз моделей і оцінювання трансформаційних тенденцій концепції інтелектуального капіталу підприємства дають підстави стверджувати про активізацію її розвитку. Оскільки найважливішими складовими інтелектуального капіталу підприємства залишаються структурний і людський, то при удосконаленні типологізації та визначенні векторів його розвитку врахуємо зауваження економістів-практиків Л. Едвінсона та М. Мелоуна, що структурний капітал у своїй основі є «глобальним, а людський – залишається локальним» [290, с. 450, 43]. Крім того, при побудові авторської моделі інтелектуального капіталу підприємства дотримуватимемося постулату, що вона повинна базуватися на інтелектуальній складовій усіх елементів, удосконалюючи, таким чином, наявну на сьогодні відносно гомогенну таксономію його структури – людський, структурний (організаційний) та ринковий (зв'язків, клієнтський) капітали.

Базуючись на результатах порівняльного оцінювання 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 необхідність опрацювання загальноприйнятої, простої з практичної точки зору та обґрунтованої теоретично концепції. Наявність таких розбіжностей у термінологічній площині зумовлює існування широкого розмаїття характеристик, суттєво ускладнює визначення векторів розвитку інтелектуального капіталу та забезпечення на цій основі капіталізації підприємств.

Сучасні підприємства мають бути зорієнтовані на інноваційні моделі розвитку, що потребує налагодження процесів генерування інтелектуальних продуктів, які пропонуємо розуміти як продукти (послуги) з високим рівнем інтелектуальних витрат, а їхня комерціалізація здатна забезпечувати креацію вартості суб'єкта господарювання.

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

На наше переконання креація вартості підприємства є визначальною гіпотезою при таксономії структури інтелектуального капіталу і має здійснюватися за схемою, що вміщує три ланки, в межах яких відображено системи відносин з генерування та комерціалізації інтелектуальної продукції: індивідуальний інтелектуальний капітал – суб'єктом інтелектуальної діяльності; корпоративний (колективний) інтелектуальний капітал, який охоплює (представляє) інституційне (інфраструктурне) середовище функціонування інтелектуального капіталу; соціальний інтелектуальний капітал, що забезпечує інтеграційні процеси у межах першого та другого компонентів, усуваючи асиметричність інформації та вирівнюючи інформаційні можливості суб'єктів господарювання (рис. 1.2).

Однак дискусійним є визначення як таксономічної одиниці інтелектуального капіталу – людського. Адже це поняття базується не лише на таксонах, основою виникнення яких є інтелект, а й охоплює також, наприклад, талант, природні здібності, які не вважатимемо продуктом інтелектуальної праці. 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 зазначимо, якщо сфера зайнятості людини передбачає не лише використання зазначених характеристик, а й обов'язкову появу талантів у новій якості чи удосконалення природних здібностей, то лише в цьому разі можна стверджувати про їхню інтелектуалізацію та зараховувати до таксономічних одиниць індивідуального інтелектуального капіталу.

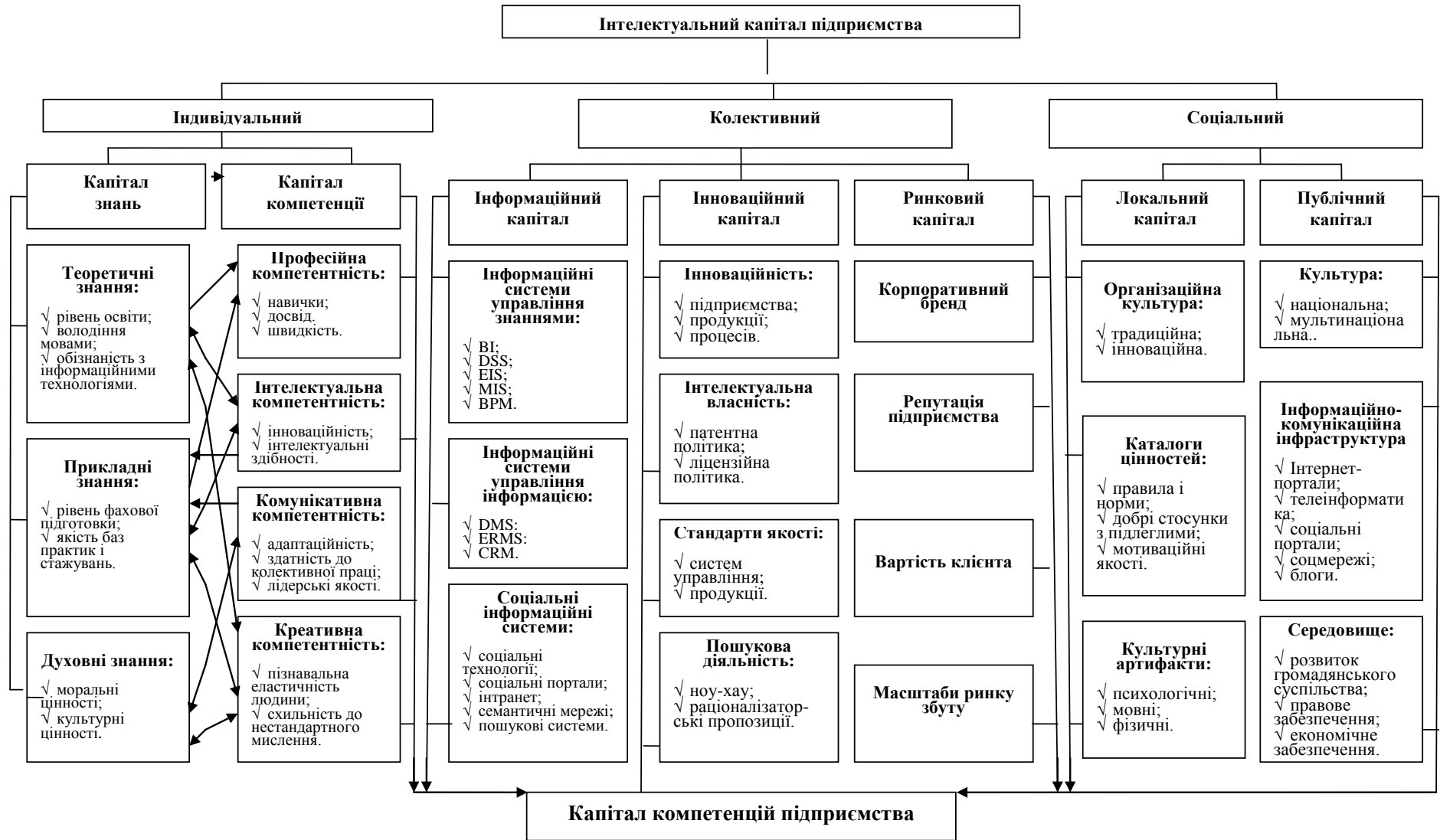


Рис. 1.2. Структуризація інтелектуального капіталу підприємства в межах концепції платформи вартості  
 \*Джерело: складено автором самостійно.

Враховуючи наведене вище, 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 капіталу компетенцій – базується на необхідності врахування не лише теоретичних знань людини, якісної характеристики ефективності використання набутих знань. За дослідженнями вчених, характерною є суттєва розбіжність між впливом рівня освіти (від 6% у дослідженнях П. Тобмена до 60% у Е. Денісона) та природних здібностей (від 10% до 45% за П. Тобменом) на доходи людей [503, с. 393; 270, с. 69–70]. Отже, базовим методологічним положенням запропонованого індивідуального інтелектуального капіталу, в нашому випадку, є використання економічного підходу до оцінювання впливу його елементів на збільшення доходів їхніх носіїв-власників в умовах посилення інтелектуалізації праці та на креацію вартості суб'єктів господарювання. Враховуючи вищезазначене, можемо стверджувати, що індивідуальний інтелектуальний капітал представляє собою економічну 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 періоду появи друкарської преси відбулося за 300 років (сьогодні для виконання аналогічного завдання потребується лише 5 років). Таким чином, обсяг видання книжок протягом третьої декади ХХ ст. дорівнював їхній кількості за останніх 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 їхній рівень соціально-економічного розвитку. Особливість

знань полягає насамперед у тому, що їхня поява, поширення і розвиток, з одного боку, великою мірою визначаються людським чинником, оскільки знання формуються думкою людини, а з іншого – інноваційний динамізм спричинює швидку ерозію знань, що, відповідно, спонукає кожного до системного навчання та підвищення кваліфікації впродовж усього життя.

Зауважимо, що термін «знання» досліджувався і в давній часовий період філософами, проте лише інформаційна революція забезпечила їхнє швидке поширення, доступність, а необмеженість цього ресурсу, яка пояснюється тим, що використання знань не зменшує їхню кількість, а, навпаки, розширює та підвищує якість, перетворили їх на стратегічний виробничий ресурс (дод. А. 20). Отже, трактування поняття «знання» дещо відрізняється у літературі фахового спрямування, зокрема, йдеться про його інтерпретацію, що ґрунтується на використанні інформаційної термінології. За поглядами дослідників можна розділити за трьома напрямками. Перший ґрунтується на доведенні ідентичності термінів «знання» та «інформація», зокрема таких поглядів дотримуються Л. Панасевич [405, с. 47], М. Попович [117, с. 80, 35]. Згідно з нашими міркуваннями, ототожнення понять «знання» та «інформація» є необґрунтованим, оскільки «інформація» є чинником, що впливає на вироблення і вибір певного альтернативного варіанта використання знань у прийнятті рішень, якість яких визначається рівнем креативності, інтелігентності та інноваційності людини.

Прихильники другого розмежовують терміни «знання» та «інформація» (наприклад, А. Залівські [526, с. 23], Т. Давенпорт, Л. Прусак [269, с. 1], К. Еванс [293, с. 30], Д. Чаффі та Г. Вайт [254], М. Попович [117, с. 86]), що, на нашу думку, є цілком логічним. Водночас представники третього напрямку крім термінів «знання» та «інформація», вводять в обіг поняття «дані», стверджуючи, що знання, на відміну від «інформації» і «даних», завжди пов'язані з конкретною людиною [428, с. 35]. Піддаючи логічному аналізу представлені вище твердження, вважаємо за доцільне розмежовувати поняття «інформація», «знання» та «дані», оскільки «знання» є більш місткий термін, ніж «інформація» чи «дані». Крім того, знання формуються на базі опрацювання даних, інформації, будучи, таким чином, якісною

характеристикою двох перших. Розглядаючи знання як ресурс виробництва, переконуємося у його невичерпності в результаті використання, а, відповідно й у 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 визначаються умінням не лише відшукати інформацію чи дані, а й залежать, по-перше, від інтелектуальних здібностей людини, обумовлених її креативністю, по-друге, від комунікативних здібностей, оскільки «розділені знання завдяки примноженню (нарощенню) підвищують інтелектуальний капітал підприємства» [306, с. 159]. Отже, здійснивши аналіз тлумачень понять «дані», «інформація» та «знання», дотримуємося думки, що дані – це зібрані різноманітні факти, відомості, вислови тощо; інформація представляє сукупність опрацьованих у певному контексті даних, а знання – це перевірена, уточнена, достовірна інформація.

Знанням як специфічному виробничому ресурсу властиві такі характерні ознаки: необмеженість означає, що в результаті використання їхні обсяги не зменшуються, як інших ресурсів, а навпаки, збільшуються, оскільки кожен на здобутих знань може напрацювати нові знання, але для цього людина має 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) – з часом знання втрачають вартість; гуманізм – знання залежать від активності людського чинника.

Враховуючи зміни, які відбуваються в умовах нової системи господарювання, можемо стверджувати, що для розвитку індивідуального інтелектуального капіталу стратегічним ресурсом є не стільки 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 їхня доступність, яка забезпечується на основі створення державою рівного доступу до освіти, поширення

інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема Інтернету, соцмереж тощо. Прикладні знання забезпечують рівень фахової підготовки майбутнього спеціаліста, базуючись на вивченні досвіду інших людей, зайнятих у цій сфері діяльності. Духовні знання підвищують можливості людини щодо набуття та розвитку теоретичних і прикладних знань.

Капітал знань – це концепційна здатність сформованих людиною теоретичних, прикладних і духовних знань генерувати інтелектуальні продукти та створювати додану вартість. Вважаємо, що гуманізація суспільства дає підстави акцентувати увагу на важливості теоретичних знань, які людина формує під час здобуття гуманітарної (фундаментальної) освіти, самонавчання і самовдосконалення, адже, за дослідженнями американського економіста Дж. Кендріка, «...створений освітою запас знань – капітал» дає змогу отримати «дохід лише в негрошових, психологічних формах» [62, с. 45]. 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 особа як носій 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 розвинутих економік світу, є забезпечення однакового доступу до вищої освіти якомога більшої кількості населення, адже, за прогнозами вчених, найближчим часом високорозвинуті країни також відчуватимуть проблеми з кадровим забезпеченням інтелектуальними працівниками – інженерами, конструкторами, програмістами, тобто такими, що володіють методиками нових нестандартних підходів до вирішення окреслених завдань у перманентному оточенні.

Важливою якісною характеристикою теоретичних знань людини є прикладні знання, здобуті під час фахової підготовки, тренінгів, семінарів, які, за твердженнями Дж. Кендріка, «... спеціально спрямовані на збільшення здатності людини створювати дохід» [62, с. 45]. Прикладні знання охоплюють ноу-хау, представлене в межах капіталу знань людини.

Духовні знання – це сформовані життєві і культурні цінності, здатні 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 цих 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 собою (таланти), отримані людиною на генетичному рівні, не містять інтелектуальної складової, а тому не можуть бути враховані як відособлена таксономічна одиниця. Проте якщо людина розвиває природні здібності, то останні є каталізатором у формуванні капіталу компетенцій, який пропонуємо визначати як таксон у структурі індивідуального інтелектуального капіталу.

Тлумачення терміна «компетенція», сформоване на основі визначень, вміщених у словниках та критичного погляду щодо низки науково-фахових досліджень з цієї проблематики представлене у дод. А.21. Піддаючи аналізу вищенаведені тлумачення, вважаємо, що компетентність доцільно розглядати як якісну характеристику капіталу знань людини, оскільки кількісні вимірники не можуть бути підґрунтям для оцінювання 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» є 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 допомогою розвинутої на базі капіталу знань і природних здібностей (таланту) професійної спритності.



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

1. Професійна компетентність, сформована на базі ноу-хау, досвіду та вмінь. Навички є практичними знаннями набутими 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 подав В. Погожельскі, який стверджував, що «... досвід – це здобута мудрість» [420, с. 66]. Уміння характеризують здатність людини до виконання професійних завдань на робочому місці, а їхнім якісним показником пропонуємо вважати швидкість виконання професійних завдань.

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

Отже, важливою ознакою інтелектуальних здібностей людини є здатність до перманентного самонавчання. Зауважимо, що на сьогодні найсуттєвіший вплив на розвиток індивідуального інтелектуального капіталу здійснюють 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 самовдосконалення та рівнем розвитку індивідуального інтелектуального капіталу свідчить про динамічний характер цієї категорії щодо інших домінант інтелектуального капіталу підприємства. На наш погляд, саме притаманний індивідуальному інтелектуальному капіталу динамізм підтверджує постійну зміну економічної вартості цієї важливої категорії. З огляду на це, сучасні підприємства дедалі більше будуть зацікавлені

не лише у пошуку креативних, інтелігентних і комунікативних працівників, а й у зменшенні плинності у ранзі такої категорії трудових ресурсів, знання і компетенції яких у результаті суттєво впливають на капіталізацію суб'єкта господарювання.

3. Комунікативна компетентність охоплює такі якісні складові людського чинника, 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 – це специфічний ресурс, використання якого більш раціональне у разі 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, 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.

Дослідженням поняття «креативність» займається багато вчених, що свідчить про те, що, з одного боку, його тлумачення є цікавим питанням, а з іншого – складним, що зумовлюється особливостями вияву в розумових, психологічних аспектах, які людству не вдалося ґрунтовно вивчити. Проте, незважаючи на розмаїття дефініцій, креативність насамперед є «неодмінною рисою людської природи». Економісти-практики, зокрема К. Форд, уточнює, що «креативність є суб'єктивною рисою цінності й оригінальності праці

людини чи групи людей, що представлена у специфічному контексті» [520, с. 12; 263, с. 7]. Слушним є твердження Р. Вебера, що «...більшість творчості є результатом важкої праці: узгодження різних фактів та інформації, аналізу і визначення комбінацій, пильної уваги на нові залежності» [519, с. 472]. 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 її пізнавальну спритність. Враховуючи напрацювання науковців та беручи до уваги вищезазначене, можемо стверджувати, що запропоновані елементи капіталу компетенцій суттєво розширюють можливості впливу на підвищення професійної спритності людського чинника в умовах «економіки знань». Таким чином, у запропонованій авторській 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, іншою важливою таксономічною одиницею інтелектуального капіталу підприємства є колективний інтелектуальний капітал, серед структурних елементів якого пропонуємо виокремити 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 їхньої 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, Р. Нортон і Д. Каплана, дедалі більша увага зосереджується на ролі інформаційного капіталу як важливого інструмента підтримки стратегії підприємства [398, с. 229]. Заслуговує на увагу виокремлена в структурі

інформаційного капіталу технологічна інфраструктура [398, с. 251]. Додільність приділення значної уваги розвитку інформаційного капіталу підтверджується також швидким зростанням витрат підприємств на цей модуль інтелектуального капіталу, зокрема їхня частка в інвестиційних витратах досягає майже 50% [490, с. 393]. Низький рівень використання наявної у суб'єкта господарювання інформації доповнюється наявністю недоліків в управлінні інформаційними потоками, які зумовлюють низьку ефективність її використання.

На нашу думку, посилення інформатизації суспільства більшою мірою вимагатиме врахування цього чинника насамперед для забезпечення розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання, тому вважаємо за доцільне виокремлення серед елементів колективного інтелектуального капіталу модуля інформаційного капіталу, що охоплює як інформаційні системи управління знаннями та передбачає створення банку знань, так і інформаційні системи управління інформацією для формування банку інформації. Інформація стає підставою у прийнятті рішень шляхом обмеження впливу невизначеності та 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, що є основою при прийнятті рішень.

Таким чином, можемо стверджувати, що інформаційний капітал охоплює інформаційні потоки та характеризується здатністю упорядкованої, згуртованої і систематизованої на підприємстві інформації створювати інтелектуальну додаткову вартість. Зазначимо, що сучасні підприємства для нагромадження, перетворення, передачі та зберігання інформації створюють інформаційно-технологічну інфраструктуру, яка застосовує мережеві та обчислювальні технології.

Першою складовою інформаційного капіталу є інформаційні системи управління знаннями, які забезпечуватимуть перебіг процесів формування, консолідації (нагромадження і кодифікації), поширення й захисту знань. Необхідно вказати, що на сьогодні розвиток інформаційних технологій

характеризується швидкими якісними змінами, а тому інформаційні системи постійно поповнюються новітніми розробками, які з'являються майже щорічно в цій сфері досліджень, а це вимагатиме від вітчизняних суб'єктів господарювання при їхньому впровадженні врахування таких змін на ринку ІТ-технологій, оскільки впровадження застарілих систем є низькоефективним. Так, наприклад, підприємствам сьогодні доцільно використовувати інформаційні системи типу «ВРМ», які здійснюють проектування, впровадження з подальшим моніторингом усіх без винятку бізнес-процесів, формують і нагромаджують нові знання, забезпечують їхнє застосування для удосконалення господарських процесів. Серед фірм-розробників інформаційних систем «Управління бізнес-процесами» виокремимо «Metastorm» з її інформаційним продуктом за назвою «e-Work», «Source Code» «K2.net», «TIVCO», «iProcess Suite» [534, с. 347].

Серед новітніх систем доцільно виокремити інформаційні системи підтримки управління людськими ресурсами, експертні системи, які, за оцінюваннями вчених, автоматизують процеси прийняття рішень, проте їхнє використання на сьогодні є доволі обмеженим. Вектори розвитку інформаційних систем цього типу дослідники пов'язують із підвищенням можливостей відображення людських знань в інформаційних ресурсах, тобто з дослідженнями так званого «штучного інтелекту». 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, що відображається у змінах управління капіталом марки, зокрема можемо це спостерігати у замінах марки окремих товарів на корпоративну марку, яка гарантує репутацію, імідж, фірмовий бренд. Наприклад, кредо фірми «Nokia» («Nokia – connecting people»).

Для інформатизації процесів співпраці з клієнтами на вітчизняних підприємствах також доцільно використовувати інформаційні продукти, які забезпечують здійснення 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 за назвою «Управління взаємовідносинами з клієнтами», що дає змогує краще розпізнати потреби споживачів на підставі аналітичного оцінювання отриманих даних.

Третьою структурною одиницею інформаційного капіталу, на нашу думку, має бути розробка та запровадження на підприємствах сучасних соціальних інформаційних продуктів, таких як соціальні технології, соціальні портали, інтранет, семантичні мережі, 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 забезпечення доступу до швидкісного Інтернету, зокрема у США прийняті урядові програми, які передбачають значне (до 90%) підвищення рівня доступу до 2020 р. [182].

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 проектів під час здобуття вищої освіти, а з іншого – 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 «ІВМ», частка інформації, яку використовують суб'єкти господарювання, досягає менше 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) [490, с. 393]. Отже, враховуючи неможливість здійснення такого аналізу на вітчизняних підприємствах, доцільність виокремлення детермінанти

інформаційного капіталу є очевидною і зрозумілою, адже це створить можливості для проведення діагностики, яка дозволить виявити нові резерви підвищення ефективності функціонування інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання.

Досвід свідчить, що інноваційний капітал, відображаючи здатність інновацій, реалізованих підприємством, створювати інтелектуальну додану вартість, перетворюється на рушійну силу, що забезпечує розвиток колективного інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання. Серед основних складових елементів інноваційного капіталу доцільно виокремити інноваційність підприємства, продукції, процесів, що зумовлено необхідністю планування оптимальних меж розподілу витрат на фінансування продуктивних і процесових інновацій. 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 зумовлюється здатністю суб'єкта господарювання до захисту інтелектуальної власності, зокрема втілюється у патентній політиці, яка відображає його діяльність щодо захисту інтелектуальної власності: захист прав об'єктів промислової власності – винаходи, промислові зразки, корисні моделі, товарні знаки; захист прав об'єктів інтелектуальної власності – програмне забезпечення, ноу-хау, гудвіл, рацпропозиції; а також у ліцензійній політиці, що стосується використання вітчизняними підприємства таких форм ліцензій, як франчайзинг, роль якого, на нашу думку, суттєво підвищуватиметься в умовах глобалізаційних процесів. У згаданому контексті хочемо наголосити, що для розвитку інноваційного капіталу вітчизняних підприємств важливо забезпечити суттєві якісні зміни, які б стосувалися насамперед покращення патентно-ліцензійної діяльності як важливої сфери формування інтелектуального капіталу, враховуючи тренди у світовій економіці.

Глобалізаційні процеси, характерні для сучасного економічного розвитку, посилюють вплив ринкового капіталу, який відображається здатністю корпоративного бренду (марки), репутації, іміджу та гудвілу створювати додану вартість для підприємства. Моніторинг брендів засвідчив, що 85%

відомих марок існували на ринку більше 25 років, 36% марок – більше 75 років, а 10% марок – більше 100 років. Крім того, за дослідженнями Бостонської консультативної групи, марки продуктів у 19 із 22 випадків залишалися на панівних позиціях протягом 60 років [524, с. 414]. Капітал кожної марки за більш ніж 50 років виявився одним із «найбільш стабільних ... , а зважаючи на високий рівень дохідності ... став альтернативою в інвестуванні» [525, с. 100].

В умовах цифрової економіки вплив ринкового капіталу продовжує залишатись значним, що, наприклад, залежність капіталізації фірми «Coca-Cola» від сукупної вартості торговельних марок на 75 %; вартість бренду банку «Аваль», що у 2005 р. становила 20% від його ринкової вартості [39]; вартість брендів у ринковій вартості світових фірм, що в 2011 р. перебувала у діапазоні від 11% до 57%, 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% [229; 230; 251]. Незважаючи на те, що у 2012–2013 рр. динаміка вартості бренду для більшості відомих фірм була незначною, 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 лише на 0,4 % , що є надзвичайно низьким результатом в порівнянні з 2010 р., де аналогічний показник становив 17% [134, с. 152]. 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 дало змогу їй посісти другу позицію у рейтингу, витіснивши «IBM» (у 2013 р. зазнала зниження вартості бренду на 3%) на третє місце (табл. 1.1).

Зазначимо, що тенденції змін, які відбуваються у сучасному економічному просторі та характеризуються трансформуванням марки продукту в корпоративний бренд, що відрізняє, ідентифікує підприємство на глобальному ринку, зумовили виділення такої таксономічної одиниці у ринковому капіталі. Серед популярних регіональних корпоративних брендів у вітчизняній молокопереробній галузі виокремлено «Молокія», «Кременецьке молоко» тощо.



Таблиця 1.1

**Панорама найдорожчих світових брендів у 2012–2015 рр.**

№ з/п	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	-	-	-

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

\* Джерело: складено автором на основі наукових джерел [388–390; 393].

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 щодо задекларованих цілей та соціальною відповідальністю за результати господарювання перед локальними спільнотами, наприклад, за зрівноваження економічних та екологічних векторів розвитку. Таким чином, можемо стверджувати, що ринковий капітал формує інтелектуальний капітал та забезпечує креацію вартості підприємства шляхом підвищення результативності маркетингових програм, розширення впливу корпоративного бренду на всі фірмові продукти, підвищення ефективності комерційної діяльності суб'єкта господарювання, зростання рівня лояльності клієнтів тощо.

В умовах нової парадигми для забезпечення розвитку інтелектуального капіталу підприємства вагомим значення набувають людські взаємовідносини, які називають «соціальний капітал», внесок якого у зростання ВВП високорозвинутих країн (Данія, Франція, Німеччина, Великобританія, Японія) протягом другої половини ХХ ст. підвищився із 10% до 25% [177, с. 47]. Акцентування уваги на важливості соціального капіталу знаходимо значно раніше у дослідженнях, проведених Фондом Карнегі в першій половині ХХ ст., які підтвердили, що доходи працівників на 85% зумовлені комунікаційними здібностями людини [60, с. 17–18].

Незважаючи на те, що кожне підприємство має свою філософію функціонування, яка суттєво відрізняє його на ринку товарів і послуг, перманентне середовище та нові умови господарювання вимагають постійного її уточнення. Погоджуючись із гіпотезою, яку висунув П. Сенге у книзі «П'ята дисципліна», яка стала світовим бестселером, що сьогодні уже «...не достатньо, щоб вчилася одна людина від імені цілої групи, – як то було за часів Форда, Слоуна, Ватсона чи навіть Кейтїса», можемо констатувати зростання ролі саме соціального інтелектуального капіталу, що охоплює спроможність організаційної культури, філософії управління стимулювати працівників до розвитку комунікативних, креативних та інноваційних навичок, здатних позитивно впливати на створення доданої вартості [462, с. 19].

М. Армстронг вважає, що культуру формують лідери підприємства на підставі подій, які відбувались 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 [221]. Варто виокремити дослідження В. Мікловди у сфері пошуку шляхів удосконалення «стратегічного управління як соціальної інституції ... на основі побудови системи соціальних норм: ..., креативність в роботі, інноваційної спрямованості...», а також побудови відповідної корпоративної культури чи формування конкурентоспроможності

за чинником продуктивності праці, що нині можна забезпечити лише на основі її інтелектуалізації тощо [95, с. 128–129; 96, с. 199–208].

Поняття «організаційна культура підприємства» трактується по-різному, зокрема одні вчені дотримуються думки, що її не можна відокремити від суб'єкта господарювання, оскільки саме підприємство і є організаційною культурою; інші науковці поєднують її з філософією підприємства, культурними колами, системою базових цінностей, норм поведінки тощо. Аналіз дефініцій «організаційна культура підприємства» дає змогу стверджувати, що вони доповнюють одна одну, окреслюючи загальну картину вияву цього багато площинного і складного явища. Власне, організаційна культура підприємства, сформована на базі філософії управління, відображає його історію, культурні артефакти, каталоги цінностей, які сповідують усі працівники, що активізує людський чинник до пізнавальної діяльності та підвищення продуктивності праці.

Важливою складовою, що формує локальний соціальний капітал, є каталоги цінностей, які охоплюють правила і норми, взаємовідносини з підлеглими та передбачають розвиток у працівників мотиваційних якостей. Закцентуємо увагу на важливості запровадження таких каталогів цінностей на вітчизняних підприємствах, оскільки це дасть змогу підвищити лояльність і мотивацію працівників щодо підвищення якості праці, що автоматично забезпечить зниження витрат на контроль робочого часу, дасть можливість бути винагородженим і, що нині найважливіше в українських реаліях, – обмежить рівень корупції й використання адміністративних методів регулювання економіки, тобто створить сприятливий клімат для роботи в колективі. Зазначимо, що важливим є врахування цього факту на підприємствах, які у своїй структурі мають підрозділи, де проконтролювати якість використання робочого часу доволі складно, наприклад, у науково-дослідницьких підрозділах підприємства.

Зовнішній вияв організаційної культури відображають культурні артефакти на підприємстві: психологічні – церемонії, ритуали, спільні традиції;

мовні – міфи, легенди, жаргони, які використовують працівники; фізичні – архітектура, зовнішній вигляд працівників і продукції суб'єкта господарювання тощо. Отже, розробка, упорядкування і розвиток культурних артефактів є 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 цифровій економіці дедалі більшою мірою вимагають становлення громадянського суспільства, оскільки лише в цьому разі, можливим і доцільним є вияв комунікативних і креативних здібностей, нестандартного мислення, інноваційності та вмотивованості людського чинника до праці, адже відповідно мотивовані люди завжди досягають визначеної мети.

Не менш важливою для розвитку публічного соціального інтелектуального капіталу є якість правового забезпечення інтелектуальної діяльності в країні, що створить можливості для забезпечення захисту прав інтелектуальної власності. Враховуючи вітчизняні реалії, зауважимо, що вектори удосконалення правового забезпечення мають бути спрямовані 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 тимчасовій міграції молодого покоління, науковців, практиків для підвищення рівня індивідуального інтелектуального капіталу шляхом участі в різних грантових проектах, що зумовлюється зростанням потоку еміграції висококваліфікованих кадрів з країни, розвитку сучасних організаційних форм інноваційної діяльності – технопарків, технополісів, венчурних фірм, що, з одного боку, підвищить зайнятість висококваліфікованих кадрів, мотивуватиме молоде покоління до

навчання і самовдосконалення, а з іншого – забезпечить підвищення якості та посилення рейтингу вітчизняної освіти, конкурентоспроможності вітчизняних підприємств і позитивно впливатиме на креацію їхньої вартості.

Водночас для розвитку інтелектуального капіталу підприємств важливим є економічне забезпечення. Воно ґрунтується на розвитку фінансового ринку, оскільки саме так держава гарантуватиме рівний доступ до фінансових ресурсів усім суб'єктам господарювання. Для нашої країни це питання є дуже гострим, адже нерозвиненість форм співпраці «наука-бізнес», недосконалість функціонування фінансового ринку, зростання дефіциту Державного бюджету України (динаміка якого протягом державності України була негативною, зокрема у 1990 р. цей показник, при запланованих 2% від ВВП, перевищив 18%, у 2011 р. сягнув 3,8% від ВВП, у 2012 р. збільшився у 2,3 рази в порівнянні з попереднім роком, досягнувши рівня 53,8 млрд. грн.), у 2014 р. – 5,1% від ВВП, у 2015 р. – сягнув 5,1% від ВВП, які посилюються також впливом світових фінансових криз (наприклад, Велика рецесія 2007–2008 рр., яка за оцінюваннями економістів М. Бордо та Дж. Лейтон-Лейна, зайняла 4 місце серед глобальних криз), унеможлиблюють розвиток інтелектуального капіталу вітчизняних підприємств [111; 45; 196].

Зважаючи на наявність проблем, які тривалий період будуть характерними для української економіки, та враховуючи світові трендові характеристики в розвитку інтелектуального капіталу, вважаємо за доцільне виокремити у рамках публічного капіталу інформаційно-комунікаційну інфраструктуру, що передбачає посилення стимулюючого впливу державної політики на основі її скерування на: забезпечення розвитку інтернет-порталів, які в сучасних умовах сприятимуть вирівнюванню можливостей доступу до загальної інформації, а, отже, й освіти для усіх груп населення; подання тематичної інформації на відповідних інтернет-порталах, відомих за назвами «vortale», наприклад, присвячених вивченню мов, що є надзвичайно важливим для України; створення економічних і фінансових порталів, необхідних для отримання інформації, наприклад, на фондових ринках, у банківській сфері і

щодо аудиторської діяльності, податкової інформації. Не менш важливим способом імплементації порталових технологій є забезпечення доступу якомога більшої кількості населення до певної тематичної інформації за допомогою використання соціальних порталів, що функціонують у вигляді дискусійних форумів, наприклад, заснований сім'єю соціальний портал («dpreview.com»), що об'єднав прихильників цифрової фотографії, у 2007 році був викуплений найбільшою американською інтернет-книгарнею «Amazon.com» [498, с. 357]. Про швидкі темпи розвитку цих соціальних інформаційних технологій у високорозвинутих, демократичних країнах свідчить той факт, що новостворена соціальна мережа «Pinleres», 2/3 користувачів якої є жителями США, у 2012 р. зайняла 4 місце в світі. У цьому контексті можемо передбачити підвищення рівня знецінення, наприклад, економічної чи будь-якої іншої інформації, що, на нашу думку, зумовить розширення використання інтернет-публікацій, оскільки економічно невигідним буде їхній друк на паперових носіях. Крім того, цей крок стане визначальним чинником у швидкій капіталізації капіталу знань і капіталу компетенцій.

Можливості таких змін будуть забезпечуватися людським поступом, зокрема підвищенням культурного рівня, що зумовить появу інтелігентного суспільства. Поширенням у практиці високорозвинутих країн інструментом, що значно розширює масштаби тематичних міжлюдських комунікацій, є чат, функціонування якого доволі популярне у межах інтернет-порталів як дозвільних технологій через організацію дискусій та обговорення актуальних питань. Проте чат може ефективно використовуватися не лише як вид соціальних комунікаційних технологій, а й, наприклад, як інноваційний комунікатор, що дало можливість суттєво розширити доступ до фінансових ресурсів (наприклад, «mBank»), а, отже, обмежити їхню доступність на глобальному ринку, та сприяло популярності концепції інтелектуального капіталу в сфері банківської діяльності. Крім того, економічно доцільним є використання чату в межах корпоративних порталів (інтранету), що дасть змогу вітчизняним суб'єктам господарювання активізувати розвиток комунікацій між

працівниками підприємства, і відповідно стане великим резервом розвитку локального інтелектуального капіталу.

Найбільш поширеним та суперечливим в обґрунтуванні доцільності використання продуктом соціальних технологій є інтернет-сторінка «Вікіпедія» як своєрідне джерело швидкого отримання інформації, самостійно сформована та розвинута соціумом. Особливої уваги в сучасних умовах заслуговують так звані комунікатори – інсталювані програми, які використовуються на персональних комп'ютерах, зокрема «Skype», «Gadu-Gadu», «Windows Live Messenger» і «GAIM», забезпечуючи комунікації, обмін даними, файлами документів. Однак їхнє використання в Україні є обмеженим, враховуючи недостатні темпи поширення, наприклад у сільських місцевостях, що автоматично посилює асиметрію інформації й обмежує можливості для отримання повноцінної освіти дітей – мешканців цих територій. З огляду на це, українська держава насамперед має забезпечити поширення інформаційно-комунікаційних технологій на якомога ширшу територію, і лише після цього можна дискутувати про можливості розвитку країни. В іншому випадку – Україна ніколи не зможе стати конкурентоспроможною державою.

Отже, використання інформаційно-комунікаційних технологій в Україні забезпечить створення, консолідацію, кодифікацію, поширення знань та інформації у суспільстві та сприятиме розвитку соціального інтелектуального капіталу.

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

- індивідуального інтелектуального капіталу забезпечувати підбір кадрів, планувати підвищення кваліфікації, підбирати найкращий спосіб реалізації професійного та кар'єрного зростання, дослідити рівень професіоналізму та запроваджувати компетенційну модель управління, реалізувати креативний вектор розвитку в управлінських процесах;

- індивідуального, інноваційного, інформаційного та ринкового модулів інтелектуального капіталу здійснювати планування оптимальних меж

розподілу витрат на фінансування розвитку інтелектуального капіталу підприємства; удосконалювати методи управління й форми організації інтелектомісткого виробництва; покращувати якість інформаційного забезпечення й підвищувати рівень використання знань та інформації на підприємстві; окреслити вектори модернізації патентно-ліцензійної діяльності й активізувати винахідницько-раціоналізаторську діяльність серед працівників;

➤ соціального інтелектуального капіталу формувати доміанти розвитку соціально відповідального бізнесу, відкритого комунікаційного оточення, транспарентного підприємства, активізувати самомотивацію людського чинника до інтелектуальної 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 емігрування 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, що дає змогу стверджувати про її конструктивізм і можливість використання у науковому термінологічному полі.

Підводячи підсумки, зауважимо, що для забезпечення зрівноваженого розвитку вітчизняним суб'єктам господарювання потрібно якомога швидше внести зміни до систем управління, що базуватимуться на гармонізації вітчизняних і світових тенденцій удосконалення управління інтелектуальним капіталом. З одного боку, це дасть змогу підвищити конкурентоспроможність на глобальному ринку, а з іншого – забезпечить креацію вартості вітчизняних підприємств в умовах становлення цифрової економіки.



### 1.3. Методологічні підходи до оцінювання інтелектуального капіталу підприємства

В умовах «цифрової економіки» у діяльності суб'єктів господарювання 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 щодо розробки конструктивної методологічної електрики діагностики інтелектуального капіталу підприємства, які ускладнюються тим, що на сьогодні практично відсутня можливість здійснення його моніторингу та оцінювання, зважаючи на неохоплення у традиційній моделі бухгалтерського обліку.

Вимірювання й оцінювання інтелектуального капіталу підприємства утруднюється також ж тим, що він є ефектом інтелекту, духовності, філософії управління, організаційної культури тощо. Крім того, розгляд інтелектуального капіталу як багатоаспектного, багатовимірного та широко ендогенно- і екзогеннодетермінованого явища суттєво ускладнює діагностику. Незважаючи на відносну новизну теорії інтелектуального капіталу, економічна наука вміщує також суб'єктивні методики його діагностики, що базуються на великій кількості показників (наприклад понад 120 за методикою Л. Ліма, П. Деллімора [360, с. 187–190]; 178 за методикою Е. Брукінг «Брокер технологій» [247, с. 13]; понад 240 – за Л. Едвінсоном «IC Rating<sup>TM</sup>» та ін.) [290, с. 107–117, 129–132]), неузгодженості вимірників і обмеженні 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 доволі широкою – більше тридцяти методик відображають еволюційні закономірності динаміки підходів до вимірювання і оцінювання інтелектуального капіталу.

Незважаючи на існування широкого набору інструментарію діагностики інтелектуального капіталу підприємства, проблеми напрацювань конструктивної методики його вимірювання й оцінювання залишаються очевидними. Сучасна економічна література подає розмаїття (понад 30) методів діагностики інтелектуального капіталу підприємства (дод. Б.1). Практично всі вони базуються на удосконаленні попередніх, проте рівень їхнього 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, відому за назвою «Брокер технологій», можна використовувати без попереднього узгодження [247].

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

У сучасній економічній літературі наявна класифікація відомих методів діагностики інтелектуального капіталу підприємства. Так, перші спроби оцінювання моделей інтелектуального капіталу зробили Г. Русс та С. Пайк, застосувавши історичний метод дослідження і такі критерії: достовірності та можливості здійснення аудиту, рівня узагальнення оцінювання, використання, багаторівневого управління, можливості вимірювання надходжень і видатків, міру врахування цінностей для усіх акціонерів. В еволюції теорії інтелектуального капіталу визначають три генерації методів, зокрема перша генерація характеризується тривалістю до 1997 р. (наприклад, «Невидимий баланс», «EVA»); друга – із 1998 р. до 2003 р. («IC-Index»); третя – починається з 2004 р. (KCE, VAIC, HVA).

Основою вивчення інтелектуального капіталу є класифікаційний метод його діагностики, що не потребує обґрунтування доцільності його використання, оскільки ця категорія містить необхідні домінанти, а інтеракційні взаємозв'язки, що виникають між ними, зумовлюють появу синергічного ефекту, який також потрібно враховувати при діагностуванні. Дослідження методів діагностики інтелектуального капіталу, поданих в економічній літературі, дає змогу стверджувати про їхнє розмаїття, відсутність опрацьованої єдиноприйнятої методології їхнього використання, що підтверджується різними трактуваннями у джерелах. Крім того, через наявність великої кількості опрацьованих методів діагностики інтелектуального капіталу (дод. Б.1) їхнє використання є дорогим, трудомістким, що передбачає залучення висококваліфікованих спеціалістів, здатних підібрати відповідні показники, оскільки застосування практично будь-якої із методик базується на її адаптації до умов здійснення, адже від цього залежить якість процесу.

Генезис формування методології оцінювання інтелектуального капіталу підприємства охоплює три етапи: перший (до 1998 р.) – пов'язаний із розробленням найпростіших інструментів для вимірювання інтелектуального капіталу, що представлені у вигляді його показників; другий (із 1999 р. до 2000 р.) – характеризується розробкою методів і моделей для оцінювання інтелектуального капіталу підприємства загалом та його домінант зокрема; третій (із 2004 р.) – створення загальноприйнятої, конструктивної методології оцінювання інтелектуального капіталу підприємства. Зазначимо, що перші два етапи наукових досліджень на сьогодні можна вважати завершеними, а на базі їхніх результатів учені, формуючи фундаментальну теорію інтелектуального капіталу, розробляють методології оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, яка забезпечуватиме прийняття конструктивних управлінських рішень на підприємстві.

Дослідження, здійснені науковцями та практикаками на початковому етапі становлення теорії інтелектуального капіталу підприємства, дають змогу виокремити основні показники, які доцільно використовувати як інструменти діагностики. Так, у 1997 р. Датська рада розвитку торгівлі і промисловості запропонувала показники, згруповані на основі чотирьох домінант

інтелектуального капіталу – людського капіталу, клієнтського капіталу, технологічного капіталу та процесного капіталу [244, с. 206–240]. Дослідники виділяють 22 основних показники, які доцільно використовувати як індикатори діагностики інтелектуального капіталу підприємства (дод. Б.2, Б.3). Отже, показники, запропоновані для оцінювання людського капіталу, передбачають вимірювання компетенції, креативності та плинності працівників, а показники клієнтського капіталу відображають його 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 оцінювання технологічного капіталу (дод. Б. 2.2). Разом з тим, виправданим є твердження дослідників про важливість якості організації управління процесами на підприємстві, спрямованої на підвищення рівня задоволеності очікувань клієнтів, що відображає найчисельніша група показників оцінювання процесного капіталу (дод. Б.2.3).

Однак, запровадження у господарську практику підприємств процесів діагностики інтелектуального капіталу є вартісним і трудомістким процесом, що потребує фахового опрацювання великої кількості показників, доцільність використання яких визначається для кожного суб'єкта господарювання окремо. У зв'язку з цим фахівці, які здійснюватимуть діагностику, мають насамперед визначити рейтинг кожного показника відповідно до особливостей функціонування підприємства.

При цьому можна користуватися розробками С. Маврінаца, Г. Сестерфельда, М. Міллера, А. Борнеманна, які обґрунтували рівень важливості показників для оцінювання інтелектуального капіталу відповідно до його складових (дод. В.1). Отже, найважливіше значення серед показників оцінювання інтелектуального капіталу підприємства мають ті показники, що характеризують людський капітал, – це лідерські якості (за М. Міллером) та ефективність впровадження стратегії фірми (А. Борнеманн та С. Маврінац); для оцінювання структурного капіталу – інноваційність підприємства (А. Борнеманн, С. Маврінац, Г. Сестерфельд); для оцінювання клієнтського

капіталу – рівень задоволеності клієнта (А. Борнеманн, М. Міллер) та якість, що відповідає вимогам клієнтів (М. Міллер) (дод. В.1) [244, с. 230].

Проте найбільша цінність таких досліджень у тому, що вони дають змогу підбирати потрібні показники для діагностики інтелектуального капіталу підприємства у кожному конкретному випадку, що є очевидною та необхідною умовою прийняття конструктивних управлінських рішень. Саме такі прості в обчисленнях показники можуть бути ефективно використані для моніторингу інтелектуального капіталу підприємства (квартального, щорічного), а це підвищить рівень довіри до суб'єкта господарювання, а отже, збільшить його інвестиційну привабливість та забезпечить ефективне управління стратегічним розвитком в умовах «економіки знань».

У 2004 р. М. Бендіков і К. Джамай слушно критикують доцільність використання методу ринкової капіталізації, запропонованого Т. Стюартом для вимірювання інтелектуального капіталу підприємства. З одного боку, має рацію їхнє твердження, що ринкова вартість змінюється нееквівалентно при дії адміністративних чинників, зокрема, зниження ціни акцій корпорації «Microsoft» через подання судових позовів Антимонопольним відомством США не завжди означає зменшення її інтелектуального потенціалу [12]. З іншого боку, частково погоджуючись з цим твердженням, зазначимо, що це зовсім не стосується інтелектуального капіталу підприємства, який у цьому випадку дійсно буде знижуватися. З огляду на це, заслуговує на увагу пропонування система показників для оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, яка, незважаючи на критику, містить такі основні показники: співвідношення ринкової та балансової вартості компанії (при високому рівні інтелектуального капіталу дорівнює 100%); стабільності інтелектуальних кадрів (94%); частки нової продукції в загальному обсязі продажів – 90%; частки НДіДКР у загальному обсязі робіт – 20%; належність співробітників до компанії – 90%; розрахункової вартості заміни бази даних (100%); обороту робочого капіталу – 600%; співвідношення обсягу продажів до невикористаних витрат – 90%; задоволеність клієнтів – 90%; вірності торговій марці – 80%; стабільність клієнтів – 80% [12].

Емпіричні дослідження з розроблення методичних оцінювання інтелектуального капіталу започаткували Л. Лім і П. Деллімор. Дослідники провели опитування 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 застосовано п'ятибальну шкалу оцінювання (від 1 до 5 балів), згідно з якою до оцінювання запропоновано 120 показників, представлених відповідно до 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) [360, с. 187–190]. Здійснене оцінювання важливості кожного зі 120 показників засвідчило високий рівень придатності 7 показників для сектора клієнтського капіталу; 5 – для сектора корпоративного капіталу; 4 – у секторах відповідно людського, бізнесового та товариського капіталів; 2 – для сектора функціонального капіталу (дод. В.2). Крім того, враховуючи різний алгоритм обрахунків показників і їхні різні вимірники, у дослідженні акцентується увага на складності оцінювання і тлумачення 21 показника. Отже, розроблення методики вимірювання інтелектуального капіталу, яка є необхідною для фіксування загалом позитивного явища передбачає вирішення багатьох дискусійних питань, які є актуальним і сьогодні.

Систематизацію показників, які можна використовувати для оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, здійснив професор С. Ілляшенко, розробивши авторський підхід за «елементами потенційної і здатної складових» (дод. А.8). Економіст подав перелік показників, згрупував їх за складовими елементами інтелектуального капіталу: людського, організаційного та інтерфейсного. Однак методика їхнього використання для розрахунку рівня інтелектуального капіталу залишилась не опрацьованою.

Заслуговують на увагу дослідження, що містять класифікацію методів діагностики інтелектуального капіталу підприємства. Відомі на сьогодні методи оцінювання інтелектуального капіталу підприємства можна поділити на три великі групи:

- 1) вхідні й вихідні, якісні та кількісні, типологізовані Я. Чекаєм і М. Яблоньським [264], Дж. Чен, Ж. Зу [255];
- 2) монетарні та немонетарні, запропоновані Г. Таном, Д. Плоуменом, Ф. Ганкоком [501]; статичні й динамічні – Т. Хауселом, С. Нельсон [322];
- 3) чотири групи методів, розроблені К.-Е. Свейбі, зокрема для оцінювання ринкової капіталізації, карти результатів, безпосереднього (прямого) оцінювання інтелектуального капіталу та дохідності активів (ROA).

Запропонована у 2004 р. Я. Чекаєм та М. Яблоньським типологізація методів вимірювання інтелектуального капіталу підприємства полягала у підвищенні рівня об'єктивізму наявних методик, зокрема для цього пропонується сукупне використання чотирьох груп методів: вхідних, вихідних. Кількісних та якісних. Вхідні передбачають здійснення аналізу складових інтелектуального капіталу, починаючи від стратегії, фінансових показників діяльності підприємства та завершуючи детальною оцінкою складових елементів інтелектуального капіталу. Використання таких методів дає змогу 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 дає змогу визначити чинники, які впливають на вартість інтелектуального капіталу підприємства. Кількісні методи, використані для аналізу досягнень працівників та їх порівняльної оцінювання, дають можливість здійснювати моніторинг якості навчання, самонавчання кожного окремого працівника. Якісні методи дають змогу вивчати практичні аспекти діяльності кожного з працівників та переносити їхній досвід на колектив підприємства загалом. Серед якісних методів оцінювання інтелектуального капіталу підприємства привертає увагу модель оцінювання, що базується на вивченні системи якісних індексів, запропонованих Дж. Чен, Ж. Зу, Г. Я. Хі для встановлення рівня досягнень і можливостей утримання довготривалої конкурентоспроможності [255, с. 203–206]. Крім цього, дослідження Дж. Чен, Ж. Зу, Г. Хі на основі запропонованих ними моделей, 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 його функціонування (дод. В.3).

Отже, запропонована класифікація методів оцінювання інтелектуального капіталу підприємства – вхідні та вихідні, якісні та кількісні – є неостаточною, недоопрацьованою, що передбачає застосування фахових підходів для її застосування. Однак якісні методи оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, спрямовані на прогнозування майбутнього розвитку в цьому разі, суттєво доповнюють статичні методи, які більш доцільно використовувати насамперед для оцінювання стану інтелектуального капіталу.

Т. Хаусел і С. Нельсон у 2005 р. запропонували поділити методи оцінювання інтелектуального капіталу підприємства на дві групи – статичні (ретроспективні) і динамічні (проспективні). Статичні методи об'єднують усі методики, які дають можливість оцінити інтелектуальний капітал підприємства на певний момент, а динамічні – спрогнозувати зміни інтелектуального капіталу в майбутньому залежно від вхідних фінансових потоків [322, с. 544–557]. Розвиток описаної теорії припадає на 2007 р., коли Г. Тенон, Д. Плумен, Ф. Ганкок запропонували свій вид типологізації методів вимірювання інтелектуального капіталу, виділивши монетарні, які передбачають оцінювання інтелектуального капіталу підприємства загалом відповідають статичним методам Т. Хаусела і С. Нельсон; та немонетарні, які ґрунтуються на оцінюванні процесу перетворення нематеріальних активів в інтелектуальний капітал, а це певною мірою є аналогом динамічних (параметрично-якісних) методів Т. Хаусела і С. Нельсон [501, с. 76–95].

До динамічних методів оцінювання інтелектуального капіталу науковці зараховують також 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 Д. Андріссеном, Р. Тіссеном метод вимірювання головних (фахових) компетенцій підприємства (СС) [296, с. 80–83]. За методикою вважається, що



вартість, яку головна компетенція надає суб'єктові господарювання, дорівнює доданій вартості, яку головна компетенція віддає клієнтам на конкурентному ринку.

Серед інших варто акцентувати на моделі реальних можливостей, зокрема до цього типу методів належить модель Л. Едвінсона і М. Мелоуна. На базі цієї моделі розроблена новітня модель, відома за назвою «IC-Rating», зарахована до динамічних типів методів оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, що уможливорює розрахунок різниці між ринковою та балансовою вартістю суб'єкта господарювання. Крім того, із новітніх методів варто виокремити модель Б. 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 оцінювання інтелектуального капіталу підприємства є їхня зорієнтованість на зміни вартості цінних паперів на фондових ринках, що значно звужує їхній діапазон застосування.

Грунтовний аналіз методів вимірювання й оцінювання інтелектуального капіталу вперше здійснив у 2007 р. К.-Е. Свейбі, який, використовуючи як класифікаційні ознаки вартісні чи неwartісні вимірники та рівень можливості здійснення оцінювання окремих домінант інтелектуального капіталу, запропонував найповнішу на сьогодні класифікацію 34 методів, об'єднавши їх у чотири великі групи [495; 534, с. 287–288]:

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», оцінювання активів знань, аудит знань;

3) методи безпосередньої (прямої) оцінювання інтелектуального капіталу: брокер технологій, аудит інтелектуального капіталу, цитування

патентів, методологія оцінювання вартості, оцінювання 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 й оцінювання інтелектуального капіталу, здійснимо їхнє ранжування відповідно до підходів та можливостей використання в аналітичних цілях (дод. Б.1). Отже, наведені класифікації методів діагностики інтелектуального капіталу можна використовувати для вирішення загальних завдань економічного дослідження, зокрема ідентифікації, вимірювання та оцінювання ефективності використання інтелектуального капіталу підприємства. Однак їхнє використання потребує додаткового фахового опрацювання у кожному конкретному випадку, що зумовлює їхню трудо- і часомісткість, 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 оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, які дають підстави забезпечувати прагматизм діагностики інтелектуального капіталу, оскільки його роль у капіталізації підприємств і надалі буде зростати. Вважаємо, що методологічні домінанти діагностики інтелектуального капіталу доцільно доповнити розробкою нових конструктивних методів, використання яких окреслювало б резерви активізації людського чинника у напрямках креативного мислення, самонавчання і самоудосконалення, розвитку культурних і духовних цінностей, що є надзвичайно важливим саме для вітчизняних підприємств.

Враховуючи, що діагностика інтелектуального капіталу є витратною, логічно виправдано в кожному конкретному випадку виходити із пропозицій щодо можливостей її використання вітчизняними суб'єктами господарювання. Відтак, вважаємо за доцільне у методології діагностики інтелектуального капіталу виокремити три рівні її здійснення – моніторинг, оцінювання

інтелектуального капіталу та аналіз його впливу на креацію вартості підприємства.

Становлення і активний розвиток економіки знань зумовлюють суттєві зміни у традиційних чинниках виробництва – праці й капіталі, а трансформаційні процеси оновлюють їхні форми, які сьогодні представлені інтелектуальною працею та інтелектуальним капіталом. З огляду на це 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 – креаторами інтелектуального капіталу підприємства. Враховуючи, що ефективність функціонування сучасних підприємств більшою мірою визначається оновленою формою капіталу – інтелектуальним капіталом, то серед першочергових завдань є окреслення векторів його розвитку, а практицизм забезпечення цього потребує 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 варіанта її методології, що дасть змогу приймати управлінські та інвестиційні рішення, починаючи з раннього етапу – моніторингу (англ. «monitoring» – «неперервне стеження за певним процесом з метою виявлення його відповідності бажаному результату»). Варто наголосити, що прагматизм оцінювання інтелектуального капіталу підприємства передбачає необхідність 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 отримання відповідей на запитання щодо наявності чи відсутності інтелектуального капіталу та унаочнення, таким чином, векторів розвитку.

Отже, оцінювання інтелектуального капіталу – це дослідження його стану та динаміки з метою зменшення комунікаційно-інформаційних лакун, які наявні у господарській діяльності. Переваги запровадження оцінювання інтелектуального капіталу підприємства такі:

- підвищення довіри до суб'єкта господарювання шляхом забезпечення прозорості його діяльності, розширення спектра володіння інформацією про потенційні можливості розвитку підприємства тощо;
- популяризація 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;
- представлення стратегії розвитку підприємства, що збільшує можливості моделювання його розвитку зацікавленими сторонами;
- позитивна візуалізація підприємства на ринку товарів і послуг.

Однак запровадження оцінювання інтелектуального капіталу підприємства має низку недоліків, зокрема спричинює підвищення рівня витрат, пов'язаних зі створенням, опрацюванням, оцінюванням та представленням інформації, а отже, може негативно впливати на конкурентоспроможність суб'єкта господарювання за унаочнення інформації про джерела конкурентних переваг.

Посилення турбулентності середовища, в якому функціонує сучасне підприємство, передбачає здійснення постійного моніторингу інтелектуального капіталу підприємства. Адже за його результатами можна визначити джерела креації вартості, не пов'язані з підвищенням ефективності використання матеріального та фінансового капіталів суб'єкта господарювання. Проте теоретико-методологічні аспекти моніторингу інтелектуального капіталу підприємства сьогодні не повністю опрацьовані. Відповідно, потреба аргументації добровільного моніторингу інтелектуального капіталу і надалі залишається актуальною для підприємств у всіх країнах світу.

Соціально-економічна доцільність та дієвість запровадження оцінювання інтелектуального капіталу пов'язані з глобалізацією і сегментацією ринків, де пріоритети перемістилися в напрямку підвищення частки ринку. Напрацювання сучасної науки дають змогу обґрунтувати соціально-економічну доцільність і дієвість здійснення оцінювання інтелектуального капіталу підприємства у межах чотирьох концепційних напрямів – теорії ймовірності і теорії

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

Активізація соціального вектора в розвитку ринкової економіки зумовила появу теорії ймовірності, що ґрунтується на популяризації ідеї соціального порозуміння підприємства з оточенням. Зростання вартості сучасних суб'єктів господарювання, що більшою мірою визначається інтелектуальним капіталом, який відображає перспективи підприємства в інший спосіб, ніж фінансова звітність, підвищує зацікавленість потенційних інвесторів, фінансових аналітиків, кредиторів, а також щораз більшої кількості населення, до інформації про його стан і динаміку у кожному конкретному випадку. Такі очевидні факти вказують на соціально-економічну доцільність здійснення оцінювання інтелектуального капіталу підприємств та забезпечення поінформованості зацікавлених осіб і необхідність заповнення, таким чином, наявної на сьогодні комунікаційної лакуни, подолання асиметрії інформації тощо.

Зростання кількості товариських об'єднань (акціонерних, з обмеженою відповідальністю та ін.) 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 здійснення моніторингу інтелектуального капіталу товариств і представлення їхніх результатів як публічних матеріалів є конструктивним вирішенням такої проблеми.

Розвиток в Україні фінансового ринку, який перебуває у стані зародження, а отже очікуваного потенційного зростання, розширює можливості обґрунтування соціально-економічної доцільності та дієвості моніторингу інтелектуального капіталу підприємства відповідно до двох векторів: теорії сигналізування і теорії прийняття рішень. Згідно з першою суб'єкти господарювання зацікавлені в поширенні позитивної інформації про свій інтелектуальний капітал через механізм моніторингу, який суттєво розширює інформацію, відображену в фінансовій звітності. Саме на основі моніторингу інтелектуального капіталу підприємство розширює можливості інвесторів щодо прогнозування потенційних векторів його капіталізації, обмежує рівень

інвестиційних ризиків, що в результаті дасть змогу знизити витрати капіталу для господарського суб'єкта. Водночас теорія прийняття рішень підтверджує очевидність зацікавленості в моніторингу, базуючись на твердженні про зростання попиту на інформацію щодо інтелектуального капіталу, оскільки вона є 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 є основними чинниками утримання й поповнення капіталу, необхідного для здійснення господарської діяльності підприємства. Дієвість моніторингу інтелектуального капіталу підприємства виявляється у зниженні інвестиційного ризику і витрат на капітал, підвищенні інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання на фінансовому ринку, що відображається у креації вартості підприємства. З огляду на це вважаємо, що моніторинг інтелектуального капіталу підприємства доцільно здійснювати за його модулями-таксонами, зокрема у сфері індивідуального, соціального та колективного інтелектуального капіталів.

Основними аспектами оцінювання індивідуального інтелектуального капіталу є представлення знаннєво-компетенційного потенціалу працівників; колективного інтелектуального капіталу – відображення інформаційно-комунікаційного рівня підприємства та рівня інноваційного капіталу; соціального інтелектуального капіталу – виокремлення тенденцій у розвитку публічного капіталу та визначення організаційних цінностей підприємства. При цьому до критеріїв оцінювання 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. 1.2. Перелік запропонованих критеріїв та показників має загальний характер, що уможливує його широке використання. Проте, слід пам'ятати, що вибір показників для оцінювання й відображення результатів можна корегувати, враховуючи рівень схильності підприємства до оприлюднення інформації про інтелектуальний капітал. Відтак, враховуючи, що основним завданням оцінювання є виявлення тенденцій розвитку інтелектуального капіталу та інформування партнерів про покращення/погіршення в інтервекторному оточенні, тобто ліквідація комунікаційної лакуни шляхом надання інформації публічного характеру, застосування цих показників є виправданим.

Таким чином, використання запропонованої системи критеріїв і показників оцінювання інтелектуального капіталу підприємства дасть змогу суб'єктові господарювання суттєво зменшити «комунікаційну лакуну» та звузити інформаційну асиметричність, забезпечуючи поширення і рівний доступ до його інформаційних потоків. Зважаючи на проблемність отримання інформації науковцями, працівниками університетів, студентами-магістрами, можемо стверджувати, що лише покращення доступу до інформаційних ресурсів забезпечить їхню практичну реалізацію.

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

Таблиця 1.2

**Система критеріїв і показників оцінювання інтелектуального капіталу підприємства**

Елементи інтелектуального капіталу	Оцінні критерії	Оцінні показники	Методика розрахунку показника
Індивідуальний інтелектуальний капітал	Освіченість	Рівень освіти	Частка працівників із фаховою освітою: вища, бакалавр (за віковими категоріями)
	Фаховість	Рівень фахової підготовки	Частка заробітної плати у собівартості продукції
	Компетентність	Рівень компетентності	Рівень компетентності працівника, вартість компетенції, кількість компетенцій; частка витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції
	Адаптаційність		
	Оперативність	Рівень фахової спритності	Швидкість виконання певних професійних завдань
	Мобільність	Рівень мобільності	Частка працівників, які стажувалися; брали участь у грантах тощо
	Комунікаційність	Рівень комунікаційності	Частка працівників, які є учасниками гуртків, клубів за інтересами, громадських організацій та ін.
Коллективний інтелектуальний капітал	Інформаційність	Інформаційний рівень підприємства	Частка витрат на інформаційні технології в нематеріальних активах, наявність корпоративних порталів, коефіцієнт транспарентності
	Інноваційність	Інноваційний рівень підприємства	Кількість отриманих патентів/ авторських свідоцтв протягом 5 років; кількість проданих / придбаних ліцензій протягом 5 років; частка інноваційної (експортної) продукції у виробничій програмі; кількість систем управління якістю і безпечністю продукції
	Комунікаційність	Комунікаційний рівень підприємства	Кількість брендів, коефіцієнт навантаження на бренд, кількість торгових знаків, репутація підприємства
Соціальний інтелектуальний капітал	Інтравекторність	Рівень розвитку локального капіталу	Частка витрат на реалізацію принципів соціальної відповідальності бізнесу у виручці від реалізації продукції, прогресивність організаційної культури
	Інтервекторність	Тренди у розвитку публічного капіталу	Рівень розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури Рівень правового, економічного забезпечення інтелектуальної діяльності

\* Джерело: власна розробка автора.

Особливості методики розрахунку оцінних показників за методами співвідношення ринкової і балансової вартості суб'єктів господарювання та



$q$ -Tobina узагальнемо у табл. 1.3. Загальним недоліком, характерним для вищенаведених методів є те, що можливості їхнього застосування обмежені винятково корпоративним сектором. Крім того, застосування даного методу доцільним є лише в економічних системах, де ефективно і відкрито функціонує фондовий ринок, який визначає дійсну ринкову вартість акцій товариства. Зважаючи на недостатній рівень розвитку фондового ринку в Україні, використання названого методу для оцінювання інтелектуального капіталу може причинити певні відхилення та неточності. Саме ці аспекти враховуватимемо, застосовуючи вказану методику визначення величини інтелектуального капіталу.

Широке використання у діяльності підприємства на сьогодні має  $q$ -Tobina, а саме для вирішення питань диверсифікації, оцінювання 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 впливу макроекономічних чинників, насамперед рівня процентних ставок. Враховуючи простоту обчислення, доступність і зрозумілість інтерпретування, запропонуємо 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 певного підприємства.

Адаптуючи коефіцієнт Тобіна для використання в оцінюванні інтелектуального капіталу підприємства, звернемо увагу на його значення, оскільки методика передбачала, що в довготривалому періоді значення показника прямуватиме до 1.

Таблиця 1.3

**Основні підходи до розрахунку величини інтелектуального капіталу  
за методами MV/BV та q-Tobina**

Показник	Методика розрахунку
1	2
<b>Методика MV / BV</b>	
MV / BV [488, с. 139]	$K_{сп.} = \frac{BP}{BB}$ , де $K_{сп.}$ – коефіцієнт співвідношення ринкової і балансової вартості підприємства; $BP$ – ринкова вартість підприємства, тис. грн.; $BB$ – балансова вартість підприємства, тис. грн.
Ринкова вартість [468, с. 139]	$BP = Ца \times Ча$ , де $BP$ – ринкова вартість підприємства, тис. грн.; $Ца$ – ціна акції, грн.; $Ча$ – кількість акцій, од.
Балансова вартість [488, с. 139]	$BB = BB_a - K_3$ , де $BB$ – балансова вартість підприємства, тис. грн.; $BB_a$ – балансова вартість активів підприємства, тис. грн.; $K_3$ – залучений капітал, тис. грн.
<b>Метод q-Tobina</b>	
Коефіцієнт Тобіна [257, с. 70–71]	$q-Tobin = \frac{MV}{BV'_a}$ . де $q-Tobin$ – коефіцієнт Тобіна; $MV$ – ринкова вартість підприємства, тис. грн.; $BV'_a$ – відновна вартість активів підприємства, тис. грн.
Ринкова вартість [257, с. 72–73]	$MV = BP_{зв.а.} + BB_{пр.а} + BBЗ_д + BBЗ_к + BB_{зан} - BB_{об.а}$ , де $MV$ – ринкова вартість підприємства, тис. грн.; $BP_{зв.а.}$ – ринкова вартість звичайних акцій, тис. грн.; $BBЗ_д$ – 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.

\*Джерело: складено автором на основі наукових джерел [488, с. 139; 257, с. 70–74].

Очевидно, чим вищим є значення показника, тим вища вартість інтелектуального капіталу підприємства. Однак практика застосування даного показника в теорії інтелектуального капіталу свідчить про наявність суттєвих відхилень як у бік зменшення, тобто нижче 1 (наприклад, для капіталомістких фірм), що вказує на зниження розвитку інтелектуального капіталу

підприємства, так і в бік значного перевищення 1 (наприклад, значення показника вище від 7 мають фірми, які функціонують у галузі комп'ютерного програмування), тоді як на сьогодні для відомих фірм (наприклад, «Nokia») значення коефіцієнта Тобіна перевищує позначку 2 [534, с. 308]. Низка економістів також стверджують, що додатне значення коефіцієнта Тобіна означає потенційну можливість суб'єкта господарювання отримувати монополістичні прибутки [344, с. 202]. Проте такий висновок є доволі дискусійним, оскільки інтелектуалізація процесів виробництва (надання послуг), на нашу думку, суттєво знижує можливості щодо отримання монополістичних прибутків при такому значенні показника. Враховуючи наведене вище, пропонуємо класифікувати суб'єкти господарювання на три групи: низькоінтелектуальні (значення коефіцієнта Тобіна перебуває у межах від 1 до 2); середньо- інтелектуальні (вище від 2 до 7); високоінтелектуальні (вище від 7) (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

#### **Шкала для встановлення інтелектуального рівня підприємства**

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

\*Джерело: розробка автора на основі наукових джерел [344, с. 202; 534, с. 308].

Використання запропонованої шкали у практичній діяльності дасть змогу посилити зацікавленість підприємств у розвитку інтелектуального капіталу, активізувати людський чинник як основного носія і власника інтелектуального капіталу та забезпечить посилення креаційного потенціалу.

Запровадження у господарську практику підприємств методів ринкової капіталізації,  $q$ -Тобіна для здійснення моніторингу інтелектуального капіталу дасть змогу, насамперед, представити стан (величину) інтелектуального капіталу (підтвердити його наявність у суб'єкта господарювання), що є одним із завдань моніторингу. Крім того, використання цієї методики доцільне 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.

Отже застосування вищеподаних методів можливе, по-перше, для здійснення порівняльного оцінювання підприємств однієї галузевої спрямованості, що уможливорює доцільність використання коефіцієнта Тобіна; по-друге, для моніторингу трендових змін величини інтелектуального капіталу в довготривалому періоді, що доводить соціально-економічну доцільність використання коефіцієнта співвідношення ринкової і балансової вартості підприємства. Відтак, методи ринкової капіталізації і метод Тобіна є необхідними у вирішенні основних завдань моніторингу інтелектуального капіталу підприємства, оскільки дають змогу обґрунтувати соціально-економічну доцільність та відобразити дієвість упровадження цього процесу в практичну діяльність суб'єктів господарювання. Водночас очевидним є те, що поширення правдивої інформації щодо підприємства про стан і динаміку трендів змін інтелектуального капіталу забезпечить збільшення інвестиційних потоків на мікрорівні, а на макрорівні відобразиться у підвищенні соціальних стандартів у країні, що зумовлено інтелектуалізацією виробництв і збільшенням обсягів реалізації інноваційної продукції.

Упровадження постійного моніторингу та оцінювання інтелектуального капіталу, з одного боку, збільшить інвестиційну привабливість вітчизняних підприємств, що є надзвичайно важливим моментом, враховуючи фінансові потрясіння, які відбулись протягом останнього періоду (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 потенційних інвесторів про діяльність 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). Відповідно обмежиться рівень використання методів регулювання, невластивих ринковому способу господарювання (наприклад, введення оподаткування обміну іноземної валюти), позитивно впливатиме на формування середнього класу, уможливить підвищення соціальних стандартів і демократизацію країни, розташовано у центрі Європи.

Підсумовуючи зауважимо, що соціально-економічна доцільність запровадження моніторингу інтелектуального капіталу виявляється насамперед у зменшенні «комунікаційної лакуни» та нівелюванні асиметрії в інформаційному забезпеченні усіх працівників підприємства (пайовиків товариства). Загальновідомо, що менеджерський корпус підприємства має значно більші можливості використання інформації, різноманітних джерел походження, тоді як для широкого загалу працівників (чи 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 креації його вартості. 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 глокалізації.

## Висновки до розділу 1

Проведене дослідження теорії інтелектуального капіталу підприємства ддало змогу зробити такі висновки та узагальнення:

1. Розвиток інтелектуального капіталу підприємства відбувається в межах концепції платформи вартості, детермінований цифризацію економічних процесів, посиленням впливу знань та інших чинників інтелектуального походження на економічне зростання. Доцільність використання концепції платформи вартості інтелектуального капіталу обґрунтовується забезпеченням розвитку методологічних домінант його оцінювання, виявленні інтерактивних взаємозв'язків між структуротворчими елементами, що дозволяє відображати процеси креації вартості підприємства. Уточнене трактування поняття інтелектуального капіталу підприємства, як модерного виробничого ресурсу інтелектуального походження, який, генеруючи інтелектуальну додану вартість, позитивно динамізує процес креації вартості представляє процес управління його розвитком та конкретизує кінцевий результат. Для покращення управління інтелектуальним капіталом підприємства доцільним є виділення низки функцій, зокрема пізнавально-гносеологічної, інтеграційної, каталізатора змін, стимулюючої, регулюючої, інформаційної, виховної, культорологічної, які дозволяють підвищувати ефективність його використання. Застосування інтелектуального капіталу забезпечує генерування інтелектуальної доданої вартості, що позитивно впливає на креацію вартості підприємства та визначає стратегічний розвиток суб'єкта господарювання.

2. Удосконалення процедур структурування інтелектуального капіталу підприємства дозволяє виокремити його таксономію, зокрема індивідуальний (капітал знань, капітал компетенцій), колективний (ринковий, інноваційний, інформаційний) та соціальний (локальний, публічний). Індивідуальний інтелектуальний капітал охоплює розвинений людиною капітал знань і сформований капітал компетенцій, інтегрованих такими якісними характеристиками, як креативність, інтелігентність і комунікативність. Інформаційний капітал охоплюючи інформаційні потоки, дозволяє характеризувати здатність упорядкованої, згуртованої і систематизованої на

підприємстві інформації створювати інтелектуальну додаткову вартість. Інноваційний інтелектуальний капітал відображає здатність інновацій, інтелектуальної власності, систем управління якістю генерувати інтелектуальну додану вартість. Ринковий інтелектуальний капітал відображає здатність гудвілу, брендингу розширювати масштаби ринку збуту, покращувати лояльність клієнтів, що позитивно впливає на процеси креації вартості підприємства. Соціальний капітал інтелектуального походження відображає спроможність організаційної культури, сформованої на базі філософії управління, стимулювати працівників до розвитку комунікативних, креативних та інноваційних навичок, що забезпечує інтелектуалізацію праці на підприємстві.

3. Удосконалений інструментарій оцінювання інтелектуального капіталу підприємства охоплює систематизацію критеріїв, показників, технології їхнього розрахунку та слугує основою для побудови конструктивної системи його оцінювання як в межах корпоративного, так і підприємницького секторів економіки, що забезпечує його універсальність. Пропонована низка оцінних показників інтелектуального капіталу виявляє пріоритети його розвитку в межах структурних модулів, що конкретизує резерви його нарощення. Розроблена шкала для встановлення інтелектуального рівня підприємства дає змогу здійснювати класифікацію, а її практичне застосування в аналітичних цілях розширює можливості представлення інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

Результати авторських напрацювань відображено у наукових публікаціях [129; 134; 137; 138; 153; 159; 161; 165].

## РОЗДІЛ 2

### ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ КРЕАЦІЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СПЕКТРІ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

#### 2.1. Поняття і новелізація характеристик економічної категорії вартості в науковій думці

Поява нової парадигми господарювання у ХХІ ст. зумовлена переходом економіки у наступну еру розвитку – економіку знань, інформаційних технологій, екологізації виробництв та соціальної відповідальності бізнесу, сприяла змінам 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. В результаті це зумовлює 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 дає змогу 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 у II кварталі 2013 р. ринкова вартість «Apple» після стабільного трирічного зростання досягла позначки 600 млрд. дол. США, перевищивши,



наприклад, ВВП Польщі, а також очікується й надалі позитивна динаміка ринкової капіталізації фірми. Так, економісти помилково передбачали, що у 2014 р. «Apple» стане першою «мільярдною фірмою», адже у 2015 р. вона досягла лише 725 млрд. дол. США (табл. 2.1) [498; 241].

Таблиця 2.1

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

Фірма	Країна	Ринкова вартість і її динаміка, млрд. дол. США			
		2011 р.	2015 р.	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	408,8	357	-51,8	-13
Berkshire Hathaway	США	x	357	x	x
Microsoft	США	253,2	334	80,8	+32
Petro China	Китай	278,97	330	51,03	+18,3
Wells Fargo	США	x	280	x	x
Johnson & Johnson	США	178,8*	280	101,2	+57
ICBC (China)	Китай	x	275	x	x
Novartis	Швейцарія	x	267	x	x

\* Дані за 2012 р.

\*\* Джерело: складено автором самостійно на основі [251; 261; 391; 392; 518]

Додатковим підтвердженням є дослідження, результати яких засвідчують, що ринкова вартість найбільших світових компаній упродовж кількох десятиліть суттєво перевищує їхню балансову вартість, зокрема протягом 2011–2015 рр. зростання вартості фірм, відомих як бренди «Apple», досягло майже 128% (407,8 млрд. дол.), «Google» – 154% (227,3 млрд. дол.), «Johnson & Johnson» – майже 101,2% (57 млрд. дол.), «Microsoft» – 80,8% (32 млрд. дол.) (табл. 2.1) [251; 391; 392; 518].

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. В «Економічній енциклопедії» термін вартість визначено як «економічну категорію, яка виражає уречевлену в товарах та послугах суспільно необхідну працю й економічні відносини між суб'єктами господарської діяльності, що пов'язані з суспільним поділом праці й обміном товарами та послугами» [48, с. 154]. Водночас нова парадигма господарювання, тривалі трансформаційні процеси вітчизняної економіки, зокрема у сфері власності, зумовили необхідність напрацювання законодавчо-нормативних актів щодо практичного оцінювання підприємств і розгляд вартості «...як еквівалента цінності об'єкта оцінювання, вираженого у ймовірній сумі грошей» [51, с. 116]. Таким чином, можемо констатувати, що такий підхід до розуміння вартості підтверджує її абстракційний характер, а це доводить її існування та виявляється у грошовій формі під час обміну, оскільки саме тоді з'являється поняття еквівалента.

Варто звернути увагу, що категорія вартості детально описана не лише у наукових публікаціях вченими-фундаторами економічної теорії, а й стародавніми філософами та теологами. Перші філософські підходи до трактування поняття «вартість» висвітлено у працях давніх єгипетських і грецьких філософів. Так, перші погляди на поняття «вартість» віднотуємо у давньогрецьких філософів, софіста Протагора із Абдери (480– 410 рр. до н. е.), який представляв вартість в «Антології...» як суб'єктивний вияв свідомості людини і стверджував, що «... про вартість речі говорить не реальність, а людина та її суб'єктивні відчуття... вартості є змінними від часу, місця, обставин та не існують поза свідомістю людей», і Ксенофонта (приблизно 430–354 рр. до н. е.), автора книги «*Oikonomikos*», де вартість зіставляється лише із «корисними речами, тими, які задовольняють певну потребу» [4, с. 315–318, 419; 82]. Деякий об'єктивізм у поняття вартості вносить учень Платона Арістотель, ототожнюючи його з «благом, правдою, справедливістю», а в своїй «Політиці», стверджуючи про «мистецтво нагромадження багатства, мінову торгівлю», вперше вводить поняття «споживчої і мінової вартості» та «грошей як вимірника вартості» [5; 6, с. 25–27]. Отже, поняття «вартість» у працях

давніх філософів трактується по-різному, наприклад, як благо, чесність, справедливість тощо.

Великий обсяг напрацювань і активізація досліджень у цій сфері дали змогу наприкінці XIX – на початку XX ст. сформуванню нового науково-філософського напрямку, де формулюється загальна теорія вартості, відомий за назвою «аксіологія», в межах якого і спостерігався її подальший розвиток завдяки працям австрійського філософа, дослідника проблеми цінності А. Мейнонга, розробника поняття «гештальт-якості» Х. фон Еренфельса, німецького філософа, основоположника філософської антопології М. Шелера та польського філософа, дослідника феноменології, онтології та естетики Р. Інгардена.

Пропонована тематика активно досліджувалася й представниками економічної школи фізіократів, про що свідчать наукові підходи Ф. Кене, відображені у представленні «споживчої» вартості та «вартості реалізації» або ціні, та А.-Ж.Тюрго, який вбачав «... джерело вартості у праці селян, продуктивність яких перевищує вартість праці, затраченої на створення продукту» [436, с. 129; 512, с. 2]. Зауважимо, що теорію вартості розглядали у своїх наукових публікаціях представники класичної економіки при дослідженні природи багатства:

- фундатор А. Сміт, який, розвиваючи трудову теорію вартості, вперше виділив її вимірники, впроваджуючи поняття «мінова вартість» і «споживча вартість» (вартість споживча не завжди дорівнює вартості міновій) [127, с. 87–90];

- прихильник трудової теорії вартості Д. Рікардо, який в «Основах політичної економії і оподаткування» (1817) переконує, що вартість визначається витратами праці, зокрема вона «...прямо пропорційна до кількості праці і обернено пропорційна до продуктивності ...» [123, с. 405–406, 414];

- представник французької школи політекономії Ж.-Б. Сей, який ототожнює вартість з цінністю, вперше розділяючи «працю

продуктивну...створює додану вартість та не продуктивну...не створює доданої вартості» [455, с. 291–294];

- основоположник поняття «економічний примус до праці» Дж. С. Міль, який розглядає вартість як характеристику речі, що дає змогу сприймати її «більш чи менш ... очікуваною, цінною, важливою» [88, с. 482–183, 495]. Науковець, розвиваючи трудову теорію вартості, доводить, що «непродуктивна та продуктивна праця» є однаково корисними. Серед елементів вартості праці економіст крім таких, як «... майстерність і знання ... робітників ... або управлінців», визначає «рідкість» як чинник зростання вартості праці, що автоматично спричинює зумовлею вартості блага. Учений досліджував проблему корисності навчання на різних рівнях [93, с. 437–440]. 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 – покращенні матеріального рівня домогосподарств [378, с. 180–184]. Крім того, корисність навчання Дж. С. Міль вбачає також у зменшенні видатків з бюджету держави на фінансування силових органів, зокрема судів та міліції, оскільки навчання сприяє зниженню рівня злочинності, а отже, може бути на сьогодні основним чинником розвитку в Україні демократії й розбудови громадянського суспільства [378, с. 185];

- прихильник чистої політичної економії Н. В. Сеніором, який у першій праці «Нариси з політичної економії» стверджував, що «...вартість є функцією корисності (вираженої попитом) або рівнем доступності блага (представленого пропозицією)» [286].

Розвиток теорії вартості базувався на застосуванні підходів матеріалістичної діалектики вченими К. Марксом – фундатором марксизму та Ф. Енгельсом. Саме марксистки, досліджуючи природу капіталу, вперше вказують на матеріально-суспільний характер вартості. Марксистський дуалізм

вартості виражається у виділенні її двох форм – споживчої та мінової. При цьому загальна вартість блага охоплює заробітну плату та додаткову вартість, яка, на думку економістів, «джерелом збагачення капіталістів» [86, с. 380–381]. Однак логічно розглядати додану вартість як дохід на вкладений капітал, що використовується у процесі створення певного блага. На сьогодні головне припущення марксистської теорії, що «...праця є єдиним джерелом вартості», цілком слушно, на нашу думку, викликає багато дискусій [86, с. 380–381]. 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 не створила підґрунтя для пояснення природи походження економічної категорії «вартість», що є основою для майбутніх наукових розвідок.

Подальший розвиток теорії вартості відбувався у межах досліджень представників неокласичної економіки, зокрема засновника маржиналізму (напрям виник у середині XIX ст.), репрезентанта психологічної австрійської економічної школи, розробника суб'єктивної теорії вартості К. Менгер. Зауважимо, що ця теорія ґрунтується 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» [375, с. 213]. Вартість, на думку вченого, визначається суб'єктивним чинником – «граничною корисністю», вперше запропонованою до наукового обігу Ф. фон Вайсером.

Крім того, значний внесок у розвиток теорії вартості мали праці представників неокласичної школи – суб'єктивіста, розробника теорії граничної продуктивності Л. Вальраса та засновника математичної школи в економіці В. С. Джевонса, який, увівши у науковий обіг поняття «кінцева міра корисності, або міра корисності останньої порції», сформулював закон спадної граничної корисності; теорії оптимальної політики суспільного добробуту В. Парето; фундатора теорії граничного аналізу Й. Г. Тюнена, дослідження якого, на думку Й. Шумпетера, випереджали свою епоху і базувалися на трактуванні людини як

капіталу, що давало, як вважав учений, підстави до оцінювання його вартості [209].

Надалі розвиток теорії вартості відбувся у течії неокласицизму із появою праць ученого А. Маршала, який, проаналізувши зв'язки між попитом, пропозицією та ціною товару, стверджувала, що «актуальна вартість ... так звана ринкова частота, часто залежить більше від випадкових заходів, від чинників, які тривають коротко, ніж від чинників стабільних» [88, с. 166–176, 369–383; 89, с. 151, 152]. Важливим є те, що запропоновані вченим постулати взаємозалежностей величини 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.

Зазначимо, що в 1990 рр. ХХ ст. в економічній думці активізувалися дослідження у сфері маркетингу та оцінювання його впливу на виробництво, зокрема доцільно відзначити праці американського економіста Ф. Котлера, який трактує вартість як «здійснена клієнтом оцінювання загальної здатності продукту задовольняти певну потребу» [88, с. 512]. Таким чином, доходимо висновку, що економічна категорія вартості перебуває у постійному розвитку.

Підвищення ефективності виробництва, зростання продуктивності праці, розширення доступу до фінансових ресурсів дають змогу збільшувати створену додану вартість та забезпечують покращення якості життя населення, особливо високорозвинутих країн, що дало нині можливість знову розширити спектр погляду на імператив вартості в напрямі формування поняття «соціальна вартість». Зауважимо, що вперше дефініцію «соціальна вартість» використав представник відносно нової течії в економічній думці – інституціоналізм – професор К. Ейрс, доповнюючи цінову вартість блага (запропоновану неокласиками) вартістю промисловою. Вчений вважав, що промислова вартість блага є, як його внеском у суспільний добробут, тобто за своєю природою має соціальне походження, тому її можна називати «соціальна вартість» [259]. Остання є складовою так званої промислової вартості.

У сучасних дослідженнях привертають увагу насамперед аспекти забезпечення добробуту, що, на нашу думку, пов'язано зі швидкими темпами економічного розвитку, гуманізацією та демократизацією суспільства. Такі підходи відображені у працях американсько-канадського економіста Дж. Гелбрейта, який стверджує, що сьогодні «...якість життя визначає вартість блага» [307, с. 33]. При цьому дослідник зазначає, що створений національний дохід підлягає поділу на двох етапах: на першому здійснюється 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. Відповідно блага стають доступнішими та набувають так званої «соціальної вартості», що в динаміці знижується у результаті розширення доступу до їхнього набуття.

Розширення присутності інтелектуального капіталу в усіх сферах життя суспільства, цифризації економіки, забезпеченні інтелектуалізації праці та підвищенні конкурентоспроможності на мікрорівні новелізує погляди на імператив вартості, що зумовлює необхідність введення в науковий обіг дефініцію «інтелектуальна вартість». Наголос в економічному аргументуванні доцільності її виділення відображений гіпотезою, яка припускає, що функціонування інтелектуального капіталу в процесі виробництва і комерціалізації продукції (робіт, послуг) генерує інтелектуальну вартість, яка є домінуючою ознакою сучасної моделі вартісних конкурентних переваг.

Проблематика вартісних конкурентних переваг зацікавила науковців наприкінці ХХ ст., коли економіст П. Друкер вперше написав про «працівників знань» [279], А. Раппапорт запропонував концепцію управління вартістю [438], П. Дойль вказав на важливість створення вартості для інвесторів [275; 438] та ін. Подальшій активізації досліджень сприяли становлення «економіки знань», цифризація економічних процесів, що продовжено у вивченні вартості «підприємства знань» К.-Е. Свейбі [494, с. 163–184; 497], інтелектуальних цінностей як «креаторів вартості» С. Джілдіном, Р. Пайком [272, с. 44],

можливості заміни знань на вартість Л. Едвінсоном та П. Саліваном [287, с. 363], залежностей ринкової вартості підприємства від вартості інтелектуального капіталу, що функціонує в нематеріальній сфері помічених Р. Петті та Дж. Гутрі [414, с. 157], перспектив генерування доданої вартості у «невидимій сфері» [291, с. 12–16] тощо.

В процесі подальшої фундаменталізації теорії вартості, з огляду викладене вище логічним і доцільним є доповнення усталених підходів при тлумаченні цієї економічної категорії якісною ознакою її інтелектуалізації. Такий погляд, на нашу думку, кристалізує на термінологічному полі появу інтелектуальної вартості, здатної в умовах цифризації економічних процесів позитивно динамізувати процеси креації вартості на мікрорівні.

Орієнтація на інтелектуальну вартість нівелює негативний вплив, зумовлений міграцією вартості до більш ефективних сфер застосування, на чому наголошували А. Сливозький [471], Д. Сюдак [468], А. Яблоньські [333], А. Які [335] тощо. Відтак, сьогодні інтелектуальна вартість перетворюється на основний елемент забезпечення зрівноваженого розвитку, що дає можливість модерним суб'єктам господарювання поряд із економічними (конкурентоспроможність, прибуток, інвестиційна привабливість і ін.) виокремити соціальні (соціальна відповідальність бізнесу, філософія управління, розвиток громад, духовні цінності і т. ін.) та екологічні (вплив на оточення, екопродукція) генератори економічного поступу суспільства.

Зважаючи на сучасні особливості формування економічної політики у високорозвинутих країнах світу можемо стверджувати, що інтелектуальна вартість і надалі буде залишатися основною домінантою в забезпеченні економічного зростання. Так, з одного боку, актуалізуватимуться проблеми визначення регіональної спеціалізації, а з іншого – змінюватимуться чинники її забезпечення. При цьому є низка чинників, які в умовах ринкової економіки продовжують залишатися незмінними, зокрема це розвинутий підприємницький сектор, раціональне використання виробничих ресурсів чи ефективне державне регулювання тощо.



Однак «економіка знань» кристалізувала й інші параметри, без яких нині не можна забезпечити позитивних економічних трендів, наприклад інтелектуалізація праці, екологічна орієнтованість виробництва, формування конструктивного міжсекторного партнерства, переважання вартісних конкурентних переваг тощо. В палітрі другої групи чинників економічне зростання базується винятково на розвитку інтелектуального капіталу, спроможного забезпечити транспарентність підприємства, підвищення інтелектомісткості виробництва та розширення обсягів екопродукції, тобто розбудову вартісних конкурентних переваг, наголос на яких посилюється.

Отже, запропонована дефініція «інтелектуальний капітал підприємства» дає змогу розглядати соціальну вартість як структурний елемент інтелектуальної, що визначається архітектурою інтелектуального капіталу підприємства та відповідає тенденціям сучасної економічної думки. Крім цього, таке сутнісно-змістове наповнення терміна «інтелектуальний капітал підприємства» дає змогу виявляти резерви генерування інтелектуальної вартості, вирішальний вплив якої на економічний прогрес доведений у розлогіх дослідженнях як теоретичної, так і практичної спрямованості. Зважаючи на наведене вище, можемо стверджувати, що інтелектуальний логос в теорії вартості й надалі посилюватиметься.

Ретроспективний погляд на імператив вартості в економічній думці дає змогу зробити певне оцінювання та узагальнення, зокрема можна акцентувати, що термінологічне поле економічної категорії вартості є досить широким і постійно трансформується, беручи до уваги на етапи розвитку економіки. Відтак, в історичному аспекті трактування вартості як економічного явища розглядалося як благо, правда, спреведливість – у давніх 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.

Підсумовуючи, можемо виділити об'єктивний (А. Сміт, Д. Рікардо та ін.) і суб'єктивний підходи (Дж. Б. Сей, К. 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 мають індивідуальний чи суспільний характер та відображають рівень задоволення потреб. У зв'язку з цим сьогодні класично виокремлені ринкова (мінова) вартість (обґрунтовується впливом попиту та пропозиції) й споживча вартість (визначається рівнем корисності (граничної корисності) блага вдало доповнюються соціальною вартістю, яка формується шляхом скерування частини створеної доданої вартості на розвиток соціального капіталу, а її функціонування забезпечує підвищення рівня добробуту громадян, та інтелектуальною вартістю, зумовленою підвищенням інтелектуалізації праці на усіх рівнях функціонування сучасних суб'єктів господарювання, що посилює їхніх вартісні конкурентні переваги. Зважаючи на різноманітність поданих дефініцій та постійний розвиток у сфері економічних процесів, зокрема новелізацію системи конкретних переваг («від цінової до вартісної»), можемо стверджувати, що й надалі спостерігатимемо розвиток економічної категорії «вартість», який базуватиметься на розширенні гуманістичних, соціальних та інформаційних аспектів погляду тощо.

## **2. 2. Дефініція, ознаки та детермінанти креації вартості підприємства**

Філософія нової парадигми господарювання розвивається в напрямку розбудови «фундаментальних елементів вартості» підприємства, що перетворюється на основну мету функціонування, підґрунтям якої є теорія зацікавлених сторін, а її логічним продовженням сьогодні виступає концепція соціальної відповідальності чи «цифрових бізнес-моделей» [249, с. 13; 266, с. 21–22]. Перспективність доктрини соціальної відповідальності бізнесу є

основою моделі зрівноваженого розвитку сучасного конкурентоспроможного підприємства, інноваційний контент потребує 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. Головним моментом у забезпеченні високих темпів креації вартості підприємства залишається термінологічне визначення і окреслення домінант, які б гарантували утримання гармонійного (зрівноваженого) розвитку суб'єкта господарювання у довгостроковій перспективі.

Базуючись на результатах 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» дедалі частіше застосовується при дослідженні проблем «управління вартістю підприємства», «максимізації ринкової вартості підприємства», «максимізації вартості для акціонерів» тощо. Піддаючи логічному аналізу наукові публікації й узагальнивши пропозиції, вважаємо за доцільне в процесі управління вартістю виокремити дві стадії: перша – креації (творення) вартості, друга – використання (застосування) створеної вартості. Основою такої структуризації процесу вартісно-орієнтованого управління підприємством є підприємницький конструктивізм, що дає змогу виокремити генератори креації вартості та сфери її застосування, які характеризуються різним впливом на підвищення його ефективності.

Акцентуючи на предметі нашого дослідження, більш детальну увагу приділимо основним підходам до тлумачення поняття «креація вартості підприємства»:

- онтологічний – дає змогу обґрунтувати існування поняття «вартість підприємства», зважаючи на різноманітність і багатогранність його трактування економічною думкою;
- гуманістичний – дає можливість синтезувати поняття «креація вартості підприємства» в межах економічних, психологічних, культурологічних

і соціологічних аспектів, що є особливо актуальним для сучасного етапу економічного поступу суспільства;

- епістемологічний – виявляє технології вивчення процесів креації вартості підприємства та резерви підвищення її ефектів.

Варто погодитися з твердженням, що є першим філософським тлумаченням «вартості фірми як ... ймовірності, що старі клієнти повернуться на попереднє місце навіть тоді, коли старого купця чи продавця ... уже не буде», котра з'явилася у юридичній сфері при винесенні вироку британським судом щодо «Gruttwell Kontro Lye» у 1810 р. [515]. Уже сьогодні у термінологічному полі пропонується розглядати «...вартість підприємства як грошовий вимір капіталу, вкладеного в операційну діяльність» [468, с. 16]. Однак це тлумачення не відображає змісту інвестиційної діяльності, спрямованої на розвиток інтелектуального капіталу.

Крім того, варіативність підходів, представлених економічною думкою і практикою оцінювання щодо термінологічного визначення «вартість підприємства», враховуючи ринковий/неринковий аспекти та суб'єктивний чинник корисності, дає змогу виділити такі способи його розуміння [119]:

- балансова вартість – охоплює вартість активів, зменшену на суму боргових зобов'язань підприємства, тобто дорівнює вартості власного капіталу. При цьому зацентруємо увагу, що цей показник лише частково враховує «інтелектуальну вартість», зокрема у вигляді вартості нематеріальних активів, тоді як інші складові залишаються неохопленими (гудвіл, ноу-хау тощо);

- ринкова вартість – це «...вартість, за яку можливе відчуження об'єкта оцінювання на ринку подібного майна», тобто ціна, яку готові заплатити інвестори за підприємство у певний момент [119]. Звертаємо увагу, що, враховуючи суб'єктивну характеристику корисності, величина ринкової вартості може коливатися у дуже широких діапазонах;

- ліквідаційна вартість – визначається сумою коштів, які можуть бути отримані власником при ліквідації підприємства. Цей оцінний показник вартості підприємства не відображає її дійсної величини, оскільки може бути розрахований на момент його ліквідації. На нашу думку, саме тому 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 – це вартість створення в сучасних умовах аналогічного за виробничими потужностями підприємства. Вважаємо, що застосування такого оцінного показника не перебуває у сфері креації вартості підприємства, а тому розгляд його як базового поняття не є виправданим з економічного погляду;

- справедлива вартість – це ринкове оцінювання активів чи зобов'язань суб'єкта господарювання, що виникає між зацікавленими, добре поінформованими та незалежними сторонами [94]. Зважаємо на той факт, що саме вказане поняття найкраще відображає процеси креації вартості підприємства, оскільки дає змогу враховувати вартість такого нематеріального активу, як «гудвіл», 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, виправданим є розширення застосування «справедливої вартості» при оцінці бізнесу та гудвілу, що дає змогу збільшувати вартість підприємства на ціну гудвілу, адже саме показник «справедливої вартості», дозволяючи дотримуватися принципу прозорості, забезпечує прозорість звітності, що надзвичайно важливий позитивний сигнал для виходу та фіксування на європейському ринку вітчизняних суб'єктів господарювання [329].

Таким чином, перевагою міжнародних стандартів оцінювання бізнесу можна вважати відкриття можливостей збільшення/зменшення вартості суб'єкта господарювання на суму гудвілу/бавділу (негативної репутації) чи ноу-хау – вартість генераторів інтелектуального походження, що виникає при її перевищенні/недосягненні «справедливої вартості» [329]. У наявних дослідженнях сучасної науки дедалі частіше привертають увагу широкі чи вузькі спектри застосування поняття гудвілу. Так, одні науковці трактують цей термін як ділову репутацію, «добру волю», 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» [224, с. 210–214; 116]. Друга група дослідників розглядає це поняття дещо вужче, стверджуючи, що «гудвіл» та «репутація підприємства» є різними, або ж виокремлюючи персональну чи бізнесову складові [527, с. 35; 207]. Отже, представлені підходи до оцінювання вартості підприємства дають змогу стверджувати, що при її формуванні помітним є зростання впливу інтелектуального чинника. Однак ототожнення загальної вартості підприємства лише з вартістю гудвілу, на нашу думку, є невиправданим. Вважаємо логічним врахування величини гудвілу як генератора інтелектуальної вартості, що виявляється як синергічний ефект від функціонування індивідуального та колективного інтелектуального капіталу підприємства.

Зауважимо, що фахова література сьогодні містить багато інших понять вартості підприємства, серед яких поточна, розрахункова, інвестиційна, страхова, податкова вартість, вартість ринкової капіталізації, заміщення тощо [77, с. 114–118; 91; 119]. Проте з огляду на предмет дослідження вважаємо, що їхній розгляд як базової домінанти при інтерпретації «вартості підприємства» є недоцільним, оскільки характеризується певними обмеженнями та не дає змогу здійснювати узагальнення.

Отже, строкатість термінологічного поля, зумовлена неоднозначністю дефініції «вартість підприємства», на сьогодні не дає моливості представити єдиноприйнятого її тлумачення. Відповідно до предмета дослідження пропонуємо розглядати підприємство як об'єкт обміну (продажу) основою якого є поняття «справедлива вартість» інтелектуального походження, тобто визначена на базі відомих цін з урахуванням імовірної 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 їхнього функціонування, встановлених на певну дату в умовах конкурентного ринку. Обґрунтуванням

представленої дефініції є переконання наявного і постійно зростаючого інтелектуального контенту процесів креації вартості сучасних підприємств.

Зважаючи на посилення позитивного впливу інтелектуального капіталу на величину вартості підприємства, логічним вважаємо дослідження і забезпечення протікання процесів її креації, як слушно зауважив М. Сюдак нині саме «...створення вартості ... є підставою для доброї конкурентної позиції підприємства» [469, с. 5]. Крім того, результати вивчення аналітичних звітностей, проведеного відомими консалтинговими фірмами, засвідчують, що за економічною глобалізацією, швидким розвитком фінансових ринків та інформаційних технологій однією із головних цілей функціонування підприємств є креація вартості як інтелектуальний чинник.

Обґрунтуванням наявності таких процесів економісти займалися ще у 1980 рр., 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» за авторства А. Шапіро та Ш. Балбірера, які акцентують увагу на важливості креації вартості підприємства [465, с. 8]. Фактично це означає, що протікання процесів креації вартості дає змогу забезпечувати її максимізацію, а отже, гарантувати зрівноважений розвиток підприємства, запобігати втраті суб'єкта господарювання через виникнення рейдерських атак, що поширено в сучасних умовах господарювання в українських реаліях.

Розвиток теорії креації вартості підприємства базується на ідеях, що поширились в останній період у сферах:

- інтелектуалізації підприємств – зростання ролі інтелектуального капіталу та спроба обґрунтувати його вплив на процес креації вартості. Саме домінанта інтелігентності дає змогу підприємству забезпечити стабільну динаміку економічного 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, означений у працях О. Кендюхова як «...здатність продукувати нові знання ... при створенні інтелектуального продукту» [67]. Звідси, логічною і зрозумілою є доцільність підвищення інтелектуалізації праці в сучасних умовах господарювання;

- маркетингу, зорієнтованому на вартість – дослідження у сфері управління вартістю клієнта, оскільки на сьогодні підприємства на глобальному ринку дедалі частіше орієнтуються на потреби споживача. Уперше термін «вартість для клієнта» запропонував у 1954 р. П. Друкер [276]. Представлені постулати вченого зацікавили дослідників і були обґрунтовані у теорії вибору споживача; теорії маркетингу, розробленої Ф. Котлером, яка доводить, що джерелом вартості для підприємства є задоволення потреб клієнтів [352]; на початку 1980 рр. М. Портером, як поняття «ринкові сигнали», що знайшло подальший розвиток у 1985 р. при визначенні місця «вартості покупця» у запропонованому «ланцюгу вартості» [425, с. 75–87, 130–146]. Надалі розвиток постулатів теорії вартості скерований на врахуванні П. Дойлем креації вартості, що виражалася «сильною маркою, лояльністю клієнтів...», та обґрунтуванні залежностей між «вартістю для клієнтів» та «акціонерною вартістю» [274, с. 46; 275, с. 23, 24]. Цікавим є підхід до шляхів забезпечення креації вартості А. Які, який створення вартості пропонує досягати шляхом запровадження заміни набору товарів на товари з вищою якістю [318, с. 16]. Зауважимо, що вітчизняні науковці, зокрема О. Кендюхов, здійснюють дослідження «капіталу марки» як важливої складової інтелектуального капіталу підприємства [63]. Отже, зважаючи на нову філософію функціонування підприємств, що виражається у зміні цілей та новелізації пріоритетів, насамперед їхнє базування на маркетингових чинниках та розуміння цього постулату вітчизняними суб'єктами господарювання дасть змогу 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 – уперше у науковому просторі була представлена Е. Фріменом у праці «Стратегічний менеджмент. Партнерський підхід» і базувалася на репрезентації оточення, названого «партнерами» чи «групами партнерів», які є учасниками процесу креації вартості у корпоративному секторі [303; 304]. Принагідно згадаємо, що ця теорія виникла за розширення підходів, представлених А. Берлі та Г. Мін у 1932 р., що «...корпорації...повинні працювати винятково в інтересах власників...збільшуючи їх багатство», та І. Ансоффом щодо корпоративних стратегій при управлінні конфліктами між менеджерами, працівниками, акціонерами, постачальниками та інвесторами, названими вперше у 1965 р. «стейкхолдери» [228, с. 137; 216, с. 33, 34].

Нині цей вектор наукових досліджень спрямований на врахування інтересів акціонерів, що відображає концепція управління вартістю А. Раппапорта, шляхом створення «потенціалу креації вартості для акціонерів» [438, с. 63]; «вартості для інвесторів» за П. Дойлем та розробки «стратегій креації вартості», що мають максимізувати «акціонерну вартість» [275; 438]. Зауважимо, що саме для пояснення цієї теорії А. Раппапорт вперше використовує поняття «лакун вартості, як різниці між вартістю, яка максимізує акціонерну вартість та ринкову вартість» [438, с. 2]. Однак, беручи до уваги наявні напрацювання науковців, водночас погоджуємося 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 підтверджує вітчизняна практика, оскільки власники потужних підприємств збагачуються доволі швидкими темпами, а локальні громади, де вони функціонують, характеризуються низьким рівнем розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури, відсутністю сучасних транспортних шляхів, а загалом у країні таким споживчим кошиком, що не достатньою мірою забезпечує матеріальну базу, не враховуючи нематеріальної складової як умови якості життя громадян;

- соціальної відповідальності бізнесу – сучасне підприємство має активно функціонувати як у господарській, так і в соціальній сфері суспільства. Актуальною вважаємо пропозицію П. Друкера, висловлену у 1954 р. щодо

аксіоми відповідальності бізнесу: «те, що є добре для суспільства», має знайти відображення в «інтересах підприємства» [276, с. 156, 234]. Дослідники 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 візерунка в оточенні» [409, с. 89]. Практицизм соціальної відповідальності підприємства означає дотримання екологічних норм щодо забруднення повітря, ґрунтів і вод; випуск екологічно безпечної продукції; залучення до вирішення соціальних проблем тощо;

- моделювання перспектив – пропозиція застосування стратегічних карт (Р. Каплана, Д. 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, більш продуктивних при створенні доданої вартості. Так, наприклад, трьохвідсоткове щорічне зростання польської економіки «Blomberg» та «Morgan Stenlay» пов'язують із корпоративними структурами низької/середньої капіталізації (до 500 млн. євро) [295, с. 34–35].

Зважаючи на вищенаведене, можемо констатувати, що розвиток підприємства дедалі частіше пов'язують із креацією вартості, яка найшвидшими темпами відбувається у сфері функціонування інтелектуального капіталу. Принагідно зауважимо, що вперше в наукове термінологічне поле поняття «креація вартості» ввели у 1994 р. дослідники Дж. Мактаггарт, П. Контес і М. Манкінс, розглядаючи «імператив вартості» у створенні багатства, фінансових і стратегічних детермінант креації вартості для стейкхолдерів [373, с. 2, 69–110]. Запропоновані науковцями ідеї є основою концепції вартісно-орієнтованого управління, яку розробив у 1998 р. для корпоративного сектору А. Раппапортом. Вона спрямована на забезпечення максимізації вартості для акціонерів у довгостроковій перспективі шляхом виокремлення функцій управління і власності та організації контролю власників за ефективністю функціонування товариства [438].

Сьогодні вказаний напрям охоплює популярні закордонні і вітчизняні економічні дослідження, наприклад, Т. Копеланд вивчав оцінку управління вартістю компаній [262]; Ч. Мульфонд – проблеми удосконалення звітності про рух грошових потоків [384]; П. Контес – аспекти зростання доходу та максимізації вартості акціонерного капіталу [350, с. 207–213]; Н. Брюховецька – моделювання інвестиційної привабливості публічних акціонерних товариств, де найбільш впливовими виявилися чинники виплати дивідендів та експортна діяльність [16; 17]; І. Булеєв – розробив механізм управління капіталізацією нематеріальних активів підприємства та шляхи вирішення проблем забезпечення усталеного розвитку підприємств на основі їхньої капіталізації [20; 21]; О. Кузьмін – окреслив роль капіталізації активів у вартісній оцінці підприємства [58, с. 125–136]; О. Мендрул – дослідив теорію і практики управління вартістю підприємств [91]; Т. Момот – запропонувала застосування сучасних технологій оцінювання вартості бізнесу [97]; М. Чумаченко – розглянув комплексне оцінювання вартості підприємства [76]; О. Терещенко – оцінювання вартості підприємства як цілісного майнового комплексу, розглянутого через призму фінансової санації і банкрутства суб'єктів господарювання, а пізніше й управління підприємства в системах контролінгу та фінансового менеджменту [185–187]. Водночас, покращення цих чинників можливе лише на основі розвитку інтелектуального капіталу, оптимальну стратегію якого визначив І. Булеєв [19].

Піддаючи аналізу напрацювання економістів, приходимо до розуміння, що усі пропозиції знаходяться у полі нової парадигми управління підприємствами, яка базується на імперативі вартості. Оскільки вартість суб'єкта господарювання є показником, величина якого пов'язана з тривалим періодом, зрозумілими і виправданими є запропоновані дослідниками стратегічні спектри її розгляду. Власне, саме такі характеристики спрямували вектори модернізації управління підприємствами на удосконалення стратегічного планування, запропоноване Т. Копеландом, Т. Коллером та Дж. Муріном, максимізацію вартості для акціонерів на основі визначених А. Раппапортом показників вартості, формування вартості сучасних фірм чи загалом максимізацію ринкової вартості суб'єктів господарювання [262, с. 101–

108; 430, с. 79]. Відповідно, максимізація ринкової вартості розглядається як узагальнюючий критерій ефективності функціонування підприємства поряд, який акумулює інші пропозиції (максимальної вартості для власників (акціонерів), клієнтів чи інших зацікавлених сторін), незважаючи на різну цільову спрямованість (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 головним завданням у соціальноорієнтованій економіці є гармонізація їхніх інтересів з урахуванням очікувань локальних громад, де функціонує суб'єкт господарювання.

В умовах цифрової економіки спостерігається прагнення до зрівноваженого розвитку підприємств і посилення соціальної відповідальності бізнесу, де поступ більшою мірою визначається інтелектуальними генераторами. Очевидно, що інтелектуальна праця є більш продуктивною, ніж фізична, а тому і перетворюється на сферу, де найшвидше відбуваються процеси креації вартості. Це, зумовлює виникнення нової парадигми 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 видів ресурсів, що засвідчують, наприклад декларації ЄС про створення єдиного фінансового ринку і «енергетичного союзу» до 2020 р., формування єдиного наукового простору, а отже окреслюють погляд на процеси креації вартості підприємства крізь призму інтелектуальних генераторів.

У фаховій літературі на сьогодні міститься невелика кількість трактувань дефініції «креація вартості підприємства», що служить доказом новизни поняття та доцільності проведення ґрунтовних наукових розвідок. При цьому, помітно, що більшість тверджень має узагальнений характер, як наприклад, визначення креації вартості підприємства «...як здатності до системного і цілісного погляду на потенціал ... його ефективного використання при одночасному достосуванні цього потенціалу до ринкових вимог», представлене

економістами Адамом і Марекком Яблоньські [332, с. 59]. Привертають увагу дослідження науковців, які при тлумаченні поняття «креація вартості» обмежуються розглядом його лише у площині «доданої операційної вартості». Так, М. Міхальські та Д. Сюдак вважають, що це «...вища ринкова оцінка операційної діяльності підприємства порівняно з балансовою вартістю», що, на нашу думку, зумовлює її розгляд лише у сфері ринкової вартості [468, с. 16, 17; 376]. Такі узагальнені й обмежені тлумачення, не дають змоги оцінити інтелектуальні генератори креації вартості, а дослідження підтверджують, що «дематеріалізація ... засобів ... підвищує їх плинність, що дозволяє збільшувати їхню здатність до креації вартості на основі компактного поєднання усіх видів ресурсів» [448, с. 278].

Позитивні передумови для розвитку теорії креації вартості підприємства створили дослідження аспектів забезпечення прибутковості й економічного зростання консультанта українського походження А. Сливозького, який у 1995 р. вперше застосував термін «міграція вартості». Базуючись на його твердженнях науковця про міграцію вартості як «відпливу вартості від традиційних моделей бізнесу до нових, які більш ефективно створюють корисності для клієнтів, збільшуючи вартість для власників», приходимо до розуміння важливості процесів креації вартості у практиці господарювання сучасних підприємств [471].

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 М. Козоріз та Л. Беновської [73, с. 106, 107]; «нематеріальної капіталізації, яка забезпечується людським та інтелектуальним капіталом підприємства» Н. Брюховецької [58, с. 7, 29, 20]; «інтелектуальних ресурсів, здатних створювати нову вартість» О. Кендюхова чи «прикладних засад управління об'єктами інтелектуальної власності» у А. Череп тощо [184, с. 143; 203]. Власне, в усіх цих працях ідеться саме про креацію вартості інтелектуальним капіталом сучасних підприємств. Таким чином, враховуючи

напрацювання науковців і практиків, можемо стверджувати, що дослідження проблем «креації вартості підприємства» крізь 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, а 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 є мінімізація величини «лакуна 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».

Зазначимо, що перше припущення ґрунтується на твердженні, що для максимізації вартості потрібно її активно «творити», нарощувати (а не просто створювати, відтворювати) шляхом застосування інноваційних рішень як у сфері процесів (випуску, комерціалізації, маркетингу тощо), так і щодо продукції. Базуючись на наведеному вище, акцентуємо увагу на вирішальних перевагах креації вартості підприємства, які дають змогу:

➤ підвищувати стійкість суб'єкта господарювання до можливих ризиків, які є невід'ємним елементом підприємницької діяльності, тоді як їхня мінімізація економічно недоцільна, оскільки з часом неминуче призведе до банкрутства через постійне свідоме уникнення підприємством ризикових ситуацій. Така поведінка господарського суб'єкта знижуватиме його потенційні можливості боротьби з ризиковими ситуаціями, що в умовах перманентного ринку виникають дедалі частіше. Таким чином, сучасні підприємства для

забезпечення свого успіху мають не уникати ризику, а розвивати потенційну здатність його витримувати шляхом підвищення рівня адаптаційності;

➤ забезпечувати зрівноважений розвиток підприємства крізь призму оточення і суспільства, орієнтуватися на високий рівень соціальної відповідальності та налагодження екологічно-безпечного бізнесу (зменшення забруднення вод, повітря, землі та випуск органічної продукції). Вплив інвестицій, вкладених у розвиток соціальної відповідальності бізнесу, на розвиток інтелектуального капіталу та додатні кореляційні зв'язки між ними обґрунтовано у працях дослідників М. Бранко, Л. Родрігесата і М. Педріні [220, с. 111–132; 389, с. 346 – 386].

У сучасних дослідженнях звітності зі зрівноваженого розвитку привертають увагу обґрунтування доцільності доповнення звітів про інтелектуальний капітал даними, які б характеризували соціальну відповідальність, тобто логічно, що соціальний капітал потрібно розглядати як складовий елемент інтелектуального. Водночас дослідники демонструють, як такий підхід дасть змогу представити повний обсяг інформації про інтелектуальний капітал суб'єкта господарювання та забезпечить зниження витрат на підготовку звітності [253, с. 353–363]. Крім того, практичні розвідки економістів підтверджують, 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 [402, с. 575–594]. 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 [406]. 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 переваг [218, с. 623; 365, с. 50] . З відкриттям європейського ринку для українських виробників, що відбулося завдяки підписанню Асоціації з ЄС, варто також наголосити 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, громадському та бізнесовому секторах (рис. 2. 1).

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

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 вищеназвані 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 дають змогу ефективно запобігати виникненню «лакун вартості».



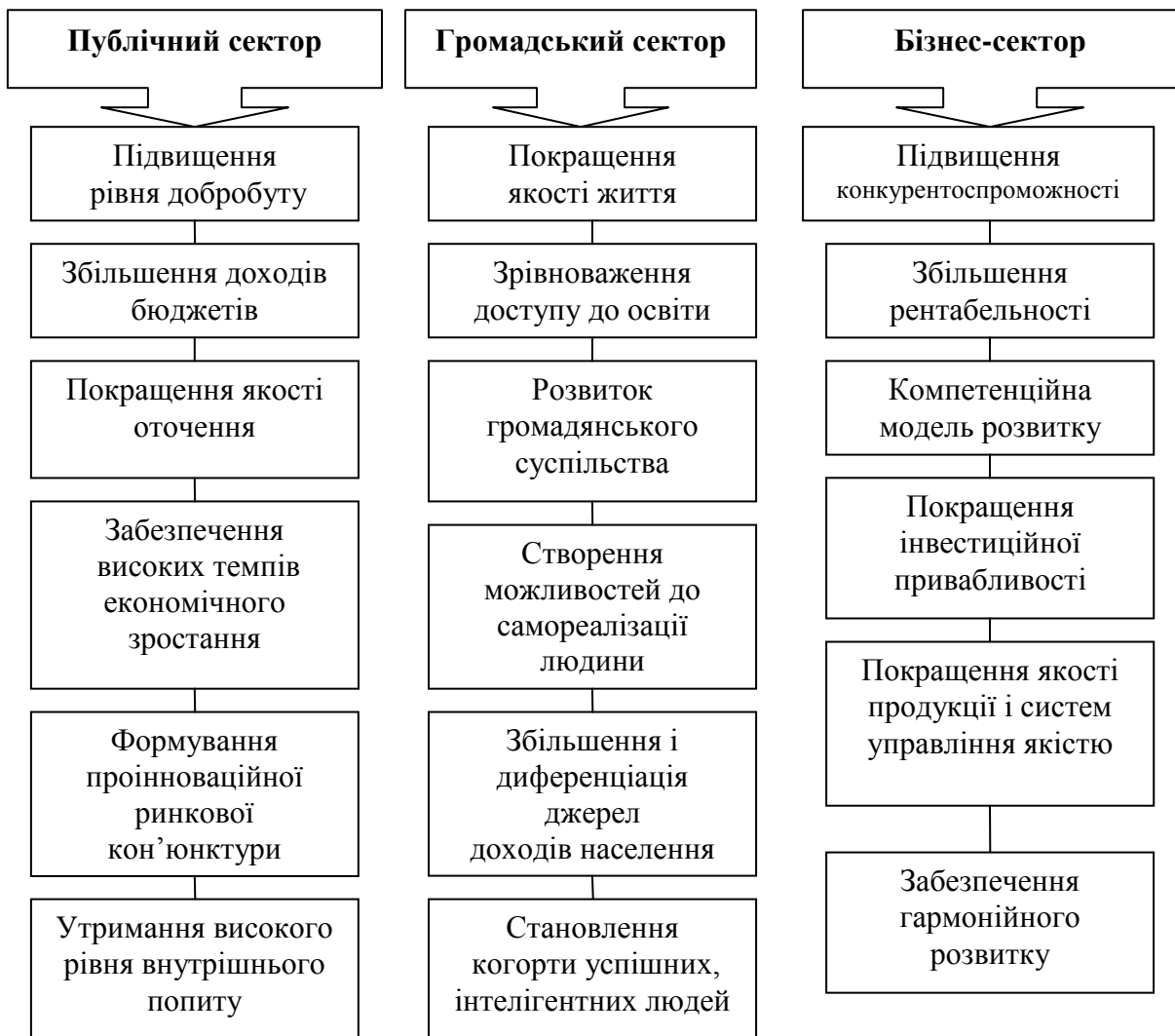


Рис. 2.1. Позитивні результати від креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу

\*Джерело: укладено автором самостійно.

З огляду на предмет дослідження та базуючись на вищенаведеному критичному аналізі «теорії вартості для акціонерів» А. Раппапорта [438, с. 50; 465, с. 7–9], для розрахунку величини «лакун вартості» пропонуємо використовувати формулу:

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

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

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

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

Таким чином, тут за основу нами взято тези дослідника, але враховано не показник вартості для акціонерів, а потенційної вартості підприємства, де за основу взято тези дослідника, але враховано не показник вартості для акціонерів, а потенційної вартості підприємства. Зауважимо, що критерієм прийнято мінімізацію величини «лакуна 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 оцінювання ефектів креації вартості підприємства та механізму її протікання.

Очевидно, що такий підхід до тлумачення терміна «креація вартості підприємства» робить його універсальним, дає змогу застосовувати загальноприйнятую методологію оцінювання її ефектів незалежно від його організаційно-правової форми, розміру чи типу власності суб'єкта господарювання, а також гарантує збереження високого рівня конкурентоспроможності на глобальному ринку шляхом випуску інтелектомісткої продукції.

Підбиваючи підсумки, зазначимо, що представлений підхід до поняття «креації вартості підприємства» щодо 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, дають змогу формувати потенціал до креації вартості, механізм якої розглянемо нижче.

### 2.3. Механізм креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу

Концепція сучасної економіки базується на знаннях, інформаційних технологіях, цифрових мережах, що виступають домінантами «стратегічної економічної стабільності», а також контентами інноваційності та швидкого зростання продуктивності праці [208]. Адже ні в кого не викликає заперечень твердження, що високі темпи зростання продуктивності праці нині відбуваються саме завдяки її інтелектуалізації, яка забезпечує креацію вартості підприємства. Водночас зрозуміло, що нехтування аспектами інтелектуалізації праці неодмінно призведе до деструкції вартості суб'єкта господарювання, яка, 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» [333, с. 9]. Принагідно зауважимо, що в українських реаліях деструкція вартості підприємства – це також зростання ймовірності втрати власності шляхом відомих у вітчизняній практиці рейдерських захоплень, примусових продажів бізнесу за заниженими цінами тощо. Таким чином, не має сумнівів щодо доцільності креації вартості підприємства, що може ефективно забезпечуватися лише на основі застосування інноваційної моделі розвитку, яка дає змогу 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 неперервне протікання процесів креації вартості, генерованих інтелектуальним капіталом. Як наслідок, орієнтація на підтримку постійних процесів креації вартості нівелює неминучий вплив компонентів, зумовлених міграцією вартості до більш ефективних 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-організаційних доміант формування та застосування такого механізму дедалі 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 [350], процесів її міграції у контексті різних моделей бізнесу в А. Яблонського [332–334] та А. Які [336]; чи її окремих аспектів на основі взаємообумовленості певними модулями інтелектуального капіталу, наприклад, у сфері людського та структурного капіталів – у Л. Едвінсона, М. Мелоуна [290]; соціального капіталу – у М. Братніцького, Я. Стрижини [430], М. Мак-Ілрей [372], А. Лібертовської [359], ринкового капіталу – щодо маркетингу, комунікаційних технологій зв'язків зі споживачами у Т. Дуенінга, Р. Літріха, М. Лехтера [282], клієнтського капіталу – у Т. Добегальського [490], Н. Халлендер та М. Кукко [316], або безпосередньо впливу знань про клієнта у Б. Добегали-Корони [490, с. 341–357, 439–469], інформаційного капіталу – у Р. Ожеховські [490, 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 фахової літератури дає змогу стверджувати, що протягом останніх років помітні дослідження окремих аспектів функціонування механізму креації вартості підприємства, наприклад, у сфері управління стратегічними ризиками. Однак ця сфера дослідження, не вміщує конкретного механізму креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу, який би дозволяв виявляти шляхи її активізації і підвищення ефективності.

Сучасні тенденції розвитку бізнесового сектору цілком слушно потребують врахування аспектів «креації вартості» в системі цілей, тобто вони

мають 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 значнішою є інвестиційна привабливість суб'єкта. У підсумку, це дає змогу залучати значні обсяги інвестицій завдяки зростанню мобільності капіталу на глобальному ринку та утримувати згладжений інноваційний цикл на підприємстві.

Нині певні переваги має корпоративний сектор, який користується зовнішнім контрольним механізмом ринку капіталу – фондовою біржею для поширення інформації, що дає можливість визначити ринкову чи балансову вартість суб'єкта господарювання та приймати рішення про доцільність інвестування через ринок акції. Ось чому зростаюча глобалізація світової економіки, будучи характерною ознакою нової парадигми господарювання, значно посилює формування корпоративних відносин у всіх країнах світу. Так, можемо спостерігати майже двократне зростання корпоративного сектору в економіці США (в межах від 5% у 90 рр. ХХ сторіччя до 10% від загальної кількості фірм на сьогодні) [102; 204]. Спостерігається також позитивна динаміка частки корпоративних структур в українських реаліях, зокрема зростання з 0,12 % у 2002 р. до рівня нинішніх показників, які формуються на основі середньорічного темпу зростання у 1,2 разу [102; 23]. 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, загальновідомо, 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 за особливостями 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 вказують на їхню зацікавленість у креації вартості.

Суб'єкти господарювання, що функціонують поза межами корпоративних відносин, є потужним, конкурентоспроможним на рівні 2/3 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 [173]. Для інформування суспільства цієї структури, на жаль, не можуть скористатися послугами та отримати переваги від функціонування ринку цінних 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.

Базуючись на результатах попередніх досліджень та не заперечуючи важливості кожного з розглянутих аспектів функціонування підприємства, можемо виділити сфери креації вартості та низку структуротворчих її домінант. При цьому спектр дослідження скеруємо в напрямі виявлення технологій вивчення процесів креації вартості підприємства, розглянутих крізь 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 основою якого є запропоновані у 1998 р. науковцями Ч. Стабелем і О. Фельстадтом конфігурації ланцюгової, бутікової та мережевої систем креації вартості та маркетингові атрибути М. Портера [484, с. 415; 424, с. 166–169]. В інтелектуальному ланцюгу

вартість створюється шляхом трансформації знань у капітал компетенцій та перетворення останнього в інтелектомісткі 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 взаємозумовлений 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», вперше опрацьованої у 1985 р. відомим науковцем М. Портером при розробці маркетингової моделі підприємства [424 с. 166–169].

Зауважимо, що інвестиційна діяльність підприємства має стимулюючий характер й охоплює, за назвою Т. Шульца, «освітні інвестиції». Економіст Т. Шульц стверджував, що у забезпеченні добробуту людини важливим є не лише її матеріальне становище, а й знання, якими вона володіє. У дослідженнях, здійснених у другій половині ХХ ст., нобеліст презентував теоретико-методологічні положення людського капіталу, які базувалися на вченні Дж.-С. Міля, зараховуючи до витрат на навчання і втрачені винагороди (заробітну плату) працівника в результаті невиходу на роботу під час навчання. Дослідник цього феномена виділяє дві групи здібностей людини. До першої групи належать ті, котрі кожна людина отримує на основі генетики, а до другої – ті здібності, що індивідум формує протягом життя самостійно, систематично вдосконалюючись.

Таким чином, характеристики, які формують другу групу здібностей людини, мають властивість до самозростання, що може бути забезпечено за допомогою відповідного інвестування в людину. Так, 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. Т. 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» [460, с. 24]. Отже, саме складову набутих людських здібностей учений називав «людським капіталом», характерною рисою якого є те, «що він відображений в людині», а значить виступає її невід'ємною частиною і представлений як засіб у вигляді знань, умінь, здоров'я, сили й енергії людини [460, с. 48].

Отже, Т. Шульц вважав, що інвестиції у розвиток людського капіталу представлені у вигляді належного виховання дітей, особистої освіти, набуття професійного досвіду, підвищення кваліфікації, розвитку умінь і навичок, а також піклування про здоров'я [460, с. 33–37]. Зазначимо, що винятково важливими вчений вважав саме інвестиції власне у навчання та освіту дітей [460, с. 17]. Аналізуючи сказане вченим, розуміємо, що на величину людського капіталу прямо пропорційно 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» [460, с. 21].

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 власний розвиток – підвищення продуктивності своєї праці, покращення фахових умінь і навичок, збільшення еластичності пропозиції праці, покращення рівня задоволення споживчих потреб тощо. Науковець, використавши історичний метод дослідження, оцінив ефективність інвестицій у розвиток людського капіталу у США в 1900–1958 рр., що базувалася на здійснених інвестиціях в освіту, які в результаті позитивно вплинули на економічне зростання, забезпечили краще задоволення потреб споживачів на макrorівні та



характеризувалися збільшенням винагород за працю на мікрорівні [460, с. 37–39].

Незважаючи на те, що Т. 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 працездатних осіб, враховуючи кількість працюючих, збільшилася у 6,4 разу [459, с. 126–129]. Згідно з підрахунками, в підсумку помітним було зростання вартості навчання працездатних осіб у 8,5 разу. Ґрунтуючи свої висновки на вищенаведеному, автор визначив, що співвідношення між зростанням вартості людського капіталу (представленого зростанням вартості навчання) та вартості реального капіталу (зростання у 4,5 разу) становило 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 [459, с. 129; 457, с. 235]. 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% [457, с. 129].

Методика оцінювання ефективності освітніх інвестицій у розвиток людського капіталу на макрорівні представлена аналізом впливу на зростання національного доходу таких показників, як збільшення працюючих осіб та підвищення вартості навчання, що припадає на одну особу [457, с. 239]. За

здійсненими у 1929–1957 рр. дослідженнями, автор окреслює позитивні тенденції, зокрема національний дохід у США зріс більш ніж у 2 рази, при цьому збільшення впливу освітніх інвестицій на рівень національного доходу спостерігалось в межах від 29% до 50% [457, с. 240–241].

Важливо зауважити на тому факті, що результати оцінювання впливу освіти на економічне зростання за Т. Шульцом відрізняються від результатів, отриманих Г. 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 освітніх інвестицій, адже у методиці Т. Шульца найвищим є рівень безробіття лише серед випускників загальноосвітніх середніх шкіл, ліцеїв, гімназій. Крім того, вчений передбачав, що освітні інвестиції, здійснені на рівні вищої освіти, мають винятково інвестиційний і аж ніяк не споживчий характер. Натомість, в умовах транзитивної економіки, кризового та посткризового періодів також суттєво зростає рівень безробіття, наприклад, серед випускників університетів, питома вага яких є значною при моніторингу працевлаштування протягом одного року. Враховуючи це, на нашу думку, доцільно було б використати коефіцієнт, який дав би можливість брати до уваги дохідність освітніх інвестицій, враховуючи рівень безробіття та визначаючи споживчий чи інвестиційний напрям понесених освітніх витрат на різних етапах та фахових напрямках підготовки спеціалістів.

У контексті вищевикладеного, приходимо до висновків, що методика оцінювання ефективності навчання Т. 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 мають 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 поносить скорочення 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, позитивно впливає на креацію вартості підприємства.

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 має 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, пришвидшує процеси креації вартості підприємства.

Зауважимо, що усі ці процеси відбуваються в межах розвитку ринкового капіталу, який у запропонованій моделі є складовим елементом колективного інтелектуального капіталу. Повний склад генераторів креації вартості підприємства, розглянутих крізь призму розвитку інтелектуального капіталу, відображений на рис. 2.2. Так, наприклад, активізація ринкових генераторів креації вартості підприємства, що вивчається в межах концепції маркетингу, зорієнтованого на вартість, дозволяє враховувати сферу формування вартості для клієнтів, яка також зумовлює синергічний ефект у вигляді вартості гудвіл.



Рис. 2. 2. Інтелектуальні генератори креації вартості підприємства з компетенційною моделлю розвитку

\*Джерело: власна розробка.

Крім того, у сфері функціонування колективного інтелектуального капіталу ключова роль нині належить генераторам, що дає змогу усунути інформаційну асиметрію шляхом формування модерного інформаційного забезпечення виробничих процесів, а підтримки 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, відповідно до 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 гудвілу підприємства, яка сьогодні є головним генератором креації вартості інтелектуального походження.

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 ( $\min_B$ ), що виступає в якості обґрунтування економічної ефективності;

- максимізації корисностей ( $\max_K$ ) для власників, персоналу, клієнтів та інших контрагентів, а також оточення, що є відповіддю на врахування вимог 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 виявом 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 – конкурентоспроможних суб'єктів господарювання.

Вважаємо, що подана вище класифікація інтелектуальних генераторів 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 вхідним елементом є усвідомлення зміни її генераторів, що зумовлено більш прийнятними умовами сучасної парадигми господарювання, зокрема глобалізацією, зменшенням впливу матеріальних, енергетичних, фінансових чинників, цифризацією господарського та суспільного життя тощо. Зауважимо, що такий підхід неодмінно спричинює розуміння факту, що на сьогодні головним джерелом креації вартості є 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 цифрові технології сьогодні дозволяють суб'єктам швидко поширювати базовий виробничий ресурс – знання, нівелюючи, таким чином, вплив критерію обмеженості цього ресурсу виробництва. Крім того, однакові знання як ресурс дають змогу формувати різні компетенції у суб'єктів господарювання, перетворюючи останніх у сучасний конкурентний чинник. Отже, усі суб'єкти ринку стають

однаково зацікавленими у дифузії знань, оскільки це не знижує їхньої конкурентоспроможності.



Рис. 2.3. Механізм креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу

\*Джерело: власна розробка.

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, тобто 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 різними фазами функціонування, а також особливостями економічної діагностики. Так, оцінювання 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.

Усвідомлення переваги інтелектуальних генераторів креації вартості пояснює доцільність структуризації інтелектуального капіталу шляхом виділення в його архітектурі трьох основних груп – індивідуального, колективного та соціального. Необхідність такого поділу пояснюється також особливостями планування витрат і визначення співвідношення їхньої 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 зіншого – синергічних, що дає змогу уникати стагнації, попереджувати банкрутство та ліквідацію підприємства.

Однак нинішні дискусії науковців більше спрямовані на доцільність 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, що, незважаючи на яскраво виражену соціалізацію економічного поступу, як нівелювання пріоритетності економічних цілей у практиці креації вартості підприємств, так і неврахування 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 відповідно до його структурних елементів – індивідуального, колективного та соціального. При цьому наголошуємо, що доцільність розмежування вказаних параметрів пояснюється особливостями планування витрат і їхнього співвідношення з компетенціями підприємства. В цьому разі закінчуються фази інвестування й освоєння інтелектуального капіталу, логічним завершенням яких, на наше переконання, є визначення компетенцій і створення портфеля інтелектуального капіталу підприємства.

Ефективність використання портфеля інтелектуального капіталу підприємства забезпечує створення інтелектомісткої продукції і перехід у фазу креації вартості. Вважаємо, що економічне оцінювання сфер формування, розвитку та використання інтелектуального капіталу має завершуватися визначенням компетенцій та створенням портфеля інтелектуального капіталу підприємства. Такі припущення відповідають вимогам, які ставляться до сучасних моделей креації вартості підприємств, що функціонують у межах однієї бізнесової мережі (рис. 2.4).

Підґрунтям для визначення компетенцій послужила розроблена ще на початку XIX ст. Ф. Тейлором теорія наукового управління, яка наголошувала на важливості «науки ..., гармонії ..., співробітництва, ..., максимально доступної продуктивності та максимального добробуту» [183, с. 101, 102].

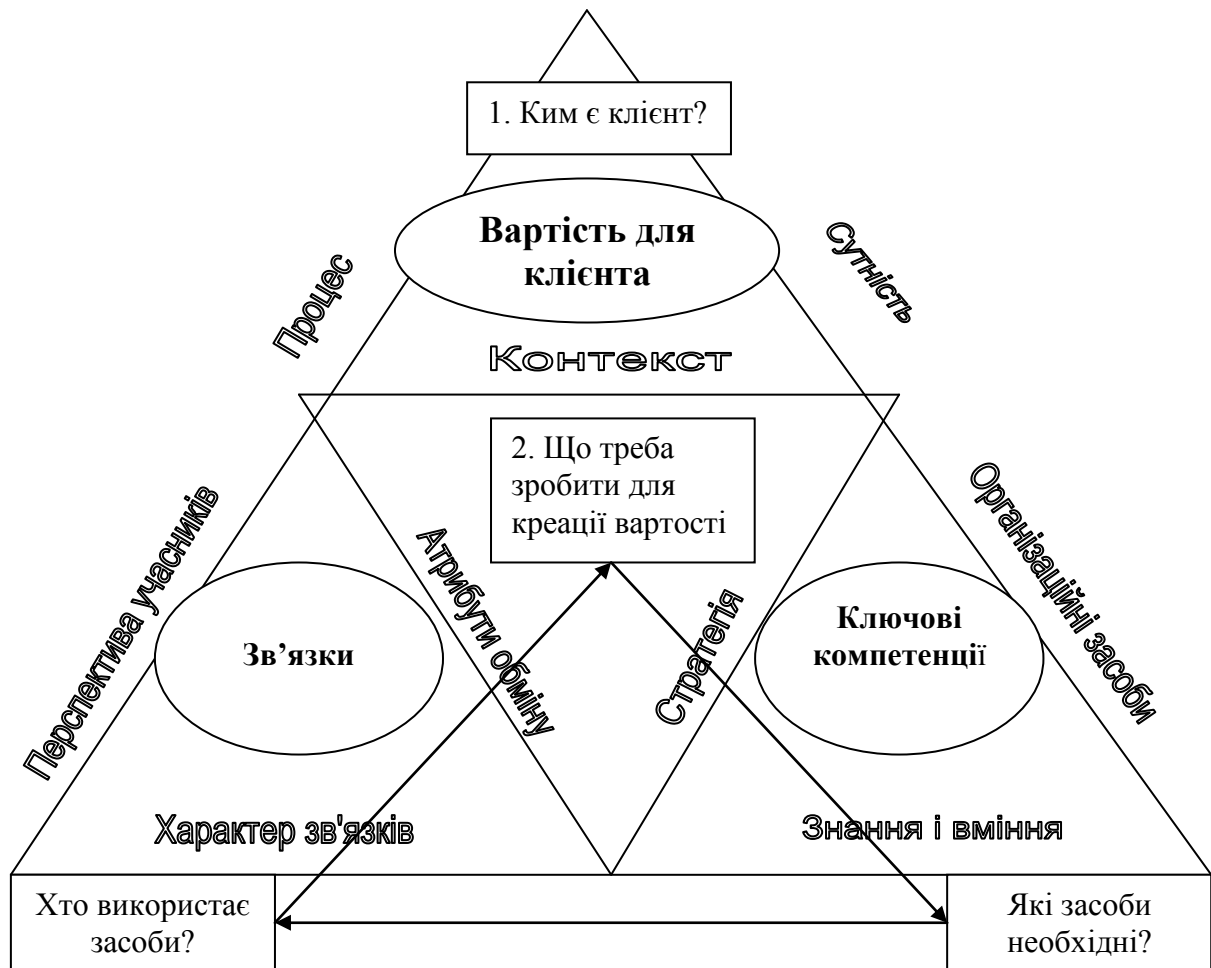


Рис. 2.4. Модель креації вартості підприємства Н. Хелленде, М. Кукко [316, с. 76]

Саме «система Тейлора» дозволила у 2000 р. К. Аладжоутсіярві, Н. Тіканен доводити залежність між вартістю для клієнта та ключовими компетенціями, представляючи останніх як «вартість, за яку клієнти готові заплатити» [214, с. 1–49]; Л. Прусаку у 2001 р. пропонувати в межах концепції менеджменту знань розглядати останніх як потенціал для досягнення успіху, а компетенції пов'язувати з продуктивністю [429]; Р. Санчесу в 2002 р. – акцентувати увагу на управлінських компетенціях та позитивному впливі знань і компетенцій на якість стратегічного управління на підприємстві [452, с. 172]; Н. Хелленде та М. Кукко представити у 2009 р. аспекти креації вартості, розглянуті з перспективи трьох основних елементів – вартості для клієнта, основних компетенцій та зв'язків [316, с. 73–88].

У науковому термінологічному полі поняття «...організаційної компетентності як комбінації організаційних ресурсів і процесів, які лежать в

основі стійких конкурентних переваг» зустрічаємо у 2001 р. в праці науковця М. Левіса при розробці нових продуктів чи процесів [358, с. 190]; у 2004 р. у В. Театіла уточнив це тлумачення як «...внутрішню здатність організації .... залежно від конкретної ситуації – певної комбінації індивідуальних, структурних та засобових досягати можливостей впливати на здатність виконувати цільові завдання» [500]. Дослідник виокремлює індивідуальні та організаційні атрибути компетенцій. У їхній площині помітними є доміанти 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 та інформаційні технології, виробниче середовище» [500, с. 30–66]. 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 варто застосовуват поняття «капітал знань» і «капітал компетенцій», оскільки їхньою 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 дасть змогу ідентифікувати її інтелектуальні чинники та створити нові резерви її активізації, що в результаті забезпечить імовірність зменшення «лакун вартості».

У представленому авторському механізмі креації вартості підприємства акцентуємо увагу на важливому значенні побудови якісного портфеля інтелектуального капіталу, 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:

- 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. органічної 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, дає змогу забезпечувати системну конкурентоспроможність індивідуального інтелектуального капіталу підприємства шляхом утримання стабільної пропозиції праці з боку найкращих фахівців. Доцільність розгляду компетенцій як важливого чинника креації вартості підприємства є аргументованою у закордонних дослідженнях економістів. Однак, на жаль, у практиці господарювання вітчизняних підприємств ця тематика є недостає 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 розроблений авторський механізм креації вартості підприємства дає змогу брати до уваги аспекти «міграції вартості», нівелюючи вплив імовірності її деструкції, що виникає внаслідок упущень у розвитку інтелектуального капіталу, кристалізуючи вектори зростання на рівні підприємства й оточення.

## Висновки до розділу 2

На основі систематизації досліджень теоретико-прикладних аспектів розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства зроблено низку висновків та узагальнень:

1. В умовах глокалізації економічних процесів у суб'єктів господарювання, зорієнтованих на високу конкурентоспроможність, змінюються цільові орієнтири функціонування в напрямку креації вартості. Вектор креації вартості виникає на підґрунті теорії управління вартістю підприємства як важлива складова, здатна забезпечити підвищення інвестиційної привабливості, адаптаційності та конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. Запропоновані уточнення дефініції «креація вартості підприємства» як постійних у просторі та часі інноваційно-гармонійних процесів інтелектуалізації праці в виробничій, комерційній чи соціальній сферах його функціонування, що дають змогу мінімізувати величину «лакуни вартості». Визначені переваги креації вартості підприємства полягають у підвищенні стійкості до понесення потенційних підприємницьких ризиків, забезпеченні зрівноваженого розвитку підприємства на основі орієнтації на високий рівень соціальної відповідальності бізнесу та налагодженні екологічно безпечного виробництва. Це дозволяє утримувати високий рівень інвестиційної привабливості підприємства завдяки вищій дохідності інвестицій у саме в інтелектомісткі виробництва, що підвищує конкурентоспроможність та посилює потенційні можливості виходу на міжнародні ринки збуту.

2. Забезпечення високих темпів креації вартості підприємства зумовлюється зростанням продуктивності чинника інтелектуального капіталу в виробничо-комерційних процесах. Проведена систематизація детермінант креації вартості підприємства, яка охоплює чинники інтелектуалізації підприємств, маркетингу, зорієнтованого на вартість, соціальної відповідальності бізнесу та підвищення необхідності моделювання перспектив,

розкриває вплив розвитку інтелектуального капіталу на процеси креації вартості підприємства. Позитивні результати від креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу систематизовані в межах публічного (підвищення рівня добробуту, збільшення доходів бюджетів, покращення якості оточення), громадського (покращення якості життя, зрівноваження доступу до освіти, створення можливостей для самореалізації) та бізнесового (підвищення конкурентоспроможності, покращення інвестиційної привабливості, підвищення якості і безпеки продукції) секторів. Врахування аспектів розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства посилює здатність суб'єкта господарювання аналізувати аспекти міграції вартості, що дає змогу нарощувати креаційний потенціал.

3. Формування механізму креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу передбачає визначення компетенцій і створення портфеля інтелектуального капіталу підприємства, використання якого в виробничій, комерційній та соціальній діяльності визначає горизонт креації вартості. Виділення компетенцій в окремий блок механізму креації вартості підприємства дасть можливість ідентифікувати інтелектуальні чинники конкурентних переваг, кристалізує резерви активізації креаційних процесів, що забезпечить імовірність зменшення «лакун вартості». Вихідним етапом пропонованих змін в процедурах функціонування механізму є уточнення генераторів інтелектуального походження, структурованих в межах індивідуального (різногалузевість знань, синергія знань і таланту, поява особистостей із мультикультурними цінностями, прошарок людей із широкими професійними, інтелектуальними, комунікативними, креативними компетенціями), колективного (інтелектуальна власність, брендинг, репутація) та соціального (організаційна культура, симетрія розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури) модулів інтелектуального капіталу, що посилює масштаби та прискорює процеси креації вартості підприємства. Пропонований механізм креації вартості підприємства побудований на основі

якісного портфеля інтелектуального капіталу, що є сукупністю інтелектомістких пропозицій, структурованих за певними параметрами та визначеними на певну дату. Формування та практичне застосування портфеля інтелектуального капіталу дозволить удосконалити бізнес-портфель підприємства та підвищити його конкурентоспроможність.

Результати авторських напрацювань відображено у наукових публікаціях [134; 135; 136; 160; 161; 167].

### РОЗДІЛ 3

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ДОМІНАНТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ ВПЛИВУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА КРЕАЦІЮ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### 3.1. Прагматизм дослідження ефектів креації вартості підприємства

В умовах нової парадигми у діяльності суб'єктів господарювання помітнішим стає збільшення доданої вартості, створеної інтелектуальним капіталом підприємства, при одночасному зменшенні впливу фізичного та фінансового капіталу. У зв'язку з появою таких тенденцій актуалізуються проблеми опрацювання конструктивної методологічної еkleктики 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 оцінювання за традиційною моделлю бухгалтерського обліку, відсутня 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 А. Раппапорта «управління на основі вартості» (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 частіше вказується чинником, що позитивно впливає на «ринковий потенціал та конкурентні позиції» [369, с. 93], «капіталізацію підприємства» [272, с. 27], «побудову майбутнього конкурентного потенціалу» [383, с. 48], «пошуку конкурентних переваг» [218,



с. 623; 365, с. 50]. 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 Л. Едвінсон [289]. Так, на взаємозв'язках між окремими елементами інтелектуального капіталу та вартістю підприємства наголошували Л. Едвінсон, М. Мелоун, Г. Сант-Онж, які довели вплив людського та структурного капіталів на формування ринкової вартості фірми «Skandia» [290, с. 45, 106]; Л. Едвінсон і П. Салліван [287, с. 363], М. Братніцкі та Я. Стрижина, що оцінили вплив знань на вартість [430, с. 111].

На впливі складового модуля інтелектуального – соціального капіталу на ринкову вартість підприємства наголошували М. Братніцкі, Я. Стрижина та М. Мак-Ілрей [430, с. 49; 372, с. 35]. Також привертає увагу дослідження взаємозалежностей А. Хіллман та Дж. Кеймом між інтелектуальним капіталом та соціальною відповідальністю бізнесу, а також їхнього впливу на вартість підприємства [430, с. 125–139]. Наукові пошуки у цій сфері тривають і досі. Наприклад, вартісно-творчу роль соціального капіталу обґрунтовано у працях А. Лібертовської, яка стверджує, що «...соціальний капітал причетний до творення нової вартості підприємств» [359, с. 88–91, 96]. 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, – очевидне й беззаперечне.

За останні роки з'явилися дослідженняв (Т. Дуенінга, Р. Лісріча, М. Лечтера), що вивчають вплив іншої складової інтелектуального капіталу – ринкового (маркетинг, комунікаційні технології зв'язків зі споживачами) – на креацію вартості підприємства [282, с. 73–75]. Привертають увагу праці Т. Добегальського, який доводить вплив клієнтського капіталу на вартість підприємства, та Б. Добегали-Корони, що наголошує на визначальному впливі

знань про клієнта [490, с. 341–357, 439–469]. Зважаючи на роль генератора інформаційно-комунікаційних технологій у розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання, позиція Р. Ожеховскі щодо зростання значення інформаційного капіталу на креацію вартості підприємства є виправданою [490, с. 391–400] .

Наукові розвідки М. Хурлея, В. Робінсона, Й. Каннера, С. Кортеза присвячені формуванню потенціалу вартості підприємств (крізь призму таких структурних елементів інтелектуального капіталу, як ринковий (брендовий, клієнтський капітал) та соціальний (креація культури) [326, с. 391–400]. Зазвичай основна роль ринкового капіталу в ефективності функціонування суб'єктів господарювання, а нині – у креації вартості підприємств, який розширює можливості утримання наявних сегментів та захоплення нових ніш, не викликає сумнівів. Серед науковців, які вперше у 1994 р. зацентували увагу на необхідності виділення чинників для оцінювання формування вартості підприємств, були Т. Коппеленд, Т. Колле та Дж. Муррін [262, с. 87]. Нині серед пріоритетних чинників визнаено інтелектуальний капітал, що дозволяє суттєво підвищувати продуктивність праці.

Виправданими є твердження науковців щодо важливості нарощення потенціалу, формування вартості серед сучасних суб'єктів господарювання. За даними «Fiduciary Network», такий потенціал нині мають лише 10–15% суб'єктів господарювання, що свідчить про необхідність вивчення аспектів оцінювання ефектів креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу [262, с. 5]. 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, має звернути особливу увагу на розвиток інтелектуального капіталу, адже це найбільш ефективний 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 результат вивчення подібних закономірностей доцільно репрезентувати як ефекти креації вартості підприємства, зумовлені розвитком інтелектуального капіталу. Таким чином, 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 їхніми взаємозв'язками.

Враховуючи наведені 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 дасть змогу встановити 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 перше місце чинник інтелектуального капіталу;

2) здійснення аналізу стану, динаміки та ефективності використання інтелектуального капіталу, що полягає у визначенні резервів розвитку за такими складовими елементами: індивідуального, колективного та соціального капіталу, вплив яких на креацію вартості сучасних підприємств невинно зростає.

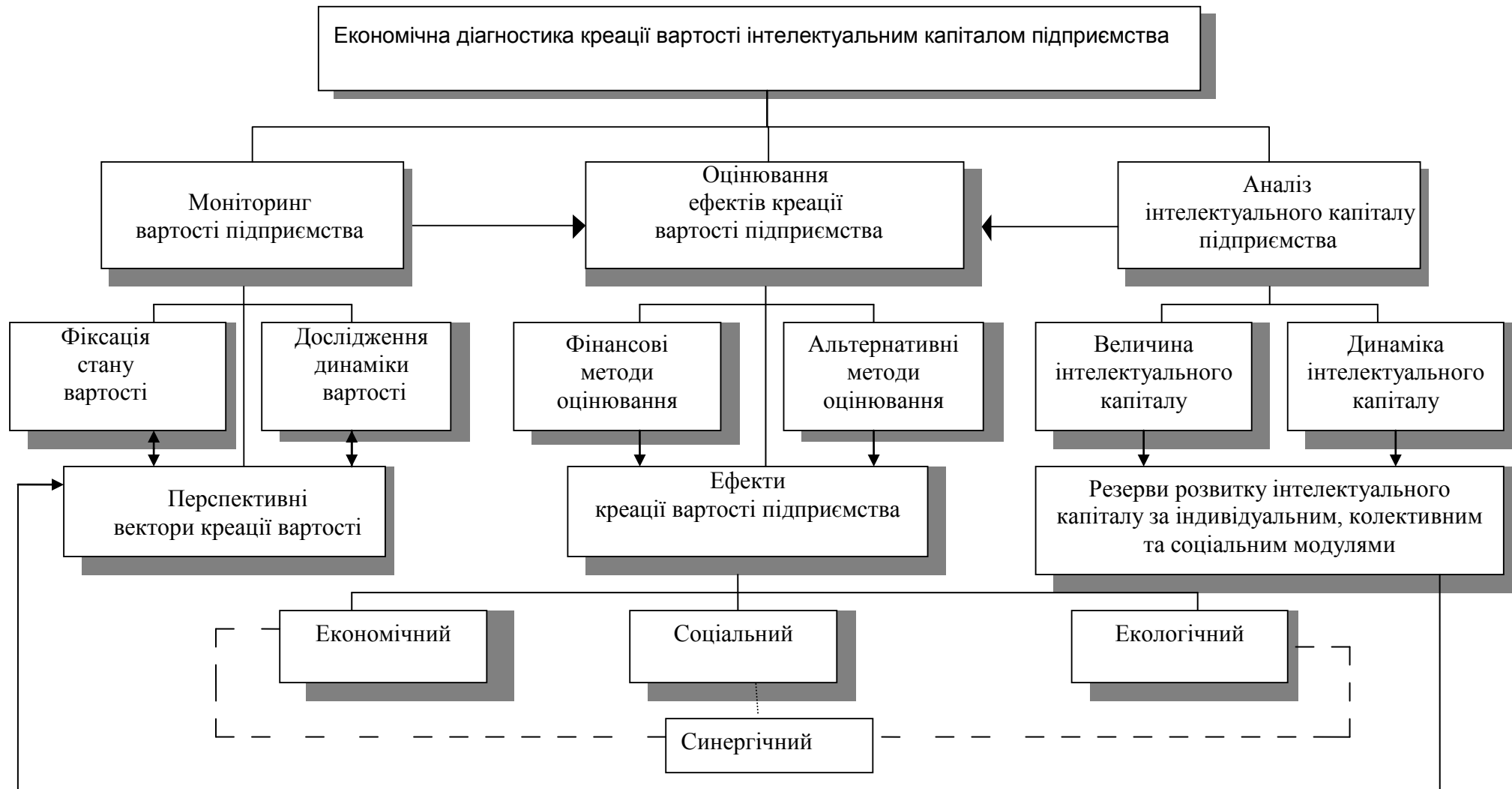


Рис. 3.1. Економічна діагностика ефектів креації вартості інтелектуальним капіталом підприємства

\*Джерело: авторська розробка.

Посилення впливу інтелектуального капіталу на даний процес зумовлене особливостями нового виробничого ресурсу – знань, ефективність яких додатково підтримується можливостями їхнього поширення за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій;

3) опрацювання методологічної еkleктики в оцінюванні 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 у сфері інноваційності, екологічності та соціальної відповідальності бізнесу, зокрема щодо:

- оцінювання та виявлення резервів креації вартості, які мають інтелектуальне походження;
- організації планування і контролінгу в сферах 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 бізнесу (CSR);
- підвищення конкурентоспроможності;
- модернізації векторів стратегічного розвитку.

Отже, беручи до уваги напрацювання сучасної фінансової та економічної думки, зауважимо, що діагностика впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства, тобто ефектів креації вартості, має 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.

На наш погляд, кінцевим результатом економічної діагностики креації вартості підприємства, розглянутої крізь призму розвитку інтелектуального капіталу, будуть її ефекти. Відповідно до цього вважаємо доцільним виділити три етапи в опрацюванні схеми оцінювання 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 [134]. На третьому, завершальному етапі, пропонується визначити методи оцінювання 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 еkleктики її зумовленості розвитком інтелектуального капіталу підприємства.

Палітра методів оцінювання впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства та визначення її ефектів, яку пропонує сучасна економічна література, – багатогранна й неоднозначна. Серед відомих підходів до методології оцінювання ефектів креації вартості підприємств є простіші й складніші, дуже трудомісткі й дорогі при застосуванні. Більшість з них дозволяє визначити економічний ефект,

базуючись на удосконаленні відомих фінансових показників (WACC, DCF, FCF, CFPS, CFROI, EVA, SVA, TIS тощо). Наприклад, Т. Дудич презентує доцільність креації вартості через удосконалення управління оборотним капіталом суб'єктів господарювання, а збільшення загальної «...вартості підприємства бачить на основі нарощування часткових вартостей» [280; 281, с. 30]; Т. Юрковські стверджує, що показник економічної доданої вартості «...на створенні вартості» [490, с. 378]; З. Крисяк при моделюванні вартості фірми базується на показниках майбутніх грошових потоків (FCFF) і середньозваженої вартості капіталу (WACC) [504, с. 157–190]; Б. Ніта, представляючи елементи процесів створення вартості підприємства, виділяє переваги та недоліки фінансових методик оцінювання її креації, слушно виводячи їх у дискусійну площину, що підтверджує перспективність предмета нашого дослідження [395, с. 107–143].

Аналіз аксіометодології креації вартості сучасних підприємств дає змогу констатувати, що вони переважно застосовують фінансові методики обрахунку загальної величини економічного ефекту. Однак, такі підходи не дають можливості виявити резерви креації вартості суб'єкта господарювання за рахунок окремих складових модулів інтелектуального капіталу. Відтак, актуальними залишаються відповідно проблеми опрацювання універсальної методики оцінювання ефектів креації вартості «інтелігентних» підприємств, які є первинною ланкою економіки знань.

Суттєвим недоліком наявних методик оцінювання 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 оцінювання 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 А. Раппапорт. Сучасні науковці, зокрема Адам та Марек Яблоньські, цілком слушно акцентують на

необхідності утримання «постійної спроможності підприємства до креації вартості», що, на нашу думку, досягне лише на основі оцінювання її ефектів відповідно до складових модулів інтелектуального капіталу суб'єкта господарювання [332, с. 61].

Генезис формування методології оцінювання ефектів креації вартості підприємства на основі інтелектуального капіталу охоплює 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 використанням наявних методик оцінювання підприємства (доходових, майнових, змішаних) для оцінювання 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 оцінювання ефектів креації вартості підприємства, основою виникнення яких є інтелектуальний капітал, що забезпечує зниження «лакуни вартості». Зазначимо, що сучасний етап наукових досліджень дасть змогу 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 розроблений, 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 їхній основі.

Удосконалення методології оцінювання ефектів креації вартості підприємства, зумовлених розвитком інтелектуального капіталу, відбувається в рамках концепції оцінювання підприємства. У цьому разі варто вказати на дослідження, здійснені М. Росінською-Буковською, оригінальний підхід якої до оцінювання ефектів креації доданої вартості підприємства базується на виокремленні головної ролі інтелектуальному



капіталу, що є «...нагромадженням відповідних здібностей до нарощення... капіталу економічного» [530, с. 175].

Погоджуючись із положеннями авторки, що інтелектуальний капітал, представлений як структурний капітал, забезпечує утримання високого рівня конкурентоспроможності та інституційного капіталу, є підґрунтям до формування «...довготривалої конкурентної переваги», вважаємо за доцільне виділити дискусійні моменти у пропонованій моделі креації доданої вартості [530, с. 174]. Модель креації доданої вартості за М. Росіньскою-Буковскою така [530, с. 175]:

$$CVA = EKEK \times EKIN = [EKPS + EKFN] \times [EKBR \times EKOR + EKIS], \quad (3.1)$$

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.

Запропонована методика оцінювання креації вартості, яка базується на пропозиціях оновлення методик оцінювання ефективності функціонування окремих підсистем підприємства, на нашу думку, обмежує горизонт застосування лише до міжнародних корпорацій. Водночас актуальна пропозиція економістки застосувати показники, які використовує «Forbes» для оцінювання рівня інноваційності фірм, зокрема показника «інноваційна премія» і відповідно рейтингу фірм (World Most Innovative Companies – MIC), та запропонований журналом «Fortune» перелік найбільш шанованих фірм у світі (World's Most Admired Companies – MAC) [323; 505].

Погоджуємось із твердженням авторки про спрощений характер вищеподаної моделі креації вартості та дискусійність низки її положень, зокрема щодо нечіткої методики розрахунку показників ефективності як економічного, так і інтелектуального капіталів, а також їхніх складових

модулів. Крім того, модель підходить для застосування лише у сфері функціонування транснаціональних корпорацій, а її поширення в інші сфери бізнесу вимагає попередніх уточнень. Водночас запропонована авторкою модель креації вартості та підхід до її оцінювання, вміщує показники, 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 основних компетенцій, зумовлений появою і посиленням впливу нових виробничих чинників капіталу знань і капіталу компетенцій.

Над пошуком простого в практичному використанні стратегічного інструмента контролінгу та управління нематеріальними активами підприємства також працював вчений К.-Е. Свейбі, який запропонував метод, відомий за назвою монітор нематеріальних активів [496]. Методика монітору нематеріальних активів ґрунтується на дефініції «інтелектуальний капітал», запропонованій К.-Е. Свейбі, передбачає виокремлення трьох модулів – зовнішньої структури, внутрішньої структури та індивідуальних компетенцій, які оцінюються за допомогою запропонованих показників у межах чотирьох аспектів – «зростання», «розвиток», «продуктивність» і «стабільність» (дод. 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 відобразатимуть динаміку і дифузію 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 чинника, що забезпечує отримання «нематеріальних доходів», у трьох сферах:

поліпшення іміджу, покращення організації, підвищення компетенцій працівників [496]. При удосконаленні методології діагностики інтелектуального капіталу підприємства, на нашу думку, запропонований показник частки професіоналів, який передбачає розрахунок ефекту професійного важеля, тобто прибутку, отриманого від працевлаштування професіонала за формулою [493]:

$$P_{\text{проф}} = \frac{P}{Q_p} \times \frac{Q_p}{C} \times \frac{C}{C_{\text{проф}}}, \quad (3.2)$$

де  $P_{\text{проф}}$  – прибуток на професіонала, гр. од. / особу.;

$P$  – прибуток, гр. од.;

$Q_p$  – обсяг реалізованої продукції, гр. од.;

$C$  – кількість працівників, осіб;

$C_{\text{проф}}$  – кількість професіоналів, осіб;

Зауважимо, що перевагами методики К.-Е. Свейбі монітор нематеріальних активів є те, що вона дає змогу 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.

Основними недоліками можна вважати необхідність відбору спеціалістами на кожному конкретному підприємстві показників, доцільних для здійснення оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, оскільки методика залишає широке поле для маніпуляцій, а отже, ймовірність представлення нереальної (неправдивої, але бажаної) ситуації є високою і залежить від рівня розвитку «бізнес-еліти» в країні. Однак, незважаючи на недоліки, 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 суб'єкта господарювання.

Розвиток сучасних підприємств, що функціонують в умовах «економіки знань», базується на формуванні основних 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» Д. Андріссен і Р. Тіссен [344, с. 134, 135]. У результаті наукових пошуків дослідники у 2000 р. опрацювали метод відкривач вартості, який дає змогу розрахувати вартість основних компетенцій підприємства за формулою [344, с. 134]:

$$VCC_i = \bar{R}_i \times \sum_{t=1}^n \frac{\Pi_{бал} \times (1+P)^t}{(1+B_k)^t}, \quad (3.3)$$

де  $VCC_i$  – вартість  $i$ -ої основної компетенції підприємства, гр. од.;

$\bar{R}_i$  – сила впливу  $i$ -ої основної компетенції, %;

$\Pi_{бал}$  – 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.

Отже, методика Д. Андріссена і Р. Тіссена відкривач вартості ґрунтується на розрахунку вартості кожної з чотирьох основних компетенцій підприємства – знання, вміння, процеси та культурні аспекти, використовуючи такі змінні, як балансовий прибуток, потенціал, тривалість, сила впливу та витрати на капітал (згідно з формулою 3.3). Схематично методику відкривач вартості можна представити у вигляді рис. 3.2. Основною гіпотезою методики відкривач вартості 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 подальшим їхнім оцінюванням за шкалою від 0 до 5 балів (шляхом сумування позитивних відповідей), які пропонується використовувати при визначенні показника тривалості  $i$ -ої компетенції для утримання конкурентної позиції підприємства на ринку.

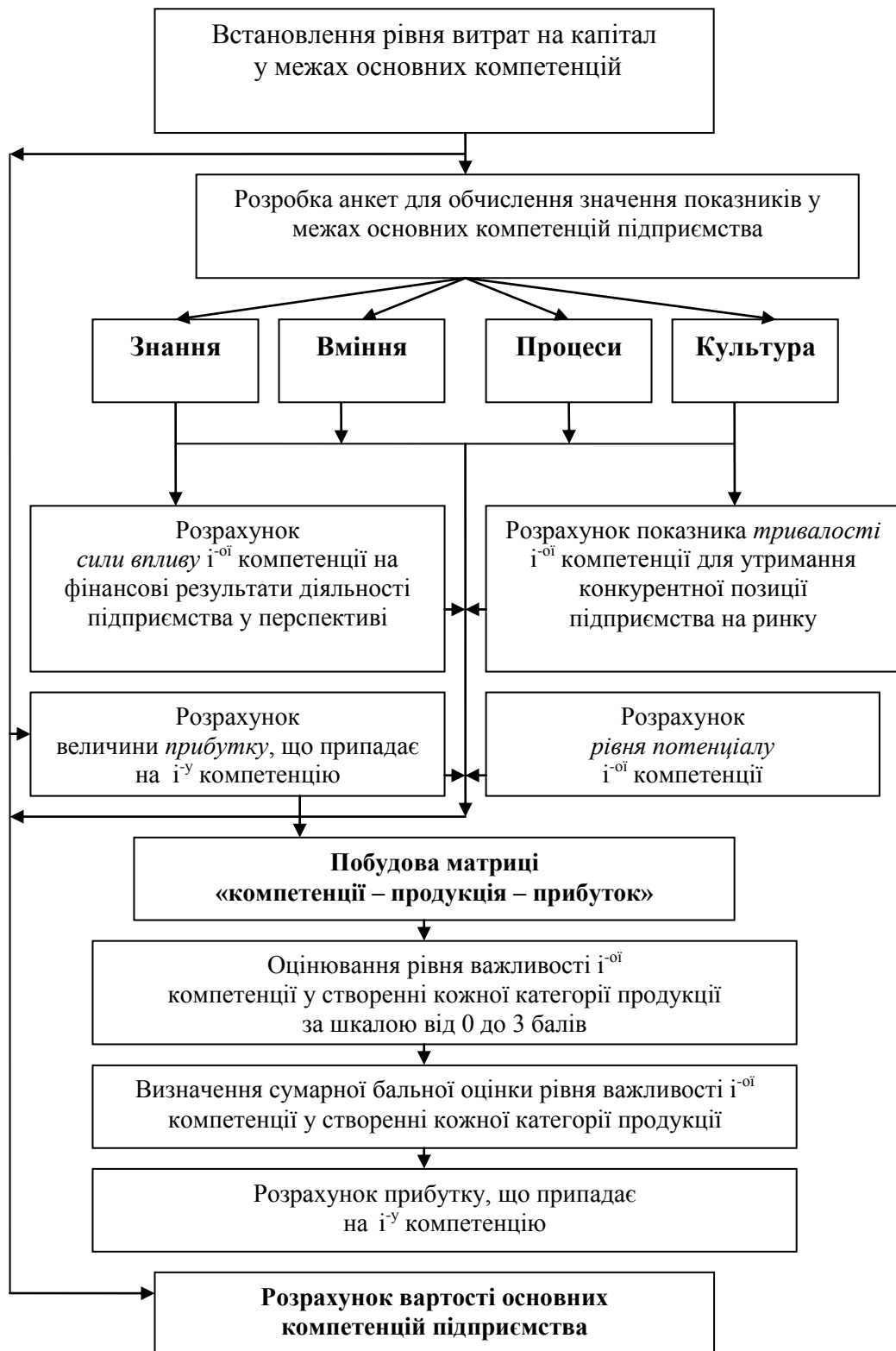


Рис. 3.2. Алгоритм розрахунку вартості основних компетенцій підприємства згідно з методикою Д. Андріссена, Р. Тіссена відкривач вартості

\*Джерело: складено автором на основі наукових джерел [344, с. 133–135].

Вона показує період, протягом якого підприємство може бути конкурентоспроможним, за середнього значення сили впливу  $i$ -ої компетенції на фінансові результати діяльності цього підприємства у перспективі, який розраховується за формулою [344, с. 136]:

$$\bar{R} = \frac{\sum \text{Балів}}{5} \times 100\% , \quad (3.4)$$

де  $\bar{R}$  – сила впливу  $i$ -ої компетенції, %;

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

Показник – тривалість  $i$ -ої 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 – прибуток до оподаткування» (дод. 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  $i$ -ої компетенції; 1 бал – незначний вплив  $i$ -ої компетенції; 2 бали – суттєвий вплив  $i$ -ої компетенції; 3 бали – дуже значний вплив  $i$ -ої компетенції) з подальшим 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  $i$ -ої компетенції.

Таким чином, перевагою методу Д. Андріссена і Р. Тіссена «Відкривач вартості» для визначення величини інтелектуального капіталу підприємства є вперше запропонований доволі простий механізм здійснення вартісної складової оцінювання 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.

Підсумовуючи, зауважимо, що 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 оцінювання 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 їхнього оцінювання. Необхідність напрацювання конструктивного оцінного інструментарію, технологій та показників, їхня систематизація та врахування розмаїтості вимірників відкривають перспективи для подальших наукових розвідок у цій сфері, враховуючи нижче подані пропозиції автора.

### **3.2. Комплексна методологія оцінювання ефектів креації вартості підприємства, зумовлених розвитком інтелектуального капіталу**

Новітня парадигма господарювання ґрунтується на зрівноваженому розвитку підприємств, що вимагає постійного підвищення інноваційності, екологічності сучасних виробництв і посилення соціальної відповідальності бізнесу, реалізація чого можлива лише на основі креації вартості підприємств чинниками інтелектуального походження. У сучасних дослідженнях креація вартості дедалі частіше розглядається як основний 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 певні прогалини і недоопрацювання у цій сфері, що зумовлено як новизною теорії інтелектуального капіталу, так і постійною динамікою розвитку теорії вартості. Пропоновані дослідниками вектори удосконалення оцінювання 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, змушені констатувати, що наявні підходи та методики не повною мірою відповідають сучасним вимогам та критеріям зрівноваженого розвитку підприємства.

Проведене дослідження доводить, що на сьогодні недостатньо конструктивних пропозицій щодо вдосконалення аксіометодології ефектів креації вартості крізь призму розвитку інтелектуального капіталу. Вважаємо, що це дасть змогу визначити необхідність розвитку тих перспективних модулів інтелектуального капіталу підприємства, які є 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 оцінювання її ефектів.

Після аналізу наведених вище підходів зрозуміло, що останні не повною мірою відображають ті ефекти креації вартості підприємства, які виникають у результаті розвитку інтелектуального капіталу. Так, погляд на креацію вартості підприємства не лише як на кількісний процес її зростання порівняно з попередніми періодами, а й як на якісну її зміну, що відображається у зменшенні «лакуни вартості», що зумовлено рівнем розвитку інтелектуального капіталу, передбачає вимагає оновлення методологічної еkleктики оцінювання 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) капіталу, враховуючи поняття «лакуна вартості», пропонуємо авторський підхід до побудови моделі оцінювання ефектів креації вартості підприємства, який можна застосовувати при їхньому економічному діагностуванні.



Запропонований авторський підхід до методологічної еkleктики оцінювання ефектів креації вартості підприємства побудований таким чином, що забезпечує:

1) дотримання описаних вище (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 А. Раппапорта (для побудови «потенціалу креації вартості»), чи в Адама і Марека Яблонських (постійної «здатності підприємства до креації вартості»), теперішніх практичних досліджень фірми «Fiduciary Network», які підтвердили наявність такого потенціалу лише у 10–15% фірм [438; 332, с. 61; 326, с. 5].

3) розуміння цих ефектів як причини зменшення величини «лакуни вартості» ( $VG$  – value gap) відповідає дослідженням А. Раппапорта [438, с. 41, 63];

4) врахування усіх наявних прогресивних показників (наприкл., балансова, ринкова вартість тощо) чи їхніх модифікаційних форм (наприкл., запропоновані нами скорегована балансова вартість, величина «лакуни вартості» тощо);

5) розрахунок інтелект-потенційної вартості як максимально можливої вартості, сформованої за умови найвищого рівня розвитку інтелектуального потенціалу.

Відтак, вважаємо за доцільне виділити фундаментальні положення авторського підходу до удосконалення методології оцінювання ефектів креації вартості підприємства, зокрема:

- «лакуна вартості» ( $VG$ ) виникає при порівнянні двох величин – потенційної (економічної) ( $VP$ ) та ринкової ( $MV$ ) вартості підприємства;
- креація вартості виникає тоді, 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.

Зауважимо, що виконання вищезапропонованих положень побудови методології оцінювання ефектів креації вартості підприємства створює підґрунття для забезпечення стабільного зростання вартості суб'єкта господарювання. Адже, саме такий підхід дає змогу 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 авторську архітектуру вартості підприємства, що передбачає виділення двох модулів – вартості матеріальної та вартості інтелектуальної. З огляду на сучасні господарські зміни та запропоновану авторську структуру 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, їхнє виділення вимагає визначення показників та вимірників обох модулів.

Вихідні положення запропонованих векторів новелізації методології оцінювання ефектів креації вартості підприємства ґрунтуються на припущенні, що загальну вартість підприємства формують два складові

модулі – матеріальна та інтелектуальна вартість. Зважаючи на це для розрахунку загальної вартості підприємства пропонуємо використовувати формулу:

$$V_{\Sigma} = V_m + V_{in}, \quad (3.5)$$

де  $V_{\Sigma}$  – загальна вартість підприємства;

$V_m$  – матеріальна вартість підприємства;

$V_{in}$  – інтелектуальна вартість підприємства.

Зауважимо, що розрахунок матеріальної вартості підприємства, на нашу думку, доцільно побудувати із врахуванням таких 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») [393];

- 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 з формулою:

$$V_m = VB' - V_{AN}, \quad (3.6)$$

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:

$$VB' = VB - Z, \quad (3.7)$$

де  $VB'$  – скорегована балансова вартість підприємства;

$VB$  – балансова вартість активів підприємства;

$Z$  – залучений капітал (зобов'язання) підприємства, тобто вартість власного капіталу.

Водночас запропонований складовий модуль інтелектуальної вартості підприємства є новим об'єктом досліджень, методика оцінювання якого вимагає детального вивчення й економічного обґрунтування. Розмаїтість і строкатість вимірників і показників інтелектуального капіталу підприємства детально описано у сучасних економічних дослідженнях. Однак за відсутності єдиноприйнятої методики оцінювання складно оцінити величину та вплив цього капіталу на інтелектуальну вартість суб'єкта господарювання. З метою вирішення вищеназаних проблем запропоновано авторський підхід до оцінювання інтелектуальної вартості підприємства, що полягає у визначенні величини інтелектуального капіталу на основі компетенцій підприємства. При цьому інтелектуальну вартість підприємства пропонуємо визначати за формулою:

$$V_{in} = V_{KK\Sigma} + V_{CSR}, \quad (3.8)$$

де  $V_{in}$  – інтелектуальна вартість підприємства;

$V_{KK\Sigma}$  – вартість капіталу компетенцій підприємства;

$V_{CSR}$  – вартість (розмір) соціальної відповідальності бізнесу.

Отже, запропонований підхід до оцінювання інтелектуальної вартості підприємства передбачає виокремлення в її структурі двох складових модулів: вартості капіталу компетенцій підприємства та вартості соціальної відповідальності бізнесу. 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 є 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, на основі 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 формулу:

$$V_{KK\Sigma} = V_{KKI} + V_{KKO} + V_{KKC}, \quad (3.9)$$

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.

До складових соціального інтелектуального капіталу підприємства також зараховано публічний, який формуватиме вартість соціальної відповідальності бізнесу, що залежить від вартості проектів, скерованих на розвиток громади, тобто:

$$V_{CSR} = \sum_{i=1}^n V_{CDR1} + V_{CDR2} + \dots + V_{CDRn}, \quad (3.10)$$

де  $V_{CSR}$  – вартість (розмір) соціальної відповідальності підприємства;

$V_{CSR1}$ ,  $V_{CSR2}$ ,  $V_{CSRn}$  – вартість (відповідно першого, другого і т.ін.) зовнішніх соціальних проектів підприємства.

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 є сучасною вимогою 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 їхнього застосування, що й гарантує зростання інтелектуальної доданої вартості. Саме така практика господарювання дає змогу підвищувати ефекти креації вартості сучасних підприємств на основі розвитку інтелектуального капіталу та забезпечувати зменшення величини «лакуни вартості», яку пропонуємо розраховувати за формулою:

$$VG = VP - MV \Rightarrow \min, \quad (3.11)$$

де  $VG$  – величина «лакуни вартості» на підприємстві;

$VP$  – потенційна вартість підприємства;

$MV$  – ринкова вартість підприємства.

Таким чином, підсумовуючи наведене вище, пропонуємо розглядати ефект креації вартості підприємства, зумовлений розвитком інтелектуального капіталу, як результат зміни величини «лакуни вартості». Для наочності подаємо можливі варіанти оцінювання ефектів креації вартості підприємства інтелектуального походження у табл. 3.1. Отже, сумарний ефект креації вартості підприємства, отриманий на основі розвитку інтелектуального капіталу, пропонуємо розраховувати за формулою:

$$E_{\Sigma} = E_{KK\Sigma} + E_{CDR} \Rightarrow \max, \quad (3.12)$$

Зазначимо, що ефект креації вартості буде максимальним, якщо не лише потенційна вартість перевищує ринкову ( $VP > MV$ ), а й темпи росту першої більші за темпи росту другої ( $T_{VP} > T_{MV}$ ). Так, ефект креації вартості набуває мінімального значення, коли потенційна вартість підприємства дорівнює ринковій ( $VP = MV$ ), оскільки величина «лакуна вартості» за таких умов прямує до максимального значення:

$$VG \Rightarrow \max, \text{ тобто } E_{\Sigma} \Rightarrow \min \quad (3.13)$$

**Оцінювання ефектів креації вартості підприємства, отриманих  
на основі розвитку інтелектуального капіталу**

Варіант	Реєстр змін	Ефект
$VP \succ MV$ та $T_{VP} \succ T_{MV}$	Креація вартості	max
$VP \prec MV$ чи $VP = Vm$	Деструкція вартості	негативний
Якщо $VP = MV$ , тоді $VG \Rightarrow \max$	Утримання вартості	min

\*Джерело: власна розробка.

Ефект креації вартості, отриманий на основі розвитку інтелектуального капіталу є негативним за відсутності останнього, тобто якщо підприємство не створює інтелектуальної вартості, що відображає запис:

$$E_{\Sigma} \Rightarrow V_m \Rightarrow \text{негативний} \quad (3.14)$$

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 оцінювання ефектів креації вартості, отриманих у межах розвитку індивідуального, колективного та соціального інтелектуального капіталу, передбачає застосування показника вартості капіталу компетенцій підприємства. Запропонований синтетичний показник вартості капіталу компетенцій підприємства дає змогу обчислювати зміну величини «лакуни вартості», показник якої ефективно відображає розмір ефекту креації вартості, зумовленого розвитком інтелектуального капіталу.

Для числового вираження і розрахунку показника вартості капіталу компетенцій підприємства пропонуємо формулу:

$$V_{KK\Sigma} = V_{KKI} + V_{KKO} + V_{KKS}, \quad (3.15)$$

де  $V_{KK\Sigma}$  – вартість капіталу компетенцій підприємства;

$V_{KKI}$  – вартість капіталу особистісних компетенцій на підприємстві;

$V_{KKO}$  – вартість капіталу організаційних компетенцій на підприємстві;

$V_{KKC}$  – вартість капіталу соціальних компетенцій 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 капіталу. Крім того, показник вартості капіталу компетенцій на практиці не лише фіксує стан інтелектуального капіталу, а й є чинником, 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 показниками, що відображає застосування капіталу компетенцій на підприємстві.

Отже, важливими складовими сумарного ефекту креації вартості підприємства, підгрунття якого – розвиток інтелектуального капіталу, є проміжні ефекти, які будуть отримані на основі структуроформувальних модулів останнього – індивідуального, колективного та соціального, зокрема:

$$E_{\Sigma} = E_{KKI} + E_{KKK} + E_{KKC} \Rightarrow \max, \quad (3.16)$$

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 формулою:



$$E_{KKI} = f(KKI) \Rightarrow \max, \quad (3.17)$$

Згідно з нашими припущеннями розвиток капіталу особистісних компетенцій та підвищення ефективності його використання дають змогу зменшувати величину «лакуни вартості», створюючи резерви, що забезпечують зростання ефекту креації вартості підприємства.

Базуючись на цих постулатах, пропонуємо методику оцінювання ефекту креації вартості підприємства, створеного індивідуальним інтелектуальним капіталом, яка містить чотири етапи розрахунку таких показників:

1) визначаємо вартість однієї компетенції особи:

$$3 / \Pi_{IK} = \frac{W_{3/n} + B}{N_{K_B}}, \quad (3.18)$$

де  $3 / \Pi_{IK}$  – вартість особистісної компетенції, грн.;

$W_{3/\Pi}$  – заробітна плата, грн.;

$B$  – винагороди, грн.;

$N_{K_B}$  – кількість використаних компетенцій особою, од.;

2) визначаємо реальну вартість капіталу компетенцій особи:

$$W_{KKI_{pi}} = 3 / \Pi_{IK} \times N_{K_B}, \quad (3.19)$$

де  $W_{KKI_{pi}}$  – реальна вартість компетенцій особи, грн.;

$3 / \Pi_{IK}$  – вартість особистісної компетенції, грн.;

$N_{K_B}$  – кількість використаних компетенцій особою, од.;

3) визначаємо інтелект-потенційну вартість капіталу компетенцій особи:

$$W_{KKI_{-pi}} = 3 / \Pi_{IK} \times N_{K_{\Sigma}}, \quad (3.20)$$

де  $W_{KKI_{-pi}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу компетенцій особи, грн.;

$3 / \Pi_{IK}$  – 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:

$$E_{KKI} = \Delta VG_{KKI} = W_{KKI_{I-II}} - W_{KKI_{Pi}} \Rightarrow \Delta VG_1, \quad (3.21)$$

де  $E_{KKI}$  – ефект креації вартості підприємства, забезпечений розвитком індивідуального інтелектуального капіталу, грн.;

$W_{KKI_{I-II}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу компетенцій особи, грн.;

$W_{KKI_{Pi}}$  – реальна вартість капіталу компетенцій особи, грн.;

$\Delta VG_{KKI}$  – зміна величини «лакуна вартості», забезпеченої розвитком індивідуального інтелектуального капіталу, грн.

Розрахована таким чином величина «лакуна вартості» є проміжним ефектом креації вартості підприємства, отриманим при розвитку індивідуального інтелектуального капіталу.

Характеризуючись високим рівнем інноваційності та інтелектомісткості виробництв, сучасні умови господарювання дозволяють отримувати ефекти креації вартості підприємств, створені колективним інтелектуальним капіталом на наступному етапі запропонованої методики. Фундаментальні положення авторської методики оцінювання ефектів креації вартості підприємства у частині розвитку колективного інтелектуального капіталу базуються на вдосконаленій нами структуризації останнього, зокрема шляхом виділення трьох основних модулів – інноваційного, інформаційного та ринкового.

Варто наголосити на доцільності гармонізації підходів до розрахунку проміжних ефектів креації вартості підприємства, які визначаються запропонованою 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 капіталу, що виражено формулою:

$$E_{KKK} = E_{KKINN} + E_{KKINF} + E_{KKR} \Rightarrow \max, \quad (3.22)$$

де  $E_{KKK}$  – ефект креації вартості підприємства, створений колективним інтелектуальним капіталом;

$E_{KKINN}$  – ефект креації вартості підприємства (інноваційний інтелектуальний капітал);

$E_{KKINF}$  – ефект креації вартості підприємства (інформаційний інтелектуальний капітал);

$E_{KKR}$  – ефект креації вартості підприємства (ринковий інтелектуальний капітал).

Згідно з 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 оцінювання 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 таких показників:

1) визначаємо вартість однієї організаційної компетенції, сформованої у сфері інновацій:

$$W_{IKINN} = \frac{W_{IP}}{N_{KINN_B}}, \quad (3.23)$$

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:

$$W_{KKI_{pi}} = W_{IKINN} \times N_{K_B}, \quad (3.24)$$

де  $W_{KKI_{pi}}$  – реальна вартість капіталу організаційної компетенції, яка має інноваційне походження, грн.;

$W_{IKINN}$  – вартість капіталу організаційної компетенції, яка має інноваційне походження, грн.;

$N_{K_B}$  – кількість використаних організаційних компетенцій, які функціонують у сфері інновацій, од.;

3) визначаємо інтелект-потенційну вартість капіталу організаційних компетенцій інноваційного походження:

$$W_{KKINN_{i-pi}} = W_{IKINN} \times N_{KINN_{\Sigma}}, \quad (3.25)$$

де  $W_{KKINN_{i-pi}}$  – 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:

$$E_{KKINN} = \Delta VG_{KKINN_i} = W_{KKINN_{i-pi}} - W_{KINN_{pi}} \Rightarrow \Delta VG_{1INN}, \quad (3.26)$$

де  $E_{KKINN}$  – ефект креації вартості підприємства, створений інноваційним інтелектуальним капіталом;

$W_{KKINN_{i-pi}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу організаційних компетенцій, інноваційного походження, грн.;

$W_{KINNipi}$  – реальна вартість капіталу організаційної компетенції, яка має інноваційне походження, грн.

Розрахована таким чином величина «лакуна вартості» ( $\Delta VG_{1INN}$ ) є проміжним ефектом креації вартості підприємства у результаті розвитку колективного інтелектуального капіталу у сфері інновацій.

Аналогічні підходи використані при розробці методики оцінювання ефекту креації вартості підприємства, зумовленого колективним інтелектуальним капіталом в інформаційно-комунікаційній сфері суб'єкта господарювання. Відтак, запропонована схема обчислення величини проміжного ефекту креації вартості підприємства, створеного інформаційним інтелектуальним капіталом, є також чотирирівневою і містить механізм розрахунку таких показників:

1) визначаємо вартість однієї організаційної компетенції, сформованої в інформаційно-комунікаційній сфері:

$$W_{IKINF} = \frac{W_{IKT}}{N_{KINF_B}}, \quad (3.27)$$

де  $W_{IKINF}$  – вартість організаційної компетенції, яка виникає в 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:

$$W_{KKINFpi} = W_{IKINF} \times N_{KINF_B}, \quad (3.28)$$

де  $W_{KKINFpi}$  – реальна вартість капіталу організаційної компетенції, сформованого в інформаційно-комунікаційній сфері, грн.;

$W_{IKINF}$  – 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:

$$W_{KKINF_{1-ii}} = W_{IKINF} \times N_{KINF_{\Sigma}}, \quad (3.29)$$

де  $W_{KKINF_{1-ii}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу організаційних компетенцій інформаційно-комунікаційного походження, грн.;

$W_{IKINF}$  – вартість організаційної компетенції, яка виникає в інформаційно-комунікаційній сфері, грн.;

$N_{KINF_{\Sigma}}$  – загальна кількість організаційних компетенцій, які функціонують у інформаційно-комунікаційній сфері, од.;

4) визначаємо величину «лакуна вартості», сформовану рівнем розвитку колективного інтелектуального капіталу в інформаційно-комунікаційній сфері:

$$E_{KKINF} = \Delta VG_{KKINF_i} = W_{KKINF_{1-ii}} - W_{KKINF_p} \Rightarrow \Delta VG_{2INF}, \quad (3.30)$$

де  $E_{KKINF}$  – ефект креації вартості підприємства, створений інформаційним інтелектуальним капіталом;

$\Delta VG_{KKSNI}$  – зміна величини «лакуни вартості», сформованої інформаційним інтелектуальним капіталом, грн.;

$W_{KKINF_{1-ii}}$  – 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 «лакуна вартості» ( $\Delta VG_{2INF}$ ) є проміжним ефектом креації вартості підприємства, забезпеченим розвитком колективного інтелектуального капіталу в інформаційно-комунікаційній сфері.

Наступний етап нашої методики – оцінювання ефекту креації вартості підприємства, створеного колективним інтелектуальним капіталом у межах ринкового модуля. Таким чином, запропонована схема розрахунку величини проміжного ефекту креації вартості підприємства, створеного ринковим інтелектуальним капіталом, також є чотирирівневою і містить механізм обчислення таких показників:

1) визначаємо вартість однієї організаційної компетенції, отриманої у результаті функціонування і розвитку ринкового інтелектуального капіталу:

$$W_{IKKR} = \frac{W_{KR}}{N_{KR_B}}, \quad (3.31)$$

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:

$$W_{KKR_{pi}} = W_{IKKR} \times N_{KR_B}, \quad (3.32)$$

де  $W_{KKR_{pi}}$  – реальна вартість капіталу організаційної компетенції, яка має ринкове походження, грн.;

$W_{IKKR}$  – 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:

$$W_{KKR_{i-pi}} = W_{IKKR} \times N_{KR_{\Sigma}}, \quad (3.33)$$

де  $W_{KKR_{i-pi}}$  – інтелект-потенційна вартість капіталу організаційних компетенцій ринкового походження, грн.;

$W_{IKKR}$  – вартість організаційної компетенції, яка має ринкове походження, грн.;

$N_{KR_{\Sigma}}$  – загальна кількість організаційних компетенцій ринкового походження, од.

4) визначаємо ефект, або величину «лакуна вартості», забезпечений рівнем розвитку колективного інтелектуального капіталу в межах ринкового модуля:

$$E_{KKR} = \Delta VG_{KKRi} = W_{KKR_{I-II}} - W_{KKR_{Pi}} \Rightarrow \Delta VG_{3R}, \quad (3.34)$$

де  $E_{KKR}$  – ефект креації вартості підприємства, створений ринковим інтелектуальним капіталом;

$\Delta VG_{KKRi}$  – зміна величини «лакуни вартості», сформованої ринковим інтелектуальним капіталом, грн.;

$W_{KKR_{I-II}}$  – 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 «лакуна 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 капітал 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 методика вимірювання ефектів креації вартості, забезпечених інтелектуальним капіталом, базується на основі синтетичного показника вартості капіталу особистісних та організаційних компетенцій. Формування капіталу компетенцій інноваційного походження дає змогу зменшувати величину «лакуна вартості» та виявляти резерви підвищення ефектів креації вартості підприємства.

### **3.3. Аналіз впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства**

Вплив інтелектуального капіталу на вартість сучасних суб'єктів господарювання і надалі буде посилюватися, що зумовлено інформатизацією та цифризацією виробничих процесів. З огляду на це необхідність оцінювання такого впливу зростатиме, а дослідження у цій сфері – будуть набувати популярності. Вивчаючи економічну літературу цього спрямування, можемо констатувати про опрацювання значної кількості методик оцінювання впливу інтелектуального капіталу у різних його трактуваннях, які мають фінансову базу. Привертає увагу метод Б. Стюарта, партнера консалтингової фірми «Stern Stewart&Company», відомого в наукових колах за назвою економічна додана вартість («EVA»), який дозволяє здійснювати оцінювання ефективності функціонування підприємства та аналіз інвестицій [534, с. 309, 310]. Основним постулатом методики Б. Стюарта «» є твердження, що додана вартість створюється лише тоді, коли дохідність з капіталу перевищує витрати на капітал, а методики розрахунку основних показників EVA, ROIC, WACC є загальновідомими [53; 78; 178]. Перевагою методу Б. Стюарта «EVA» є його простота у використанні, високий рівень універсальності методики, що значно розширює горизонти її використання на різних підприємствах. Економісти вважають, що застосування у

практичній діяльності підприємства методики «EVA» для оцінювання вартості підприємств паралельно дозволяє суб'єкту господарювання використовувати її для оцінювання доданої вартості інтелектуального капіталу. Однак показники, які використовує методика «EVA», не дозволяють використовувати її для детального аналізу. Це пояснюється не повним охопленням інтелектуального капіталу, вплив якого, на нашу думку, не можна нівелювати в сьогоденних умовах господарювання.

Цікавою є методика оцінювання інтелектуального капіталу підприємства П. Саллівана, який запропонував метод, відомий за назвою інноваційні нематеріальні активи («IAV») [492, с. 195–212]. Дослідник стверджує, що інноваційні нематеріальні активи суттєво впливають на майбутні доходи та репутацію підприємства, підвищують лояльність клієнтів і конкурентоспроможність суб'єкта господарювання. Згідно з методикою П. Саллівана «IAV» інтелектуальний капітал «підприємства знань» формують такі доміанти, як інноваційні нематеріальні активи та людський капітал, а джерелами вартості є 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.

Методика «IAV» ґрунтується на розрахунку ринкової вартості підприємства на базі чистої теперішньої вартості (*NPV*) за формулою [492, с. 195–212]:

$$BP = BB_{na} + NPV_{ia} + NPV_{ka} + NPV_{CK}, \quad (3.35)$$

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

*BB<sub>na</sub>* – балансова вартість нематеріальних активів підприємства, гр. од.;

*NPV<sub>ia</sub>* – чиста теперішня вартість прибутків з інноваційних нематеріальних активів підприємства, гр. од.;

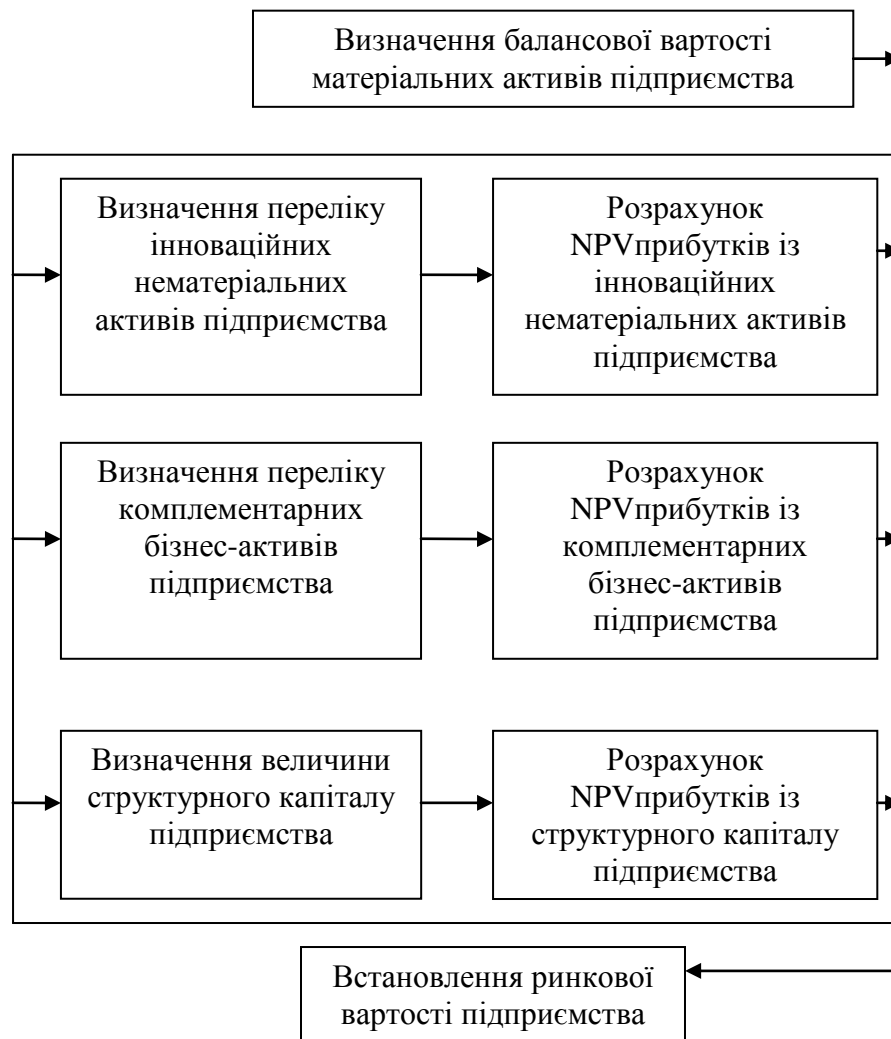


Рис. 3. 3. Схематичне представлення методики П. Саллівана «IAV» для оцінювання інтелектуального капіталу підприємства

\*Джерело: складено автором на основі наукового джерела [492, с. 195–212].

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

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

На наш погляд, перевагою цього методу є можливість урахування альтернативності інвестиційних проектів підприємства. Серед недоліків доцільно відзначити складність у розрахунках, залучення лише частини детермінант інтелектуального капіталу підприємства та розмежування прибутків, створених інноваційними нематеріальними активами,

комплементарними бізнес-активами та структурним капіталом, що знижує достовірність отриманих даних.

На початку XXI ст. суттєво зросло розуміння ролі знань у забезпеченні ефективності функціонування суб'єктів господарювання на базі інтелекту, що 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 оцінювання впливу знань на якісну складову інтелектуального капіталу сучасних підприємств. Результатом таких досліджень є метод за назвою система показників ланцюга формування вартості («VCS»), запропонований у 2001 р. Б. Левом для оцінювання вартості інтелектуального капіталу підприємства [356]. Зазначимо, що методика Б. Лева «VCS» побудована на основі аналізу концепції ланцюга вартості М. Портера та дає змогу визначити (на основі фінансової звітності та за допомогою емпіричного аналізу) показники, представлені у вартісних вимірниках для здійснення подальшого порівняльного оцінювання з іншими суб'єктами господарювання, а також показники, визначені в якісних вимірниках, – для покращення інформаційного рівня відстежити ланцюг формування вартості інтелектуального капіталу підприємства у трьох фазах створення інноваційного продукту: відкриття і самонавчання, пристосування (імплементація) та комерціалізація (дод. Д.3). Схематичне представлення методики Б. Лева «VCS» відображено на рис. 3.4. Таким чином, методика Б. Лева «VCS» акцентує увагу на інноваціях, які виникають на основі формування, поширення, поєднання і передачі знань, розвитку інформаційної бази і, в результаті, забезпечують капіталізацію підприємства в умовах трансформації парадигми господарювання.



Рис. 3.4. Схема методики Б. Лева «VCS»

\*Джерело: складено автором на основі наукового джерела [356, с. 105–115].

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.

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

Другий етап методики передбачає опрацювання й оцінку соціально-економічної ефективності від запровадження інноваційних проектів, що враховує набуття прав інтелектуальної власності (патенти, авторські свідоцтва, товарні знаки, ліцензії), проведення експериментальних досліджень, підготовку проектної та робочої документації для налагодження випуску інноваційного продукту. Для оцінювання ефективності інвестицій в інноваційний проект економіст 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 Б. Лев пов'язує з маркетингом інноваційного продукту, адже саме нові продукти здатні в сучасних умовах динамізувати

вартість суб'єкта господарювання. Враховуючи наведене вище можемо стверджувати, що перевагою методики Б. Лева «VCS» є можливість її використання для прийняття інноваційно-інвестиційних рішень, проте застосування вимагає, за твердженням економіста, наукового підходу до підбору «вартісних показників, їх стандартизації» (дод. Д.3) та підтверджень результатами «емпіричних досліджень», які виконуються власними силами підприємства, що, на нашу думку, обмежує горизонти використання лише тими підприємствами, які мають у своїй організаційній структурі науково-дослідні підрозділи [356, с. 115]. Зважаючи на об'єкт нашого дослідження, її застосування є неможливим.

В аналітичних цілях застосуємо модифіковану методику ринкової капіталізації, здійснену Т. Стюартом, яку можна використовувати не лише для моніторингу стану та динаміки інтелектуального капіталу, а й для оцінювання його впливу на вартість суб'єктів господарювання корпоративного сектора. Проведемо оцінювання інтелектуального капіталу досліджених у дисертаційній роботі корпоративних суб'єктів Тернопільської області, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива, 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.

Результати економічної діагностики інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» за методикою MV / BV представлено у дод. Д.4. Таким чином, проведене оцінювання 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 разу між мінімальним та кінцевим значеннями, а також негативні зміни в ПАТ «Борщівський сирзавод» – із спадом у 1,4 разу, сформованим у 2013 р. (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Величина інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів  
корпоративного сектора в 2011–2015 рр., встановлена на основі  
методики MV/BV**

Суб'єкт	Оцінні показники	Роки				
		2011	2012	2013	2014	2015
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 на основі методики «КСЕ» (за відсутності даних про ціну акцій реальне значення може відхилитися від розрахункового);

\*\*\* використано дані за 2010 р., зважаючи на збитковість товариства у 2011 р.

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 органічної продукції, запровадження екостандартів, формування інтелектуального портфеля) тощо.

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

Для порівняльних цілей визначимо величину інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів корпоративного сектора Тернопільської області у 2011–2015 рр., застосувавши метод  $q_{\text{Tobina}}$  [489]. Зауважимо, що сьогодні відомо кілька методів розрахунку коефіцієнта Тобіна, проте в оцінних цілях нами використано підхід К. Чанг, С. Прутт, який поширений в аналітичній практиці польських дослідників [237, с. 70–74]. Результати застосування методу  $q_{\text{Tobina}}$  для визначення вартості інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» вміщено в дод. Д.5.

Таким чином, застосувавши метод  $q_{\text{Tobina}}$ , 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  $q_{\text{Tobina}}$ , що дозволяє стверджувати про зниження ефективності використання інтелектуального капіталу, а значить і обмеження перспектив креації вартості на основі інтелектуальних чинників (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

**Величина інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів  
корпоративного сектора в 2011–2015 рр., встановлена на основі методу**

Q-Tobina

Суб'єкт	Оцінні показники	Роки				
		2011	2012	2013	2014	2015
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>Коефіцієнт Тобіна</b>	<b>0,5</b>	<b>0,8</b>	<b>0,6</b>	<b>1,7</b>	<b>2,2</b>
ПАТ «Борщівський сирзавод»	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>Коефіцієнт Тобіна</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 звітностей товариств.

\*\*Примітка: показник ціни простих акцій розрахований на основі методики «КСЕ» (за відсутності даних про ціну акцій реальне значення може відхилитися від розрахункового);

\*\*\* використано дані за 2010 р., зважаючи на збитковість товариства у 2011 р.

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 їхньої 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 [344; 514; 472]. 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, тоді, 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. Отже, дослідники справедливо зауважують на існування «часових лакун», які спричинюють те, що, з одного боку, показник балансової вартості підприємства не завжди відображає її дійсну величину, оскільки обчислюється на певну дату, а значення показника ринкової вартості відображає дійсну величину у момент її розрахунку [344, с. 203; 534, с. 307]. Враховуючи цей недолік, більш виправданим є використання не балансової вартості, а відновної вартості активів (як у  $q_{\text{Тобіна}}$ ). З іншого боку, для обох показників характерними є недоліки, які можуть виникати в результаті нестабільності на фондових ринках у результаті спекулятивних, сезонних, циклічних коливань курсу акцій підприємства, що автоматично спричинює зниження рівня достовірності встановленої ринкової вартості підприємства.

Зазначимо, що застосування цього показника є доцільним для здійснення моніторингу інтелектуального капіталу, адже методика передбачала його спрямування до 1 саме у довгостроковій перспективі. Отже, отримане нами теоретичне значення показника коефіцієнта Тобіна свідчить про позитивну динаміку, а зважаючи на високу ймовірність підвищення реальної ціни акцій товариства, можемо стверджувати про цілком реальну можливість знаходження його в межах від 2 до 3 після 2018 р. Крім того, отримане значення коефіцієнта 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 [344, с. 22]. Принагідно відмітимо, що порівняння цього показника з

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 середньоінтелектуальних товариств (у 2015 р.). Водночас ПАТ «Борщівський сирзавод» навпаки опустився у цьому рейтингу, перейшовши із групи середньоінтелектуальних до низькоінтелектуальних товариств (у 2015 р.). Відтак, отримані результати переконують у доцільності застосування цього 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.

Цікавою у контексті дослідження підходів до методології діагностики інтелектуального капіталу, на нашу думку, є модифікація методики розрахунок вартості («CIV»), опрацьованої у сфері податків «NCI Research» для визначення ринкової вартості нематеріальних активів підприємства, запропонованої у 1995 р. Т. Стюартом і Д. Лютим для удосконалення методики оцінювання інтелектуального капіталу підприємства [366]. Методика «CIV» уперше апробована автором у 1996 р. при визначенні вартості інтелектуального капіталу товариства «АДАК» [366]. Схематично підхід за вищеназваною методикою до розрахунку вартості інтелектуального капіталу підприємства можна представити у вигляді рис. 3. 5.

Таким чином, методика «CIV» ґрунтується на розрахунку середніх (за 3–5 років) значень низки показників, зокрема: середньої величини прибутку до оподаткування, середньої вартості матеріальних активів; середньої величини дохідності матеріальних активів ( $ROA_{амн}$ ), середньої галузевої величини дохідності матеріальних активів ( $ROA_{гал}$ ) та середньої податкової ставки.



Рис. 3.5. Схематичне представлення модифікованої методики Т. І. Стюарта «CIV» для визначення вартості інтелектуального капіталу підприємства

\*Джерело: складено автором на основі наукового джерела [366].

Розрахунок основних показників методики «CIV» подано в табл. 3. 4. Таким чином, вказана методика уперше вміщує показник «інтелектуальна премія», яка показує отриманий прибуток завдяки сформованій величині інтелектуального капіталу. Крім того, автор пропонує визначати поточну вартість «інтелектуальної премії», доцільність розрахунку якої є виправданою при стабільному фінансовому стані підприємства. Зауважимо, що як ставку дисконтування вчений пропонує використовувати норму витрат капіталу, характерну для підприємства (розраховану на основі складання калькуляції витрат капіталу).

**Перелік та технологія розрахунку показників оцінювання впливу інтелектуального капіталу на вартість підприємства за методикою**

**Б. Лева «СІV» [366]**

Показник	Технологія розрахунку
Середня величина дохідності матеріальних активів (ROA)	$ROA_{ам} = \frac{\overline{\Pi}_o}{\overline{V}_{AM}} \times 100\% ,$ <p>де <math>\overline{\Pi}_o</math> – середнє значення балансового прибутку підприємства, гр. од.; <math>\overline{V}_{AM}</math> – середня вартість матеріальних активів підприємства, гр. од.</p>
Показник надлишку прибутку	$\Delta\Pi = \overline{\Pi} - (ROA_{гал} \times \overline{V}_{AM}) ,$ <p>де <math>\Delta\Pi</math> – величина надлишку між прибутком і величиною дохідності матеріальних активів підприємства, гр. од.; <math>\overline{\Pi}</math> – середнє значення прибутку до оподаткування підприємства, гр. од.; <math>ROA_{гал}</math> – середня галузева величина дохідності матеріальних активів підприємства, гр. од.; <math>\overline{V}_{AM}</math> – середня вартість матеріальних активів підприємства, гр. од.</p>
Інтелектуальна премія	$P_{int} = \overline{\Pi} \times \left(1 - \frac{S_n}{100}\right) ,$ <p>де <math>P_{int}</math> – «інтелектуальна премія», гр. од.; <math>\overline{\Pi}</math> – середнє значення прибутку до оподаткування підприємства, гр. од.; <math>\overline{S}_n</math> – середня ставка податку на прибуток, %</p>
Поточна вартість «інтелектуальної премії»	$V_{P_{int}} = \frac{P_{int}}{S_d} \times 100\% ,$ <p>де <math>V_{P_{int}}</math> – поточна вартість «інтелектуальної премії», гр. од.; <math>P_{int}</math> – «інтелектуальна премія», гр. од.; <math>S_d</math> – ставка дисконтування, %</p>

Таким чином, можемо стверджувати, що суттєвою перевагою методики Т. Стюарта та Д. Лютого «СІV» є не лише простий спосіб обчислення вартості інтелектуального капіталу підприємства на основі використання даних, що містяться у фінансовій звітності суб'єкта господарювання, а й можливість здійснення порівняльного аналізу різних підприємств. Однак ця

методика має недоліки, пов'язані з використанням у розрахунках середніх значень різних показників, які зменшують рівень достовірності отриманих результатів (підвищують чи знижують вартість інтелектуального капіталу підприємства). Проте, незважаючи на низку недоліки, загальний позитивний вплив методики розрахунок вартості полягає в тому, що вона є основою побудови інших методик вимірювання й оцінювання інтелектуального капіталу підприємства.

Для розрахунку середніх за три роки значень прибутку до оподаткування та вартості матеріальних активів на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод», необхідних для застосування методики «СІV», використаємо проміжні дані річних фінансових звітностей за 2011–2015 рр., вміщених у дод. Д.6. Проведене оцінювання вартості інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» за методикою «СІV» підтвердило, що застосування показника середньої величини ROA викликає появу значної похибки в бік завищення/заниження отриманих значень. Так, наприклад, нами віднотовано трьохкратне відхилення ROA у секторі вітчизняної переробної промисловості від аналогічного показника у Польщі (4,32%) [431]. Крім того, зазначимо, що значний вплив на вартість інтелектуальної премії має розмір дисконтної ставки.

Застосування методики «СІV» також підтвердило загальну динаміку зміни вартості інтелектуального капіталу для оцінених нами корпоративних суб'єктів Тернопільської області (табл. 3.5). Так, вартість інтелектуального капіталу визначається вартістю премії, динаміка якої у 2013–2015 рр. у випадку ПрАТ «Тернопільський молокозавод» є зростаючою (із середнім темпом зростання 2%), та наростаючою спадною для ПАТ «Борщівський сирзавод» (у 2015 р. віднотовуємо більш ніж двократний спад порівняно з 2013 р.), що відповідає тенденціям, отриманим вище при застосуванні методів ринкової капіталізації та  $q$ -Tobina.

З метою порівняння проведемо оцінювання отриманих результатів вартості інтелектуального капіталу та його впливу на ринкову вартість

товариств, як представляють корпоративний сектор молочної індустрії Тернопільської області.

Таблиця 3.5

**Оцінювання вартості інтелектуального капіталу  
молокопереробних суб'єктів господарювання корпоративного сектора  
на основі методики «CIV»**

Суб'єкт	Показники	Роки			Примітка
		2013	2014	2015	
ПраТ «Тернопільський молокозавод»	Прибуток до оподаткування, тис. грн.	15353	21181	26718	Звіт про фінансові результати (середнє значення за 3 роки).
	Матеріальні активи, тис. грн.	111447	143820	172503	Баланс (середнє значення за 3 роки).
	ROA, %	13,8	14,7	15,5	26718/172503
	ROA для сектора, %	1,9	1,6	1,2	-
	Профіцит, тис. грн.	13236	18880	24648	26718 - 1,2 %
	Ставка податку, %	19	18	18	Дані Мінфін
	Інтелектуальна премія, тис. грн.	10721	15482	20211	24648*(1-0,18)
	Дисконтна ставка, %	14,5	18	22,0	Калькуляція вартості капіталу
Розрахункова вартість премії, тис. грн.	73938	86011	91868	20211/22%	
ПАТ «Борщівський сирзавод»	Прибуток до оподаткування, тис. грн.	6006	6909	8233	Звіт про фінансові результати (середнє значення за 3 роки).
	Матеріальні активи, тис. грн.	8402	11675	7774	Баланс (середнє значення за 3 роки).
	ROA, %	0,71	0,59	1,06	8233/7774
	ROA для сектора, %	1,9	1,6	1,2	-
	Профіцит, тис. грн.	5846	6722	8140	8233 -
	Ставка податку, %	19	18	18	Дані Мінфін
	Інтелектуальна премія, тис. грн.	4735	5512	6675	8140*(1-0,18)
	Дисконтна ставка, %	6,5	12,0	19,5	Калькуляція вартості капіталу
Розрахункова вартість премії, тис. грн.	72846	45933	34230	6675/19,5%	

\*Джерело: обчислено автором самостійно на основі даних звітностей товариств, статистичних збірників та даних Мінфіну України.



Так, у 2013 р. ринкова вартість ПрАТ «Тернопільський молокозавод» становила 206,250 млн. грн., що за вартості власного капіталу 76,911 млн. грн. дорівнює різниці, яка є вартістю інтелектуального капіталу товариства у розмірі 129,339 млн. грн. Порівнявши цей показник (129,339 млн. грн.) із розрахунковою вартістю інтелектуального капіталу (73,938 млн. грн.), приходимо до висновку, що у 2013 р. ринкова вартість ПрАТ «Тернопільський молокозавод» більше ніж на половину (57%) визначалася вартістю інтелектуального капіталу.

Натомість, за ринкової вартості ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2014 р. 281,250 млн. грн. із вартості власного капіталу 97,045 млн. грн. становитиме різницю 184,205 млн. грн., що є вартістю інтелектуального капіталу. Порівнявши розрахункову вартість інтелектуального капіталу (86,011 млн. грн.) із отриманою вартістю інтелектуального капіталу (184,205 млн. грн.), можемо стверджувати, що у 2014 р. порівняно з попереднім на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» вплив інтелектуального капіталу на ринкову вартість зменшився у 1,2 разу (табл. 3.6).

Обчислена на основі застосування методики «CIV» розрахункова вартість інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» протягом аналізованого періоду зростала та у 2015 р. перевищила 91 млн. грн. Враховуючи, що ринкова вартість товариства у 2015 р. становила 371,250 млн. грн., а величина власного капіталу 124,965 млн. грн., отримуємо різницю у розмірі 246,285 млн. грн., яка і є показником вартості інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод». Отже, порівняння розрахункової вартості інтелектуального капіталу (91,868 млн. грн.) із отриманим значенням (246,285 млн. грн.) свідчить, що у 2015 р. вплив цього інтелектуального капіталу на ринкову вартість ПрАТ «Тернопільський молокозавод» був у розмірі 37%. При цьому зауважимо, що цей вплив більше знижувався порівняно з 2014 р. (1,3 разу). Це додатково свідчить, про необхідність активізації процесів розвитку інтелектуального капіталу на ПрАТ «Тернопільський молокозавод», що дозволить посилювати

вплив генераторів креації вартості товариства, які мають інтелектуальне походження (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

**Оцінювання впливу вартості інтелектуального капіталу на  
ринкову вартість молокопереробних суб'єктів господарювання  
корпоративного сектора на основі методики «CIV»**

Суб'єкт	Показники	Роки				
		2011	2012	2013	2014	2015
ПРАТ «Тернопільський молокозавод»	Ринкова вартість, тис. грн.	21000**	183750**	206 250**	281 250**	371250**
	Вартість інтелектуального капіталу, тис. грн.	-	-	129339	184205	246285
	Оцінювання впливу інтелектуального капіталу на ринкову вартість, %	-	-	+57	+47	+37
ПАТ «Борщівський сирзавод»	Ринкова вартість, тис. грн.	73189**	48793**	73189**	97586**	97586**
	Вартість інтелектуального капіталу, тис. грн.	-	-	61388	78437	71827
	Оцінювання впливу інтелектуального капіталу на ринкову вартість, %	-	-	+ 84	- 58	- 47

\* Джерело: складено автором самостійно на основі методики «CIV».

\*\*Примітка: показник ціни простих акцій розрахований на основі методики «КСЕ» (за відсутності даних про ціну акцій реальне значення може відхилитися від розрахункового);

\*\*\* використано дані за 2010 р., беручи до уваги збитковість товариства у 2011 р.

Моніторинг вартості інтелектуального капіталу ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2013–2015 р. на основі методики «CIV» та оцінювання його впливу на ринкову вартість товариства підтверджує негативну динаміку та відповідає тенденціям методики ринкової капіталізації (MV/BV), як і передбачалося. Так, у 2013 р. ринкова вартість ПАТ «Борщівський сирзавод» становила 73,189 млн. грн., що за вартості власного капіталу 11,801 млн. грн.

дорівнює різниці, яка є вартістю інтелектуального капіталу товариства у розмірі 61,388 млн. грн.

Порівняння розрахункової вартості інтелектуального капіталу (72,846 млн. грн.) із отриманим показником (61,388 млн. грн.) із розрахунковою вартістю інтелектуального капіталу (72,846 млн. грн.) доводить, що у 2013 р. ринкова вартість ПАТ «Борщівський сирзавод» значною мірою визначалася вартістю інтелектуального капіталу. Натомість, за ринкової вартості ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2014 р. 97,586 млн. грн. і вартості власного капіталу 19,149 млн. грн., різниця становить 78,437 млн. грн., що є вартістю інтелектуального капіталу. Порівнявши розрахункову вартість інтелектуального капіталу (45,933 млн. грн.) із отриманим значенням (78,437 млн. грн.), доходимо висновку, що у 2014 р. порівняно з 2013 р. відбулося зменшення впливу інтелектуального капіталу на ринкову вартість товариства (табл. 3.6).

Розрахункова вартість інтелектуального капіталу ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2015 р. зменшилася до рівня 34,230 млн. грн., ринкова вартість залишилася незмінною порівняно з 2014 р. (97,586 млн. грн.), а величина власного капіталу становила 25,759 млн. грн. Таким чином, отримуємо різницю у розмірі 71,827 млн. грн., яка і є показником вартості інтелектуального капіталу ПАТ «Борщівський сирзавод». Відтак, порівняння розрахункової вартості інтелектуального капіталу (34,230 млн. грн.) та отриманого значення (71,827 млн. грн.) доводить, що у 2015 р. вплив інтелектуального капіталу на ринкову вартість ПАТ «Борщівський сирзавод» знизився більш ніж у 2 рази. Зазначимо, що цей вплив більше знижувався порівняно з 2014 р. (1,3 разу). Це вказує на необхідність активізації процесів розвитку інтелектуального капіталу на ПрАТ «Тернопільський молокозавод», що дозволить посилювати вплив генераторів креації вартості товариства, які мають інтелектуальне походження.

Наведений перелік методів вимірювання й оцінювання вартості інтелектуального капіталу підприємства лише фіксує діапазон альтернативних варіантів економічної діагностики. Проте варто зазначити,

що до сьогодні актуальним залишається питання опрацювання універсальної методики визначення вартості й оцінювання ефективності використання інтелектуального капіталу підприємства.

Перші спроби її напрацювання зроблені у 2003–2004 рр. професором Нью-Йоркського університету, редактором відомого видання «CFO Magazine» Б. Левом [312]. Особливістю методики Б. Лева та Ф. Гу дохід з капіталу знань («КСЕ») є її моделювання на виробничій функції підприємства, згідно з положеннями якої економічний результат діяльності суб'єкта господарювання визначається функцією [312, с. 7]:

$$EP = \alpha \times K_{\text{физ}} + \beta \times K_{\text{фин}} + \delta \times K_{\text{инт}}, \quad (3.36)$$

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

$\alpha, \beta, \delta$  – коефіцієнти продуктивності (дохідності) відповідно фізичного, фінансового та інтелектуального капіталу підприємства;

$K_{\text{физ}}, K_{\text{фин}}, K_{\text{инт}}$  – величина фізичного, фінансового та інтелектуального капіталу підприємства, гр.од.

Методику Б. Лева та Ф. Гу «КСЕ» представлено на рис. 3.6. Основним оцінним показником є величина «чистих стандартизованих прибутків», сформованих функціонуванням інтелектуального капіталу (в авторів методики «капіталу знань»). Отже, за економічний результат діяльності підприємства у методиці прийнято вважати отриманий (за минулі 3–5 років) та очікуваний (майбутній період 3–5 років) чистий прибуток (скорегований 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 становить 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.



Рис. 3.6. Алгоритм розрахунку величини капіталу знань за методикою Б. Лева та Ф. Ґу «КСЕ»

\*Джерело: складено автором на основі наукового джерела [312].

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 (основні формули для розрахунку оціночних показників згідно методики «КСЕ» вміщує табл. 3. 7).

Таблиця 3.7

**Показники та технології їхнього розрахунку згідно з методикою «КСЕ»**

Показник	Технологія розрахунку
1	2
Середня величина «стандартизованих» чистих прибутків підприємства [312, с. 52]	$\bar{П} = \frac{П_1 + П_2 + \dots + П_n + П_{n+1} + П_{n+2} + \dots + П_{n+i}}{t},$ <p>де <math>\bar{П}_o</math> – середня величина «стандартизованих» чистих прибутків підприємства за t-років, гр. од.; <math>П_1, П_2</math> – величина річних чистих прибутків підприємства за минулий період (порівняно з поточним роком – роком обчислення), гр. од.; <math>П_n</math> – величина річного чистого прибутку підприємства за поточний рік, гр. од.; <math>П_{n+1}, П_{n+2}, П_{n+i}</math> – величина річних чистих прибутків підприємства на прогнозований період (порівняно з роком обчислення), гр. од.; t – розрахунковий період, роки.</p>
Величина фізичного капіталу [312, с. 52]	$K_{фiз} = A_{необ} + З + ДЗ,$ <p>де <math>K_{фiз}</math> – величина фізичного капіталу підприємства, гр. од.; <math>A_{необ}</math> – вартість необоротних активів підприємства, гр. од.; <math>З</math> – величина запасів на підприємстві, гр. од.; <math>ДЗ</math> – обсяг довготермінових зобов'язань підприємства, гр. од.</p>
Величина чистих «стандартизованих» прибутків (фізичний капітал) [312, с. 9]	$\bar{П}_{фiз} = \frac{K_{фiз} \times ROA_{фiз}}{100\%},$ <p>де <math>\bar{П}_{фiз}</math> – величина чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням фізичного капіталу, гр. од.; <math>K_{фiз}</math> – величина фізичного капіталу підприємства, гр. од.; <math>ROA_{фiз}</math> – дохідність фізичного капіталу підприємства, %.</p>
Величини фінансового капіталу [312, с. 9]	$K_{фiн} = A_{об} - З + ИД - КЗ,$ <p>де <math>K_{фiн}</math> – величина фінансового капіталу підприємства, гр. од.; <math>A_{об}</math> – вартість оборотних активів підприємства, гр. од.; <math>З</math> – величина запасів на підприємстві, гр. од.; <math>ИД</math> – обсяг інвестицій, гр. од.; <math>КЗ</math> – обсяг короткотермінових зобов'язань підприємства, гр. од.</p>

1	2
<p>Величина чистих «стандартизованих» прибутків (фінансовий капітал) [294, с. 9]</p>	$\overline{\Pi}_{\text{фін}} = \frac{K_{\text{фін}} \times ROA_{\text{фін}}}{100\%},$ <p>де <math>\overline{\Pi}_{\text{фін}}</math> – величина чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням фінансового капіталу, гр. од.;  <math>K_{\text{фін}}</math> – величина фінансового капіталу підприємства, гр. од.;  <math>ROA_{\text{фін}}</math> – дохідність фізичного капіталу підприємства, %.</p>
<p>Величина чистих «стандартизованих» прибутків (капітал знань) [312, с. 9]</p>	$\overline{\Pi}_{\text{інт}} = \overline{\Pi} - \overline{\Pi}_{\text{фіз}} - \overline{\Pi}_{\text{фін}}$
<p>Величина капіталу знань [312, с. 26]</p>	$K_{\text{інт}} = \frac{\overline{\Pi}_{\text{інт}}}{ROA_{\text{інт}}} \times 100\%,$ <p>де <math>K_{\text{інт}}</math> – величина інтелектуального капіталу (капіталу знань) підприємства, гр. од.; <math>\overline{\Pi}_{\text{фіз}}</math> – величина чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням інтелектуального капіталу (капіталу знань), гр. од.; <math>ROA_{\text{інт}}</math> – дохідність інтелектуального капіталу, %.</p>

\*Джерело: складено автором на основі наукових джерел [312, с. 9, 26, 52; 294, с. 9].

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 дослідників, 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 капіталу.

Методика передбачає визначення величини фізичного та фінансового капіталу, 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. 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 Б. Лева та Ф. Ґу «КСЕ» її визначено на рівні 7% (амплітуда коливань знаходилася у межах 10%–11%; податок на прибуток – 35%) [312, с. 9].

Фінансовий капітал підприємства, за твердженнями науковців, формують обсяги готівки, цінні папери (облігації, акції) та фінансові інструменти [312, с. 9]. Зауважимо, що дохідність фінансового капіталу підприємства вчені пропонують визначити на рівні 4,5% (на основі дохідності урядових облігацій у 1980–1990 рр.) [312, с. 9]. Відповідно отриману середню величину «стандартизованих» чистих прибутків підприємства зменшують на суму величин чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих за функціонування фізичного та фінансового видів капіталу, отримуючи таким чином показник величини чистих «стандартизованих» прибутків, сформованих функціонуванням інтелектуального капіталу (в авторській моделі капіталу знань). Доцільно зауважити, що на основі ситуації на ринку, зокрема функціонування підприємств сектора комп'ютерного програмування і біотехнологій, дохідність інтелектуального капіталу ( $ROA_{\text{INT}}$ ) запропоновано визначити на рівні 10,5 %, а розрахунок величини інтелектуального капіталу – в авторській моделі «капіталу знань».

На основі вищевикладеного можемо стверджувати, що суттєвою перевагою методики вимірювання та оцінювання ефективності використання інтелектуального капіталу підприємства Б. Лева та Ф. Ґу «КСЕ» є її універсальний характер, адже алгоритм розрахунку показників дозволяє вимірювати та здійснювати оцінювання ефективності використання



інтелектуального капіталу будь-якого підприємства, що значно розширює горизонти її застосування.

Однак, незважаючи на переваги, метод «КСЕ» 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 Б. Лева та Ф. Ґу «КСЕ» розглядається як перспективна з погляду інвесторів, оскільки дослідження підтвердили 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 [312, с. 52]. На основі наведеного вище робимо висновок, що методика оцінювання інтелектуального капіталу підприємства Б. Лева та Ф. Ґу є перспективною для майбутніх наукових розвідок.

Розрахуємо вартість інтелектуального капіталу досліджених нами молокопереробних суб'єктів Тернопільської області, застосувавши технологію «КСЕ» (табл. 3.8). При цьому зауважимо, що можливості її практичного використання дають змогу для апробації на усіх вивчених у ході написання роботи суб'єктах господарювання – ПрАТ «Тернопільський молокозавод», ПАТ «Борщівський сирзавод», Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод», Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко», Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка», Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро», ПП «Альма Віта». Саме це позитивно її відрізняє від інших методик. При цьому нами дотримана базова гіпотеза даної технології, що найвищу дохідність отримують інтелектуальні активи. Таким чином, отримані аналітичні результати підтверджують загальну динаміку вартості інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 р., визначену за методами ринкової капіталізації,  $q_{\text{Tobin}}$  та «СІV».

**Визначення вартості інтелектуального ПрАТ «Тернопільський  
молокозавод» у 2011–2015 рр. на основі методики «КСЕ»**

Показник	Роки				
	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Прибуток, тис. грн.	5833	13060	14766	20328	28207
Прибутковість 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
Прибутковість 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>
Прибутковість 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 автором самостійно на основі статистичних звітностей товариства.

Відхилення знаходимо лише у 2011 р., коли за методикою «КСЕ» у товариства інтелектуальний капітал був відсутнім, що доводить отримане мінусове значення. Однак у 2012–2015 рр. у ПрАТ «Тернопільський молокозавод» простежуємо стабільну зростаючу динаміку вартості «капіталу знань» з відповідними темпами зростання 20%, 58%, 77%, що доводить доцільність нарощення величини інтелектуального капіталу та підвищення ефективності його використання.

Розрахунок передбачає зважування показників, враховуючи мінімум два роки до та після звітного періоду. З цією метою для встановлення прогнозних показників вартості матеріальних активів (рис. 3.7), фінансових активів (рис. 3.8) та капіталу знань, представленого у вигляді нематеріальних активів (рис. 3.9), нами побудовано відповідні лінії тренда дод. Е.1.

Для опису характеристики формування аналізованого показника – вартості матеріальних активів на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2016–2017 рр. – використано трендову поліноміальну 2 степеня модель з якістю  $R^2=0,98$  (рис. 3.7).

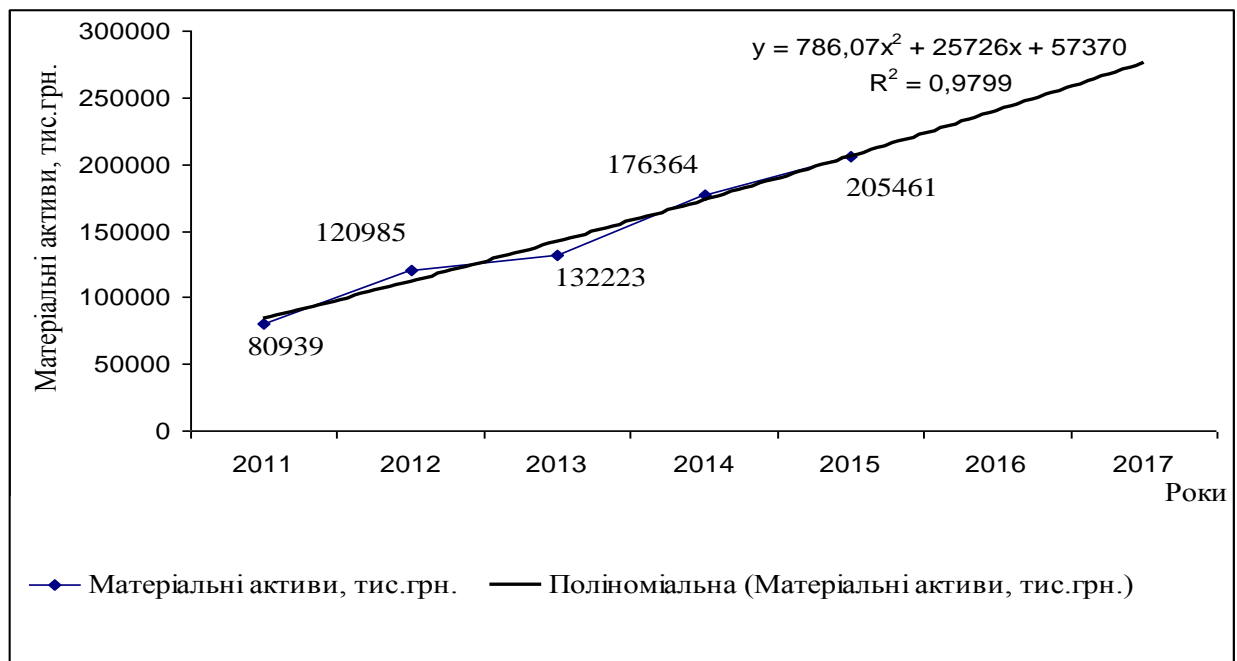


Рис. 3.7. Динаміка вартості матеріальних активів та поліноміальна лінія тренда на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 рр.

\*Джерело: розраховано автором самостійно, вибір лінії тренда здійснено на основі даних дод. Е.1.

Модель набула такого вигляду:

$$y = 786,07x^2 + 25726x + 57370, \quad (3.37)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 2011 р., 2012 р., ..., 2017 р.

На основі вибраної моделі визначено прогностні 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. використано трендова поліноміальна модель другого степеня (якість  $R^2=0,98$ ):

$$y = 3263,6x^2 - 13046x + 42724, \quad (3.38)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 2011 р., 2012 р., ..., 2017 р.

На основі вибраної моделі визначено прогностні значення вартості фінансових активів ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2016 р. – 81937,6 тис. грн. та у 2017 р. – 111318,4 тис. грн.



Рис. 3. 8. Панорама зміни вартості фінансових активів та поліноміальна лінія тренда на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 рр.

\*Джерело: розраховано автором самостійно, вибір лінії тренда здійснено на основі даних дод. Е.2.

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.

Для визначення динаміки вартості нематеріальних активів на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2016–2017 рр. використано трендову поліноміальну 2 степеня модель (якість  $R^2=0,99$ ):

$$y = 9673,8x^2 - 23572x + 44593, \quad (3.39)$$

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.

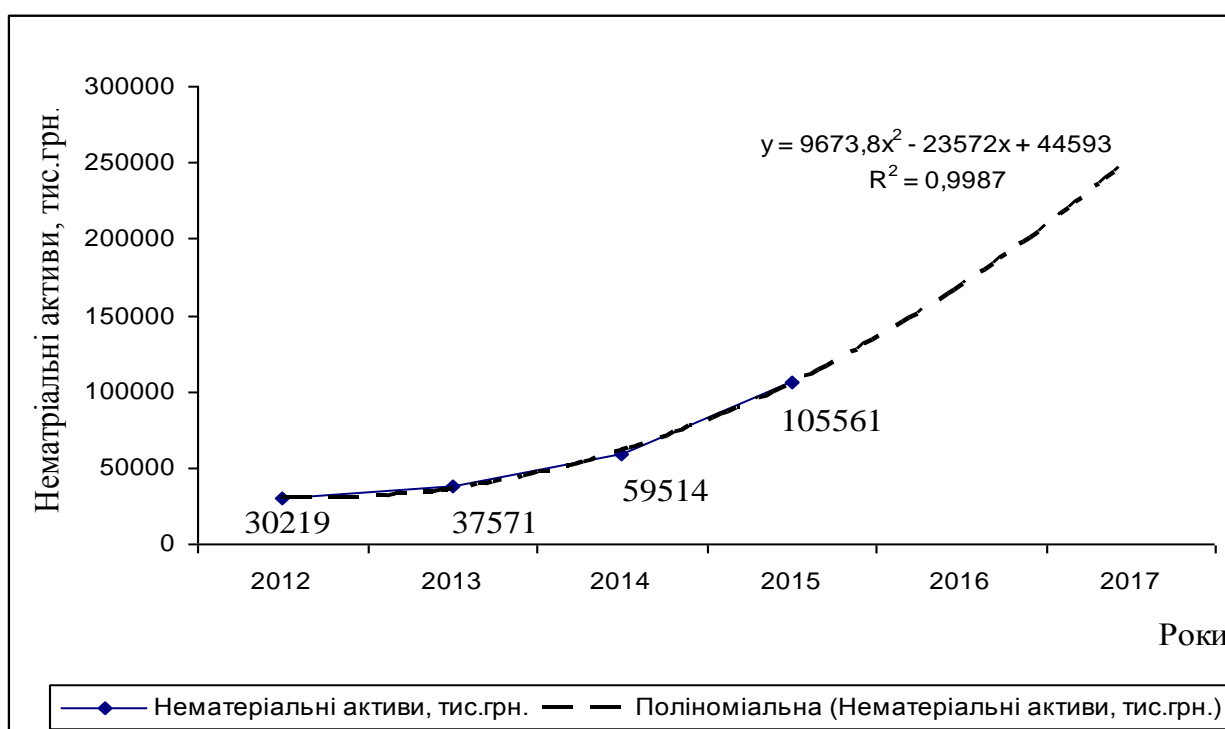


Рис. 3. 9. Зміна вартості нематеріальних активів та поліноміальна лінія тренда на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2012–2017 рр.

\*Джерело: розраховано автором самостійно, вибір лінії тренда здійснено на основі даних дод. Е. 3.

Беручи до уваги позитивні аналітичні результати динаміки вартості інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 рр., отримано підтвердження відповідності результатів, визначених за 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. Однак, отримана у ПрАТ «Тернопільський молокозавод» зростаюча динаміку вартості «капіталу знань» з відповідними темпами зростання 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 забезпечується вища норма дохідності, а це означає високу ймовірність покращення креаційних можливостей товариства у перспективі [344, с. 210].

Проведені розрахунки вартості інтелектуального капіталу ПАТ «Борщівський сирзавод» на основі методики «КСЕ» представляють дані табл. 3.9. Для встановлення прогностичних показників вартості матеріальних активів, фінансових активів та капіталу знань, представленого у вигляді нематеріальних активів, побудовано відповідні лінії тренда (дод. Е. 4).

На основі вибраної моделі визначено прогностичні значення вартості матеріальних активів ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2016 р. – 12321 тис. грн. Таким чином, товариство має позитивну динаміку зміни вартості матеріальних активів. Для визначення динаміки вартості матеріальних активів на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2013–2016 рр. використано трендову поліноміальну 2 степеня модель (дод. Е.4):

$$y = 863x^2 - 2680x - 9233, \quad (3.40)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 2013 р., 2014 р., ..., 2016 р.

Для визначення динаміки вартості фінансових активів на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2012–2016 рр. нами використано трендову поліноміальну модель другого степеня (Додаток Е. 5):

$$y = -7449,5x^2 + 40435x - 12874, \quad (3.41)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 2013 р., 2014 р., ..., 2016 р.

Таблиця 3.9

**Визначення вартості інтелектуального капіталу ПАТ  
«Борщівський сирзавод» у 2011–2015 рр. на основі методики «КСЕ»**

Показник	Роки				
	2010 р.**	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Прибуток, тис. грн.	5900	3659	6980	6845	6610
Прибутковість 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
Прибутковість 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>
Прибутковість 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 автором самостійно на основі статистичних звітностей товариства.

На основі вибраної моделі визначено прогностні значення вартості фінансових активів ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2016 р. – 29800 тис. грн. (дод. Е.5). Таким чином, у 2016 р. при незмінних умовах вартість фінансових активів товариства буде залишається нижчою від рівня 2015 р., що є додатковим свідченням неефективної діяльності ПАТ «Борщівський сирзавод». Враховуючи найвищу норму дохідності нематеріальних активів (10,5%) визначимо динаміку їхньої вартості для ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2013–2016 рр. (дод. Е.6).

Для визначення динаміки вартості нематеріальних активів на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2010–2016 рр. використано трендову поліноміальну модель 2 степеня (дод. Е.6):

$$y = 2162x^2 - 15429x + 66200, \quad (3.42)$$

де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 2013 р., 2014 р., ..., 2016 р.

Розраховані на основі прогнозної моделі очікувані значення вартості нематеріальних активів ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2016 р. – 39076 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 високу ймовірність посилення креаційного потенціалу товариства на основі розвитку інтелектуального капіталу.

В нинішніх умовах господарювання потенційні можливості нарощення бізнесу у секторі молочної індустрії зосереджені винятково у сфері розвитку інтелектуального капіталу. Вивлені резерви розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання можна реалізувати, винятково застосовуючи базові методики економічного аналізу. Пропоновані оцінні методики мають вмещувати економічні аргументи, представлені у вигляді показників, які б кристалізували резерви нарощення інтелектуального капіталу. Згідно з нашими міркуваннями, таким вимогам відповідає показник інтелектуальної доданої вартості, який виявляє можливості її генерування в межах структурного, людського та фінансового капіталу господарського суб'єкта.

Показник інтелектуальної доданої вартості є базовим елементом в методиці інтелектуальної доданої вартості («VAIC»), розробленої у 1998 р. дослідником австрійського дослідницького центру інтелектуального капіталу А. Пулічем [432, с. 702–714; 433, с. 62–68]. 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, доступних у фінансовій звітності). Однак запропонована А. Пулічем технологія розрахунку показника інтелектуальної доданої вартості, на нашу думку, містить певний суб'єктивізм, зокрема щодо обчислення величини структурного інтелектуального капіталу, але, враховуючи низку переваг та можливості проведення порівняльного оцінювання, вважаємо за доцільне подальше його застосування в аналітичних цілях.

Незважаючи на наведені вище неоднозначні моменти, методика «VAIC» набула широкого практичного застосування, зокрема у дослідженнях М. Хена та С. Хенга [256, с. 159–176], А. Уйвари-Гіль (у сфері телекомунікації) [514, с. 72–78], А. Дариае, А. Пакдела, К. Еасапоура та М. Халафлу [267, с. 821–826], Е. Бомб'як (кондитерські підприємства) [236, с. 238–240], Л. Асаді [223, с. 2–12], М. Аліреза [215, с. 1396–1403], П. Сковрона (в паливно-енергетичному комплексі) [438, с. 335–340], І. Мосен [382, с. 1–8], О. Кендюхова [65, с. 14, 15], В. Петренка [112, с. 84], С. Кіся [69–71].

Схематично представлено механізм застосування методики «VAIC» і технології розрахунку оцінних показників на рис. 3.10.

Удосконалена методика, запропонована польською економісткою А. Уйвари-Гіль для оцінювання впливу інтелектуального капіталу на створення інтелектуальної доданої вартості, передбачає при розрахунку показника доданої вартості підхід, який відповідає положенням британського Департаменту торгівлі і промисловості [414, с. 702–714]:

$$VA = P_o + HC + A, \quad (3.43)$$

де  $VA$  – додана вартість, тис. грн.;

$P_o$  – операційний прибуток, тис. грн.;

$HC$  – величина людського капіталу, тис. грн.;

$A$  – амортизаційні відрахування, тис. грн.

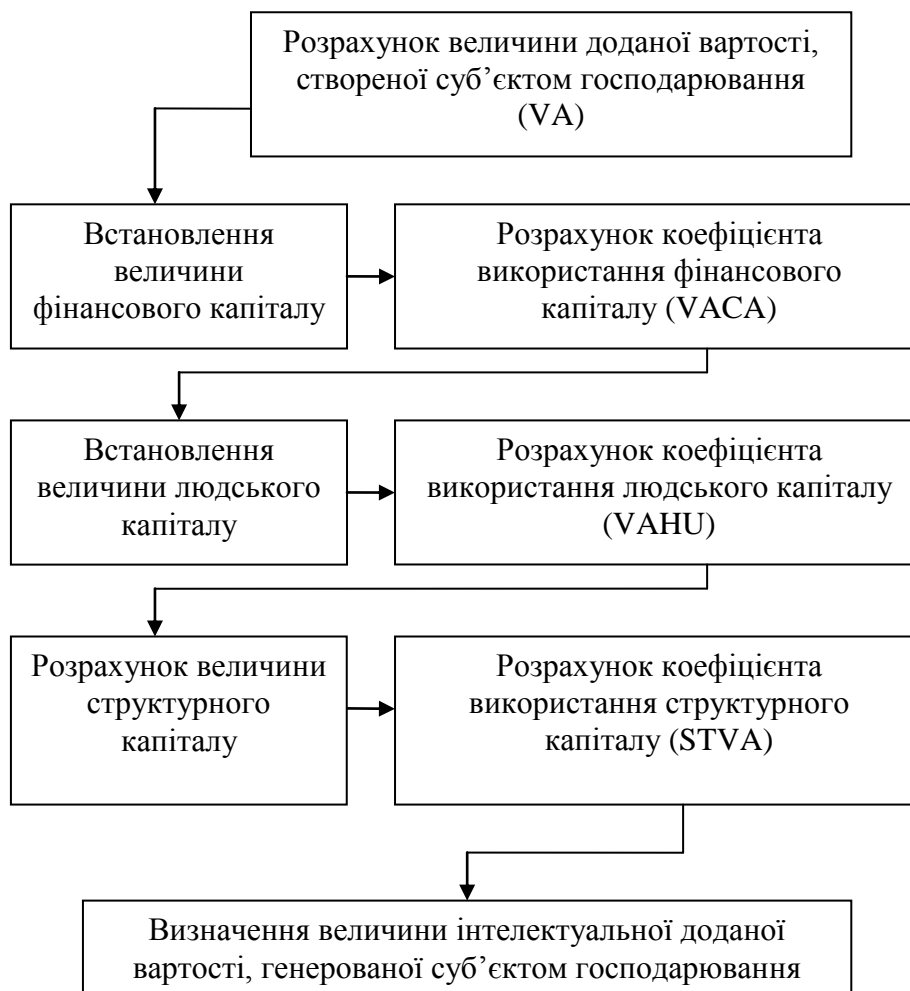


Рис. 3.10. Методика інтелектуальної доданої вартості (VAIC) за А. Пулічем

\*Джерело: складено автором на основі наукових джерел [432, с. 702–714; 433, с. 62–68].

Розрахунок основних оцінних показників методики «VAIC» вміщує табл. 3.10. Проведене економічне оцінювання ефективності внеску інтелектуального капіталу в створення інтелектуальної доданої вартості на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011–2015 р. свідчить про збіг загальних тенденцій щодо розвитку інтелектуального капіталу із вищезазначеними результатами за іншими методиками. Так, на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» простежується зростаюча динаміка інтелектуальної доданої вартості протягом 2011–2014 рр. (відповідно 2,89; 2,97 та 3,04) та незначне (0,24 пункту) її зниження у 2015 р. (2,8), що відповідає результатам, отриманим за методиками ринкової капіталізації,  $g_{\text{Tobina}}$ , «CIV» (крім методу «КСЕ») (табл. 3.11).

## Оцінні показники та технологія їхнього розрахунку за методикою

## А. Пуліча «VAIC»

Показник	Технологія розрахунку
Додана вартість	$VA = D - W$ , де $VA$ – додана вартість, тис. грн.; $D$ – виручка від реалізації продукції, тис. грн.; $W$ – витрати, тис. грн.
Коефіцієнт використання фінансового капіталу	$VACA = \frac{VA}{CE}$ , де $VACA$ – коефіцієнт використання фінансового капіталу; $VA$ – додана вартість, тис. грн.; $CE$ – величина фінансового капіталу, тис. грн.
Коефіцієнт використання людського капіталу	$VAHU = \frac{VA}{HC}$ , де $VAHU$ – коефіцієнт використання людського капіталу; $VA$ – додана вартість, тис. грн.; $HC$ – величина людського капіталу, тис. грн.
Величина структурного капіталу	$SC = VA - HC$ , де $SC$ – величина структурного капіталу, тис. грн.; $VA$ – додана вартість, тис. грн.; $HC$ – величина людського капіталу, тис. грн.
Коефіцієнт використання структурного капіталу	$STVA = \frac{SC}{VA}$ , де $STVA$ – коефіцієнт використання структурного капіталу, тис. грн.; $SC$ – величина структурного капіталу, тис. грн.; $VA$ – додана вартість, тис. грн.

\*Джерело: складено автором на основі наукових джерел [414, с. 702–714].

Дані економічного аналізу при застосуванні підходу А. Уйвари-Гіль містять дещо вищі значення показника інтелектуальної доданої вартості порівняно з методом «VAIC» із загальною позитивною динамікою (темп зростання 4% у 2012 р., 1% – у 2013 р., 5% – у 2014 р. та 3% – у 2015 р.) (табл. 3.12). Використання методики «VAIC» виявляє дещо нижчі значення інтелектуальної доданої вартості із нестабільним темпом зростання 3% – у 2012 р., 4% – у 2014 р. та 5% – у 2015 р. (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

**Інтелектуальна додана вартість корпоративних суб'єктів  
господарювання Тернопільської області у 2011–2015 рр. на основі  
методики «VAIC»**

Суб'єкт	Показник	Роки				
		2011	2012	2013	2014	2015
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 звітностей товариств.

\*\*Примітка: через збитковість ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011 р. для початкового відлікового часового періоду використано дані за 2010 р.

При застосуванні підходу А. Уйвари-Гіль, хоч і отримуємо дещо вищі значення показника інтелектуальної доданої вартості порівняно з методом

«VAIC», але загальна динаміка є негативною (темп спадання 3% наявний у 2012 р., 1% – у 2013 р., 10% – у 2014 р. та 5% – у 2015 р.) (табл. 3.12, 3.13–3.17).

Таблиця 3.12

**Інтелектуальна додана вартість молокопереробних корпоративних суб'єктів Тернопільської області на основі підходу А. Уйвари-Гіль у 2011–2015 рр.**

Суб'єкт	Показник	Роки				
		2011	2012	2013	2014	2015
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: через збитковість ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011 р. для початкового відлікового часового періоду використано дані за 2010 р.

Таблиця 3.13

**Інтелектуальна додана вартість Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод»  
у 2012–2015 рр.**

Метод	Показник	Роки			
		2012	2013	2014	2015
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 (VANU)	<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 (VANU)	<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>	<b>2,07</b>

\* Джерело: розраховано автором самостійно на основі статистичних звітностей товариства.

Низка суб'єктів у цьому виді діяльності були успішними (ПрАТ «Тернопільський молокозавод»), а інші – пасивними (ПАТ «Борщівський сирзавод», Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод»). Отже, молокопероробний корпоративний сектор Тернопільщини протягом 2011–2015 рр. по різному формував креаційний потенціал. Здійснений аналіз інтелектуальної вартості оцінених суб'єктів дозволив виділити групу товариств із негативною

динамікою, зокрема Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод» (табл. 3.13) та Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко» (табл. 3.14).

Таблиця 3.14

**Інтелектуальна додана вартість Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко»  
у 2012–2015 рр.**

Метод	Показник	Роки			
		2012	2013	2014	2015
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>	<b>2,79</b>	

\* Джерело: розраховано автором самостійно на основі статистичних звітностей товариства.

Таким чином, загалом негативна динаміка інтелектуальної вартості Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко» у 2012–2015 рр. формувалася за 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 Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка» та ПП «Альма Віта» (табл. 3.15).

Таблиця 3.15

**Інтелектуальна додана вартість Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка»  
у 2012–2015 рр.**

Метод	Показник	Роки			
		2012	2013	2014	2015
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 (VAHU)	<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 (VAHU)	<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 оцінні результати щодо динаміки інтелектуальної вартості на Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка» протягом аналізованого періоду свідчать про



сформований стабільно позитивний тренд, забезпечений підвищенням ефективності використання людського капіталу, що дозволяє прогнозувати високу ймовірність покращення креаційного потенціалу господарського суб'єкта. Часову зміну інтелектуальної вартості на Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро» у 2012–2015 рр. відображено у табл. 3.16.

Таблиця 3.16

**Інтелектуальна додана вартість Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро» у 2012–2015 рр.  
на основі методики VAIC**

Метод	Показник	Роки			
		2012	2013	2014	2015
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 ( <b>VACA</b> )	<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 ( <b>VAHU</b> )	<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 ( <b>STVA</b> )	<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. Уйвари-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 ( <b>VACA</b> )	<b>0,33</b>	<b>X</b>	<b>0,11</b>	<b>0,11</b>
	Ефективність використання людського капіталу ( <b>VAHU</b> )	<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 ( <b>STVA</b> )	<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.

Динаміку інтелектуальної доданої вартості ПП «Альма Віта» у 2012–2015 р. на основі методики «VAIC» А. Пуліча «VAIC» та підходу А. Уйвари-Гіль містять дані табл. 3.17.

Таблиця 3.17

**Інтелектуальна додана вартість ПП «Альма Віта» у 2012–2015 рр.  
на основі методики VAIC**

Метод	Показник	Роки			
		2012	2013	2014	2015
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.

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 1,5–2,8 разу, власного капіталу – 1,1–2,3 разу, структурного капіталу – 1,4–2,1 разу.

Проведена економічна діагностика інтелектуальної вартості молокопереробних суб'єктів Тернопільщини доводить, що значний

креаційний потенціал можуть сформувати не лише корпоративні, а й підприємницькі структури. Водночас помітним аспектом оцінювання є той факт, що необхідною умовою нарощення креаційного потенціалу у всіх без винятку суб'єктів господарювання було підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу.

Проведена економічна діагностика інтелектуальної вартості молокопереробних суб'єктів Тернопільщини підтверджує, що досліджені суб'єкти мають потенціал для її генерування. Крім того, необхідною умовою пришвидшення креації інтелектуальної доданої вартості є підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу. Резерви генерування інтелектуальної доданої вартості відрізняються. Так, для ПрАТ «Тернопільський молокозавод» як єдиного суб'єкта з наявним експортним потенціалом точки зростання оцінного 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 – людському, фінансовому та структурному. Отримана негативна динаміка ефективності використання інтелектуального капіталу, на нашу думку, є першочерговим стримуючим чинником у застосуванні інноваційної моделі розвитку на ПАТ «Борщівський сирзавод».

За проведеною економічною діагностикою інтелектуального капіталу встановлено, що ПрАТ «Тернопільський молокозавод» протягом аналізованого періоду перейшов із групи низькоінтелектуальних до середньоінтелектуальних товариств (у 2015 р.). Водночас ПАТ «Борщівський сирзавод» знизився у цьому рейтингу навпаки, перейшовши із групи середньоінтелектуальних до низькоінтелектуальних товариств (у 2015 р.). Відтак, отримані результати переконують у доцільності застосування цього 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.

З огляду на переваги й недоліки наведених вище підходів до оцінювання інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання, а також враховуючи українські реалії з обмеження у їхнього практичного застосування, в дослідженні визначена група показників, які відповідають встановленим вище критеріям (табл. 1.2) і дають виявляти вплив рівня розвитку першого на креацію вартості підприємства: питома вага заробітної плати у собівартості продукції; питома вага витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції; 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 прозорості підприємства; питома вага витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу в виручці від реалізації продукції.

Проведене оцінювання рівня розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів молочної індустрії Тернопільщини дає підставити стверджувати, що значні відмінності виявлені саме на рівні індивідуального, ринкового та інноваційного модулів (дод. И.1). Так, протягом 2011–2015 рр. у позиціюванні суб'єктів молочної галузі Тернопільської області щодо розвитку індивідуального інтелектуального капіталу можна виділити такі групи: перша – стабільно зростаюча (ПП «Альма Віта» із позитивною динамікою обох оцінних показників, зокрема помітним є збільшення у 2,3 разу питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та у 1,4 разу питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції); 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 виручці від реалізації продукції; Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко» із більш ніж двократним зниженням питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та незначним

(+ 0,32%) збільшенням питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції, що забезпечить у майбутньому позитивну динаміку першого показника); третя – невизначеної перспективи (Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка» із незначним (+ 0,58 %) збільшенням питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та зниженням (– 0,86%) питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції чи ПАТ «Борщівський сирзавод» із збільшенням у 1,5 разу питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та надзвичайно низькою питомою вагою витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції); четверта – негативної перспективи (Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод» із 1,5 кратним зростанням питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції та Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро» із стабільною питомою вагою заробітної плати у собівартості продукції й стабільно негативною динамікою питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції). Відзначимо, що суб'єкти господарювання третьої та четвертої груп перебувають у межах ризику, зниження якого вимагає збалансування витрат. Водночас аналіз ринкового та інноваційного інтелектуального капіталу виявляють значні переваги у ПрАТ «Тернопільський молокозавод», брендинг й інноваційна діяльність якого дозволяють утримувати лідерські позиції серед вивчених молокопереробників Тернопільської області (дод. И.1).

Проведене оцінювання рівня соціального інтелектуального капіталу дає змогу стверджувати про обмежене застосування переліченими 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 виручці від реалізації продукції, зокрема між лідером ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро»; чи, наприклад, більш ніж двократний розрив у показниках першим та другим рейтинговими місцями (ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод»). Додатковим підтвердженням є інший

показник – коефіцієнт транспарентності має значний потенціал навіть для тих суб'єктів, які підтвердили найвищий результат серед опитаних, наприклад, ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» (дод. И.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 кількості спостережень, що становить 35, дає можливість встановити найвищі значення середнього рівня оцінних показників за наведеними вище складовими модулями. Так, у розвитку індивідуального інтелектуального капіталу, оціненого показниками питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції і питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції, встановлене майже шестикратне відхилення між їхніми 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 (дод. И.2).

Водночас найнижче середнє значення (0,31%) було встановлено для коефіцієнта 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 (дод. И.2).

Серед відібраних показників оцінювання ринкового інтелектуального капіталу наведених вище суб'єктів господарювання помітним є кількість брендів, який відзначився низькими значеннями середнього рівня 1,51 од. і при незначному відхиленні (0,23), правосторонній асиметрії (1,77) та дещо

вищому коефіцієнтові ексцесу (3,62), що доводить помірну варіацію серед отриманих результатів і наявність піків розподілу (дод. И.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 коефіцієнтові ексцесу (0,93), що дозволяє стверджувати про незначну варіацію серед отриманих результатів і гладкий пік розподілу (дод. И.2). Отже, можемо стверджувати про значну строкатість у розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів молокопереробного сектора 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 базовий чинник конкурентоспроможності підприємства.

Узагальнюючи відмітимо, що проведена економічна діагностика інтелектуального капіталу публічних молокопереробних суб'єктів Тернопільської області вказала на недостатній інтелектуальний потенціал. Використання виявлених резервів генерування інтелектуальної доданої вартості в корпоративному секторі Тернопільщини додатково чинитиме позитивний вплив на розвиток регіону, що є надзвичайно важливим в умовах децентралізації. Однак наведені методи дозволяють оцінювати загальну величину інтелектуального капіталу підприємства, водночас не даючи змоги виявляти детальні резерви впливу на креацію вартості суб'єкта господарювання. Важливою перевагою описаних вище методик аналізу стану, динаміки інтелектуального капіталу, а також оцінювання його впливу на вартість, є їхній позитивний вплив на підвищення інвестиційної привабливості для потенційних інвесторів, фінансових посередників тощо. Існує також висока ймовірність застосування наведених вище фінансових методик оцінювання інтелектуального капіталу підприємств за умови

розвитку фінансового ринку України. Широкого практичного застосування описані фінансові методики оцінювання інтелектуального капіталу набудуть також при залученні інвестиційних ресурсів вітчизняними господарськими суб'єктами, підвищенні інтелектомісткості та конкурентоспроможності. Отже, на наш погляд, варто дійти розуміння вітчизняною науковою, бізнесовою і політичною елітою важливості якісної освіти та фахової підготовки, а з боку пересічних громадян – усвідомлення необхідності постійного самонавчання, самовдосконалення, активної участі у житті громади та творенні оточення.

### **Висновки до розділу 3**

На основі узагальнення фахових напрацювань щодо теоретико-методологічних домінант економічної діагностики впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства зроблено такі висновки та пропозиції:

1. Прагматизм дослідження ефектів креації вартості підприємства, обґрунтований на основі аналізу аксіометодології креації вартості сучасних суб'єктів господарювання, констатує їхнє базування на фінансових методиках, які не враховують застосування компетенційної моделі управління. Розроблений показник рівня інтелектуалізації підприємства на основі діапазону коливань коефіцієнта Тобіна дозволяє встановлювати відповідне підвищення/зниження ефективності використання інтелектуального капіталу. Це доводить доцільність застосування показника інтелектуального рівня підприємства в аналітичних цілях для обґрунтування інвестиційної привабливості та виявлення потенційних джерел зосередження інтелектуальних резервів креації вартості.



2. Визначений вплив інтелектуального капіталу на креацію вартості суб'єктів господарювання за методиками коефіцієнта Тобіна, співвідношення ринкової та балансової вартості, розрахунку вартості, доходу з капіталу знань, інтелектуальної доданої вартості виявляє відмінності у його величині (що зумовлено певним суб'єктивізмом), але доводить однакові тенденції динаміки. На основі вивчення методичних аспектів оцінювання інтелектуального капіталу підприємства обґрунтовано доцільність застосування в корпоративному секторі молочної індустрії методу  $q$ -Тобіна та методу ринкової капіталізації. Застосування в аналітичних цілях методики  $MV/BV$  дає змогу виявляти зміни в динаміці інтелектуального капіталу підприємства. Доведено методикою «СІV», що вартість премії відповідає величині інтелектуального капіталу, розрахованій при застосуванні методів ринкової капіталізації та  $q$ -Тобіна. Проведена економічна діагностика інтелектуальної вартості підприємств доводить, що вагомий креаційний потенціал можуть сформувати не лише корпоративні, а й підприємницькі структури. Необхідною умовою нарощення креаційного потенціалу суб'єктів господарювання визнано необхідність нарощення та підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу. На основі проведеного аналізу інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання запропоновано пріоритети його розвитку в межах структурних модулів.

3. Розроблене науково-методологічне забезпечення оцінювання ефектів креації вартості, забезпечених розвитком інтелектуального капіталу підприємства за оцінним критерієм, визначає мінімізацію величини «лакуна вартості», яка виникає при порівнянні потенційної та ринкової вартості підприємства. Розмежування матеріальної та інтелектуальної вартості підприємства конкретизує джерела зосередження інтелектуальних резервів креації вартості підприємства. Методика оцінювання інтелектуальної вартості виокремлює вартість капіталу компетенцій підприємства та вартість соціальної відповідальності бізнесу. Такий підхід дозволяє оцінити вплив інтелектуального капіталу на креацію вартості через показник вартості

капіталу компетенцій, а також виявити дотримання підприємством критеріїв зрівноваженого розвитку і соціальної відповідальності бізнесу, які є визначальними в сучасних умовах господарювання. Сумарний ефект креації вартості підприємства визначається на основі складання модульних (проміжних) ефектів, отриманих на рівні індивідуального, колективного та соціального таксонів інтелектуального капіталу підприємства. Введена інтелект-потенційна вартість капіталу компетенцій є максимально можливою величиною, сформованою за умови найвищого рівня розвитку інтелектуального потенціалу, та пропонується в якості ключового індикатора оцінної методики. Запропонований інтегральний показник вартості капіталу компетенцій підприємства обчислений як сумарна величина особистісних, організаційних (ринкового, інноваційного та інформаційного походження) та соціальних складових. Він дає змогу визначати зміну величини «лакуна вартості», будучи характеристикою мінімізації потенційних втрат, найповніше відображає розмір ефекту креації вартості, зумовленого розвитком інтелектуального капіталу. Розроблена методика розрахунку оцінних показників враховує базовою величиною вартість однієї компетенції, вміщує індикатори реальної та інтелект-потенційної вартості капіталу компетенцій (особистісних, організаційних, соціальних) та дає можливість обрахунку величини ефекту креації вартості підприємства з компетенційною моделлю.

Результати авторських напрацювань відображено у наукових публікаціях [130; 133; 134; 139; 140; 141].

## РОЗДІЛ 4

### ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

#### **4.1. Перспективи кластеризації підприємств за рівнем розвитку інтелектуального капіталу на основі поширення офшорингу процесів знань**

В умовах цифрової економіки функціонування суб'єктів господарювання характеризується швидкими процесами деіндустріалізації, що виявляється ліквідацією науково-дослідних підрозділів великих промислових підприємств чи їхньою трансформацією у сучасні наукові центри з якісно оновленими цілями і мотивами діяльності. Створення таких наукових центрів супроводжується пошуком наукового потенціалу в інших країнах, 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 центрів, формування відповідної інфраструктури. Враховуючи такі тенденції на глобальному ринку, можемо стверджувати, що Україна має можливості для використання цих перспектив стратегічного розвитку.

В умовах «економіки знань» саме такий вектор розвитку має стати відправною точкою у здійсненні всіх видів економічних реформ, які зуміють зацікавити в Україні закордонних інвесторів. Крім того, вважаємо, що на сьогоднішні потенційні можливості України порівняно з іншими країнами є вищими, адже рівень підготовки майбутніх дослідників саме у математичному напрямі є дещо кращим, ніж, наприклад, у Польщі. Однак зауважимо, що ці переваги є короткостроковими, а тому важливість їхнього швидкого використання є найважливішою.

Делокалізація потенціалу наукових послуг відбувається у рамках процесів їхнього офшорингу, насамперед у формі прямих іноземних інвестицій, якими на сьогодні охоплено більше 100 країн світу. За дефініцією, запропонованою OECD, офшоринг полягає у виокремленні частини бізнесових, ІТ, науково-дослідних послуг із подальшою їхньою передачею до виконання підприємствам, які знаходяться на територіях країн із нижчими витратами праці і / чи з більшими обсягами інтелектуального капіталу [400]. Серед країн-лідерів, де вартість офшорингових послуг є найвищою, дослідники виділяють Індію (40% світового ринку), а ринок Центрально-Східної Європи становить приблизно 6%. Зауважимо, що країною, яка утримує лідерські позиції щодо кількості працівників у цій сфері на території Східної Європи, є Польща, Чехія, Угорщина, Румунія, Словаччина і Болгарія. За останніми оцінюваннями організації «NASSCOM», вартість офшорингових послуг у світовому масштабі досягала близько 117,5 млрд. дол. США [308].

Ретроспективний аналіз дає підстави науковцям 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 ст. пов'язана з перенесенням за кордон послуг, які забезпечують створення нових знань [258].

Сучасні тренди офшорингу процесів знань базуються на аналітичних та експертних оцінюваннях, 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 [232, с. 395–410]. За твердженнями дослідників, саме застосування офшорингу процесів знань відомими міжнародними

інвестиційними банками дає їм підстави утримувати високі рейтинги якості досліджень та аналітичних оцінок.

Проблема поширення офшорингу процесів знань в Україні не знайшла підтримки ні в державному, ні в бізнес-секторах. Водночас 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. Згадані вище тенденції в модернізації векторів економічного зростання формують нові можливості розвитку інтелектуального капіталу, в т. ч. і в молокопереробному секторі Тернопільщини.

Інтелектуалізація праці зміцнює конкурентні позиції, вимагаючи активізації процесів розробки та впровадження інтелектуальних продуктів. Для молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільщини, які досліджуються у дисертаційній роботі, проблема посилення конкурентних переваг є достатньо гострою, що доводять результати їхньої кластеризації за рівнем розвитку інтелектуального капіталу.

Економічна діагностика розвитку інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області за 2011–2015 рр., проведена за допомогою методу кластерного аналізу, дала змогу сформулювати їхню класифікацію за множиною оцінних ознак. Для характеристики індивідуального, колективного (ринкового, інноваційного, інформаційного) та соціального структурних модулів нами відібрані такі показники: питома вага заробітної плати у собівартості продукції; питома вага витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції; кількість брендів; коефіцієнт навантаження на бренд; питома вага експорту у виробничій програмі; питома вага інноваційної продукції у виробничій програмі; кількість систем 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 виручці від реалізації продукції.

З метою визначення кількості кластерів використаємо метод «k-means clustering», припустивши гіпотезу про ймовірність виділення семи кластерів для дев'яти змінних (дод. И.8). Крім того, для обґрунтування гіпотези використано ще й правило ієрархічного об'єднання із метрикою «евклідова відстань», а результати представляє дендограма кластерного аналізу молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області (рис. 4.1).

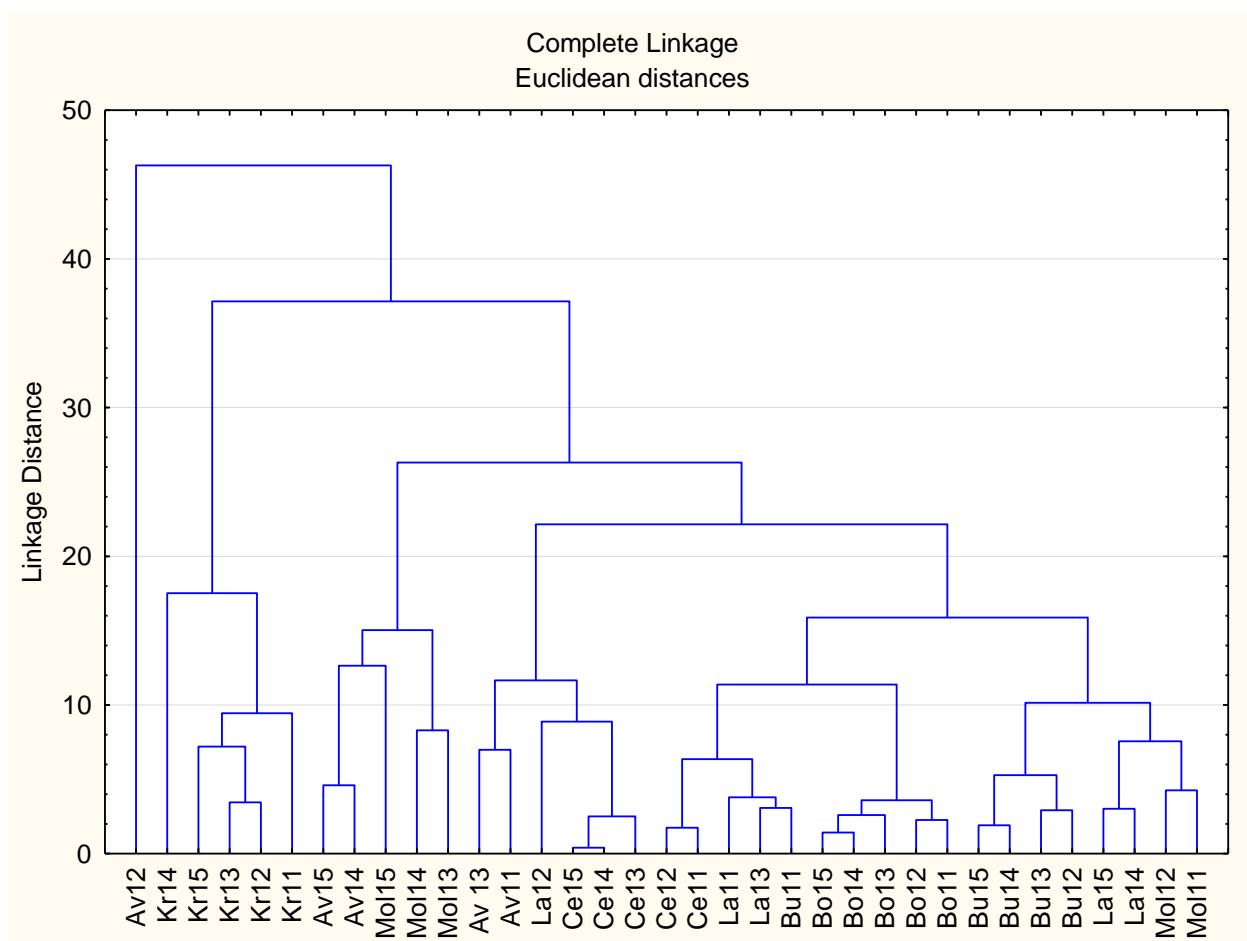


Рис. 4.1. Дендограма кластерного аналізу суб'єктів господарювання Тернопільської області, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива за комплексом показників, які характеризують інтелектуальний капітал

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі даних досліджених суб'єктів господарювання та пакета «STATISTIKA».

Для підтвердження гіпотези про таку кількість кластерів додатково кластеризації за критерієм середніх значень змінних підлягала множина показників за період 2011–2015 рр., які є характеристиками індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного та соціального модулів інтелектуального капіталу низки досліджених суб'єктів (дод. И.8). Таким чином, гіпотеза про доцільність виділення 7 кластерів є доведеною. У подальшому охарактеризуємо наповненість виділених семи кластерів залежно від рівня розвитку індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного та соціального модулів інтелектуального капіталу досліджених суб'єктів (табл. 4.1).

Так, для суб'єктів першого кластера, сформованого Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод» (2011–2015 рр.) та Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка» (2013 р.), характерною є неефективна політика оплати праці, що негативно впливає на розвиток індивідуального інтелектуального капіталу. Отже, помітною рисою даного кластера є відносно вища питома вага заробітної плати у собівартості продукції та нижча питома вага витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції. Це, на нашу думку, є головним потенційним резервом інтелектуалізації праці в умовах очікуваного поширення офширингу процесів знань (дод. И.8).

У цій же групі кластерів із низьким потенціалом розвитку інтелектуального капіталу з'явився шостий кластер, до складу якого увійшли Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро» (2013–2015 рр.), Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка» (2012 р.) та ПП «Альма Віта» (2011–2012 рр.) (дод. И.8). Відтак, цей кластер на сьогодні є основним для Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро», яке вирізняється низьким рівнем розвитку переважної більшості структурних модулів інтелектуального капіталу, зокрема ринкового (низьке значення кількості брендів, коефіцієнта навантаження на бренд), інноваційного (низька питома вага інноваційної продукції), інформаційного (низька питома вага інформаційних технологій у нематеріальних активах) та соціального (низький коефіцієнт транспарентності).

Таблиця 4.1

**Результати кластеризації суб'єктів господарювання Тернопільської області, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива за рівнем розвитку інтелектуального капіталу**

Номер кластера	Суб'єкти господарювання, які сформували кластер
1	ТзОВ «Бучацький сирзавод» 2011–2015 рр.
	ТзОВ «Галичина Ласунка» 2013 р.
2	ТзОВ «Цебро» 2011–2012 рр.
	ТзОВ «Галичина Ласунка» 2011 р.
	ПП «Альма Віта» 2013 р.
3	ПрАТ «Гернопільський молокозавод» 2011–2013 рр.
4	ПАТ «Борщівський сирзавод» 2011–2015 рр.
	ТзОВ «Галичина Ласунка» 2014–2015 рр.
5	ТзОВ «Кременецьке молоко» 2011–2015 рр.
6	ТзОВ «Цебро» 2013–2015 рр.
	ТзОВ «Галичина Ласунка» 2012 р.
	ПП «Альма Віта» 2011–2012 рр.
7	ПрАТ «Гернопільський молокозавод» 2014–2015 рр.
	ПП «Альма Віта» 2014–2015 рр.
	ТзОВ «Галичина Ласунка» 2013 р.
	ТзОВ «Галичина Ласунка» 2011 р.
	ПП «Альма Віта» 2013 р.
	ТзОВ «Галичина Ласунка» 2014–2015 рр.
	ПП «Альма Віта» 2014–2015 рр.

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі даних досліджених суб'єктів господарювання та пакету «STATISTIKA».

Таким чином, невдалий брендинг, малоефективна інноваційна політика, рівень інформатизації виробничо-комерційних процесів і закритість діяльності товариства не дають підстав для оптимізму. У зв'язку з цим, доходимо висновку, що менеджерам та керівництву ТзОВ «Цебро» необхідні докорінні зміни в управлінні товариством. В іншому разі суб'єкт приречений на банкрутство і закриття.



Оцінювання кластеризації виявляє два кластери, які були сформовані у період 2011–2013 рр. Враховуючи такий часовий аспект, а також те, що нижчеподані суб'єкти, які ввійшли до складу другого (Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро» (2011–2012 рр.), Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка» (2011 р.) та ПП «Альма Віта» (2013 р.)) і третього кластерів (ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (2011–2013 рр.)) на сьогодні значно покращили показники розвитку інтелектуального капіталу, аналізом кластеризації минулого часового періоду знехтуємо (дод. И.8).

Четвертий кластер сформували суб'єкти корпоративного сектору із середнім потенціалом розвитку інтелектуального капіталу (ПАТ «Борщівський сирзавод», Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка») (дод. И.8). Так, для цієї групи характерним є недостатній рівень розвитку індивідуального інтелектуального капіталу, спричинений низькою питомою вагою витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції, що і є головним стримуючим чинником. Іншим негативним моментом є низький рівень розвитку інформаційного інтелектуального капіталу, зумовлений низькою питомою вагою інформаційних технологій у вартості нематеріальних активів, що в умовах цифризації економічних процесів не дозволить суб'єктам у майбутньому перейти в групу із високим потенціалом розвитку інтелектуального капіталу. Крім того, без швидкого реагування на вирішення проблем із нарощенням нематеріальних активів ці господарські суб'єкти мають високу ймовірність переходу в групу з низьким потенціалом розвитку інтелектуального капіталу.

Наступна група кластерів сформована представниками з високим потенціалом розвитку інтелектуального капіталу, зокрема виділяємо тут п'ятий кластер (Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко» (2011–2015 рр.)) та шостий (ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (2014–2015 рр.), ПП «Альма Віта» (2014–2015 рр.)). Позитивним моментом вважаємо те, що формування цього кластера доводить наявність можливостей для розвитку молокопереробного бізнесу як у корпоративному, так і підприємницькому секторах регіону.

П'ятий кластер характерний для представника одного суб'єкта – Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко», яке протягом 2011–2015 рр. проводить активну політику, спрямовану на розвиток індивідуального та інноваційного інтелектуального капіталів. При цьому, значні резерви розвитку інтелектуального капіталу для товариства знаходяться в модулях інформаційного (низька питома вага інформаційних технологій в нематеріальних активах) та соціального (низький коефіцієнт транспарентності) капіталів, що в умовах цифрової економіки та популяризації принципу соціальної відповідальності бізнесу є стримуючим чинником.

Сьомий кластер є лідером у розвитку інтелектуального капіталу. Привертає увагу той факт, що значні резерви виявлені у модулі соціального капіталу (збільшенні коефіцієнта транспарентності), що зробить діяльність більш прозорою та підвищить інвестиційну привабливість. Однак швидкі темпи розвитку виявлені в модулі індивідуального, частково ринкового (розлога кількість брендів), інноваційного (кількості систем управління якістю і безпечністю молочної продукції) та інформаційного (висока питома вага інформаційних технологій в нематеріальних активах) капіталів. Прогнозувати активізацію розвитку інтелектуального капіталу можна в модулях ринкового (оптимізація коефіцієнта навантаження на бренд) та інноваційного (підвищення питомої ваги інноваційної продукції) капіталів тощо.

Підсумовуючи, виділимо склад кластерів молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільщини, визначивши потенціал розвитку інтелектуального капіталу в них (табл. 4.2). При цьому важливо зауважити, що високий рівень потенціалу в розвитку інтелектуального капіталу віднотовано як в корпоративному (ПрАТ «Тернопільський молокозавод», Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко»), так і в підприємницькому секторі (ПП «Альма Віта»), що доводить рівні можливості для зростання. Водночас занепокоєння викликає той факт, що більше половини (56%) корпоративних структур

характеризуються середніми/низькими потенційними можливостями для розвитку інтелектуального капіталу. Такий стан речей додатково кристалізує певні проблеми й у перспективі забезпечення регіонального розвитку.

*Таблиця 4.2*

**Оцінювання потенціалу розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання Тернопільщини, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива на основі кластеризації**

Номер кластера	Потенціал розвитку інтелектуального капіталу	Склад кластера при врахуванні динамічних змін
5, 7	Високий	ПрАТ «Тернопільський молокозавод», Т <sub>3</sub> ОВ «Кременецьке молоко», ПП «Альма Віта»
4	Середній	ПАТ «Борщівський сирзавод», Т <sub>3</sub> ОВ «Галичина Ласунка»
1, 6	Низький	Т <sub>3</sub> ОВ «Бучацький сирзавод», Т <sub>3</sub> ОВ «Цебро»

\*Джерело: складено автором самостійно на основі кластерного аналізу досліджених суб'єктів господарювання та пакета «STATISTIKA».

Для майже третини (понад 28%) вивчених суб'єктів із середнім рівнем потенціалу в розвитку інтелектуального капіталу основні резерви покращення знаходяться в індивідуальному та інформаційному модулях. Натомість, вагома частка (понад 28%) суб'єктів із низьким потенціалом розвитку інтелектуального капіталу в регіоні вимагає нарощення та якісного покращення усіх складових модулів. Таким чином, приходимо до розуміння, що наявність обмежених можливостей підвищення потенціалу розвитку інтелектуального капіталу, насамперед, у цієї групи молокопереробних суб'єктів Тернопільської області, може нівелюватися в результаті формування оточення, сприятливого для поширення офшорингу процесів знань у регіоні. Крім того, цей вектор позитивно впливатиме на підвищення потенціалу розвитку інтелектуального капіталу і тих молокопереробних суб'єктів господарювання, які сьогодні сформували групу високого рівня. Адже турбулентність оточення, швидкі зміни в інформаційних технологіях,

поширення цифризації економічних процесів на мікрорівні, вимагають постійного підвищення потенціалу розвитку інтелектуального капіталу й у цій групі.

Таким чином, Тернопільщина має значні резерви для нарощення потенціалу розвитку інтелектуального капіталу у секторі молочної індустрії. Лише 43% досліджених молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільщини мають високий рівень потенціалу в розвитку інтелектуального капіталу. Підтвердженням правильності зроблених висновків є те, що активізація офшорингу процесів знань забезпечила збільшення майже на третину кількості польських підприємств, які продавали результати наукових досліджень за кордон, а саме в країни ЄС [382]. Збільшення ролі науки в забезпеченні інноваційного розвитку, підвищення рівня застосування інформаційно-комунікаційних технологій – сучасні тенденції функціонування економічних систем на мікрорівні, які для здешевлення виробництва і надалі сприятимуть поширенню офшорингу процесів знань.

Практика свідчить, що навіть інноваційні економіки сьогодні мотивують до науково-дослідницької діяльності. Європейські країни-лідери характеризуються високою якістю наукових досліджень, активністю підприємств в інноваційній діяльності, великою кількістю отриманих патентів та успішною комерціалізацією наукових результатів. Як відомо, показником, що відображає рівень фінансування НДДКР у країнах Євросоюзу, є відсоток витрат на фінансування наукових досліджень до валового внутрішнього продукту. Зокрема, протягом 2011–2014 рр. він перебуває в межах: в Іспанії (1,2–1,35%), у Португалії (1,29–1,51%), Словенії (1,60–2,39%), Чехії (1,4–2,0%), Фінляндії (3,17–3,5%), Швеції (3,16–4,5%) та ін. Динаміка цього показника для Польщі протягом 1990–2006 рр. не була позитивною. Починаючи з 2008 р. помітною є стабільна тенденція збільшення поданого показника в Польщі, зокрема у 2009 р. (0,67%), у 2010 р. (0,7%), у 2011 р. (0,77%), у 2012 р. (0,9%), у 2014 р. (0,94%) [368]. Водночас результати досліджень стратегічних радників при уряді Польщі підтверджують, що інтенсивність наукових досліджень у Польщі є майже

втричі нижчою серед країн ЄС–27 [237]. 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 [237]. 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 [237]. Враховуючи досвід фінансування науки у розвинутих країнах, цей показник у Польщі (яка в цьому разі є одним із конкурентів для України) продовжує залишатися низьким, але задеклароване його стабільне зростання у Стратегії 2030 дозволяє констатувати формування політики, спрямованої на поширення офшорингу процесів знань.

Однак, незважаючи на негативну динаміку цього показника в українській економіці та враховуючи низку переваг, властивих для вітчизняної науки щодо якості підготовки кадрів саме в природничо-математичному циклі, шанси скористатися поширенням офшорингу процесів у дослідженому регіоні є цілком реалістичними. Відповідно визначені нові конкурентні переваги, до яких зараховують освіту, інноваційність, підприємництво та креативність, що сформує позитивні перспективи для покращення кластеризації молокопереробних суб'єктів за рівнем розвитку інтелектуального капіталу на основі очікуваного поширення офшорингу процесів знань у регіоні.

На основі сучасних публікацій доходимо висновку, що найчастіше науково-дослідницька 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. Доцільно зауважити, що можливості залучення України до територій поширення офшорингу процесів знань на сьогодні суттєво обмежуються недосконалістю вітчизняного законодавства, насамперед, у сфері охорони прав інтелектуальної власності. Однак, згідно з

даними Світового Банку, США не завжди залишалися абсолютним лідером серед низки провідних економік світу, що свідчить про позитивний вплив офшорингу знань на розвиток країн світу.

Отже, Україна має шанси скористатися світовими тенденціями офшорингу процесів знань, якщо утримуватиме високий рівень підготовки спеціалістів технічних напрямів, а також удосконалить підготовку аналітиків та й інших різногалузевих фахівців. Крім того, в українських реаліях потенційні можливості поширення офшорингу процесів знань залежать від владних структур усіх рівнів, які мають забезпечити політичну стабільність та економічну привабливість країни шляхом здійснення конструктивних реформ, які б давали країні економічні переваги (наприклад, реформа щодо охорони прав інтелектуальної власності тощо). На наш погляд, нарощенню потенціалу української економіки в цьому напрямі сприятиме активізація міжсекторного партнерства.

Перспективи переходу до інноваційної моделі розвитку в секторі молочної індустрії Тернопільщини мають розглядатися як пріоритетні, пов'язані з широким використанням в усіх 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 дасть змогу регіону скористатися наявними на сьогодні перевагами від поширення офшорингу знань.

Делокалізація потенціалу наукових послуг на території 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.

Таким чином, розвиток інтелектуального капіталу на основі очікуваного поширення офшорингу процесів знань у регіоні матиме позитивний вплив на покращення кластеризації молокопереробних суб'єктів. Зокрема, забезпечить появу групи із дуже високим потенціалом розвитку

інтелектуального капіталу, яка на сьогодні є відсутньою, що суттєво обмежує можливості виходу на ринок ЄС із молочною продукцією регіональних суб'єктів. Зауважимо, що потрапляння у цю найвищу групу є неможливим без запровадження компетенційної моделі розвитку індивідуального інтелектуального капіталу, цифризації економічних процесів, покращення охорони прав інтелектуальної власності, активізації інтелектуальної діяльності, підвищення соціальної відповідальності бізнесу тощо. Конструктивні та швидкі рішення щодо вирішення цих проблем знаходяться винятково у сфері поширення офшорингу процесів знань в регіоні. В умовах децентралізації не менш важливим для регіонального масштабу є проведення радикальних змін у групі суб'єктів молочної галузі Тернопільської області із середнім потенціалом розвитку інтелектуального капіталу. Власне, нарощення інтелектуального капіталу цієї групи має критично важливе значення для регіональної спеціалізації. Адже, лише поширення офшорингу процесів знань здатне створити позитивне оточення для нарощення інтелектуального капіталу у модулях майже третини молокопереробних суб'єктів Тернопільщини. Інших раціональних джерел підвищення рівня розвитку інтелектуального капіталу в індивідуальному та інформаційному модулях цих суб'єктів не виявлено.

Підсумовуючи додамо, що на сьогодні поширення офшорингу процесів знань на українській території можливе лише на підставі новелізації системи освіти шляхом розвитку подальших здібностей до самонавчання і гарантії стабільності фінансування системи освіти. Особлива увага має надаватись створенню середовища для розвитку індивідуальної креативності громадян шляхом підвищення ефективності навчання та формування інноваційної культури, які забезпечать виникнення креативних галузей.

#### **4.2. Інтерактивна модель реалізації компетенційного підходу у розвитку інтелектуального капіталу підприємства**

Швидкі зміни турбулентного середовища зумовлюють появу нової парадигми функціонування сучасних підприємств – нових правил, принципів і способів господарювання – та популяризують проблеми інтелектуалізації праці, вирішити які можна 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 П. Друкер [386]. Дослідники І. Нонака та Г. Такеучі зауважували про важливе значення в успішному розвитку японських фірм «...неформалізованих знань, які забезпечують розв'язання різних завдань... Ці знання дають можливість для 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» [105, с. 18].

Інший економіст М. Братніцкі, зауважує, що в інтелігентному підприємстві «...панує дух саморозвитку, який формує простір до самонавчання і вдосконалення працівників, а вони самі трактуються як особи., які мають вплив на господарську діяльність» [243, с. 109]. Дослідження засвідчують, що 10% підвищення рівня освіти забезпечує зростання продуктивності праці на 8,6%, тоді як аналогічне збільшення акціонерного капіталу – лише на 3–4% зростання продуктивності праці [12]. Ось чому у сучасному світі відстежуємо позитивну динаміку працевлаштування саме у сфері «розумової праці», зокрема у США цей показник становить 85% від загального приросту зайнятих, у Великобританії – 89%, в Японії – 90% [31, с.73]. З огляду на такі перспективи,



найважливішим завданням для «інтелектуального підприємства» є забезпечення здатності його працівників до постійного самонавчання – для розвитку капіталу знань – та самовдосконалення – для формування капіталу компетенцій.

Зауважимо, 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 вимагає організації системного самонавчання і постійного підвищення фахового рівня – самовдосконалення.

На необхідності постійного самонавчання звертають увагу К. Нордстрем і Й. Ріддерстрале: «...у світі, в якому триває пошук нематеріальних форм конкуренції, у тому світі, де усі рішення пов'язані зі знаннями та 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» [106, с. 222]. Виходячи з наведеного вище, приходимо до розуміння, що важливу роль в «інтелектуальному підприємстві» відіграють працівники – носії та власники індивідуального інтелектуального капіталу, здатність яких до пошуку нових знань і розвитку компетенцій є 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 бути наявні при звільненні особи.

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 компетентної конкуренції, вдало, на нашу думку, відміченою Р. Санчесом у межах удосконалення стратегічного управління [453, с. 303–317]. Водночас, вперше про компетенції підприємства написали Г. Хамел та К. Прахалад власне з позицій утримання конкурентоспроможності на основі формування ринкових ніш і домінування у них [317, с. 34–36, 199, 270].

Погляд на стратегічні перспективи як основний чинник у забезпеченні майбутнього економічного зростання на мікрорівні скерований у напрямку локалізації конкурентних переваг у сфері функціонування компетенцій, які дозволяють гарантувати більш раціональне використання й більш ефективно управління виробничими ресурсами. Враховуючи це, доходимо до висновку, що конструктивні відповіді на вирішення викликів сьогодення для українських виробників молочної продукції, де-факто, не можуть бути зосереджені на уникненні чи відтермінуванні виходів на висококонкурентні ринки.

Так, подальше перебування вітчизняних 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 молокопереробки позбавлений стратегічних аспектів і рано чи пізно призведе до краху – банкрутства, ліквідації чи зміни власників підприємств, які користуються такими підходами. І якщо 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. Отже, спостережене уникнення чи відтермінування українськими виробниками молочної продукції виходу на висококонкурентні світові ринки з перспективи

стратегічного розвитку є економічно невиправданим із будь-якої точки зору. 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 таке виробництво.

У нинішніх економічних умовах потрапляння і подальше успішне функціонування на місткому, висококонкурентному ринку ЄС, що відкритий із початком 2016 р., для вітчизняних суб'єктів господарювання можливе:

- по-перше, за умови підвищення рівня інтелектуалізації виробничих, комерційних і соціальних процесів, що сформують компетенційні конкурентні переваги;
- по-друге, на основі удосконалення управління ризиками, 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.

Отже, необхідність формування сприятливого для розбудови компетенцій підприємства оточення виникає саме із розвитком інтелектуального капіталу. Адже, для утримання конкурентних переваг сучасному підприємству нині не достатньо враховувати популярні раніше професійні вміння і навички, потрібно акцентувати увагу на покращенні їхнього якісного доповнення. Крім того, відносна моногенність (однаковість), властива вищепереліченим фаховим характеристикам, не дає змоги кристалізувати унікальні, характерні лише для конкретних суб'єктів спритності, використані при виготовленні інтелектомісткої продукції (наданні інтелектомістких послуг), що відповідно і обмежує можливості застосування останніх у процесах креації вартості.

Вирішення назрілих проблем у забезпеченні креації вартості суб'єктів господарювання, які функціонують в умовах глокалізації, перебуває в межах реалізації конструктивних підходів компетенційної моделі розвитку. Згідно з нашими переконаннями, саме врахування компетенційної концепції конкуренції, дає змогу формувати відмінні між різними господарськими суб'єктами конкурентні переваги, які, з одного боку, забезпечують можливість кращого задоволення потреб споживачів, а з іншого – дасть змогу отримувати так звані «компетенційні ефекти», які дозволяють як утримувати лідерські позиції на наявних, так і комфортно почуватися у нових ринкових сегментах. У нинішніх умовах господарювання, компетенційні ефекти є різновидом монополістичного прибутку, розмір якого, визначається рівнем використання капіталу компетенцій. Інакше кажучи, компетенційні ефекти наявні тоді, коли сформований капітал компетенцій дозволяє підприємству виготовляти якісно кращу інтелектомістку продукцію (послуги), здатну приносити вищу корисність 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 «ідентифікаційні компетенції підприємства». Правильність наших тверджень базується на принципах підприємницького конструктивізму, який доводить, що посилення потенціалу підприємств до утримання конкурентних переваг у інтелектомістких виробництвах шляхом поліпшення їхньої якісної складової вимагає використання наявних або розбудови нових компетенцій. Відповідно доцільність імплементації підходів, властивих компетенційній моделі розвитку на аналізованих 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 їхньої

вартості. На перший погляд розбудова потенціалу до креації вартості на основі ідентифікуючих компетенцій має 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. 4.2).

Загалом у підсумку функціонування такого механізму дасть змогу виявляти резерви у сфері джерел креації вартості відповідно як наявних, так і нових компетенцій підприємства, які є інструментом генерування інтелектуальної доданої вартості. Принагідно зазначимо, що посилення компетенційного потенціалу суб'єктів господарювання дозволить підвищити ефективність застосування «...економічних методів реалізації преференційного оподаткування» як важливого інструменту державної регуляторної політики [80, с. 30–34].

Доцільність практичного застосування молокопереробними підприємствами розробленого механізму посилення їхнього 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 вищепропонованого механізму починається з 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 підтверджена їхня наявність чи відсутність.

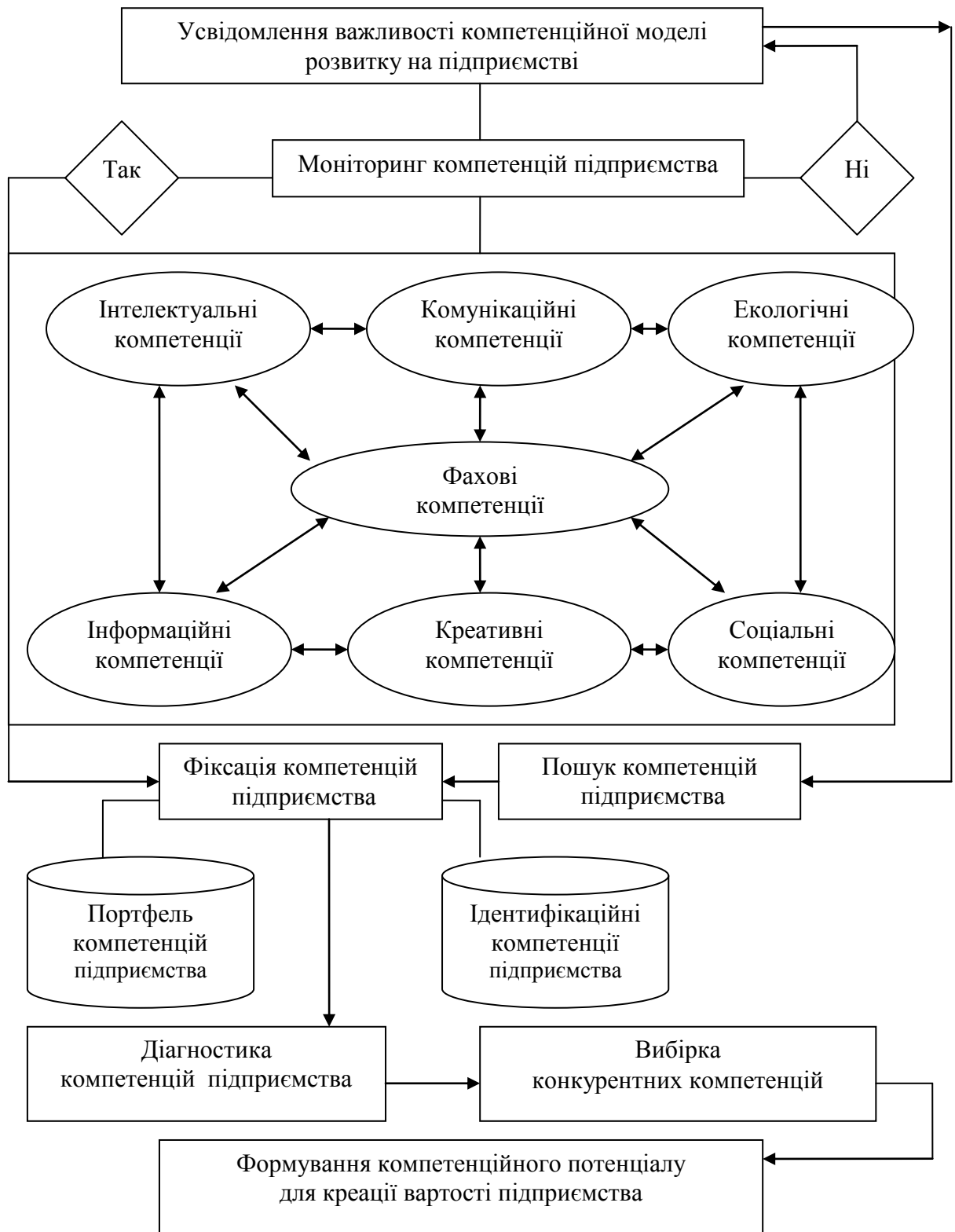


Рис. 4.2. Механізм посилення потенціалу підприємства до креації вартості на основі компетенційної моделі розвитку

\*Джерело: власна розробка.

Водночас доцільно зауважити, що апробація авторського механізму посилення потенціалу на усіх без винятку молокопереробних господарських суб'єктах виявила саме повну відсутність застосування компетенційного підходу. При цьому 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 формуванням портфеля компетенцій та виділення основної групи – ідентифікаційних компетенцій. Третій етап – діагностика компетенцій підприємства має суто економічну зацікавленість, адже передбачає проведення оцінювання портфеля компетенцій з метою виокремлення лише тих, які на даний момент спроможні підвищити конкурентоспроможність продукції, а отже, і можуть розглядатися як потенційні джерела креації вартості підприємства.

Водночас зазначимо, що фундаментальною основою для ефективного функціонування запропонованого авторського механізму, скерованого на формування конкурентоспроможного потенціалу підприємства до креації вартості на основі компетенційної моделі розвитку, є розробка та структуризація портфеля компетенцій (рис. 4.3).

Таким чином, портфель компетенцій підприємства – це документальне представлення акумульованої в межах прийнятої структуризації інформації про стан і наповненість компетенцій суб'єкта господарювання відповідно до 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 їхня структуризація. З огляду на подане твердження, а також враховуючи економічну доцільність проникнення вітчизняного сектору молочної індустрії на європейський ринок, вважаємо за доцільне при визначенні архітектури портфеля компетенцій підприємства брати до уваги вимоги, що діють на ринку ЄС. Крім того, це додатково уможливуватиме здійснення порівняльного оцінювання портфеля компетенцій підприємства з суб'єктами

господарювання конкретної галузі, що дасть змогу виявляти також аналітичну функцію такого інструменту креації вартості.

Мета розробки портфеля 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 зростання інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

Дотримуючись зазначених вище постулатів, вважаємо за доцільне представити панораму типових базових компетенцій для молокопереробних підприємств, гармонізувавши її із структуризацією, що діє на території ЄС (табл. 4.3). Зокрема, при опрацюванні класифікації компетенцій підприємства використані пропозиції Т. Біхем, К. Леві-Лебоуар щодо побудови банку компетенцій для управлінських кадрів на основі бенчмаркінгу, перелік універсальних компетенцій Т. Олексина та ін. [357, с. 32; 401, с. 40]. Принагідно зазначимо, що розмір портфеля 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 [298, с. 55–58]. Відповідно основою базових компетенцій підприємства, на нашу думку, є фахові компетенції, які містяться у центрі портфеля компетенцій (табл. 4.3).

Таким чином, запропонована класифікація компетенцій підприємства вміщує такі блоки – фахові, інтелектуальні, комунікаційні, креативні, соціальні, інформаційні, екологічні, які, відповідаючи підходам ЄС, є згрупованими, залежно від їхніх якісних ознак і характеристик впливу на рівень фахових компетенцій підприємства.



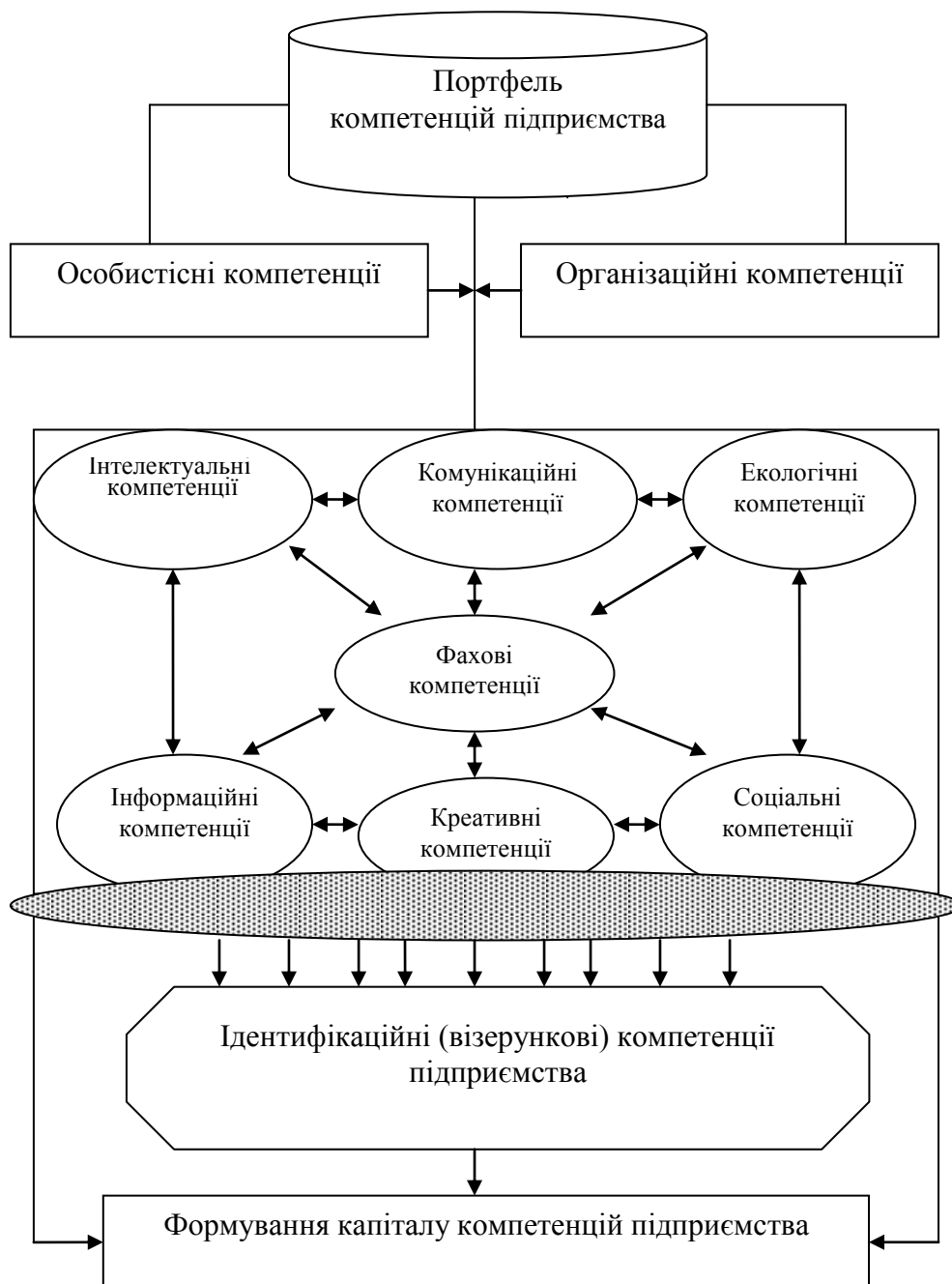


Рис. 4.3. Схематичне представлення портфеля компетенцій підприємства

\*Джерело: власна розробка.

Серед переліку 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, економічного оцінювання та можливості швидкого вирішення проблем, швидкість прийняття управлінських рішень, дотримання проінноваційного принципу побудови організаційної структури);

Таблиця 4.3

**Класифікація компетенцій підприємства на основі гармонізації підходів, які використані у країнах ЄС**

Авторський підхід	
Фахові	Професійна спритність
Інтелектуальні	Компетенції математичні
	Компетенції науково-технічні
	Вміння самостійно вчитися
	Вміння вчитися в групах
	Інноваційність
	Ініціативність
Комунікаційні	Порозуміння на рідній мові
	Порозуміння на іноземній мові
Інформаційні	Компетенції інформаційні
	Компетенції у сфері інформаційно-комунікаційних технологій
Креативні	Культура самовираження
	Культурна обізнаність
Соціальні	Компетенції соціальні
	Компетенції у сфері громадської роботи
Екологічні	Екологічні

\*Джерело: складено автором на основі наукових джерел [298, с. 55–58; 347; 357, с. 32].

- 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 продуктовими та процесовими інноваціями, забезпечення охорони інтелектуальної власності, підтримання активності у сферах винахідницько-пошукової діяльності тощо);

- формування потенціалу інформаційного інтелектуального капіталу (управління інформацією – відбір, оцінювання, 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. Так, стійкі конкурентні переваги здатні сформуватися на основі розвитку потенціалу для використання інтелектуального капіталу сучасних суб'єктів господарювання. З цією метою при імплементації компетенційного підходу запропоновано в архітектурі портфеля компетенцій підприємства виділити інтелектуальні, комунікаційні, інформаційні, креативні, соціальні й екологічні.

Однією із найбільш містких груп у запропонованій структуризації портфеля 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, вміщує:

- формування високої бізнесової свідомості персоналу (компромісність, ініціативність, інтелігентність тощо);
- вміння конструктивно вирішувати проблеми;
- утримання інноваційності;
- формування банку знань;
- володіння портфелем інтелектуальної власності;
- забезпечення охорони прав інтелектуальної власності;
- мотивація інтелектуальної майстерності (на основі підтримки стажувань, підвищення кваліфікації, участі у грантових проектах, тренінгах, конференціях, симпозіумах, семінарах тощо).

Рівень фахових компетенцій молочних підприємств визначається якостями комунікаційного характеру, які дозволяють створити сприятливий клімат для співіснування в межах оточення – контрагенти, споживачі, що підвищують потенційні можливості для володіння інформацією, знаннями тощо. Згідно з вищенаведеною аргументацією, вважаємо за доцільне серед комунікаційних компетенцій підприємства виокремити:

- 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 комунікаційних, 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 отже, 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 відповідно і високим рівнем морального зношення;

- практикування нових каналів комерційної діяльності (наприклад, онлайн продажі тощо), ефективність функціонування яких є значно вищою від традиційних, а можливості оцінювання ефектів – кращі.

Посилення впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємств, характерне для нинішнього етапу економічного розвитку на макрорівні, 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 соціальної відповідальності суб'єктів

господарювання можлива лише в одному разі – 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 креативних компетенцій молокопереробних підприємств пропонуємо виділяти:

- розширення пізнавальної еластичності працівників, яке виявляється у підвищенні (зміні) когнітивної гнучкості мислення залежно від зміни панорами ідей, тобто в економічному розумінні це виявляється у позитивній зміні (збільшенні) здатності до вибору оптимальної ідеї для вирішення визначених завдань, що є основною 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 за підвищення турбулентності оточення підприємства;
- формування персоналу із різногалузеву підготовкою, що є найкращим підґрунтям для кристалізації цікавих, нестандартних, креативних поглядів у вирішенні виробничих, комерційних чи соціальних проблем.

Зазначимо, що з огляду на низький рівень соціальної відповідальності аналізованих суб'єктів господарювання молочної індустрії, що не є винятком для вітчизняного 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.

Отже, доцільно 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 не викликає сумнівів і не потребує додаткових доказів. Адже для харчової промисловості це не лише значні прибутки, а й гарантування покращення якості життя людей. Таким чином, стратегічний розвиток господарських суб'єктів, зорієнтованих про екологічно, передбачає необхідність визначення 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 підхід на визначення і структуризацію компетенцій підприємства передбачає виокремлення на основі сформованого

портфеля компетенцій частини, яка б дала змогу якісно визначати конкурентні компетенційні переваги окремо взятого суб'єкта господарювання. Як такий критерій 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 бути основою формування репутації підприємства, тобто позитивної візуалізації останнього. За такими аргументами кількісний перелік ідентифікаційних компетенцій підприємства є значно вужчим, залежить від розміру суб'єкта господарювання, обсягів виробництва тощо; за дослідженнями економістів, може становити від 3 до 4 одиниць [280, с. 56]. Зважаючи на вищенаведене припущення, очевидним і беззаперечним є твердження, що креація вартості репутації підприємства в підсумку визначається здатністю до зростання вартості ідентифікаційних компетенцій.

Таким чином, запровадження у практичну діяльність оцінених підприємств молочної індустрії за компетенційною моделлю розвитку створить позитивні умови для креації вартості на основі вивчення своїх базових компетенцій, представлених для зручності відповідно 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. 4.5).

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, тоді як три інші складові посилюють компетенційні ефекти, які представлені у вигляді зменшення компетенційних лакун (рис. 4.4).

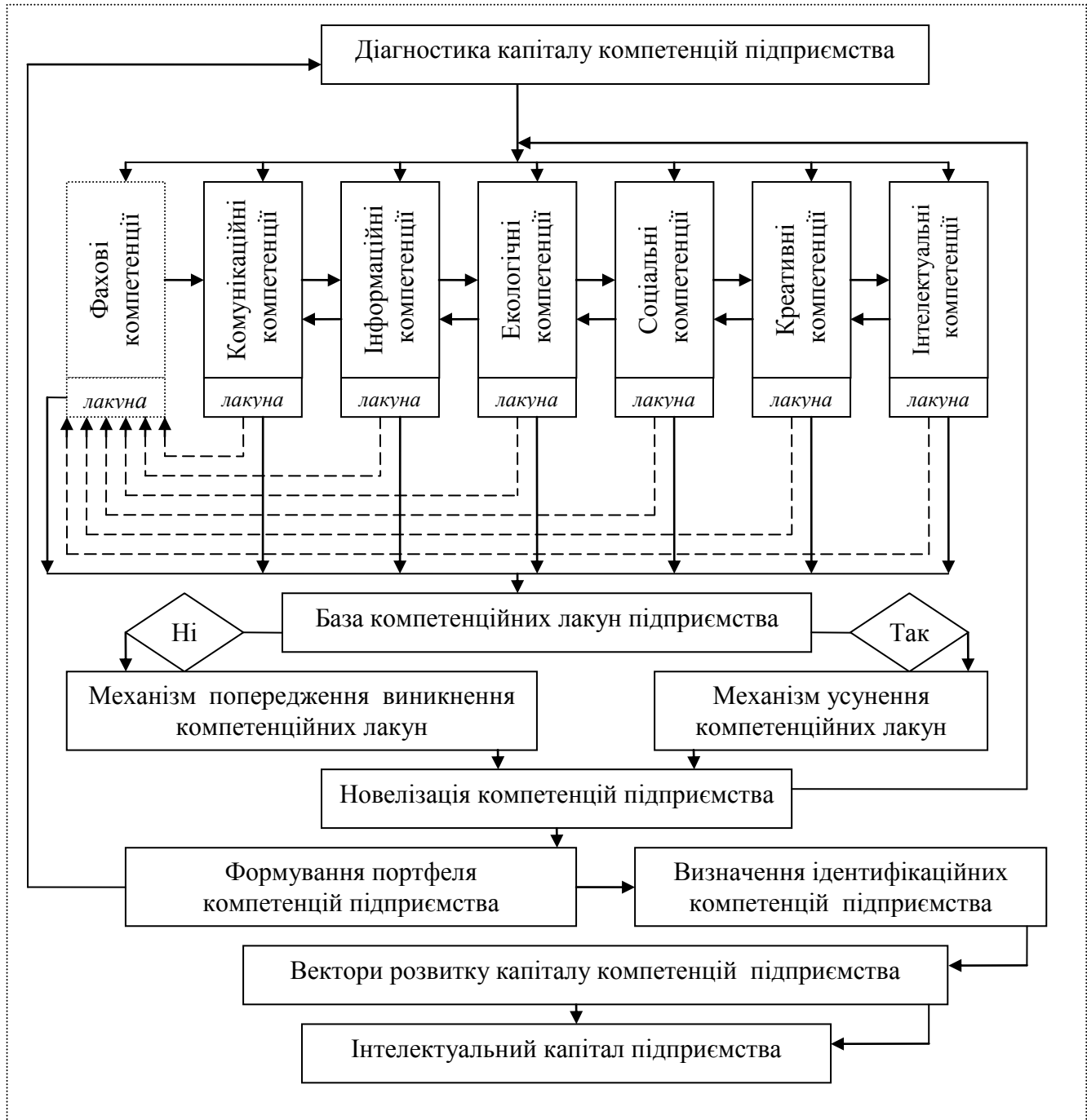


Рис. 4.5. Інтерактивна модель реалізації компетенційного підходу в розвитку інтелектуального капіталу підприємства

\*Джерело: власна розробка.

Наголосимо, що виокремлення лакун, створених креативними, інтелектуальними, комунікативними, екологічними, інформаційними чи соціальними компетенціями, є необхідним, оскільки дає змогу виявляти резерви підвищення компетенційних ефектів у креації вартості підприємства.

Ідентифікація компетенційних лакун у межах блоків креативних, інтелектуальних, комунікаційних, екологічних, інформаційних чи соціальних компетенцій вимагає побудови компетенційних описів для робочих місць. Оскільки не в усіх проаналізованих суб'єктах господарювання присутні описи робочих місць, застосування для оцінювання персоналу методики «360-рівневої», яка і дозволяє отримувати інформацію із диверсифікованих джерел, є обмеженим [449, с. 73, 141]. Не доцільною є також пропонована окремими економістами семирівнева шкала «Rodgera», бо її використання, з одного боку, порушує принцип науковості, оскільки підхід розроблений у 50-х роках ХХ ст., а з іншого – оцінює риси, неоднорідність яких зауважена у дослідженнях А. Почтовскім та ін. [419, с. 116; 213, с. 107; 219, с. 144]. Так, практичне застосування першої уже підтверджено та апробовано при реалізації проектів щодо аналізу ефективності управління людськими ресурсами у знаннєвомістких польських суб'єктах господарювання [422]. Зважаючи на успішність цього проекту, можемо стверджувати про оправданість використання шкали Лайкерта для оцінювання 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 інструмент «Success Insights®» (SI) чи методика вимірювання компетенційних лакун, відома за назвою «PLK» [330; 331]. Таким чином, з одного боку, на ринку консалтингові фірми надають широкий спектр дорадчих послуг щодо діагностики компетенцій, які, за твердженням фахівців, є найбільш доцільними у використанні. З іншого боку, не доцільним також є послуговування технологією «F-Jas», яка дає можливості

оминути використання опису робочих місць, але також передбачає оцінку вмінь, названих компетенціями працівника, однак в значно вужчих межах порівняно із запропонованою класифікацією. Дослідження містить розроблену автором гаму компетенцій підприємства. Водночас вміщений у цій методиці підхід буде використаний при опрацюванні універсальної, негроміздкої методики для оцінювання рівня капіталу компетенцій різних суб'єктів господарювання.

Отже, перша гіпотеза полягає у тому, що запропоновано здійснювати діагностику не компетенцій, а саме капіталу компетенцій підприємства. Адже, лише останній інтелектуалізує додану вартість, яка апріорі завжди буде вищою, ніж традиційна її величина, що автоматично й забезпечуватиме найвищі темпи креації вартості господарського суб'єкта. Отже. Таке припущення не потребує додаткових підтверджень, оскільки є цілком зрозумілим і не викликає заперечень.

Авторський погляд на модифікацію методики оцінювання капіталу компетенцій підприємства ґрунтується на другій гіпотезі, яка припускає доцільність оцінювання лише капіталу ідентифікаційних компетенцій, оскільки лише останні мають визначальний вплив на креацію вартості суб'єкта. Так, лише ідентифікаційні компетенції формують конкурентні переваги шляхом формування пропозиції високоякісної, з вищою корисністю для споживачів продукції (послуг), а отже, забезпечують конкурентоспроможність протягом тривалого поміжку часу. Таким чином, потенційні можливості до покращення капіталу компетенцій з подальшим позитивним їхнім 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 класифікаційної гами, що обґрунтовано вище у проектах прикладного спрямування закордонних економістів.

Четверта гіпотеза полягає у припущенні, що запобігання виникненню чи своєчасне усунення компетенційних лакун, сформованих в межах ідентифікаційних компетенцій, дозволяють наростити капітал компетенцій, який посилює ефекти (чи активізує процеси) креації вартості підприємства.

Отже, виокремимо ідентифікаційні компетенції для аналізованих молокопереробних суб'єктів господарювання. По-перше, спрощення процесу вибору ідентифікаційних компетенцій мають забезпечити запропоновані 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 їхнього впливу на креацію вартості досліджених суб'єктів, здійснено оцінку виникнення компетенційних лакун. По-третє, компетенційна модель, інтелектуальний капітал і креація вартості підприємства були оцінені управлінським персоналом підприємства та представлені відповідно до форм власності (корпоративний сектор (Т<sub>3</sub>ОВ – 4 од., ПрАТ – 1 од., ПАТ – 1 од.) та підприємницький сектор (ПП – 1 од.)), розміру та якісних ознак виробництва – традиційна чи органічна продукція.

У дослідженні використано метод емпіричного дослідження – опитування, проведене на основі розробленої авторської анкети. Власне опитуванням охоплено 305 осіб із 7 досліджених молокопереробних господарських суб'єктів, розміщених на території Тернопільської області. Так, детально вивчені (перевірені) та оцінені лише правильно заповнені анкети, тобто 265 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 визначено для виконання два завдання, зокрема здійснити моніторинг застосування

компетенційної моделі на підприємстві та провести оцінку ідентифікаційних компетенцій.

З метою виконання окреслених завдань визначені інструменти дослідження, якими є розроблені анкети, що вміщують поставлені запитання та пропонують до вибору варіанти відповіді (дод. Ж.1, Ж.2). Інтерактивна модель розвитку капіталу компетенцій підприємства вміщує перелік із 10 типових ідентифікаційних компетенцій, які, на нашу думку, мають загальноприйнятій характер, тобто є необхідними для молокопереробних суб'єктів, зокрема:

1. Покращення професійного рівня.
2. Володіння (наращення) 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. Екозорієнтованість підприємства (наявність органічної продукції, застосування органічної сировини, екоупаковки тощо).

Пропонована вище модель ідентифікаційних компетенцій охоплює розроблені описи, які вміщують рівень, трактування і переліку основних професійно-поведінкових ознак капіталу особистісних компетенцій на робочих місцях (дод. Ж.3) та капіталу компетенцій підприємства (дод. Ж.4), а також оціночну 5-рівневу шкалу (табл. 4.4). У розробленій моделі для діагностики рівня ідентифікаційних компетенцій використано 5-рівневу оціночну шкалу, яка відображає частоту появи певної компетенції, визначену особою, яку опитують.

Таблиця 4. 4

## Оцінна шкала ідентифікаційних компетенцій підприємства

Рівень	А (5 балів) «високий»	В (4 бали) «дуже добрий»	С (3 бали) «добрий»	Д (2 бали) «низький»	Е (1 бал) «недостатній»
1	2	3	4	5	6
Опис	Наявність цієї компетенції має <b>постійний</b> характер.	Наявність цієї компетенції має <b>дуже частий</b> характер.	Наявність цієї компетенції має <b>не постійний</b> характер.	Наявність цієї компетенції має <b>вибірковий</b> характер.	Компетенція (одиночного характеру) <b>відсутня</b> .

\*Джерело: складено автором самостійно на основі наукових джерел [467, с. 73, 141; 298, с. 55–58 ].

При економічній діагностиці пороговим, тобто допустимим, будемо вважати рівень В («дуже добрий»), що пояснюється наявністю значного потенціалу до формування капіталу ідентифікаційних компетенцій, а отже, очікуваною високою ймовірністю здатності потенціалу щодо усунення компетенційних лакун; тоді 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 покращення потенціалу підприємства до формування ідентифікаційних компетенцій дорівнює нулю.

Таким чином, запропонована методика економічного оцінювання ідентифікаційних компетенцій підприємства за шкалою Лайкерта (табл. 4.4) визначає їхній пороговий рівень, дозволяє в результаті проведеного аналізу фіксувати їхню реальну величину, а також на основі порівняння цих двох показників ідентифікувати рівень компетенційних лакун.

Опитуванням було охоплено персонал досліджених підприємств. Процедура дослідження передбачала, що після отримання дозволу на опитування у керівництва анкети видавалися працівникам за адресою локалізації суб'єкта господарювання. Заповнені анкети опитаним було запропоновано вислати на адресу дослідника. Якісний аналіз особливостей формування індивідуального інтелектуального капіталу на досліджуваних суб'єктах засвідчив переважання чинників фахової підготовки, підтверженої дипломами (72,3%), високої продуктивності праці (47,4%), формальної підготовки (36,7 %) та недостатню увагу чиннику компетенцій персоналу (1%) (рис. 4.5).

Таким чином, доходимо висновку, що значні резерви розвитку індивідуального інтелектуального капіталу на досліджених суб'єктах знаходяться саме у якнайшвидшому переході на компетенційну модель, яка сьогодні утримує домінуючі позиції у високорозвинутих країнах.

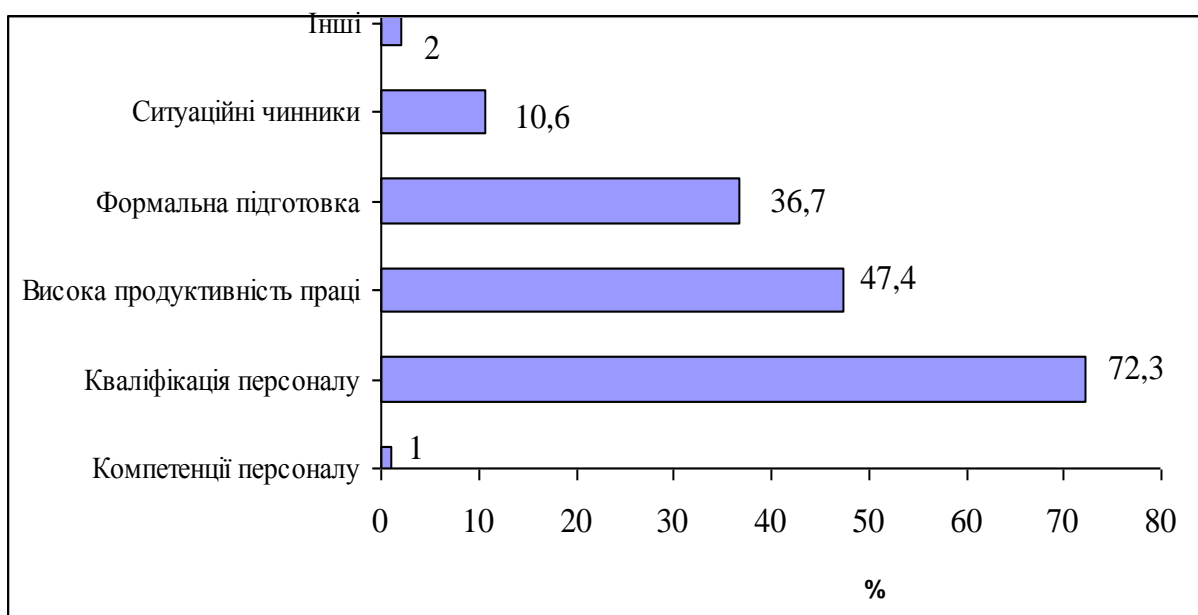


Рис. 4.5. Найважливіші характеристики індивідуального інтелектуального капіталу на підприємстві

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі даних дод. Ж.5.

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 анкетування.

У дослідженні з метою визначення рівня ідентифікаційних компетенцій підприємства розроблено анкету (дод. Ж.3), опрацьовано її результати (за критеріями у табл. 4.4), які відображають рівень компетенційних лакун і дозволяють встановлювати потенційну компетенційну спроможність суб'єкта господарювання щодо формування капіталу компетенцій (дод. Ж.4). Відтак, найбільші резерви ідентифікаційних компетенцій оцінених молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області виявлено в частині покращення компетенційного рівня персоналу та формування інтелектуального портфеля, оскільки у господарській практиці встановлена повна їхня відсутність. 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 дає змогу констатувати відсутність сформованих ідентифікаційних компетенцій на мікрорівні в секторі молочної індустрії Тернопільщини, що знижує спроможність до розвитку капіталу компетенцій. Так, «високий» рівень капіталу компетенцій не встановлений для жодного з підприємств, що логічно та очікувано, враховуючи відсутність компетенційної моделі розвитку на оцінених молокопереробних суб'єктах господарювання Тернопільської області (рис. 4.6). 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. 4.6). Однак, зважаючи на те, що опитувані при оцінюванні 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 органічної продукції, можемо констатувати створення позитивного підґрунтя для нарощення капіталу компетенцій.

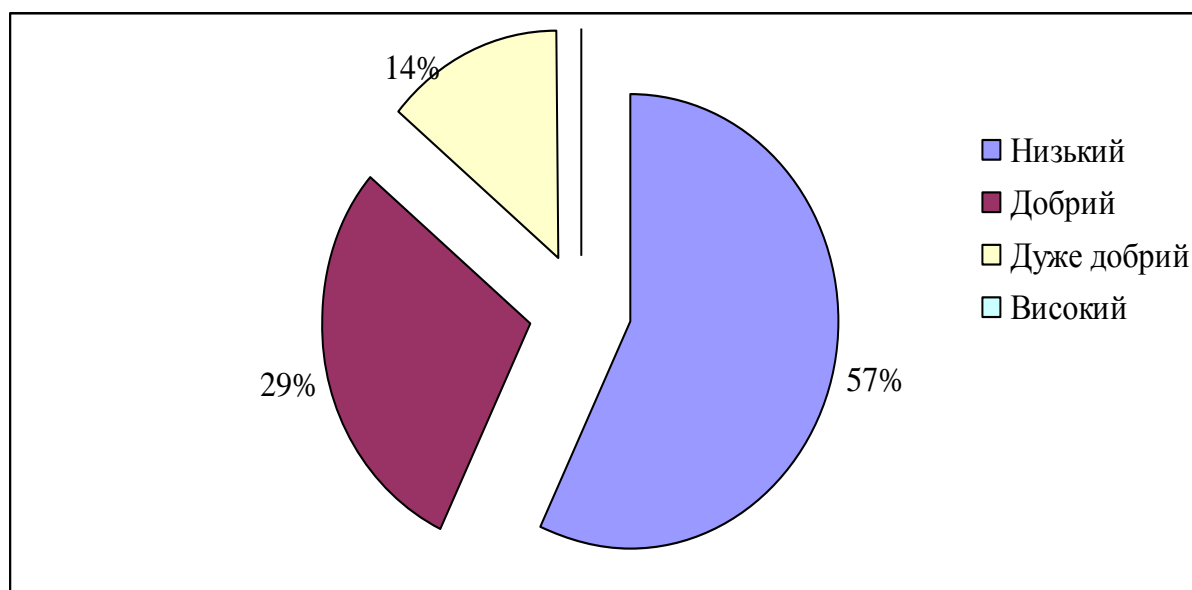


Рис. 4.6. Оцінювання рівня капіталу компетенцій підприємства

\*Джерело: розраховано автором самостійно на основі аналізу проведеного анкетного опитування (дод. Ж.5) та опису рівня капіталу компетенцій.

\*\*Примітка: при оцінюванні рівня капіталу компетенцій суб'єкта господарювання взято до уваги факт відсутності компетенційного підходу при управлінні інтелектуальним капіталом.

Найбільше занепокоєння викликає той факт, що показником «низький рівень» охоплено майже дві третини досліджених молокопереробних суб'єктів регіону (57%) (рис. 4.6). Отже, найбільш чисельною є саме ця група регіональних суб'єктів молокопереробки, яка, на аш погляд, має дуже низькі можливості щодо підвищення компетенційної спроможності.

Таким чином, у господарській діяльності оцінених суб'єктів 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 досліджених 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 цей показник становить від 1 до 6 днів; у третини підприємств перевищує показник 7 днів [237]. Зазначимо, що у високорозвинутих країнах 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 на рік, в Італії – більше 19 робочих днів на одного працівника на рік, в Ірландії – більше 14 робочих днів на одного працівника на рік, Люксембурзі – майже 12 робочих днів на одного працівника на рік. Найнижчі значення цього показника віднотуємо у Фінляндії – майже 4 робочих дні на одного працівника на рік, у Данії та Німеччині – майже 6 робочих днів на одного працівника в рік [237].

Беручи до уваги частку підприємств, які виділяють від 1 до 6 робочих днів на розвиток «капіталу знань» і «капіталу компетенцій» своїх працівників, зауважимо, що в наведених та низці інших країн їхнє значення значно перевищує середнє (50%), зокрема, у Фінляндії частка таких підприємств становила 76%, Ірландії і Франції – 66%, Голландії – 65%, Німеччині – 63%, Швеції – 60%, Австрії – 59%, Данії і Бельгії – 53%, Люксембурзі – 52%. Водночас для країн, які на сьогодні фіксують погіршення макроекономічної динаміки, аналогічний показник значно нижчий від середнього значення, наприклад, у Португалії – 33%, в Італії – 32%, Іспанії – 28%, Греції – 25% [237]. При оцінюванні частки підприємств,

які виділили більше 7 робочих днів на розвиток «капіталу знань» і «капіталу компетенцій» своїх працівників, простежуємо, що в окремих країнах їхнє значення перевищує середнє (50%), зокрема в Італії становить 55%. При цьому даний показник у певних країнах залишається нижчий від середнього, наприклад, в Іспанії (42%), Греції (41%), Великобританії (38%), Голландії (21%), Франції (19%), Фінляндії (12%) [237]. Аналізуючи подальші тенденції, доходимо до висновку з яких причин кожна з країн на сьогодні опинилася у кризовому стані (Португалія, Іспанія, Греція, Італія), незважаючи на позитивні значення показників навіть порівняно зі стабільними економіками (Франція, Фінляндія, Німеччина). Саме для цих країн характерні і найвищі негативні результати, зокрема це 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%) [237]. Крім того, деструктивний вплив на погіршення економічної ситуації у цих країнах спричинило, на нашу думку, існування суттєвих розбіжностей у створенні умов для розвитку «капіталу знань» і «капіталу компетенцій» своїх працівників. Так, найнижчий показник частки підприємств, які впроваджували у своїй практичній діяльності «навчальні 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%, у Швеції – 85% і 1%, у Франції – 55% і 5%, у Фінляндії – 82% і 3%, в Італії – 87% і 9% [237].

Таким чином, для країн, де активною є імміграція висококваліфікованих кадрів, необхідність збільшення кількості днів «навчання і освіти» недоцільна. Однак, зважаючи на те, що Україна відноситься до групи країн із високим рівнем еміграції фахівців, то поширення таких підходів дозволило б сформувати позитивне оточення для

розвитку капіталу компетенцій. Зауважимо, що серед підприємств, які не практикують впровадження «днів навчання і освіти», основу становлять ті, які не експортують свою продукцію. Разом з тим, усі без винятку експорто-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 із початкового етапу життєвого циклу є на ринку та займаються експортом, зокрема частка експорту у загальному обсязі реалізації продукції становить 50% і вище [237]. Водночас підприємства, які встановили від 1 до 6 робочих днів на «навчання і освіти» працівників, не займаються зовнішньо-економічною діяльністю, або ж частка експорту у загальному обсязі реалізації продукції перебуває у межах менше як 50%. На підставі наведеного вище аналізу можемо стверджувати, що надзвичайно актуальним для досліджених 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 молокопереробних підприємствах: перший полягає у запровадженні в господарську практику встановлення (у межах робочого часу) витрат часу на «навчання і освіти» до 6 робочих днів на рік на одного працівника; другий – у поступовому збільшенні витрат робочого часу на розвиток «капіталу знань» і «капіталу компетенцій» своїх працівників.

Привертають увагу статистичні показники, які характеризують ефективність закладів, що організовують навчання і забезпечують підвищення кваліфікації й мотивації персоналу підприємств. Аналіз статистичної інформації засвідчує, що домінантою забезпечення

ефективності є навчання, яке здійснювалося безпосередньо на підприємстві (більше 50%) чи на базі приватних освітніх закладів (майже 20%). Однак в українських реаліях, де не сформований прошарок інтелігенції у жодній сфері суспільного життя – бізнесу, політики тощо, стверджувати про якість освітніх послуг, наданих приватними освітніми закладами, є завчасно.

Найменш ефективним було навчання персоналу на базі державних закладів (12%), дещо кращим у таких інституціях, як торгові палати, торгові товариства (15%) [237]. Наведені дані свідчать, що рівень довіри до якості освітніх послуг у межах європейського простору також є недостатнім. Зауважимо, що не є винятком і ситуація в Україні. Однак її вирішення полягає в налагодженні партнерських відносин двох секторів – освітньо-наукового та бізнесового. Адже українські приватні вищі навчальні заклади не є аналогами європейських закладів, конкурентоспроможність і престижність яких формувалися упродовж багатьох десятиліть. Зважаючи на низький рівень якості освіти у більшості приватних навчальних закладах, вважаємо за доцільне зауважити, що саме швидке вирішення питань взаємодії освітнього та бізнесового секторів забезпечить можливість 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, бенчмаркінг;
- отримання знань із оточення – консалтингові фірми, бізнес-школи, медіа, конференції, симпозіуми, круглі столи тощо;
- навчання на основі обміну інформацією – інтерв'ю, діалоги, дискусії, інші способи комунікації;
- самонавчання на основі власного практичного досвіду.

Доволі цікавою у контексті дослідження є інформація про фаховий рівень та рівень компетенції персоналу підприємств у європейських країнах. Однак потребує покращення мотивації персоналу до набуття нових компетенцій та пристосування до змін (більше 65% підприємств); організації практики і навчання для технічного персоналу (45% підприємств); основних кваліфікацій робочої сили (більше 25% підприємств); університетського персоналу (більше 10%). При цьому пріоритети забезпечення розвитку «капіталу знань» і «капіталу компетенцій» персоналу зосереджуються у сфері покращення мотивації працівників до набуття нових компетенцій у Фінляндії (майже 90%), Німеччині (80%), Швеції (більше 70%), Франції (майже 50%), Португалії, Італії, Греції (більше 50%). Загострюється питання щодо покращення навчання і практик для технічного персоналу, зокрема, у Німеччині (60%), Бельгії (57%), Іспанії, Португалії (понад 40%) [237]. Позитивним моментом можемо вважати те, що найменше зауважень щодо якості підготовки університетського персоналу в усіх без винятку країнах. Заслуговує на увагу той факт, що необхідності покращення потребують такі прогресивні країни, як Німеччина (майже 20%), Бельгія (більше 15%), Іспанія і Греція (до 15%) [237].

Зважаючи на те, що за останній період дедалі частіше є помітним зростання впливу «капіталу знань» не лише на формування високого рівня професійної та інтелектуальної компетентності, з одного боку, а й покращення рівня комунікативної компетентності працівників завдяки демократизації країни, розвитку громадянського суспільства та кращого володіння інформаційними технологіями – з іншого, можемо зробити висновок щодо неодмінного підвищення на цій підставі рівня креативних компетенцій працівників вітчизняного бізнес-середовища. Дослідження учених підтверджують, що важливу роль у формуванні креативного клімату на підприємстві відіграє рівень доступу до інформації, її аналіз та економічне оцінювання. Зауважимо, що на важливість креативності у бізнес-процесах у своїх працях звертали увагу Й. Шумпетер, Ф. Тейлор, П. Друкер,

стверджуючи, що інноваційність базується на креативності, вводячи поняття «комбінація нових змін», «креативний підприємець», «креативна організація». На сучасному етапі розвитку суспільства креативність досконало вписується у динамізм процесів розвитку інтелектуального капіталу підприємства, будучи 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»), є найважливішим чинником забезпечення стрибкоподібних, якісно нових, прогресивних змін у сфері функціонування підприємств, які досліджуються, оскільки всі джерела «економічного прориву» вичерпані. Креативність працівника забезпечується на основі надання автономії щодо виконання професійних обов'язків, створення атмосфери підтримки креативності, що в результаті відображається 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 останньому часто люблять акцентувати увагу українські політики, обґрунтовуючи неуспішність будь-яких реформ у вітчизняному просторі.

Враховуючи те, 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, інакше кажучи, це 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 доволі високою є частка «реальних читачів», які читають більше 5-6 книжок на рік, зокрема в Чехії – майже половина населення країни, у Франції і Польщі – більше третини населення [237].

За оцінюваннями «ЮНЕСКО», найбільше зацікавлення літературою простежується у британців – понад 70%, росіян – 30%, а в українців цей показник нижчий за 30% [125]. Оцінювання динаміки інтенсивності читання книг в Україні, проведене компанією «GfK», свідчить, що 25% населення не читає взагалі; для 73 % «читання не є сферою інтересів», і лише 19% населення читає раз на місяць [190]. 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.

Зауважимо, що за показником «глобального індексу креативності» на сьогодні виділяють три рівні міст: перший формують 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 [237]. Однак, 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 є ймовірним. Креативним потенціалом мають володіти усі працівники підприємства, а менеджерський корпус – зобов'язаний мотивувати персонал до підвищення рівня креативності, що у своїх дослідженнях підтвердив Дж. 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» [195, с. 47].

Розвиток креативної компетентності особи, за дослідженнями вчених, найбільше ефективно забезпечується на основі самомотивації, що є ефектом власного «капіталу знань», рівня інтелектуальної і комунікативної компетентності, які стимулюють особистість до пізнання нових зацікавлень, формування активної життєвої позиції та конструктивного способу життя. Однак зауважимо, що формування креативної компетентності особи у вітчизняних реаліях є обмеженим, оскільки немає твердого підґрунтя для їх виникнення у суспільстві, а саме оптимізму, інтересу, довіри тощо.

Отже, 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.

Відповідно 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, на наш погляд, дасть змогу модернізувати процеси планування праці на підприємстві, враховуючи світові тенденції розвитку. Так, плани навчання дозволять забезпечити підвищення кваліфікації персоналу підприємства; плани мобільності – уможливлять професійне кар'єрне 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, адаптацію та здатність до колективної праці, а це є необхідним елементом модернізації векторів вирішення проблемних питань в умовах нової парадигми господарювання.

Динамічне оточення, в якому функціонує сучасне підприємство, вимагає постійної новелізації векторів розвитку індивідуального інтелектуального капіталу, який можна розглядати як «двигун», що забезпечує зрівноважений еколого-інноваційний розвиток суб'єкта господарювання. Інноваційна модель підприємства потребує 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 вияву креативності під час виконання функціональних обов'язків, використовуючи розмаїття відомих технологій і моделей стимулювання. Розглядаючи креативність як інструмент забезпечення конкурентних переваг, важливим є створення творчого клімату усередині підприємства та формування сприятливого оточення, де функціонуватиме суб'єкт господарювання. Водночас розвиток такого прокреативного оточення вимагає усвідомлення керівниками та власниками вітчизняних підприємств важливості інвестування у розвиток локальних громад, міжсекторного партнерства, зокрема формування зв'язків із органами місцевого самоврядування і третім сектором – громадськими організаціями тощо.

Нині важливо не лише утримувати конкурентоспроможний потенціал підприємства до креації вартості на основі компетенційного підходу, а й забезпечувати економічне зростання шляхом підвищення інвестиційної привабливості, продуктивності праці на основі її інтелектуалізації,

інформатизації та екологізації. Ефективність застосування портфеля компетенцій на молокопереробних підприємствах вимагатиме постійного їхнього оновлення, враховуючи можливості покращення способів використання доступних на цей момент виробничих ресурсів, в т. ч. найважливіших знань та інформації.

Отже, екзистенція досліджених підприємств в умовах становлення цифрової економіки базується на розвитку індивідуального інтелектуального капіталу, формування якого значною 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.

#### **4.3. Розвиток соціального капіталу підприємства шляхом поліпшення міжсекторного партнерства**

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, що вперше запропонована вченим А. Мюллером-Амацком. Вона базується на трьох основних цінностях – свободі, відповідальності та справедливості, які пізніше практик із Міністерства економіки Федеративної Республіки Німеччини Л. Ерхард доповнив принципом «добробут для всіх» [435, с. 16, 17]. Нині реалізація цього принципу на мікрорівні набула форми соціальної відповідальності

бізнесу, яка структурно представлена в соціальному модулі інтелектуального капіталу в межах концепції платформи вартості.

Один із векторів сучасного розвитку концепції платформи вартості інтелектуального капіталу підприємства пов'язаний із формуванням громадянського суспільства, забезпеченням демократичних цінностей, плюралізмом, що забезпечує активізацію людського чинника та відображається у появі нової форми капіталу – соціального капіталу, який має інтелектуальне походження та підвищує потенційну здатність публічної та локальної його доміант формувати сприятливе оточення для генерування інтелектуальної доданої вартості.

Розвиток соціального капіталу можливий лише в демократичних суспільствах. Водночас значно обмежені можливості його становлення і розвитку в країнах, де існує тоталітарний режим і відсутня прогресивно налаштована політична еліта та низький рівень життя населення. Зважаючи на те, що в 2011 р. поза межею бідності в Україні перебувало більше чверті населення (26,5%), в 2012 р. згідно з даними ООН – 15%, хоча в деяких регіонах цей показник перевищував 40%, а у 2015 р. зріс до катастрофічної позначки – понад 80 %, можемо стверджувати про низький рівень розвитку соціального інтелектуального капіталу [124].

Підтвердженням цього факту в українському суспільстві є дослідження рівня середніх річних доходів на дорослу особу, які свідчать, що цей показник в Україні у 136 разів нижчим, ніж у Швеції, у 86 разів – США, майже у 4 рази – в Росії. Приблизно у половини дорослого населення (42,5%) у 2010 р. отримали доходи, нижчі 1 тис. дол. США, що перевищувало аналогічний показник у сусідній Польщі майже у три рази; лише для 4 % населення доходи становили 10–100 тис. дол. США, тоді як у Росії аналогічний показник був більшим майже у шість разів (23,5%), а порівняно з Польщею перевищення досягло більше 12 разів (50,4%). На практиці це означає, що більша половина дорослого населення Польщі отримує доходи у межах 10–100 тис. дол. США [118]. Зважаючи на ці показники та враховуючи

те, що добробут є результатом конкуренції, можемо стверджувати про недостатній рівень її присутності у вітчизняній економічній системі. Підтвердження правильності наведених вище висновків щодо позитивного впливу міжсекторного партнерства на рівень соціального та економічного добробуту населення знаходимо у працях дослідників під керівництвом професора А. Череп [202].

Спостереження рівня розвитку соціального капіталу молокопереробників Тернопільської області здійснено у часовому проміжку 2011–2015 рр. 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 кількості спостережень, що становить 35, дозволив встановити найвищі значення середнього рівня оціночних показників відповідно до складових модулів, у т. ч. і за двома основними показниками, зокрема коефіцієнтом транспарентності та питомою вагою витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу в чистому прибутку підприємства, які запропоновані як характеристики рівня розвитку соціального капіталу (дод. И.1).

Проведене оцінювання рівня соціального капіталу, який має інтелектуальне походження, дає змогу стверджувати про обмежене застосування досліджуваними 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 доході від реалізації продукції, зокрема між лідером ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та Т<sub>3</sub>ОВ «Цebro»; чи, наприклад, більш ніж двократно 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» (дод. И.1). Так, у розвитку соціального капіталу, оціненого коефіцієнтом транспарентності підприємства, для якого було встановлено найнижче (0,31%) середнє значення при найменшому відхиленні від середніх значень (0,03%), правосторонній асиметрії (відповідно 0,12) та низькому коефіцієнті ексцесу, що наявна незначна варіація серед отриманих результатів і гострий пік розподілу (дод. И.2).

Аналіз засвідчив гранично низький рівень розвитку соціального капіталу молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області, що дозволяє стверджувати про відсутність позитивного оточення для розвитку інтелектуального капіталу. Так, згідно з проведеними опитуваннями працівників молокопереробників 28% реалізують діяльність в межах соціальної відповідальності бізнесу із маркетингових цілей і лише 8% зважають на економічні та соціальні потреби. Відтак, головною метою діяльності більшої кількості респондентів є досягнення прибутку (71%), тоді як лише 8% зважають на оточення. Таким чином, низька зацікавленість у застосуванні принципів соціальної відповідальності бізнесу в секторі молокопереробки Тернопільщини зумовлена недостатньою мотивацією до таких дій, що можна реалізувати винятково в рамках розвитку міжсекторного партнерства.

Зважаючи на високий рівень безробіття та найнижчий рівень доходів у регіоні, персонал при працевлаштуванні на досліджених суб'єктах не виявляє великої зацікавленості в реалізації принципів соціальної відповідальності, що свідчить про неможливість у майбутньому сформувати ефективну організаційну культуру. Власне, цей аспект є визначальним при забезпеченні відповідного рівня розвитку соціального капіталу.

Низькі доходи населення також негативно впливають на формування внутрішнього попиту на високоякісні молоко та молочні продукти, що додатково негативно впливає на розвиток індивідуального модуля інтелектуального капіталу підприємств. Такий стан речей знижує зацікавленість у покращенні ринкового, інноваційного, інформаційного модулів інтелектуального капіталу у сфері молокопереробки. Адже реалізація дорогих високоякісних товарів є значно обмеженою, тоді як дешевих, але менш якісних, – стабільною. Зважаючи на те, що соціальний капітал діагностованих молокопереробників Тернопільської області значною мірою визначається індивідуальним інтелектуальним капіталом, можемо стверджувати, що перший є також недостатньо розвинутим. Власне, низький показник питомої ваги витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу надалі з економічної діагностики впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємств було вилучено. Це доводить наявність проблем у розвитку соціального інтелектуального капіталу у секторі молочної індустрії Тернопільщини. Виявлений значний потенціал зростання коефіцієнта транспарентності оцінених суб'єктів Тернопільської області є додатковим аргументом щодо можливостей покращення розвитку соціального капіталу.

Визначальний вплив соціального капіталу інтелектуального походження на розвиток усіх структурних модулів зумовлює акцентування уваги на розбудові організаційної культури. Так, розбудова соціального капіталу високого якісного рівня вимагає виділення лідерів, які користуються беззаперечною повагою, авторитетом, спроможних створювати ініціативні групи, вмілої організації колективної роботи та формування прошарку вільних високоосвічених, активних людей, здатних мислити креативно, неординарно, що зумовлено розвитком громадянського суспільства. Власне, такі доміанти сучасної парадигми господарювання знаходяться у сфері функціонування організаційної культури, яку не вдалося, однак, сформувати

в молокопереробному секторі Тернопільщини. Вважаємо, що для цього доцільно змінити акценти на нарощення потенціалу вивчених суб'єктів господарювання до утримання процесів креації вартості, базованих на функціонуванні соціального капіталу. Зважаючи на викладене вище, стверджуємо, що розбудова організаційної культури, яка розглядається нами як головний чинник у формуванні сприятливого оточення для функціонування соціального капіталу, створює передумови для появи синергічних ефектів у креації вартості підприємств.

Підвищення впливу організаційної культури зумовлено переходом суспільства на якісно вищий щабель свого розвитку, цифризацію економічних процесів, що супроводжується розбудовою громадянського суспільства, його демократизацією, покращенням якості життя, тобто появою якісно нових, прогресивних, інноваційних змін, зумовлених активізацією людського чинника, пришвидшенням трансферу інформації, технології, дифузії знань, які виявляються у зростанні ролі внутрішніх та міжорганізаційних взаємовідносин, тобто зростанням важливості налагоджені міжлюдських комунікацій. Відтак, згідно з нашими переконаннями, організаційна культура як складова соціального капіталу інтелектуального походження забезпечує створення сприятливе оточення, в межах якого виникають синергічні ефекти, здатні посилювати позитивні результати креації вартості підприємства, отримані в межах функціонування індивідуального та колективного модулів (рис. 4.7).

Запропонована панорама вияву організаційної культури на підприємстві відображає появу синергічних ефектів, виділення яких ґрунтується на гіпотезі, що їхнє вимірювання є обмеженим через неможливість виокремлення останніх.



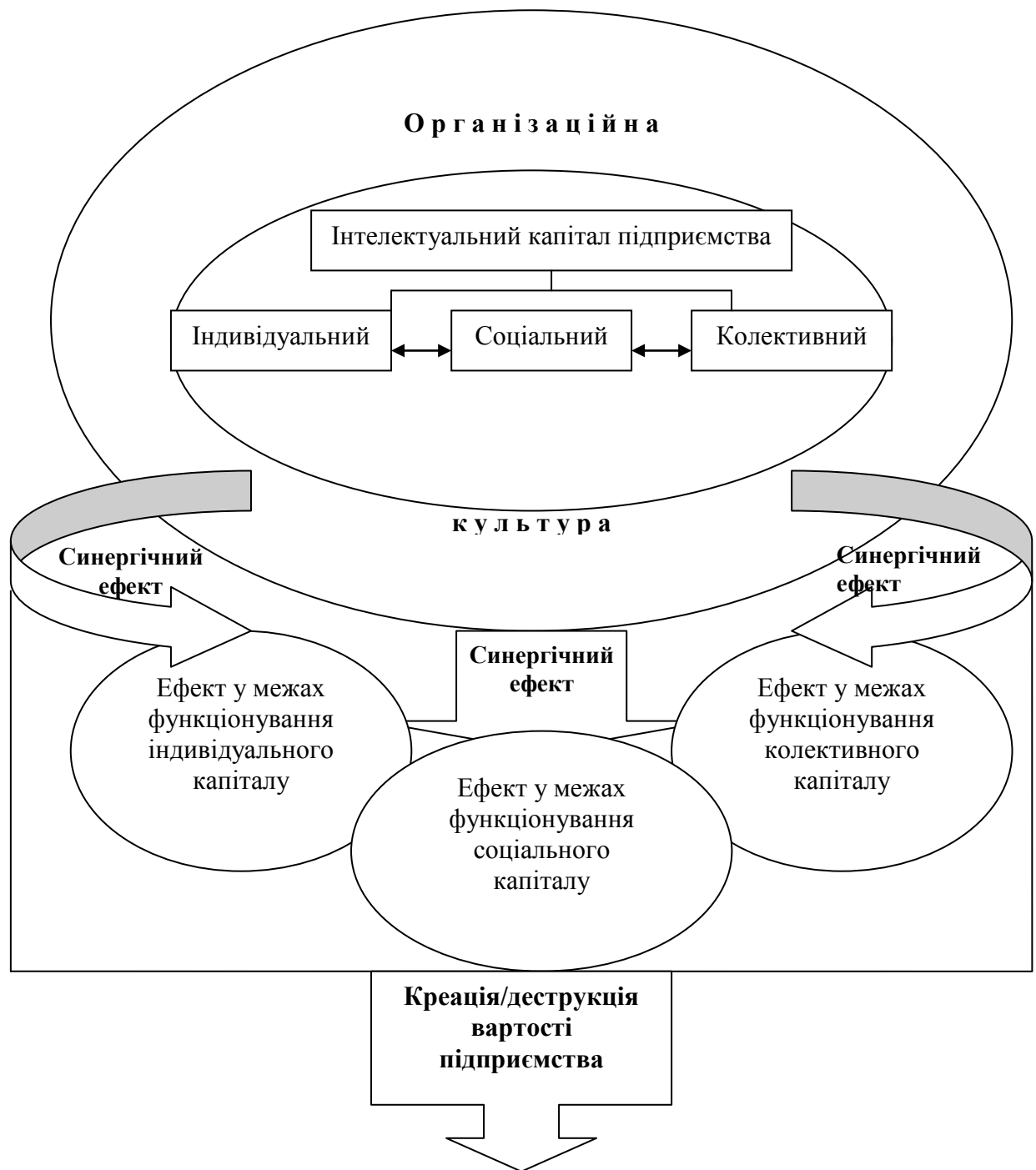


Рис. 4.7. Вплив організаційної культури на функціонування інтелектуального капіталу та формування ефектів креації вартості підприємства

\*Джерело: авторська розробка.

Складові елементи організаційної культури підприємства не створюють безпосередніх ефектів, а лише визначають потенційні можливості

для забезпечення якісного зростання в межах індивідуального, колективного та частково соціального модулів інтелектуального капіталу. Відтак, базуючись на розумінні організаційної культури як оточенні підприємства, можна стверджувати, що її функціонування виявляється у появі синергічних ефектів, які посилюють потенціал суб'єкта господарювання до креації/деструкції вартості на основі розвитку інтелектуального капіталу.

Опираючись на наведене вище, стверджуємо, що організаційна культура посилюватиме ефекти креації вартості підприємства, сформовані функціонуванням індивідуального інтелектуального капіталу щодо духовних цінностей особи (система цінностей, вірувань, норм і правил поведінки тощо), які покращують мотивацію їхніх носіїв до самонавчання, самовдосконалення, формують ставлення персоналу до праці, моральних цінностей, що знаходить конкретний вияв у появі синергічних ефектів. Такі синергічні ефекти, супроводжуючи розвиток індивідуального інтелектуального капіталу підприємства, посилюють зумовлені ним позитивні ефекти креації вартості підприємства.

Організаційна культура є підґрунтям для функціонування колективного інтелектуального капіталу підприємства та посилення його позитивного впливу на ефекти креації вартості. Так, наприклад, методика вимірювання репутації підприємства, запропонована К. Кравенс і Е. Олівер, містить організаційну культуру як один з дев'яти показників синтетичного індексу, що використовується для оцінювання впливу на креацію вартості [265, с. 201–212]. Аналогічний вияв організаційної культури є присутнім у межах функціонування інноваційного та інформаційного інтелектуального капіталу. Варто наголосити також на важливості впливу організаційної культури на функціонування соціального капіталу та посилення ефектів його впливу на креацію вартості підприємства. Синергію такого типу можемо спостерігати, наприклад, щодо посилення ефектів креації вартості підприємства, зумовлених рівнем соціальної відповідальності бізнесу. У цьому ракурсі саме конструктивна еkleктика в побудові організаційної

культури є вагомим чинником забезпечення успіху для підприємства, адже мотивує персонал до підвищення продуктивності праці, сприяє нарощенню інтелектуального потенціалу і, як наслідок, забезпечує креацію вартості суб'єктів господарювання.

Виявлений у результаті проведеного аналізу гранично низький рівень соціальної відповідальності бізнесу досліджених молокопереробних суб'єктів Тернопільщини, з одного боку, є визначальним стримуючим чинником розвитку соціального капіталу. а з іншого – її покращення не можливе поза функціонуванням активного міжсекторного партнерства. Саме відсутність взаємодії між різними секторами економіки впливає на рівень розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Отже, в умовах «економіки знань» забезпечення високого рівня добробуту у сфері нематеріальної якості життя людини можливе лише за розвитку свободи, демократичності, плюралізму та конкуренції у суспільстві, що позитивно впливає на активізацію людського чинника. Так, 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 розширення меж застосування принципів соціальної відповідальності бізнесу можна забезпечити шляхом розвитку так званого «третього сектора», насамперед, неурядових громадських організацій. 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 цих тверджень доводить світова практика. Адже відомо, чим більш демократичною є країна, тим більше діє в ній громадських організацій, а відповідно вищими є і соціальна активність громадян, і рівень якості життя населення. Крім того, функціонування цього сектора в Україні, на наш погляд, дасть змогу суттєво знизити рівень

корумпованості, що є одним із головних негативних чинників впливу на інвестиційну привабливість вітчизняних суб'єктів господарювання тощо.

Недостатній рівень якісного розвитку громадського сектора в українських умовах господарювання не дозволяє ефективно використовувати державою адміністративні методи впливу для подолання корупції, адже створене Національне антикорупційне бюро України не функціонує ефективно. Оскільки за своєю природою ринкова економіка передбачає обмежене застосування адміністративних методів її регулювання, лише побудова якісно нового «третього сектора» в Україні дасть змогу 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 обмежити рівень зловживань державними чиновниками різних рівнів управління.

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 мають відкритий характер, що дозволяє активізувати людський чинник, забезпечити розвиток інтелектуального капіталу, а в наших умовах – спрямувати на інноваційну модель розвитку молокопереробні підприємства. У результаті забезпечимо можливості для збільшення витрат на фінансування наукових досліджень вітчизняними

суб'єктами господарювання, отримання резервів зниження витрат із дефіцитного бюджету держави, спрямування цих коштів на підвищення соціального рівня життя громадян.

Наявні тренди у фінансуванні наукових досліджень в Україні є причиною низької конкурентоспроможності наукового та бізнес-секторів, що приводить до того, що вітчизняна економіка є низькоінноваційною та неконкурентоспроможною. Зауважимо, що у високорозвинутих країнах реалізація такого підходу до фінансової політики є можливою завдяки взаємозв'язкам, які наявні в усіх секторах – бізнесу, науки і освіти, державних та неурядових організацій. Практика підприємницької діяльності в сфері переробки молока характеризується відсутністю конструктивної співпраці між різними секторами, яка є каталізатором розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості. Отже, формування міжсекторного партнерства суттєво збільшить потенційні можливості розвитку інтелектуального капіталу оцінених молокопереробних суб'єктів господарювання шляхом використання знань, які містяться в 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.

Зважаючи на вищевикладене, можемо стверджувати, що соціально-економічна доцільність розширення застосування організаційної культури у практиці господарювання оцінених молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області визначається необхідністю швидкого покращення якісного рівня життя населення, забезпечення рівного доступу до інформаційних потоків усієї громади та формування міжсекторного партнерства, яке суттєво збільшує потенційні можливості розвитку інтелектуального капіталу суб'єкта господарювання шляхом використання знань та інформації, які містяться в його оточенні.

## Висновки до розділу 4

На основі систематизації наукових досліджень та проведених аналітичних оцінок визначено перспективні вектори розвитку інтелектуального капіталу підприємств:

1. Проведений кластерний аналіз виявив лакуни в розвитку інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області. Застосувавши низку оцінних підходів («k-means clustering», за критерієм середніх значень змінних, правилом ієрархічного об'єднання із метрикою «евклідова відстань») доведено науково-дослідні гіпотези щодо ймовірності виокремлення семи кластерів для дев'яти змінних, які є характеристиками індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного та соціального модулів інтелектуального капіталу досліджених суб'єктів. На основі результатів кластеризації проведено оцінювання потенціалу розвитку інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів Тернопільщини, яке дозволило їхню класифікацію в межах високого, середнього та низького рівня. Визначено, що вищий потенціал розвитку інтелектуального капіталу оцінені суб'єкти мають в модулі індивідуального, частково ринкового (розлога кількість брендів), інноваційного (кількості систем управління якістю і безпечністю молочної продукції) та інформаційного (висока питома вага інформаційних технологій в нематеріальних активах) капіталів, а значні резерви зосереджені – у модулі соціального капіталу (збільшенні коефіцієнта транспарентності), що зробить діяльність більш прозорою та підвищить інвестиційну привабливість. Прогнозовано активізацію розвитку інтелектуального капіталу в наступних модулях: індивідуальному (покращення фінансування підвищення кваліфікації), ринковому (поліпшення брендингу на основі оптимізації коефіцієнта навантаження на бренд), інноваційному (підвищення питомої ваги інноваційної продукції, запровадження міжнародних систем управління

якістю і безпечністю молочної продукції), інформаційному (збільшення питомої ваги інформаційних технологій в нематеріальних активах) капіталів. Встановлені перспективні вектори розвитку інтелектуального капіталу підприємств зосереджені, насамперед, в межах ринкового та інноваційного модулів.

2. Розширено інтерпретацію інтерактивної моделі реалізації компетенційного підходу в розвитку інтелектуального капіталу підприємства, що дозволяє підвищувати його системну конкурентоспроможність. Для виявлення компетенційних лакун, які є джерелом нарощення капіталу компетенцій, запропоновано застосовувати структуризований портфель компетенцій, що документально представляє акумульовану в межах прийнятої структуризації інформацію про стан і наповненість компетенцій суб'єкта господарювання відповідно до робочих місць і посад. Запропоновано механізм діагностики компетенцій підприємства, який передбачає виокремлення ідентифікаційних компетенцій, базується на розробленій оцінній шкалі та посилює креаційний потенціал суб'єкта господарювання. Функціонування такого механізму дасть можливість виявити резерви розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів господарювання та розширить джерела креації вартості як за наявними, так і новими компетенціями підприємства, які є інструментом для генерування інтелектуальної доданої вартості.

3. В результаті проведеного оцінювання розвитку інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області виявлено надзвичайно низький рівень розвитку соціального капіталу. З цією метою визначені напрями поліпшення міжсекторного партнерства, що є каталізатором розвитку соціального капіталу, який має інтелектуальне походження. Запропоноване розширення масштабів застосування принципів соціальної відповідальності бізнесу на основі збільшення кількості соціальних проектів, скерованих на розвиток локальних громад, підтримку обдарованих студентів, дозволить покращити прозорість досліджених

суб'єктів, яка є найвагомим чинником низького рівня розвитку їхнього соціального капіталу. Покращення філософії управління шляхом наголошення на інноваційних акцентах при удосконаленні організаційної культури посилюватимуть її позитивний вплив на розвиток соціального модуля інтелектуального капіталу підприємства.

Результати авторських напрацювань відображено у наукових публікаціях [128; 131; 137; 138; 143; 148; 153; 156].



## РОЗДІЛ 5

### КОНСТРУКТИВІЗМ КРЕАЦІЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА КРИЗЬ ПРИЗМУ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ГЛОКАЛІЗАЦІЇ

#### 5.1. Інтелектинг як модерний вектор розбудови інституційної перспективи в теорії креації вартості підприємства

Посилення впливу знань та інформації в усіх 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 інтелектуалізовані 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 прогнозуванню, нині активно інвестують у інтелектуальний, а не матеріальний капітал [426, с.170–192]. 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 появу нових ідей, підходів та інструментарію у сучасних дослідженнях.

Інституційна 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 обґрунтованому Т. Дудичем «ефекту інтелектуального левериджу» (спроможності інтелектуального капіталу підвищувати прибуток на основі створення високотехнологічних товарів і послуг, виробничих процесів чи організаційних форм тощо), набуває статусу «інтелігентного інноватора» [281, с. 234–235; 498, с. 26].

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, які охоплюють питання теорії інтелектуального капіталу, оцінювання його впливу на гармонійний 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 в інтелігентні підприємства логічним і економічно виправданим першим кроком є розбудова на макрорівні – державних інституцій, зайнятих формуванням сприятливого 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 бухобліку (IAS) чи американської системи стандартизації бухобліку (GAAP). 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 на розробників високотехнологічної продукції. Реалізувати ці амбітні плани цілком реально, враховуючи надзвичайно високий потенціал українців за рівнем IQ. Згідно з дослідженнями середній IQ українців сягає 106, перевищуючи показник японців, які утримують світове лідерство у ІТ індустрії досить тривалий період часу, – 105, поступаємося ми лише жителям Гонконгу – 107 і одне з перших місць за ресурсними можливостями [113]. Оскільки обсяги ринку ІТ експерти нині оцінюють у 2 трлн. дол. США, а його подальше нарощення не викликає сумнівів, економічна доцільність удосконалення державної регуляторної політики у сфері інтелектуальної діяльності є економічно виправдане і соціально доцільне [113].

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 регуляторній службі виконавчі агенції (наприклад, Національний центр інтелектуалізації – НЦІ) 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%) [403, с. 6].

Функціонування подібної інституції 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.) [385, с. 6].

Переконливим результатом ефективності створення НЦІ є те, що на сьогодні 80% підприємств передбачають збільшення витрат на фінансування НДДКР та усталення 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.) [403, с. 13, 14]. Гідне уваги є покращення позицій у переліку інноваційних 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) [403, с. 9]. Проведений галузевий аналіз дозволив виявити, що сфера ІТ характеризується найвищим рівнем очікуваної дохідності з інвестицій у НДДКР (75%), адже у польських 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) [403, с. 16, 14]. 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 Т. Дудучем «ефекту інтелектуального левериджу», дозволяє утримувати позиції інтелектуального лідерства [261, с. 234–235; 262, с. 26].

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 «виробничої функції знань» З. Гріліхеса, підтверджену А. Ясінським щодо польської економічної системи [291, с. 287–343; 322, с. 3–15]. Принагідно зауважимо, що апробацію цієї моделі використаємо для обґрунтування доцільності розвитку інтелектуального капіталу на макрорівні.

Гіпотезою поточного 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 у З. Гріліхеса, та кількість патентів за національною процедурою у А. Ясінського – розглядаються як кількісний вимірник винахідницької діяльності. Дотримання цього твердження (доведеного для американської та польської економік) свідчатиме про доцільність застосування переваг інтелектуального капіталу [291, с. 300; 322, с. 4, 9]. Розбудова інтелектуального капіталу на макрорівні забезпечить ефективну трансформацію вітчизняної економічної системи, дозволивши підвищити її інтелектуальність, інноваційність та екологічність.

Зважаючи на наведені вище постулати, застосуємо модель «виробничої функції знань» З. Гріліхеса, яка має вигляд:

$$N_n = \alpha \times K + v = \alpha \times B + \alpha \times u + v, \quad (5.1)$$

де  $N_n$  – 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 й інших джерел. Застосувавши регресійну функцію З. Гріліхес довів, що еластичність патентів дорівнює 0,76%, тобто підвищення частки витрат на фінансування наукових досліджень у ВВП на 1% призводить до зростання кількості патентів на 0,76% [309, с. 303].

Таким чином, для проведення емпіричного дослідження дотримання принципів моделі «виробничої функції знань» З. 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 оцінювання 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 прогнозних розрахунках пропонуємо використовувати лише ті, які характеризуються вищою надійністю. У нашому випадку це два

види рівнянь, зокрема поліноміальної моделі другого степеня (якість 0,8395) та лінійної (якість 0,8208).

Таблиця 5.1

**Панорама показників винахідницької діяльності в Україні за 1995–2016 рр. для обгрутування «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	4495	2506	1989	3014
2016**	0,3	4095	2422	1673	2813

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі [98; 100; 120; 121; 122].

\*\* Попередні дані.

Таким чином, застосувавши запропоновані вище залежності в прогнозних цілях можемо стверджувати, що показник наукоємності ВВП України у 2016 р. повинен був знаходитися в межах від 0,2 (лінійна, якість 0,8208) до 0,23 (поліноміальна модель другого степеня, якість 0,8395) [149, с. 243]. Порівнюючи отримані нами прогнозні показники сьогодні можемо стверджувати про незначне відхилення (0,07%) від попередньо фіксованих нині статистикою значень (0,3%). Відтак, цілком очевидно є доцільність



застосування запропонованих нами моделей в прогнозних цілях на 2017 р. (табл. 5.2).

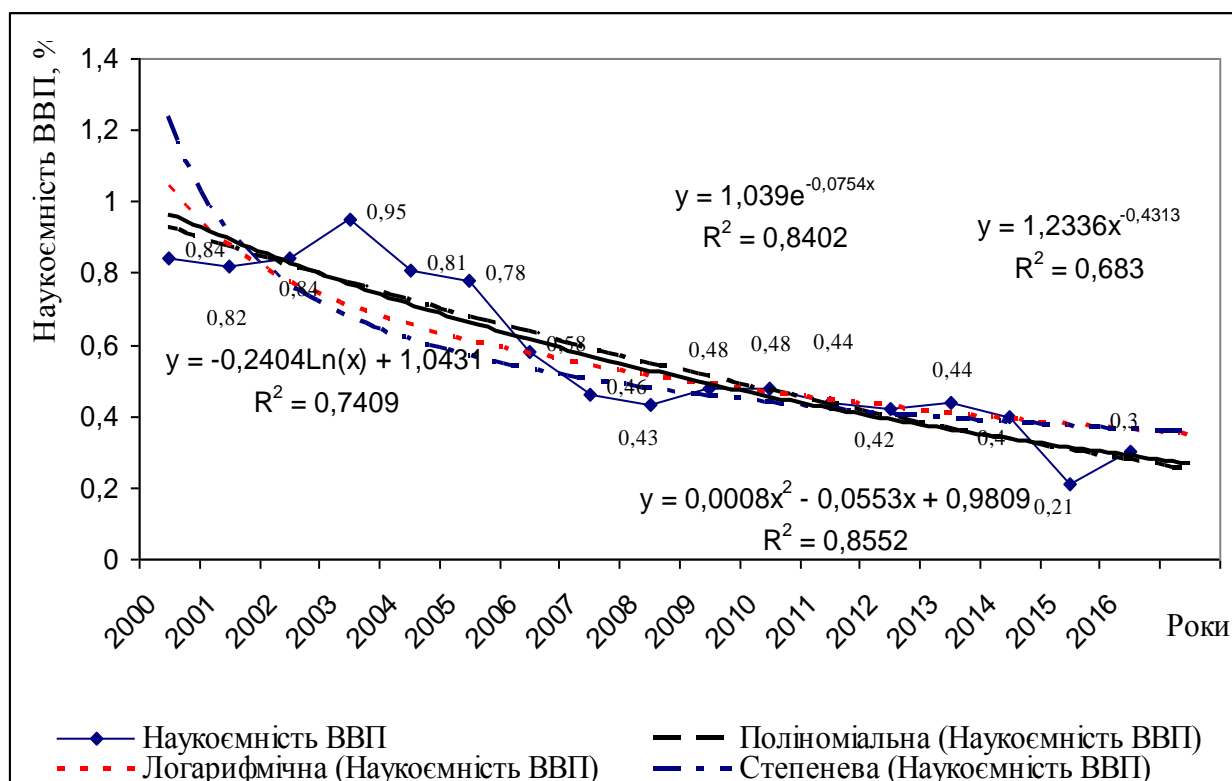


Рис. 5.2. Динаміка наукоємності ВВП України за 2000–2016рр. та прогноз на 2017 р.

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі: [98; 100; 120; 121; 122].

Із метою прогнозування використаємо поліноміальну модель другого ступеня (якість 0,8552):

$$y = 0,0008x^2 - 0,0553x + 0,9809 \quad (5.2)$$

де  $x$  – роки.

Водночас, із рівняння поліноміальної моделі другого ступеня (якість 0,8395) очікуваним є незначне середньорічне зростання видатків із бюджету на фінансування наукових досліджень (на 0,0008%), 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 1995–2016 рр. і прогноз на 2017 р.**

Лінія тренду	Рівняння моделі	R <sup>2</sup>	Прогноз 2017 р.
<b>Наукоємності ВВП</b>			
Поліноміальна 2 степеня	$y = 0,0008x^2 - 0,0553x + 0,9809$	0,8552	0,25
Експоненціальна	$y = 1,039e^{-0,0754x}$	0,8402	x
Логарифмічна	$y = -0,2404 \ln(x) + 1,0431$	0,7409	x
Степенева	$y = 1,2336x^{-0,4313x}$	0,683	x
<b>Кількості поданих патентних заявок</b>			
Поліноміальна 2 степеня	$y = 12,846x^2 - 361,92x + 4551,3$	0,8563	2632
Логарифмічна	$y = -734,42 \ln(x) + 4416,2$	0,8659	x
Степенева	$y = 4539,2x^{-0,2214}$	0,8399	x
Експоненціальна	$y = 4157,7e^{-0,0423x}$	0,7946	x
Лінійна	$y = -137,08x + 4101,7$	0,7809	x
<b>Кількості отриманих патентів</b>			
Поліноміальна 2 степеня	$y = -54,795x^2 + 680,87x + 1982,1$	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: побудовано автором самостійно на основі отриманих емпіричних моделей.

Для побудови достовірних емпіричних моделей, які будуть застосовані для оцінювання динаміки поданих патентних заявок за національною процедурою в Україні у 1992–2015 рр. виникає необхідність очищення ряду. У такий спосіб, отримуємо дещо вужчий часовий період (2004–2016 рр.), який дає змогу отримати достовірні результати (рис. 5.3). Таким чином, підтверджено, що для оцінювання поданих патентних заявок за національною процедурою в Україні у 2004–2016 рр. та прогнозних цілей найбільш достовірною є емпіричної поліноміальної моделі другого степеня (якість 0,8563):

$$y = 12,846x^2 - 361,91x + 4551,3 \quad (5.3)$$

де  $x$  – роки.

Зважаючи на незначну різницю в оціночних цілях може бути використана також логарифмічна модель (якість 0,8659):

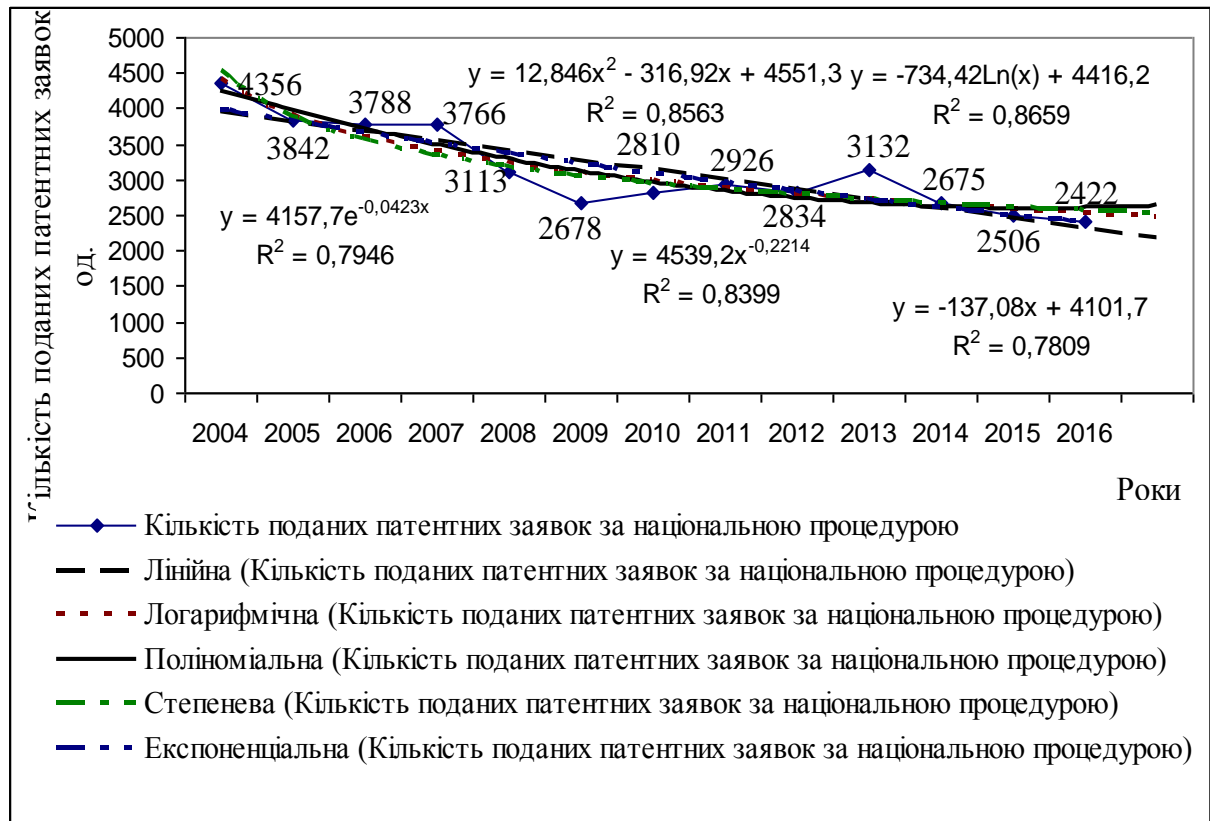


Рис. 5. 3. Динаміка поданих патентних заявок за національною процедурою в Україні у 2004–2016 рр. та прогноз на 2017 р.

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі: [98; 100; 120; 121; 122].

та логарифмічної функції:

$$y = -690,6 \ln(x) + 4368,7 \quad (5.4)$$

Отже, у 2017 р. очікується, що зростання кількості поданих патентних заявок за національною процедурою в порівнянні з попереднім роком становитиме 8% (210 од.).

Динаміка кількості отриманих патентів в Україні у 1995–2016 рр. також була дуже нерівномірною, зважаючи на цей факт та враховуючи часовий період попередньо запропонованого показника використаємо тут з оціночною метою також 2004–2016 рр. (рис. 5.4). Як бачимо, надійність

моделей є не дуже високою. З метою підвищення якості моделей проведемо чистку ряду, що призведе до скорочення періоду до 2006–2015 рр. (рис. 5.4).

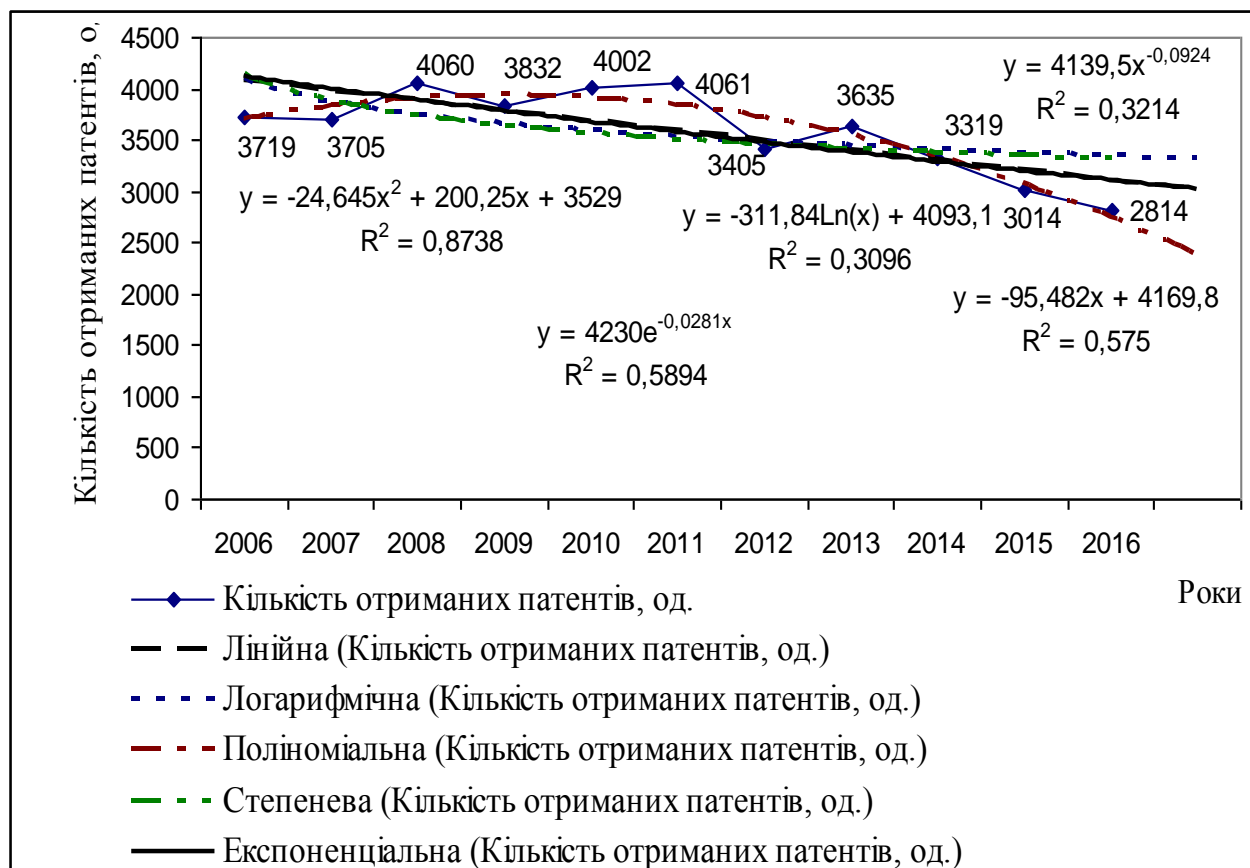


Рис. 5.4. Динаміка отриманих патентів в Україні у 2006–2015 рр. та прогноз на 2017 р.

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі: [93; 95; 117; 118; 119].

Однак, отримані моделі мають значно вищу надійність, тому в подальших оцінюваннях та прогнозуванні показника кількості отриманих патентів у 2016 р. будемо застосовувати саме цей варіант. Таким чином, для оцінювання отриманих патентних заявок в Україні у 2006–2016 рр. та прогнозних цілей на 2017 р. найбільш достовірним є використання емпіричної поліноміальної моделі другого степеня (якість 0,8738):

$$y = -24,645x^2 + 200,25x + 3529 \quad (5.5)$$

де  $x$  – роки.

Порівняння попередньо поданого офіційною статистикою сьогодні показника кількості отриманих патентів у 2016 р. (2813 од.) із прогнозованим

нами значенням (2661 од) виявило різницю на рівні % (рис. 5.4). Однак, враховуючи те, що очікується уточнення офіційно досягнутого рівня кількості отриманих патентів, а також враховуючи складну соціально-економічну ситуацію в країні, можемо стверджувати, що це відхилення знизиться. Отже, застосування пропонованих прогнозних моделей вважаємо доцільним. Відтак, можемо стверджувати, що у 2017 р. прогнозоване зменшення кількості отриманих патентів очікується на рівні 15 % (або 430 од.) в порівнянні із 2016 р. та 21% порівняно із 2015 р. Звичайно, що це негативні очікування, але якщо врахувати теперішню соціально-політичну ситуацію в країні, зростання зацікавленості в іміграції серед молодих науковців (цьому сприяє неефективна державна політика), то можемо стверджувати, що така динаміка цілком очікувана.

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. 5.4) бачимо, що зміна першого показника на 10 % в аналітичному періоді 2004–2016 рр. зумовлювало аналогічну зміну другого в середньому на 119 од. (при  $R^2=0,71$ ).

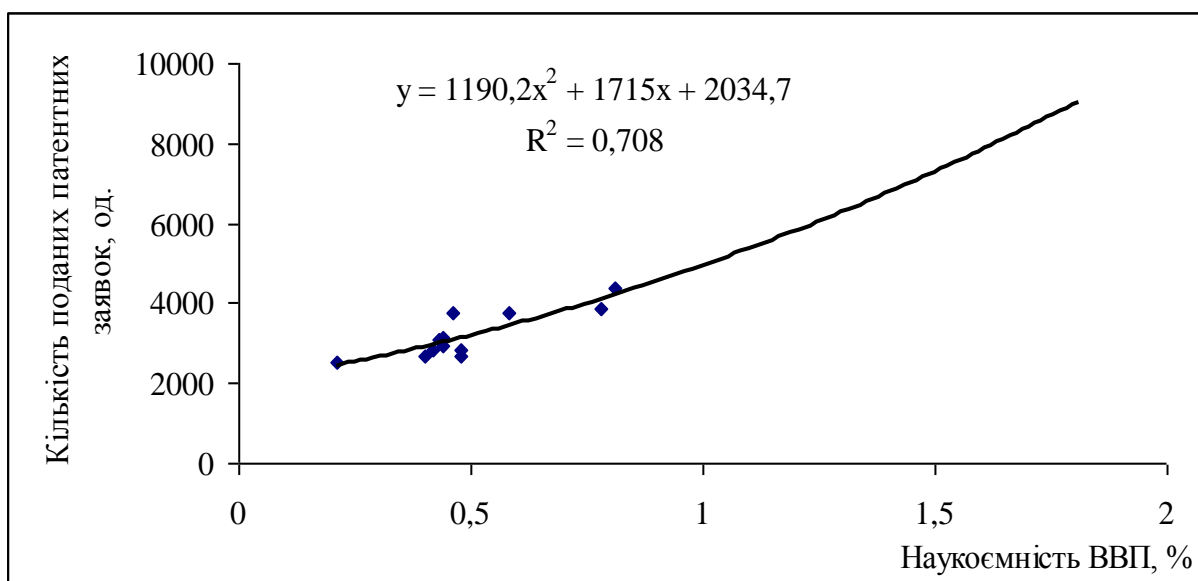


Рис. 5.5. Взаємозалежності між наукоємністю ВВП України та кількістю поданих патентних заявок у 2004–2016 рр.

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі застосування емпіричних моделей.

Таким чином, при достатньому рівні достовірності ( $R^2=0,71$ , а в польських колег  $R^2=0,54$ ) 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 пропонований напрям інтелектингу – обґрунтованим [339, с. 12].

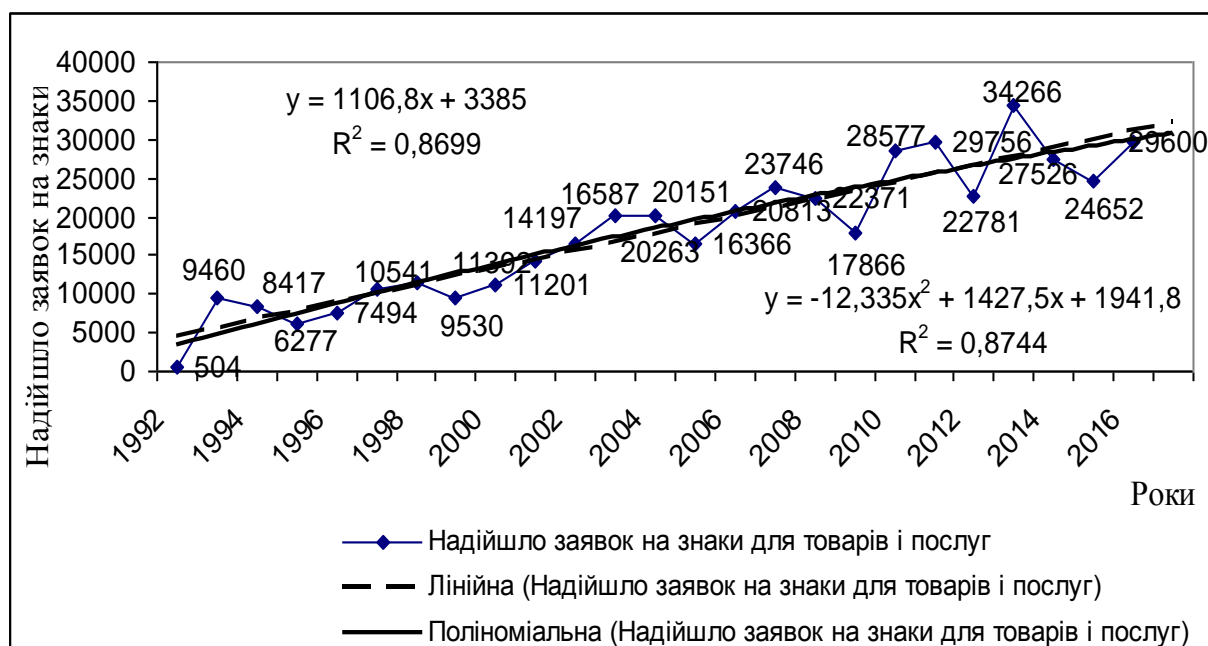
Для забезпечення найшвидших темпів активізації винахідницької діяльності в межах предмету нашого дослідження цікавим буде вивчення прояву показників брендингу, зокрема у частині динаміки отримання свідоцтв на знаки для товарів (послуг). Економічна доцільність реалізації таких кроків, дозволить вітчизняним підприємцям значно підвищити рівень інтелектуального капіталу, який має ринкове походження. Принагідно відмітимо значний вплив даного структурного елементу на креацію вартості сучасних високотехнологічних підприємств, що підтверджують публіковані щорічні рейтинги відомих світових фірм.

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, послуговуючись побудовою трендових моделей.

Опрацьовані та узагальнені статистичні дані дозволяють стверджувати, що у цій сфері діяльності, починаючи із 1992 р. спостерігалась 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 разу), у 1999 р., 2009 р., у 2013 р., 2014 р. та 2015 р. (у 1,2 разу).



\*Примітка: суцільною лінією показано тренд поліноміальний; курсивом – тренд лінійний.

Рис. 5. 6. Динаміка поданих заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні у 1992–2016 рр., лінійна й поліноміальна лінії тренду та прогноз на 2017 р.

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі [40; 41; 42; 43; 44; 98; 100; 120; 121; 122].

Позитивним моментом можна вважати започаткування позитивних змін у 2016 р., коли віднотуємо зростання у 1,1 разу порівняно із попереднім

роком, хоча так і не вдалося досягнути рівня 2014 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 0,8699):

$$y = 1106,8x + 3388, \quad (5.6)$$

та поліноміальну другого степеня (якість 0,8224).

$$y = -12,335x^2 + 1427,5x + 1941,8, \quad (5.7)$$

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 лінійною (32161 од.) вона є на 2017 р. більш оптимістичною, ніж за поліноміальною моделлю (30718 од.). 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 другого степеня (якість 0,8224):

$$y = -33,726x^2 + 1616,7x - 4046,7, \quad (5.8)$$

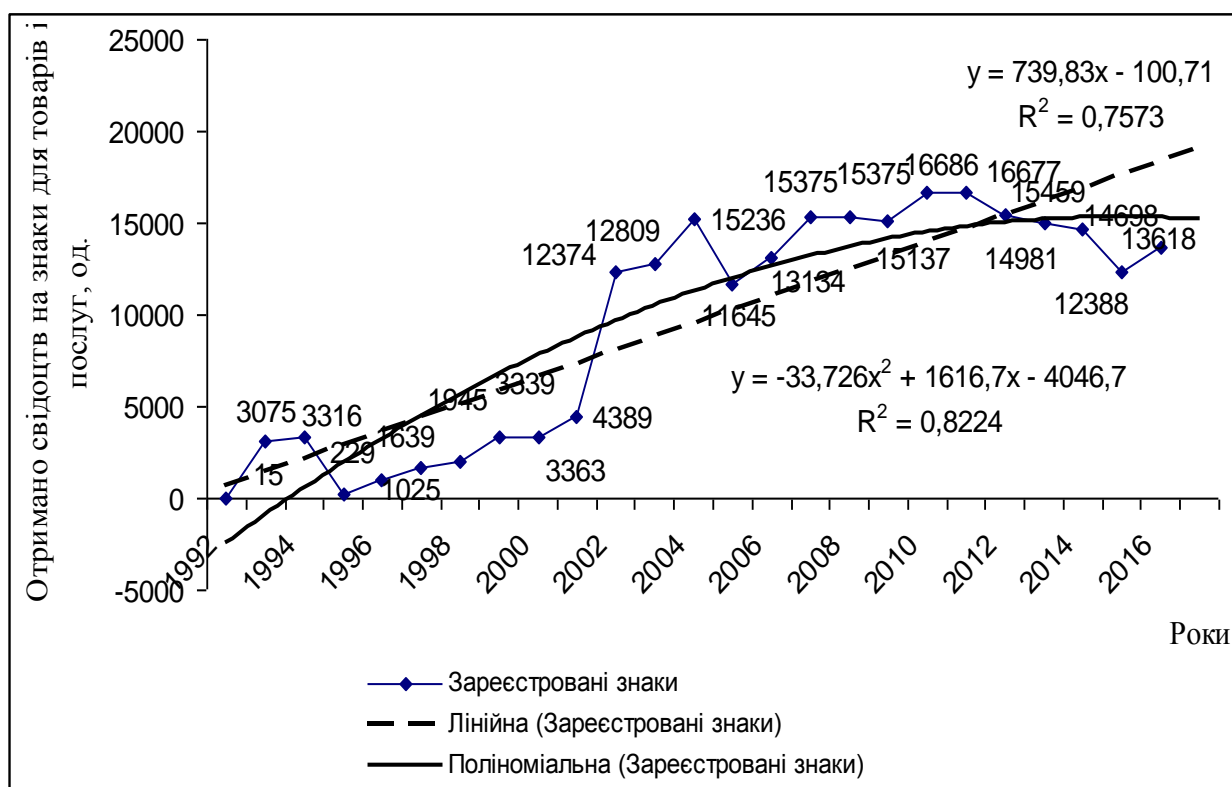
де  $x$  – роки, зокрема  $x = 1, 2, 3, \dots$ , репрезентуючи відповідно 1992 р., 1993 р. і т. д.,

а також лінійної (якість 0,7573):



$$y = 739,83x - 100,71, \quad (5.9)$$

Отже, за лінійною залежністю отримуємо більш оптимістичну перспективу на 2017 р. (19134 од. отриманих свідоцтв на знаки для товарів і послуг), а за поліноміальною – 18422 од. запропоновані трендові моделі можуть 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.



\*Примітка: суцільною лінією показано тренд поліноміальний; курсивом – тренд лінійний.

Рис. 5. 7. Панорама отриманих свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні у 1992–2016 рр., лінійна й поліноміальна лінії тренду та прогноз на 2017 р.

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі [40; 41; 42; 43; 44; 98; 100; 120; 121; 122].

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 інтелектомісткості національних виробництв тощо.

Згідно з нашими переконаннями, розбудова інтелектингу на мезорівні передбачає створення мережі інтелектингових 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 успішних фірм такого типу є «Nilco Streambank» спеціалізація якої включає також продаж та оцінку нематеріальних цінностей (брендів, торгових марок, патентів, авторських права тощо).

Відтак, інтелектингова агенція – це ринкова інституція, зареєстрована як юридична особа, що діє з метою надання широкої гами інформаційних, освітньо-дорадчих, консалтингових послуг у сфері інтелектуалістики.

Місія інтелектингових 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 інтелектингових 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 [109]. Вищенаведені переваги від створення інтелектингових агенцій доводять економічну ефективність та соціальну доцільність їх створення.

Відповідно до наших переконань, організаційна структура таких інтелектингових агенцій повинна включати три ключові департаменти – інтелектингу, освітніх проєктів 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.

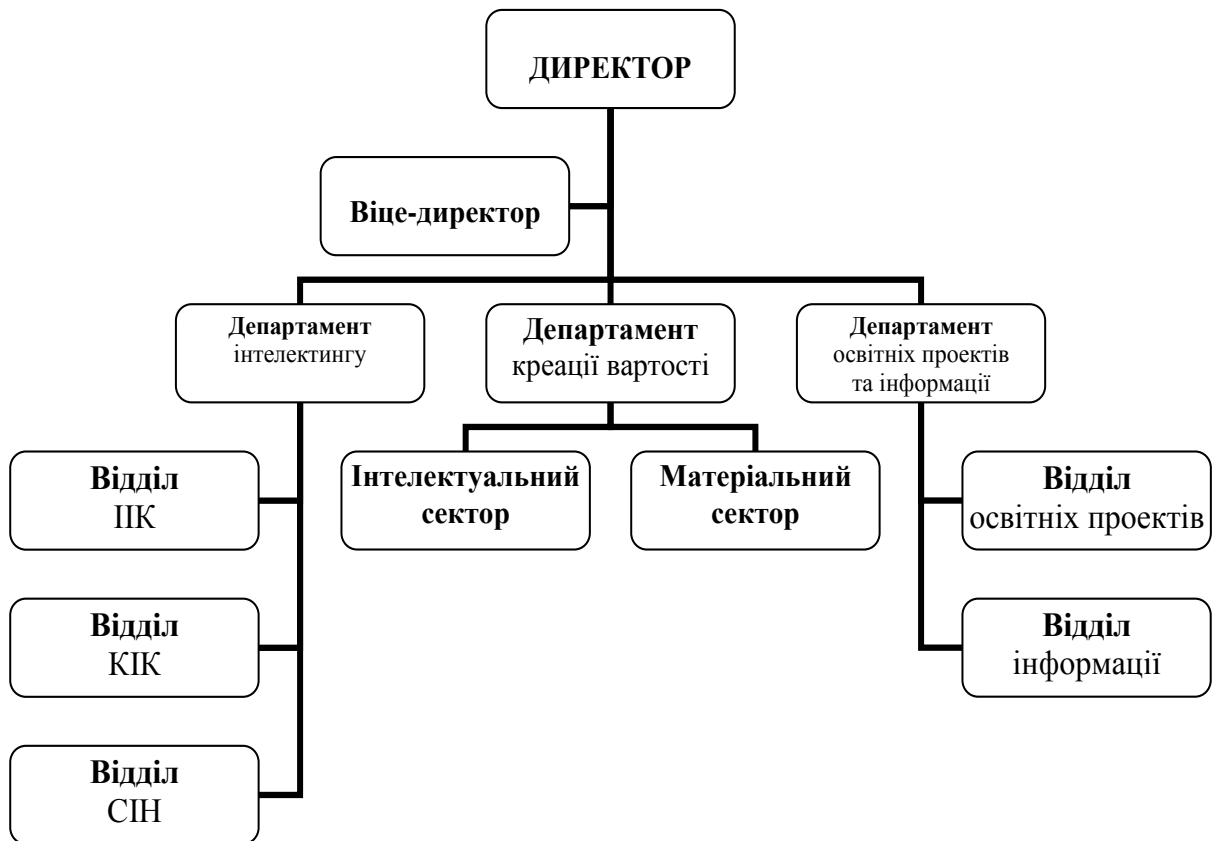


Рис. 5.8. Проект організаційної структури управління інтелектинговою агенцією

\*Джерело: авторська розробка.

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.

Проект типових дорадчих послуг, які надаватимуться фахівцями відділу індивідуального інтелектуального капіталу включатиме:

- визначення компетенційних лакун;
- розробка компетенцій в межах посад;
- аудит індивідуальних компетенцій;
- застосування методики самооцінювання «GAF»;
- застосування методики відбору персоналу «Profile XT»;
- розробка систем оцінювання персоналу;
- напрацювання векторів удосконалення системи мотивації персоналу;
- розробка методик розвитку особистостей;
- пошук і розвиток талановитих людей.

Вони забезпечать підприємству успішну реалізацію програм управління персоналом, підвищення продуктивності праці, виявлення лідерів, оптимізацію інвестиційних витрат скерованих в освітні персональні проекти, 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 інтелектуальні 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 самооцінювання 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.

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 перспективи, 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, ТзОВарних марок позитивно впливає на формування репутації, дозволяє покращувати імідж і підвищувати гудвіл 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 інтелектуальних агенцій, зайнятих наданням дорадчих послуг у сфері розвитку, оцінювання та розширення меж застосування переваг останнього, є реалістичною та переважає:

- аудит, визначення розміру та розробка системи оцінювання ринкових компетенційних лакун;
- розробка портфель ринкових компетенцій підприємства;
- пошук ринкових інтелектуальних ніш;
- розробка корпоративних і марочних брендів, оцінювання їх вартості;
- формування іміджу підприємства;
- модернізація методик вивчення ринку;

- оцінювання гудвілу підприємства.

Зокрема, нинішній вітчизняний економічний простір відчуває гостру потребу у якісних фахових дорадчих послугах у сфері оцінювання вартості корпоративних брендів, товарних марок чи «goodwil», що дозволить вчасно виявляти «ринкові компетенційні лакуни» підприємства, обмежувати їх розміри, формувати портфель ринкових компетенцій, а також, встановлювати дійсну вартість суб'єктів господарювання, що обмежить зловживання у сфері їх відчуження, продажу тощо. Крім того, це посилить економічні важелі в регулятивній діяльності держави та дозволить створювати прозорі умови функціонування вітчизняного ринку.

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:

- визначення величини компетенційних лакун;
- аудит і розробка системи оцінювання інноваційних компетенцій підприємства;
- розробка портфель інноваційних компетенцій;
- оцінювання вартості інноваційного капіталу;
- застосування методики управління інноваційними проектами «DMAIC»;
- пошук стандартів якості систем управління, стандартизація і сертифікація продукції підприємства;
- застосування методики удосконалення бізнес-процесів «Sig Sigma» та методики оптимізації бізнес-процесів .

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», 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, подолання негативного впливу інформаційної асиметрії на креацію вартості та зрівноважений розвиток вітчизняних підприємств перетворився на першочергове завдання в українській економіці, яке конструктивно може бути вирішене інтелектинговими агенціями. Перелік типових дорадчих послуг інтелектингових агенцій в інформаційно-комунікаційній сфері підприємства включає:

- аудит та оцінювання інноваційних компетенцій підприємства;
- визначення величини інформаційних компетенційних лакун;
- розробка портфель інформаційних компетенцій;
- обґрунтування запровадження інформаційних систем управління та соціальних інформаційних систем;
- оцінювання вартості інформаційного капіталу підприємства.

В умови нової парадигми господарювання успішність функціонування суб'єктів ринку визначається соціальним інтелектуальним капіталом, переваги якого вітчизняні підприємства не використовують повною мірою. З одного боку це обумовлено трансформацією від директивної економіки, а з другого – відсутністю досвіду застосування переваг соціального інтелектуального капіталу для креації вартості суб'єктів господарювання. Перелік типових дорадчих послуг інтелектингових агенцій соціальній сфері підприємства включає:

- визначення величини, аудит та оцінювання соціальних компетенцій підприємства;
- розробка портфеля соціальних компетенцій підприємства;

- оцінювання внутрішнього клімату підприємства;
- обґрунтування векторів розвитку міжсекторного партнерства;
- оцінювання застосування принципів соціальної відповідальності бізнесу.

Відтак, розбудова низки дорадчих послуг інтелектингових агенцій у цій сфері для вітчизняних підприємств є своєчасною, що позитивно вплине на нарощення процесів креації вартості. Так, серед низки послуг інтелектингових 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.

Одним із важливих векторів діяльності інтелектингових агенцій є надання дорадчих послуг у сфері креації вартості підприємства, які, згідно з нашими пропозиціями, виконуватиме департамент креації вартості. Нинішні умови господарювання перемістили на передній план проблеми оцінювання вартості суб'єктів господарювання, що знайшло своє практичне застосування в 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, який відповідно здійснював би пошук резервів, забезпечених функціонуванням матеріального (фізичного та фінансового) капіталу. Враховуючи предмет нашого дослідження, зосередимося на деталізації видів дорадчих послуг саме для інтелектуального сектора (рис. 5.9).

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.



Рис. 5.9. Перелік дорадчих послуг, які надаються інтелектуальним сектором департаменту креації вартості інтелектингової агенції

\*Джерело: авторська розробка.

Важливого значення набувають методики оцінювання інтелектуальної вартості підприємства, зокрема оцінювання 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 другого – вимагає постійного пошуку нових оцінних підходів та інструментів, а тому тут важливим є вивчення досвіду.

В умовах української економіки ключовим напрямком діяльності інтелектингових агенцій у цій сфері є модернізація інструментів і пошук джерел креації вартості, оскільки 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 недовостанької 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 з нашими міркуваннями, департамент освітніх проектів та інформації доцільно сформувати із двох структурних підрозділів – відділу освітніх проектів та відділу інформації. При цьому, відділ освітніх проектів забезпечуватиме новими знаннями та компетенціями шляхом організації навчань у сферах розвитку інтелектуального капіталу, управління, обігу та охорони інтелектуальної власності, креації вартості чинниками інтелектуального походження, оцінювання 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 характеру, з одного боку, позитивно вплине на подолання інформаційної асиметрії та обмеження її негативного впливу 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 інституційної перспективи шляхом розвитку мережі

інтелектингових агенцій. Зважаючи на вищезапропоноване, можемо констатувати, що в українських реаліях це найдешевший і найшвидший шлях, який до того ж не створює підґрунтя для корупції, а отже є раціональним і економічно виправданим шляхом у забезпеченні стабільних позитивних трендів.

Використання створеного сприятливого оточення макро- та мезорівня вимагає запровадження інтелектингу 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, уможлиблює реалізацію розбудови інтелектингу на вітчизняних підприємствах. Однак, практичне ж впровадження інтелектингу на українських підприємствах вимагає, перш за все, внесення змін у організаційні структури управління. Так, в умовах інтенсифікації темпів появи інтелектуальних продуктів, які виникають у процесі креації вартості, нами для вітчизняних підприємств запропоновано запровадити якісно новий структурний підрозділ – відділ управління вартістю. Водночас, зрозуміло, що такі трансформаційні процеси перебдачають внесення змін у штатний розпис шляхом визначення нових посад – менеджерів із управління 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 креації на основі розвитку інтелектуального капіталу, що було обґрунтовано вище. Адже це гарантує інтелектуалізацію праці, що, в свою чергу, дозволяє суттєво підвищувати її продуктивність, а, отже, 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. 5.10).

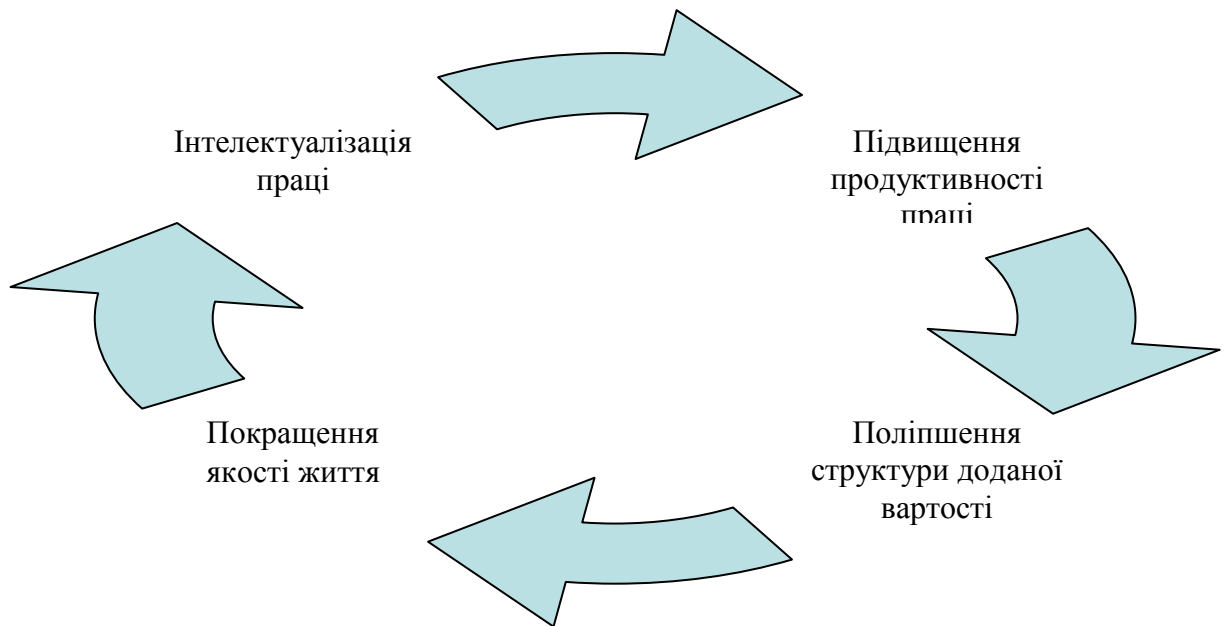


Рис. 5.10. Ланцюг «інтелектуалізація праці – інтелектуалізація доданої вартості – покращення якості життя»

\*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 вітчизнинних підприємств, зважаючи на зародження ринку наукових цінностей (товарів), становлення якого детально проаналізував А. Бельг [211, с. 238]. З цієї перспективи, для українських підприємств нами запропоновано почати формування інтелектуального портфеля. Крім того, проведене таким чином 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 відкриття 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 портфеля інтелектуального капіталу підприємства.

Відзначимо, що для досягнення успіху у цій сфері менеджерам відділу управління вартістю українських підприємств запропоновано сприяти формуванню портфеля інтелектуального капіталу інноваційною продукцією, яка важко піддається копіюванню, а також різноманітними об'єктами інтелектуальної власності, у т.ч. нетрадиційними. Для наочності та зручності сприйняття типова структура портфеля інтелектуального капіталу підприємства представлена на рис. 5.11. Важливість створення портфеля інтелектуального капіталу 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 інноваційної й органічної, тобто інтелектомісткої продукції (робіт, послуг), чому і повинна слугувати практика розробки та нарощення портфеля інтелектуального капіталу господарського суб'єкта.

Сучасні умови господарювання засвідчують, що серед структурних одиниць портфеля інтелектуального капіталу 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 «Nilsco Streambank» портфеля інтелектуальної власності (обсягом 750 патентів) підприємства автомобілебудівної галузі «Heuliez» [319]. Цей факт засвідчує, що інтелектуальна власність в умовах нової парадигми поступово здобуває панівні позиції, перетворюючись на висококонкурентний товар.

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.

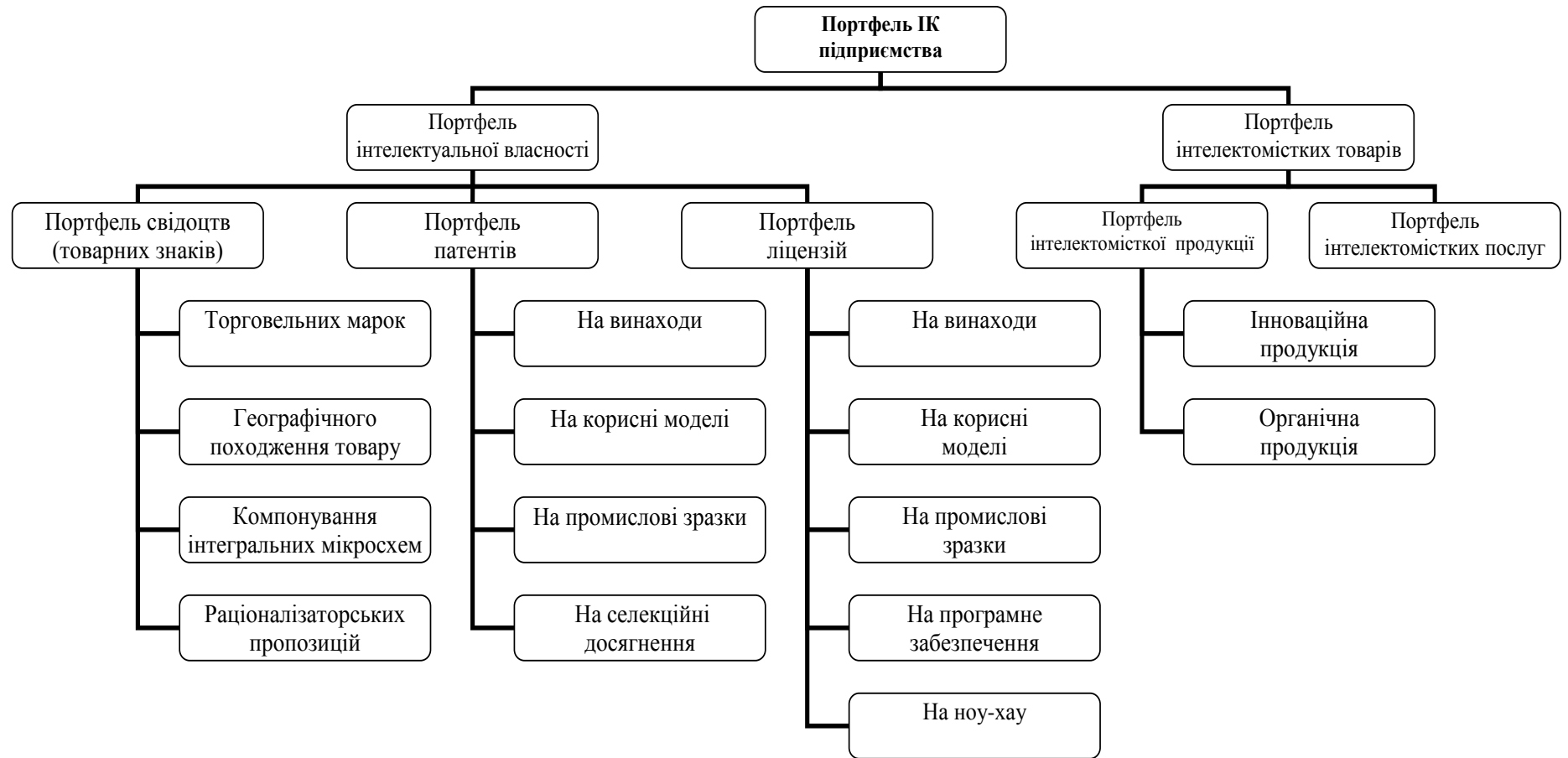


Рис. 5. 11. Структура портфеля інтелектуального капіталу підприємства

\*Джерело: авторська розробка.

У зв'язку з цим, важливим є позитивне сприйняття інституційної перспективи в інтелектуальній діяльності вітчизняних підприємств. Отже, саме в сфері інтелектуальної власності цілком передбачуваним є майбутній розвиток інструментальної перспективи, що стосується патентів, товарних знаків і ліцензій.

Таким чином, інституційна перспектива на мікрорівні охоплює розвиток інтелектуалістики в усіх межах діяльності підприємства, а економічно обґрунтовує її – ефект, що виникає у сферах як функціонування інтелектуальної власності, так і виробництва і реалізації інтелектомістких товарів (послуг) – інноваційної та органічної продукції. Власне, розвиток патентів, товарних знаків чи ліцензій у сфері інтелектуальної власності є трендовими 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 [211]. 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 недовго.

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 капіталу.

Підсумовуючи, зауважимо, що розвиток інституційної перспективи у сфері інтелектуальної діяльності для забезпечення процесів креативності є новітнім вектором майбутніх наукових розвідок, вплив якого посилиться на усіх рівнях економічної системи. Поліпшення інституційної перспективи на макrorівні дозволить створити проінтелегентне оточення для функціонування мезо- та мікрорівневого шару економічної системи. Розбудову мережі інтелектуальних агентств, пропонується розглядати як інституційну перспективу у сфері інтелектуалістики, що стане каталізатором інтелектуальної діяльності на мезорівні та дозволить вітчизняним підприємствам швидко вибудувати механізм утримання конкурентних переваг на довготривалому відрізку часу.

Для пришвидшення темпів креативності 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 портфеля інтелектуального капіталу підприємства, каталізатором нарощення якого стануть різногалузеві фахові дорадчі послуги, отримані в межах функціонування інтелектуальних агентств. 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 достатньою мірою аргументує доцільність виділення окремого наукового напрямку інтелектуалістики, в межах якого будуть вивчатися можливості підвищення інтелектуальності виробництва й ефектів креативності підприємств, спричинених розвитком інтелектуального капіталу.



## **5.2. Імплементация 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 М. Портер та М. Крамер, акцентуючи на «новому способі досягнення економічного успіху – креації соціально-економічної вартості», коли «соціальні вигоди, пов'язані з обслуговуванням бідніших і не привілейованих споживачів можуть бути величезні, а прибутки з такої діяльності – значними» [427, с. 38, 34]. Пройшло не так багато часу, і ми вважаємо, що нині споживацька когорта, цілком слушно, може бути розширена, охоплюючи усіх членів суспільства у частині забезпечення якості життя.

У 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 локальний 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 більшою мірою 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 тих (компанія «Люстдорф»; ТЗОВ «Молочний дім», ПАТ «Житомирський маслозавод», філія ПАТ «Яготинський маслозавод», «Яготинське для дітей», ПрАт «Лакталіс-Миколаїв», ТЗОВ «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»), які уже в 2016 р. вийшли на ринок ЄС, але й найбільших європейських фірм [150, с. 44].

Щодо ринку молока і продуктів його переробки, то виробництво молочної продукції залишається одним з найбільш динамічних секторів світового агробізнесу, що засвідчує табл. 5.3. 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.

Таблиця 5. 3

### 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 автором самостійно на основі [190].

На європейському динамічному (у січні 2016 р. зростання на 5,6% в порівнянні із січнем 2015 р.) та місткому (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 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 [271].

Враховуючи, що у 2015 р. у порівнянні із періодом 2014 р. фактичне зменшення на 2–3% ємності нідерландського молочного ринку сягнуло 1% проти прогнозованого найбільшим виробником «Fonterra» 2–3%, що знайшло підтвердження на останніх транзакціях на «Global Dairy Trade», приходимо до розуміння високої ймовірності подальшого посилення, як конкурентних позицій, так і експортних можливостей польських виробників молока та молочної продукції [466; 521]. Звідси, очевидно, що такі тенденції розвитку покращують можливості проникнення на ринок ЄС для українських виробників молочної продукції, зокрема і аналізованих нами.

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 [150, с. 45]. 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 досліджених молокопереробних підприємств.

По-перше, утримання низького рівня доходів населення в Тернопільській області (у середньому у 1,4 разу нижче від загальнодержавного аналогічного показника) – регіону із найнижчим показником в Україні (у 2009 р. – 10634,2 грн./особу, у 2010 р. – 13824,2 грн./особу, у 2011 р. – 1352,3 грн./особу, у 2012 р. – 18560,6 грн./особу, у 2013 р. – 18993,8 грн./особу, у 2014 р. – 19273,0 грн./особу, у 2015 р. – 18560,6 грн./особу) [172, с. 387; 153, с. 377; 175, с. 374], надалі видається, як неможливим, 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 відновлених у 2001р. та 2009–2015 рр. [172, с. 387–388; 175, с. 387–388; 156]. 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%, 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.) [354; 466]. Відтак, зважаючи, що імпорт молочної продукції у 2015 р. за оцінюваннями «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 як ключовий чинник 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 Тернопільської 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, 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 понести більші витрати за кращу якість. Зокрема, згідно з даними звіту фірми «Deloitte» понад 1/3 клієнтів у світі є такими, що «прагнуть задоволення споживачами», які акцентують на якості життя, приділяючи значну увагу якості продукції, її пакуванню, умовам виготовлення тощо [292]. 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 екосвідомості 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» [317]. 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 та 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.

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 [283]. 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 процесі гармонізації у частині законодавчого забезпечення, інституційного розвитку, технічної підтримки, реалізованої в рамках різноманітних проектів (наприклад, «Twinning»), на жаль, не вдалося досягти вагомий результативності. Пошук причин низької результативності даних процесів у Тернопільській 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 консультацій, 20 круглих столів щодо впровадження систем управління якістю (ДСТУ ISO 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», Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка», Т<sub>3</sub>ОВ «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 (які враховують управління безпечністю харчової продукції НАССР 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 безпекою 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 Міністерства аграрної політики та продовольства, прийнятим для дотримання чинного законодавства [99; 49; 50]. Власне, такі кроки покликані обмежити бар'єри виходу на висококонкурентний європейський ринок для вітчизняних суб'єктів молочної індустрії шляхом дотримання єдиних вимог безпеки 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. 5.4).

Таблиця 5.4

**Порівняльна оцінювання 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°C), тис./см <sup>3</sup>	≤ 400 (min 150 – у Норвегії, Великій Британії)	x	≤ 400	≤ 400	≤ 600	≤ 800
Кількість мікробіологічних клітин (при 30°C), тис./см <sup>3</sup>	≤ 100 (min 20 – у Норвегії, Великій Британії)	x	≤ 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	x	3,5	x	x
Вміст білка, %	3,4	>3,5	x	2,8	x	x

\* Джерело: складено автором на основі [46; 283].

\*\* 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 органічної молочної продукції. Для успішного вирішення проблем появи екологічних господарств у регіоні 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. 5.4). Так, за проведеними дослідженнями у органічного молока виявлено збільшення у 1,2 раза сухої маси, у 1,1 раза – вмісту жиру, кальцію, магнію, вітаміну В2, а також значне покращення бактеріологічної якості сировини – зменшення бактерій квасу (майже 16 кратне), термостійких бактерій (майже 8 кратне) та аеробних бактерій (6 кратне) [332, с. 28]. Враховуючи, що порівняння проводилося із традиційною голландською молочною продукцією, то для вивчених нами молокопереробників Тернопільської області якісні ефекти будуть значно вищими, що є додатковим свідченням соціально-економічної доцільності налагодження випуску органічної продукції 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 пропонованих 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, отже, і здоров'я, що знаходить своє відображення у продуктивності праці персоналу суб'єктів господарювання.

Проведена нами оцінювання рівня синтезу вимог 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 опрацювання даних визначено просторове розміщення вище вказаних господарських суб'єктів за рівнем імплементації систем управління якістю в межах виділених квадрант-груп (рис. 5.12).

Зауважимо, що просторовому розміщенню в межах виділених квадрантів підлягали лише ті господарські суб'єкти, які попередньо виявили погодження, а їх «життєвий цикл» на ринку не менше трьох років. Відтак, за період дослідження виявлено, що одне приватне підприємство (ПП «Чортківсир»), а це 12% від загальної кількості, відмовилися надавати будь-яку інформацію та брати участь в дослідженні. Зважаючи на той факт, що ця підприємницька структура є платником податків у сусідній Хмельницькій області, то її вплив на розвиток дослідженого регіону, цілком логічно, можна вважати незначним, що дозволяє нам знехтувати цією ринковою одиницею. 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.

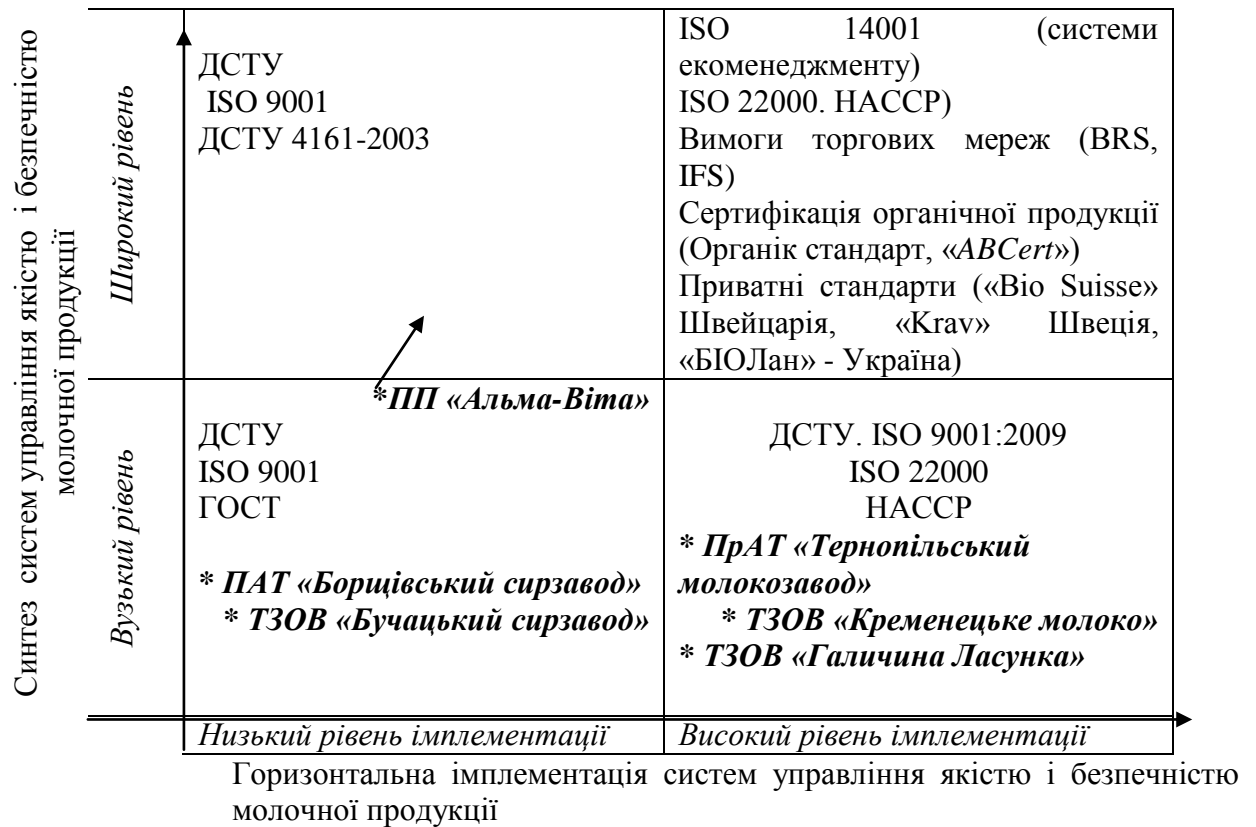


Рис. 5.12. Панорама просторового розміщення господарських суб'єктів за рівнем імплементації систем управління якістю та безпечністю молочної продукції в межах виділених квадрантів

\*Джерело: складено автором самостійно на основі даних суб'єктів господарювання.

Таким чином, проведене дослідження реалізоване на 88% від загальної кількості зареєстрованих у секторі переробки молока Тернопільської області. Серед вивчених суб'єктів найбільшу частку (86% опитаних) становили корпоративні структури (ПАТ «Борщівський сирзавод», ПрАТ «Тернопільський молокозавод», ТЗОВ «Кременецьке молоко», ТЗОВ «Бучацький сирзавод», ТЗОВ «Галичина Ласунка», ТЗОВ «Цебро») і лише 14% – підприємницькі структури (ПП «Альма Віта»). Таке співвідношення є цілком очікуваним, враховуючи, що група приватних підприємств становить 1/4 від загальної кількості зареєстрованих у регіональній сфері переробки молока та виробництва морозива, а рівень їх закритості – значно вищий, ніж у корпоративному секторі.

На основі проведеного аналізу встановлено, що значна частка товариств 43% (ПАТ «Борщівський сирзавод», Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод», Т<sub>3</sub>ОВ «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 зазначений нами 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 Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро». Наступним за поширенням є стандарти ISO 9001 (71%), де винятком є Т<sub>3</sub>ОВ «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 [502]. Іншим негативним чинником, на нашу думку, доцільно відзначити низький рівень запровадження стандартів ISO 22000.

Про низький рівень діяльності щодо модернізації систем управління якістю у сфері молокопереврки та виготовлення морозива 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 з стандартом ISO 22000.

Оскільки зазначене підприємство має експортні поставки, можемо стверджувати, що такі дії, більшою мірою, зумовлені саме такого роду діяльністю. Водночас, цей 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 в межах вище наведеного опитування управлінського персоналу (дод. Ж.1) проведено оцінку за п'ятибальною шкалою переваг від запровадження міжнародних систем управління якістю і безпечністю молочної продукції. 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. 5.13).

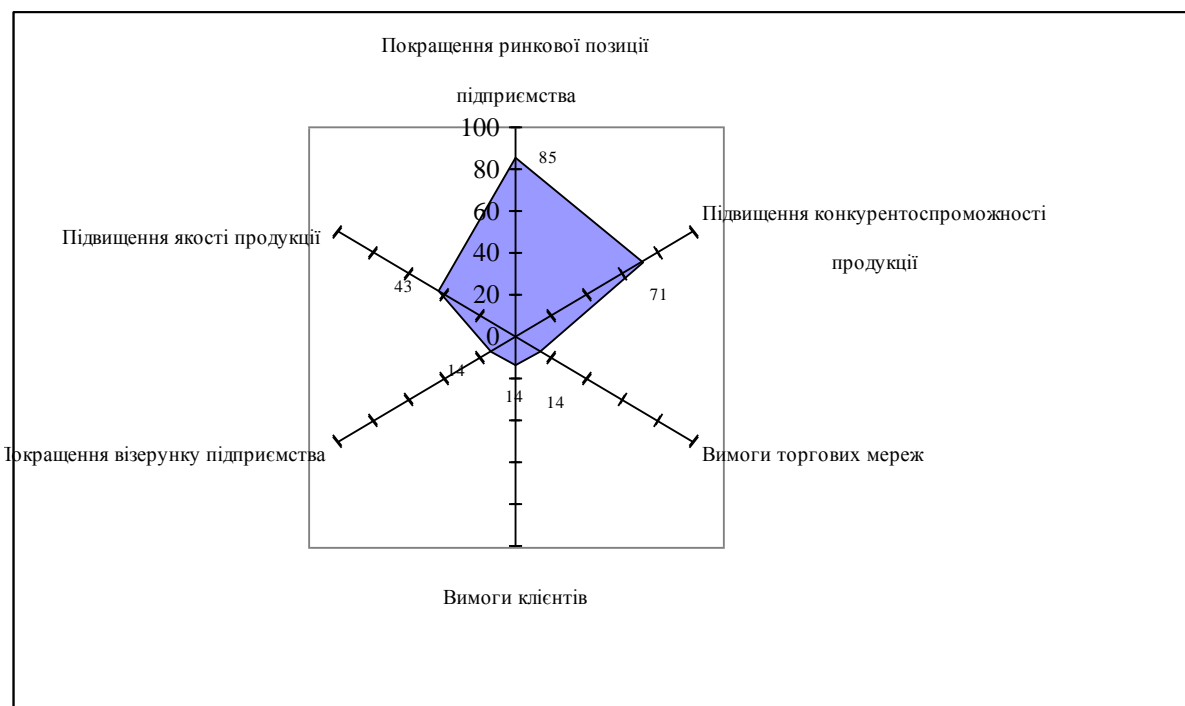


Рис. 5.13. Оцінювання респондентами переваг від імплементації систем управління якістю і безпечністю молочної продукції

\*Джерело: складено автором самостійно на основі даних дод. Ж.5.

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 анкетному опитуванні (дод. Ж.1) виділено питання, аналітичні результати якого вміщує рис. 5.14.

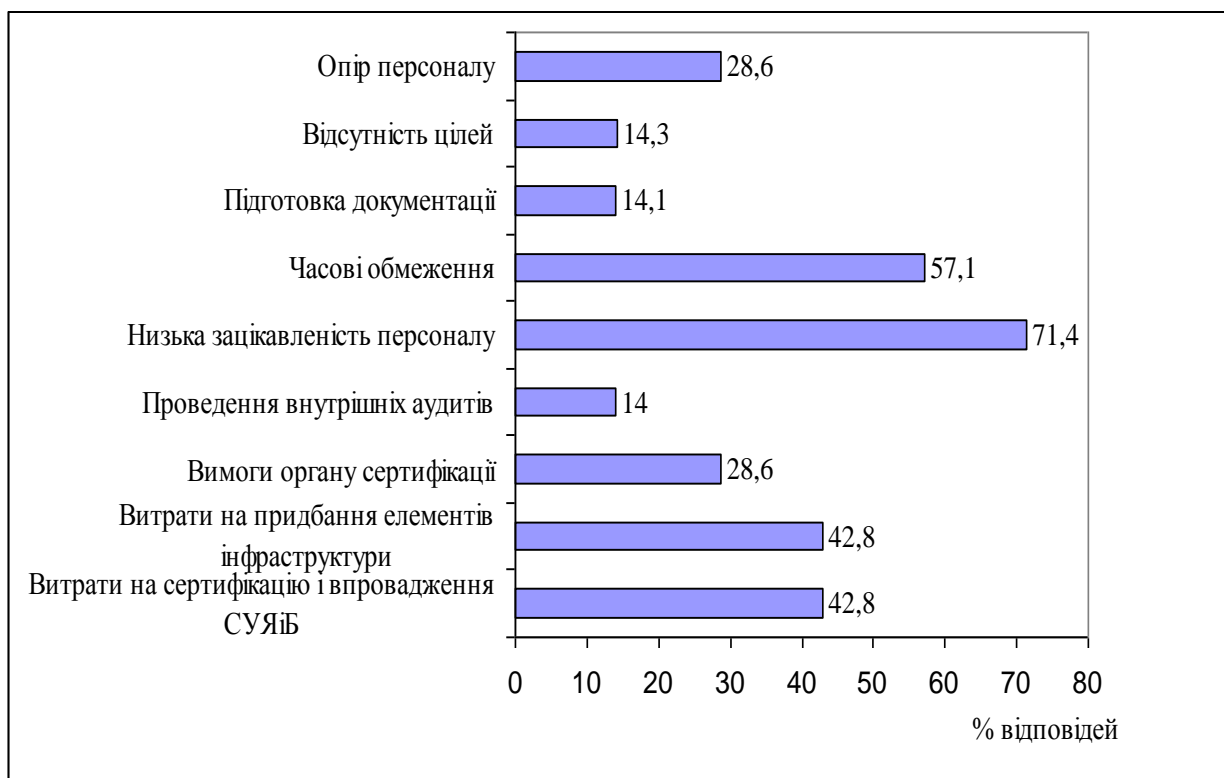


Рис. 5.14. Ранжування респондентами чинників, які стримують імплементацію систем управління якістю і безпечністю молочної продукції  
\*Джерело: складено автором самостійно на основі даних дод. Ж.5.

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 з нашими міркуваннями, важливе значення тут відіграє не розвиненість громадянського суспільства, що спричиняється низьким рівнем розвитку соціального інтелектуального капіталу. Відтак, таке негативне значення показника зайвий раз доводить і низький рівень соціальної відповідальності бізнесу досліджених регіональних суб'єктів, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива. Таким чином, лише

якнайшвидше розуміння дослідженим бізнесовим сектором доцільності підвищення соціальної відповідальності, призведе до позитивних зрушень у цій сфері.

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 переробників молока, 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 оцінювання господарських суб'єктів за рівнем імплементації систем управління якістю та безпечністю молочної продукції (рис. 5.5), 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»), Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко», Т<sub>3</sub>ОВ «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 органічної продукції. Переваги від активізації процесів гармонізації міжнародних систем управління якістю і безпечністю молочної продукції представляє рис. 5.15. З метою досягнення високого рівня імплементації систем управління якістю цим трьом товариствам нами запропоновано при плануванні інноваційної діяльності передбачити можливості отримання відповідних органічних сертифікатів, виданих німецькою фірмою «ABCert» (акредитованою згідно





Рис. 5.15. Переваги від активізації процесів гармонізації міжнародних систем управління якістю і безпечністю молочної продукції

\*Джерело: складено автором самостійно.

міжнародного стандарту ISO/IEC 17065:2102), що відповідає оновленим у 2014 р. вимогам ЄС [446; 447].

Аналізуючи притаманні для товариств третього квадранту (ПрАТ «Тернопільський молокозавод», Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко», Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка») переваги, які виникли із нарощенням інноваційного інтелектуального капіталу, що відбулося востаннє завдяки впровадженню системи безпечності харчової продукції НАССР, можемо виділити подальші кроки, які забезпечать підвищення їх креаційного потенціалу. Так, з цією метою, для даної квадрант-групи вектори перспективного розвитку вбачаємо, перш за все, на основі вивчення вимог торгівельних 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» органічної продукції, що вимагатиме запровадження стандартів ISO 14001, пов'язаних із системою, а також налагодженням випуску органічної продукції з подальшою її сертифікацією (наприклад, на «ABCert») та отриманням тут приватних стандартів (наприклад, «Bio Suisse» (Швейцарія), «KraV» (Швеція), «БІОЛан» (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. 5.16). Відтак, перш за все, необхідно провести на підприємстві моніторинг діючих систем управління якістю та безпечністю молочної продукції та виявити рівень їх застосування, а також наявні лакуни невідповідностей з міжнародними стандартами.

Дослідженням суб'єктам доцільно відходити від практики застосування державних стандартів, надаючи перевагу застосування міжнародного досвіду в цій сфері. З одного боку, розширення сфер застосуванню міжнародних стандартів, чинних на теренах ЄС, полегшує можливості реалізації молочної

продукції не лише на європейському ринку, але й в інших регіонах оскільки довіра до такого роду стандартів не вкиликає сумнівів.



Рис. 5.16. Механізм імплементатії міжнародних систем управління якістю і безпечністю молочної продукції на підприємстві

\*Джерело: власна розробка.

З другого боку, немає економічної зацікавленості в паралельному функціонуванні національних та міжнародних стандартів, адже довіра до останніх є більшою. В зв'язку з цим, логічно ті суб'єкти господарювання, які запровадили міжнародні стандарти якості, звільнити від обов'язковості застосування національних. Крім цього, це зменшить непродуктивні витрати, які можуть бути спрямовані на підвищення рівня якості і безпечності молочної продукції, розширення органічної лінійки, підвищення питомої ваги інноваційної продукції, що загалом має вищий креаційний потенціал.

Таким чином, отримана панорама просторової ідентифікації суб'єктів Тернопільщини, які функціонують у сферах переробки молока та виробництва морозива 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 чинник розвитку інтелектуального капіталу інноваційного походження, виступаючи джерелом інформації для покупців, підвищить здатність вказаних молокопереробних підприємств до генерування інтелектуальної доданої вартості.

### **5.3. Інтелектуальні резерви креації вартості підприємств Тернопільщини, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива**

Інтелектуальні джерела в креації вартості суб'єктів господарювання, без сумніву, будуть залишатися найважливішими у найближчій перспективі. Проведене дослідження дозволило аргументувати, що інтелектуальні резерви креації вартості молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільщини виявлено в усіх модулях інтелектуального капіталу, зокрема індивідуальному, інноваційному, інформаційному, ринковому та соціальному. Для доведення цього факту та визначення сили впливу кожного модуля використано пакет програм для прикладного статистичного аналізу «STATISTICA», який дозволяє виявляти та формалізувати такого роду залежності на основі аналізу даних, а також інтервальне моделювання, що нівелює негативний вплив похибок оціночних індикаторів на основі врахування амплітуди коливань.

Базуючись на оцінці опрацьованих наукових розвідок як закордонних, так і вітчизняних науковців, результуючою ознакою, яка фіксує факт креації (деструкції) вартості підприємства, забезпеченої функціонуванням інтелектуального капіталу, нами визначено показник інтелектуальної доданої вартості. Саме величина генерованої інтелектуальної доданої вартості найбільш точно підходить для моделювання впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства в умовах глокалізації. Виходячи з цього, основним критерієм оцінювання впливу розвитку інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства вважатимемо максимізацію інтелектуальної доданої вартості. Спостереження рівня розвитку інтелектуального капіталу суб'єктів, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива Тернопільської області, проведено на часовому горизонті 2011–2015 рр. за низкою показників, які структурно характеризують визначені нами вище його складові модулі, зокрема індивідуальний, ринковий, інноваційний, інформаційний та соціальний (табл. 5.5).

Опираючись на ці положення, проведено моделювання залежності зміни величини інтелектуальної доданої вартості від низки показників, які, з одного

Таблиця 5.5

**Панорама показників для моделювання впливу інтелектуального капіталу на величину інтелектуальної доданої вартості підприємств Тернопільщини, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива**

<b>Результуючий показник (спостережувана змінна)</b>
Інтелектуальна додана вартість
<b>Змінні моделі (факторні змінні)</b>
<b>1. Показники індивідуального інтелектуального капіталу</b>
1.1. Частка з/п у собівартості продукції, % (V1)
1.2. Частка витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції, % (V2)
1.3. <i>Частка витрат часу на саморозвиток у балансі робочого часу, % **</i>
<b>2. Показники ринкового інтелектуального капіталу</b>
2.1. Кількість брендів, од. (V3)
2.2. Коефіцієнт навантаження на бренд, (V4)
2.3. Частка експортної продукції у виробничій програмі, % (V5)
2.4. <i>Вартість бренду, млн. грн. **</i>
<b>3. Показники інноваційного інтелектуального капіталу</b>
3.1. Питома вага інноваційної продукції в виробничій програмі, % (V6)
3.2. Кількість запроваджених систем управління якістю і безпечністю продукції, од. (V7)
3.3. <i>Частка органічної продукції в асортименті, % **</i>
<b>4. Показники інформаційного інтелектуального капіталу</b>
4.1. Частка витрат на ІТ в нематеріальних активах, % (V8)
4.2. Коефіцієнт прозорості (V9)
4.3. <i>Вартість систем управління знаннями та інформацією, тис. грн.</i>
<b>5. Показники соціального інтелектуального капіталу</b>
5.1. Частка витрат на реалізацію принципів соціальної відповідальності бізнесу в виручці від реалізації продукції, % (V10)
5.2. <i>Величина соціальної відповідальності бізнесу, тис. грн. **</i>

\*Джерело: складено автором.

\*\* Примітка: не використані в оцінці показники в силу відсутності можливостей для отриманні даних.

боку, є у відкритому доступі на суб'єктах, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива Тернопільської області, а з другого – виступають інформаційно надійними характеристиками інтелектуального капіталу, прийнятими на основі попередньо визначеної нами структуризації. Для побудови багатофакторної моделі впливу інтелектуального капіталу на величину інтелектуальної доданої вартості підприємства нами запропоновано використовувати п'ятнадцять факторних ознак (змінних).

Однак в актуальному статистичному аналізі було використано лише десять показників, наявних у відкритому доступі або розрахунок яких був можливим на основі аналізу анкетних опитувань на досліджених підприємствах Тернопільщини (табл. 5.5). При цьому варто зазначити, що низка невикористаних показників є надзвичайно важливою для повнішого аналізу, а тому в майбутніх дослідження потрібно уможливити доступ для їх отримання на підприємствах, оскільки ці показники характеризують такі сфери діяльності суб'єктів господарювання, де криються значні резерви посилення креаційного потенціалу інтелектуальними чинниками. 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, наприклад, саме бренд вивів «Danone» на 21 місце у ТОП-30 глобальних брендів [147, с. 45]. Зрозуміло, що вихід на зовнішні ринки вітчизняної молочної продукції потребуватиме інтенсивного просування брендів на таких ринках. Цілком закономірно, що успішна «розкрутка» брендів не може не позначитись позитивно і на креаційному потенціалі досліджених молокопереробних підприємств.

Проведене нами оцінювання ефективності функціонування брендів 15 найбільших вітчизняних виробників, які реалізують свою молочну продукцію під 82-ма брендами (серед яких «Добряна», «President», «Тульчинка», «Простоквашино», «Фанні», «Біла лінія», «Ферма», «Вапнярка», «Молокія», «Галичина», «Premialle», «Яготинське для дітей» та ін.), дозволяє стверджувати,

що не лише кількість, але і вартість брендів впливає на збільшення вартості підприємства-виробника [105]. Привертає увагу той факт, що не всі із зазначених виробників забезпечують однакове «навантаження» на кожен із використовуваних ними брендів. Так, в середньому на один бренд (серед зазначених виробників) «припадає» три товарних лінії молочної продукції. При цьому найбільший виробник (компанія «Данон-Юнімілк») забезпечує «навантаження» на рівні 3,2 товарних ліній/1 бренд; компанія «Лакталіс-Україна» – 5,8; ПрАТ «Тернопільський молокозавод» – 7 товарних ліній/1 бренд («Молокія»), ТЗОВ «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 лише 0,29 [105]. Результати аналізу дозволяють припустити, що коефіцієнт навантаження на бренд може бути використаний в якості ознаки креаційної спроможності підприємств.

Результати економічного оцінювання брендингу на суб'єктах, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива Тернопільської області за 2011–2015 рр., наведено у дод. 3. Отже, активний брендинг здійснює ТЗОВ «Кременецьке молоко» (13 товарних ліній/1 бренд), ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (7 товарних ліній/1 бренд) та ПП «Альма Віта» (6 товарних ліній/1 бренд). Натомість, низка суб'єктів характеризувалася дещо нижчим рівнем показника, зокрема ТЗОВ «Бучацький сирзавод» (4 товарних ліній/1 бренд), ТЗОВ «Галичина Ласунка» та ПАТ «Борщівський сирзавод» (2 товарних ліній/1 бренд). Негативною була динаміка коефіцієнта навантаження на бренд ТЗОВ «Цebro». Принагідно зауважимо, що такі результати цілком відповідають рівню розвитку ринкового інтелектуального капіталу на досліджених суб'єктах.

Рівень інформаційного інтелектуального капіталу в роботі визначено на основі розробленої шкали, яка відповідає окресленим оцінним критеріям (табл. 3.3). Таким чином, інформаційний капітал досліджених суб'єктів оцінено на основі показників, що характеризують повноту інформації на сайті, рівень



публічного доступу до інформації, наявність систем управління знаннями та інформацією, а також рівень комунікації (дод. Ж.6). З метою виявлення стану креативності вартості на досліджених суб'єктах Тернопільщини нами проведено опитування управлінського персоналу. Процедура дослідження передбачала, що після отримання дозволу на опитування у керівництва, анкети видавалися працівникам за адресою локалізації суб'єкта господарювання. Заповнені анкети опитаним було запропоновано вислати на адресу дослідника. Проведений аналіз анкетного опитування (дод. Ж.5) виявив, що найважливішим джерелом креативності вартості на досліджених суб'єктах Тернопільської області є фінансовий капітал (37,2%), ринковий капітал (28,1%), індивідуальний капітал (16,1%) та інноваційний капітал (15,3%) (рис. 5.17).

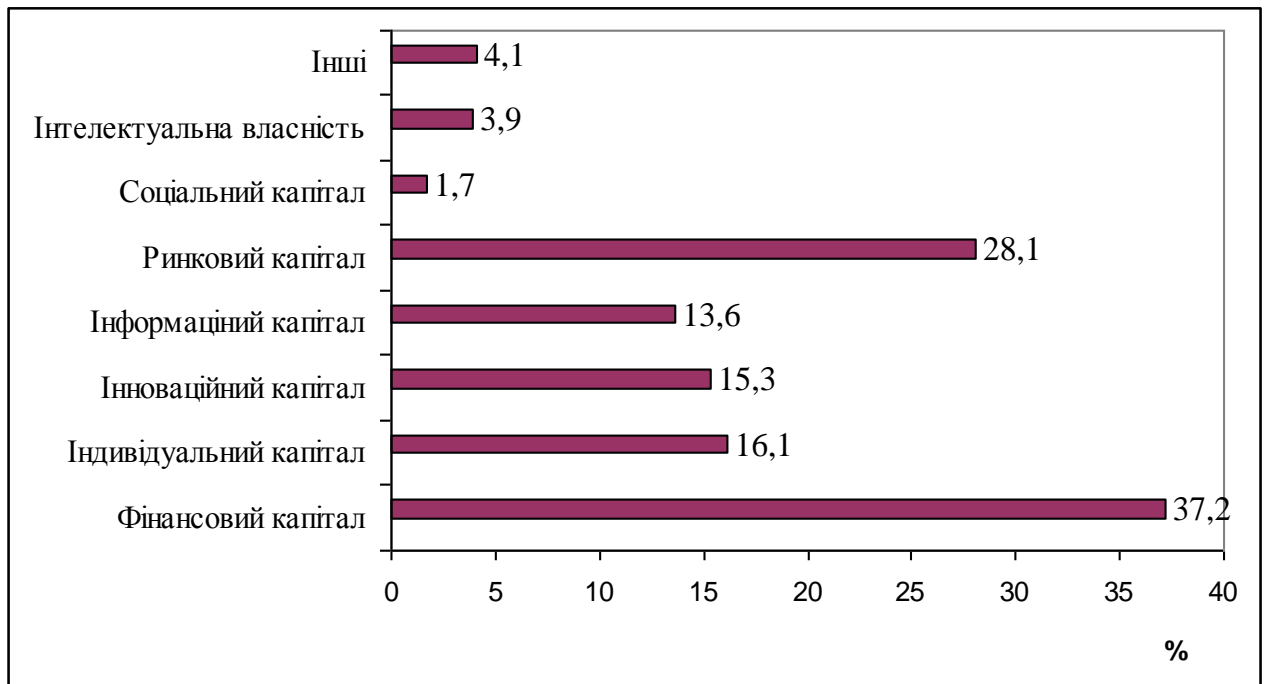


Рис. 5.17. Джерела креативності вартості підприємства

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі даних дод. Ж.5.

Оцінювання респондентами фінансового капіталу як найважливішого джерела креативності вартості підприємства є цілком очікуваною, зважаючи на кризові явища в економіці країни, фінансову нестабільність та високий рівень корупції. Натомість, викликає занепокоєння виявлена недооцінювання факторів інформаційного капіталу (13,6%) та інтелектуальної

власності (3,9%), що може бути стримуючим чинником у розвитку інтелектуального капіталу досліджених підприємств.

Відтак, не менш важливим є виявлення резервів генерування інтелектуальної доданої вартості. Результати аналізу відповідей респондентів свідчать, що на досліджених підприємствах недостатня увага приділяється вартості клієнта (0,2%), інтелектуальній власності (0,3%), соціальній відповідальності бізнесу (3,0%), а також тому, що, на нашу думку, найважливіше для українського прориву на європейські ринки – екозорієнтованості (5,7%) (рис. 5.18).

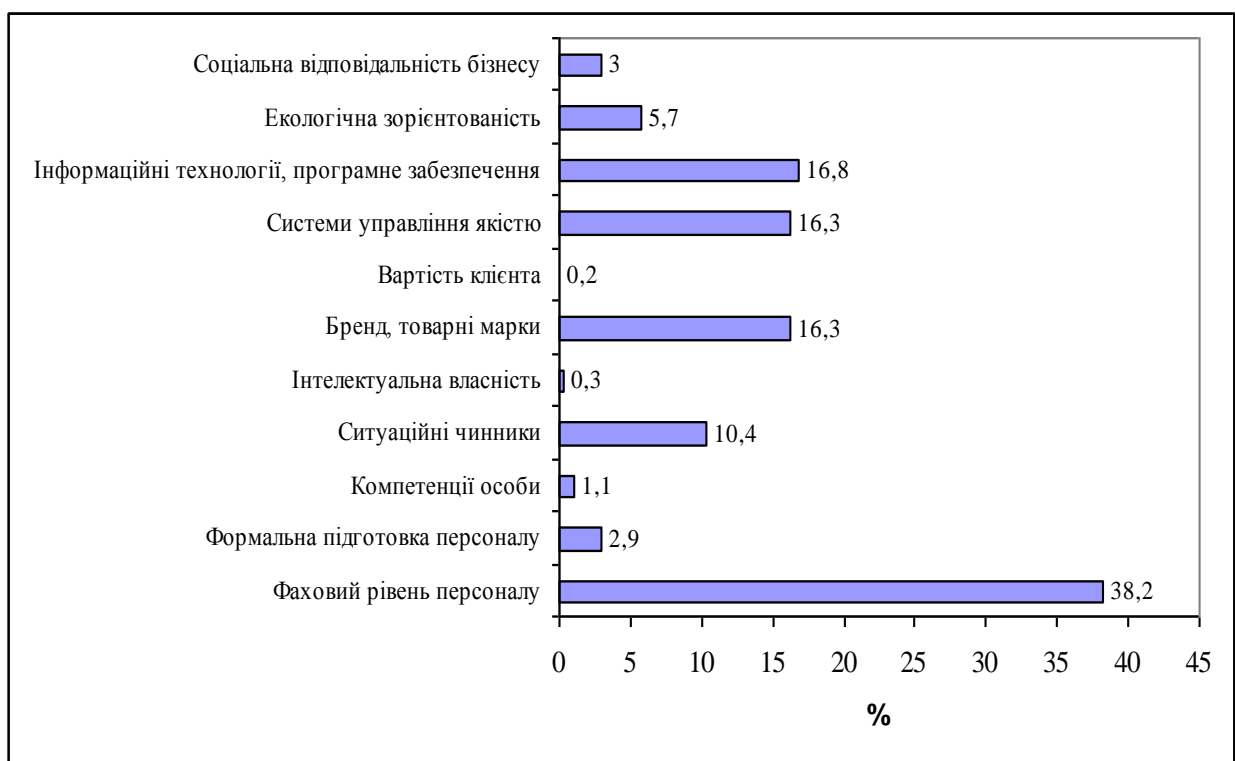


Рис. 5.18. Генерування інтелектуальної доданої вартості на підприємстві

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі даних дод. Ж.5.

Переважаючий вплив на генерування інтелектуальної доданої вартості фахового рівня підготовки персоналу (38,2%) пояснюється базуванням на моделі тарифно-кваліфікаційних довідників (знати-вміти), яка не враховує компетенційного підходу, що не створює підґрунтя для формування вартісних конкурентних переваг. Однак, враховуючи, що українськими університетами при підготовці фахівців на виконання вимог Болонської системи

започатковуюються компетенційні підходи, реальність таких змін у бізнес середовищі також є очікуваною.

Відтак, за допомогою пакету статистичного аналізу програми «STATISTICA» та методики інтервального моделювання нами здійснено перевірку низки гіпотез, які в сукупності розкривають загальну мету роботи, зокрема:

Гіпотеза 1 – між рівнем розвитку інтелектуального капіталу та креацією вартості підприємства існує тісний взаємозв'язок.

Гіпотеза 2 – між рівнем розвитку структурних елементів інтелектуального капіталу (індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного, соціального) та креацією вартості підприємства існує тісний взаємозв'язок.

Гіпотеза 3 – між структурними елементами інтелектуального капіталу (індивідуальним, ринковим, інноваційним, інформаційним, соціальним капіталами) існує тісний взаємозв'язок.

Гіпотеза 4 – суб'єктам господарювання із вищим рівнем розвитку інноваційного інтелектуального капіталу притаманний вищий креаційний потенціал, оскільки інноваційна продукція має вищу інтелектуальну додану вартість, ніж традиційна.

Гіпотеза 5 – суб'єктам господарювання із вищим рівнем розвитку ринкового інтелектуального капіталу притаманний вищий креаційний потенціал, оскільки вони мають кращі можливості для виходу на закордонні ринки та отримання валютної виручки, яка збільшує інтелектуальну додану вартість.

Результати економічної діагностики впливу інтелектуального капіталу на креацію вартості досліджених суб'єктів, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива (ПрАТ «Тернопільський молокозавод», ПАТ «Борщівський сирзавод», Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод», Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко», Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка», Т<sub>3</sub>ОВ «Цebro», ПП «Альма Віта»),

отримані при застосуванні статистичних методів аналізу та методики інтервального моделювання пропонуємо нижче.

### **5.3.1. Виявлення резервів креації вартості в сфері функціонування інтелектуального капіталу на основі застосування пакету програм для прикладного статистичного аналізу «STATISTICA»**

Для проведення економічної діагностики інтелектуального капіталу досліджених суб'єктів, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива Тернопільської області, застосовано пакет прикладних статистичних програм «STATISTICA». Сформований масив вихідних даних охоплює одинадцять індикаторів (дод. И.1), які різнобічно характеризують окремі структурні модулі інтелектуального капіталу підприємства, дозволив встановити значення середнього рівня оціночних показників (дод. И.2). Відтак, можемо стверджувати про значну строкатість у розвитку інтелектуального капіталу оцінених суб'єктів Тернопільщини. У результаті проведеного аналізу виявлено резерви нарощування інтелектуального капіталу у межах його складових модулів, що забезпечить підвищення інтелектуалізації праці та пришвидшення темпів креації вартості, яка нині перетворюється на ключовий чинник конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Проведений аналіз свідчить, що протягом п'яти років інтелектуальна додана вартість показувала позитивну динаміку на низці підприємств, досягнувши найвищого значення на ПП «Альма Віта». Тут відмічене більш, ніж півторакратне зростання цього параметра (з 2,8 у 2011 р. до 4,35 у 2015 р.). Досить значним було зростання цього показника на Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка», однак протягом аналізованого періоду за абсолютною величиною він залишався на низькому рівні (з 1,4 у 2011 р. до 2,15 у 2015 р.). Найнижчим було зростання величини інтелектуальної доданої вартості на Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод» (з 2,1 у 2011 р. до 2,26 у 2015 р.).

Негативна динаміка показника інтелектуальної доданої вартості спостерігалася на Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро» (двократний спад з 2,32 у 2011 р. до 1,15 у 2015 р.). Також, майже, двократним (1,9 рази) було зниження цього показника на ПАТ «Борщівський сирзавод» (з 4,32 у 2011 р. до 2,32 у 2015 р.). Незначний спад величини інтелектуальної доданої вартості відбувся в корпоративному секторі, де суб'єкти демонстрували позитивну динаміку до 2014 р., яку однак не вдалося втримати у 2015 р. До цього сектора відносяться ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (2,89 у 2011 р. до 2,8 у 2015 р.) та Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко» (2,3 у 2011 р. до 2,2 у 2015 р.) (Додаток И. 2).

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 інтелектуального капіталу), та результативним показником (величиною інтелектуальної доданої вартості) необхідно переконатися, чи існує достовірна різниця між середніми значеннями обраних показників (змінних) як регресанта ( $V_1$ ), так і регресорів ( $V_2 - V_{11}$ ) за п'ятирічний період в розрізі досліджуваних підприємств. Для цього скористаємося можливостями дисперсійного аналізу ANOVA (Analysis of Variance). Результати дисперсійного аналізу усіх змінних подано у форматі графіків середніх значень змінної та їх довірчих інтервалів (дод. И.18.1–И. 18. 2). 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 ( $V_{11}$ ) між досліджуваними підприємствами не існує достовірної різниці ( $F = 0,96$ ). За усіма іншими змінними така різниця є достовірною значущою ( $F = 4,87 - 97,09$ ). Зважаючи на цей факт, змінна  $V_{11}$  при проведенні регресійного статистичного аналізу не використовувалася.

Якщо оцінювати різницю середніх для усіх досліджених підприємств значень емпіричних показників у розрізі п'ятирічного періоду (2011–2015 рр.), необхідно зазначити, що результати дисперсійного аналізу (Додаток И. 18. 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 в аналізі, як, наприклад, у нашому, значної кількості змінних, може стати причиною методичних ускладнень, особливо при інтерпретації отриманих результатів. У зв'язку з цим, нами був застосований факторний аналіз з метою редукції змінних і виявлення структури взаємозв'язків між змінними. У дод. И.12 наведено власні значення виділених факторів, які ілюструють дисперсію, що пояснюється кожним із цих факторів. Як бачимо, перший фактор пояснює 34,5% загальної дисперсії, другий – 20,3%, третій – 16,1%, а останній десятій – лише 0,5%. Таким чином, нам потрібно із десяти факторів відібрати лише найважливіші. Якщо скористатися критерієм Кайзера, згідно з яким 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» (дод. И.13), 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) (дод. И.14). 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 (дод. Л.15). Як видно, перший фактор найвищі навантаження має за такими змінними як коефіцієнт прозорості 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 у таблицях факторних навантажень є досить складним процесом. Однак, цю процедуру можна дещо спростити, якщо застосувати графічну ілюстрацію факторних навантажень (дод. Л.16). 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 (дод. И.17), 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 р., чинник диверсифікації джерел – на ПП «Альма Віта» в 2015 р., чинник маркетингового підсилення інноваційної діяльності – на Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко» в 2014 р., чинник соціальної відповідальності – на ПП «Альма Віта» у 2015 р.

Застосований багатовимірний та динамічний підхід до характеристики інтелектуального капіталу вивчених підприємств дозволяє нам за допомогою кластерного методу та багатомірного шкалування провести класифікацію (групування) підприємств за рівнем розвитку інтелектуального капіталу. Використавши кластерний метод k-means (k-середніх), суб'єкти підприємницької діяльності було згруповано у 7 кластерів. Як бачимо, така кластеризація забезпечила максимізацію мінливості між кластерами за усіма включеними до аналізу змінними (дод. И.8, який вміщує результати кластеризації, і дод. И.9, де графічно представлено динаміку середніх значень). Склад кластерів та їх дескриптивну характеристику за показниками розвитку інтелектуального капіталу наведено у дод. И.10, а їхня детальна характеристика була подана вище. Так, наприклад, для першого, четвертого та п'ятого кластерів притаманним є врахування одного суб'єкта господарювання (відповідно Т<sub>3</sub>ОВ «Буцацький сирзавод», ПАТ «Борщівський сирзавод» та Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко»).

Інші чотири підприємства, зайняті переробкою молока та виготовленням морозива в різні роки своєї діяльності за показниками інтелектуального капіталу, відносилися до різних кластерів. Особливо, в цьому сенсі виділяється Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка», яке в різні роки відносилося до першого, другого, четвертого та шостого кластерів (дод. И.8). Часова нестабільність інтелектуального капіталу є помітною і на дендограмі ієрархічного кластерного аналізу підприємств за комплексом показників, що характеризують їх інтелектуальний капітал (дод. И.8). Результати кластерного аналізу свідчать, що серед досліджених підприємств є суб'єкти як із стабільною, так і більш лабільною структурою інтелектуального капіталу.

Досить близьким до попереднього є групування підприємств, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива, що наочно добре ідентифікується на 2-D графіку, побудованому при застосуванні методу багатомірного шкалування (дод. И.11). Як бачимо, досить концентрованою на графіку є позиція підприємств зі стабільним в часовому аспекті



інтелектуальним капіталом, а саме – Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко», ПАТ «Борщівський сирзавод», Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод». Як і кластерний аналіз, багатомірне шкалювання підтверджує висновок про нестабільність структури інтелектуального капіталу впродовж 2011–2015 рр. інших чотирьох оцінених 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».

Гіпотеза 1, яка припускає існування тісного взаємозв'язку між креацією вартості та рівнем розвитку інтелектуального капіталу підприємства перевірена нами шляхом застосування регресійних методів статистичного аналізу.

Перед проведенням лінійного регресійного аналізу нами здійснено побудову симетричної кореляційної матриці, у якій відображено парні коефіцієнти кореляції між усіма змінними, залученими до дослідження (дод. И.20). Як бачимо, згідно із шкалою Чеддока, більшість показників виявляють з результативною змінною слабку та дуже слабку кореляцію ( $r < 0,10$ ). Статистично значущий кореляційний зв'язок встановлено лише для змінної  $V_5$  ( $r = 0,481$ ,  $p < 0,01$ ) та  $V_7$  ( $r = 0,546$ ,  $p < 0,001$ ). Таким чином, за результатами кореляційного аналізу апріорно можна було спрогнозувати складність отримання достатньо адекватних лінійних регресійних моделей.

Багатофакторне лінійне регресійне моделювання із залежною змінною – інтелектуальною доданою вартістю ( $V_1$ ) та низкою факторних змінних (предикторів  $V_2$ - $V_{10}$ ), які характеризують розвиток інтелектуального капіталу досліджених суб'єктів у межах, визначених нами структурних модулів (індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного та соціального (дод. И.4), мало за мету виведення множинної лінійної статистичної функції:

$$V_1 = \alpha + b_1V_2 + b_2V_3 + b_3V_4 + b_4V_5 + b_5V_6 + b_6V_7 + b_7V_8 + b_8V_9 + b_9V_{10} + b_{10}V_{11}, \quad (5.11)$$

де  $V_1$  – інтелектуальна додана вартість, тис. грн.;

$\alpha$  – 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 виручці від реалізації продукції, %;

$V_4$  – кількість брендів, од.;

$V_5$  – коефіцієнт навантаження на бренд;

$V_6$  – 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 у виручці від реалізації продукції, %.

В результаті проведеного регресійного моделювання отримано 10 видів моделей, представлених у дод. И.4. Оцінивши значущість отриманих моделей за допомогою низки критеріїв (коефіцієнта детермінації, F-статистики, статистики Дарбіна-Уотсона, t-статистик для вільного члена та коефіцієнтів регресії), лише моделі 9 і 10 (дод. И.5) є адекватними. Однак, враховуючи той факт, що вказані моделі включають лише один факторний показник, вважаємо недоцільним їх застосування для доведення гіпотези 1. Відтак, можемо стверджувати, що наявність множинного лінійного зв'язку між результативною та факторними ознаками не встановлена.

Застосувавши багатфакторне нелінійне регресійне моделювання, нами отримано 10 нелінійних регресійних моделей з високим рівнем їх адекватності (дод. И.6). В основному це поліноміальні функції 2 і 3 ступеня, та експоненціальні статистичні функції з високими коефіцієнтами детермінації ( $R^2 > 0,9$ ) (табл. 5.6) і, що важливо для множинних регресій, високими значеннями відкоригованих коефіцієнтів детермінації ( $\text{adjust } R^2 > 0,77$ ).

Таблиця 5.6

**Нелінійні регресійні моделі (регресант – інтелектуальна додана вартість, регресори – показники інтелектуального капіталу підприємств Тернопільської області, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива у 2011–2015 рр.)**

Модель	Рівняння нелінійної регресійної моделі	R <sup>2</sup>
1	$V_1 = 4,811 - 1,428V_3 + 0,71V_4 - 2,209V_5 + 0,29V_3^2 + 0,289V_5^2$	0,801
2	$V_1 = 3,199 - 0,2464V_3 - 0,152V_4 + 0,109V_5 + 0,00028e^{V_5}$	0,934
3	$V_1 = 2,926 + 0,117V_6 - 0,035V_7^2 + 0,0018V_7^3$	0,915
4	$V_1 = 2,841 + 0,077V_6 - 0,069V_7 + 0,0003e^{V_5}$	0,925
5	$V_1 = 3,593 + 0,079V_6 - 0,462V_8 + 0,000001e^{V_7}$	0,933
6	$V_1 = 3,336 - 0,532V_3 + 0,554V_4 - 0,39V_7 + 0,022V_3^2 + 0,001V_7^3$	0,908
7	$V_1 = 2,625 + 0,0023e^{V_3} + 0,000001e^{V_7}$	0,924
8	$V_1 = 5,92 - 0,352V_7 - 0,978V_{11} + 0,001V_7^3 + 0,016V_{11}^3$	0,887
9	$V_1 = 3,954 - 0,031V_7^2 + -0,002V_7^3 - 0,186V_{11}^2 + 0,026V_{11}^3$	0,898
10	$V_1 = 5,92 + 0,667V_7 - 3,346V_8 - 0,084V_7^2 + 0,0027V_8^2 + 0,598V_7^3$	0,901

\* Джерело: опрацьовано автором самостійно на основі пакету «Statistica».

В усіх отриманих моделях значущими є як і вільний член, так і коефіцієнти регресії біля кожного члена регресійного рівняння. Одна із моделей (дод. И.7) є поліномом другого ступеня і ілюструє залежність інтелектуальної доданої вартості від трьох змінних ( $V_3$ ,  $V_4$  і  $V_5$ ):

$$V_1 = 4,881 - 1,428V_3 + 0,710V_4 - 2,209V_5 + 0,290V_3^2 + 0,289V_5^2, \quad (5.12)$$

де  $V_1$  – інтелектуальна додана вартість, тис. грн.;

$V_3$  – питома вага витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції, %;

$V_4$  – кількість брендів, од.;

$V_5$  – коефіцієнт навантаження на бренд.

Для перевірки гіпотези 3 використано канонічний аналіз, який дозволяє дослідити залежності між двома множинами змінних. До аналізу залучені множини показників, які є характеристиками інтелектуального капіталу досліджених суб'єктів у розрізі його структурних модулів (індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного та соціального). Результати проведеного канонічного аналізу на підприємствах Тернопільщини, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива, представлені в табл. 5.7.

Таблиця 5.7

### 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 автором самостійно.

\*\* Примітка:  $p < 0,001$ .

Канонічний аналіз виявив досить суттєві взаємозв'язки між сукупністю показників, що характеризують ринковий та відповідно індивідуальний, інноваційний та інформаційний інтелектуальний капітали суб'єктів Тернопільщини, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива у 2011–2015 рр. (відповідно  $R_c = 0,812; 0,922; 0,754$ ). Також значущим є канонічний коефіцієнт кореляції між множинами показників, що характеризують інформаційний та інноваційний капітал підприємства. Показник соціального капіталу не корелює з жодною іншою сукупністю показників. Встановлена лише слабка його кореляція з множиною показників інформаційного капіталу. Однак розрахований канонічний коефіцієнт кореляції  $R = 0,277$  виявився незначущим ( $\text{Chi}^2 = 1,69$   $p=0,430$ ) (Додаток Л.19).

Як уже зазначалося, канонічний аналіз виявив дуже тісний взаємозв'язок між канонічними змінними (коренями), що виділені в множинах показників інноваційного та ринкового інтелектуального капіталу ( $R_c=0,922$ ,  $\text{Chi}^2 = 68,77$

$p = 0,00$ ). Висока взаємозалежність між цими множинами змінних підтверджується також високими значеннями їх загальної надлишковості, що є величинами, які показують, наскільки реальна мінливість в одній множині змінних пояснюється іншою множиною. Загальна надлишковість для множини змінних інноваційного інтелектуального капіталу становить 67,6 %, а для ринкового капіталу – 43,9 % (дод. И.19). Це означає, що 67,6 % варіації значень показників інноваційного інтелектуального капіталу на досліджених підприємствах (тобто питомої ваги інноваційної продукції, кількості систем управління якістю і безпечністю молочної продукції) пояснюється зміною трьох показників їх ринкового інтелектуального капіталу – кількістю брендів, коефіцієнтом навантаження на бренд та питомою вагою експорту. Водночас, мінливість значень показників інноваційного інтелектуального капіталу аналізованих суб'єктів пояснює 43,9 % варіації їх ринкового інтелектуального капіталу.

Дещо слабший, але все ж таки значний взаємозв'язок виявлено між канонічними змінними в межах індивідуального та ринкового інтелектуального капіталів ( $R_c = 0,812$ ,  $\text{Chi}^2 = 43,694$   $p = 0,00$ ). Для змінних індивідуального інтелектуального капіталу загальна надлишковість становить 46,8 %, а для ринкового капіталу – 36,4 %.

Встановлено також сильний взаємозв'язок між канонічними змінними в межах інформаційного та ринкового інтелектуального капіталу, що доводить отримане значення коефіцієнта канонічної кореляції ( $R_c = 0,754$ ,  $\text{Chi}^2 = 34,51$ ,  $p = 0,00001$ ). При цьому понад 37 % варіації значень показників інформаційного інтелектуального капіталу вивчених суб'єктів (питомої ваги вартості інформаційних технологій в нематеріальних активах та коефіцієнта прозорості підприємства) визначається дисперсією трьох чинників їх ринкового інтелектуального капіталу (кількістю брендів, коефіцієнтом навантаження на бренд та питомою вагою експорту). У той же час, мінливість показників інформаційного інтелектуального капіталу пояснює 22,4 % варіації їх ринкового інтелектуального капіталу (дод. И.19).

Аналіз канонічних ваг кожної множини дозволяє визначити внесок кожної із змінних у значення канонічної змінної. При дослідженні взаємозв'язку між показниками інноваційного та ринкового капіталу найбільший внесок у канонічну змінну інноваційного капіталу робить показник питомої ваги інноваційної продукції, а в канонічну змінну ринкового капіталу – коефіцієнт навантаження на бренд.

Таким чином, канонічний аналіз показників інтелектуального капіталу як корпоративного (ПрАТ «Тернопільський молокозавод», ПАТ «Борщівський сирзавод», ТЗОВ «Бучацький сирзавод», ТЗОВ «Кременецьке молоко», ТЗОВ «Галичина Ласунка», ТЗОВ «Цебро»), так і підприємницького (ПП «Альма Віта») секторів Тернопільської області виявив існування взаємних залежностей між структурними модулями інтелектуального капіталу. У найбільшій мірі залежним від інших структурних елементів інтелектуального капіталу виявився модуль показників ринкового інтелектуального капіталу.

Базуючись на побудованій нами множинній нелінійній регресійній моделі (5.12), проведемо прогнозування динаміки інтелектуальної доданої вартості від зміни питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку підприємств Тернопільщини, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива.

За умови послідовного збільшення витрат на підвищення кваліфікації у чистому прибутку та незмінності інших значущих факторів (залишивши їх на рівні середньоарифметичних значень) встановлено, що результуючий показник (інтелектуальна додана вартість) зменшуватиметься, якщо значення регресора буде знаходитися в інтервалі від 0 % до 2,46 %. Це можна довести математично. Адже, якщо  $V_4$  і  $V_5$  сталі числа, то функція 5.12 спадатиме на інтервалі, коли її перша похідна буде від'ємною. Отже,  $V_1' = -1,428 + 0,580V_3 < 0$ , коли  $0 < V_3 < 2,462$ .

Натомість в межах інтервалу 2,5–4 % прогнозується незначне збільшення значення регресанта, а коли питома вага витрат на підприємстві на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції досягне 5–6 % встановлено

прискорене зростання інтелектуальної доданої вартості (табл. 5.8). Додатне значення другої похідної регресійної функції ( $V_I''=0,290$ ) також підтверджує збільшення значення регресанта зростаючим темпом.

Таблиця 5.8

**Генерування інтелектуальної доданої вартості інтелектуальним капіталом на підприємствах, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива у 2011–2015 рр.**

Питома вага витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції, %	1	2	3	4	5	6	7	
Інтелектуальна додана вартість, грн.	0,644	0,085	0,106	0,706	1,186	3,644	5,983	
Межі довірчого інтервалу	- 95 % CL	-0,154	-0,959	-1,047	-0,365	0,917	2,350	3,763
	+ 95 % CL	1,442	1,130	1,259	1,778	2,854	4,939	8,203

\* Джерело: розраховано автором самостійно на основі пакету «Statistica».

Підсумовуючи, зауважимо, що оцінювання отриманих лінійної та множинної нелінійної регресійних моделей залежностей інтелектуальної доданої вартості від розвитку інтелектуального капіталу досліджених суб'єктів Тернопільської області, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива у 2011–2015 рр., доводить вищу доцільність застосування другої, що є цілком логічно для економічних моделей. Визначена множинна нелінійна регресійна модель визначає основні резерви креації вартості оцінених суб'єктів господарювання, які були зосереджені у сферах функціонування індивідуального та ринкового модулів інтелектуального капіталу. Найнижчий креаційний потенціал був притаманним для інноваційного та соціального модулів інтелектуального капіталу підприємств. Відтак, низький рівень креаційного потенціалу інноваційного інтелектуального капіталу суб'єктів Тернопільщини, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива,

обмежував можливості його нарощення для ринкового інтелектуального капіталу в частині збільшення експорту продукції. Прагматика поширення принципів соціальної відповідальності бізнесу в галузі молочної індустрії дослідженого регіону визначена каталізатором розвитку інтелектуального капіталу на мікрорівні.

### 5.3.2. Застосування інтервального моделювання в прогнозуванні інтелектуальних резервів креації вартості підприємства

У прогнозуванні креації вартості підприємства використані показники, величина яких розрахована на основі статистичної звітності та анкетних опитувань, проведених на досліджених суб'єктах Тернопільщини, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива. Відтак, отримані індикатори можуть характеризуватися певним рівнем похибки. Адже, наявність у вихідних даних похибок, їхню природу та характеристики дослідити важко. Водночас, врахувати їхній вплив можливо із використанням теоретико-множинного підходу, зокрема інтервального моделювання, де аналіз даних дозволяє врахувати амплітуду такого роду похибок. З цією метою нами побудовано моделі залежності інтелектуальної доданої вартості (результуючий показник) від низки чинників (факторні показники) для оцінюваних молокопереробних суб'єктів.

Інтервальна модель задана лінійно-параметричним рівнянням з фіксованою кількістю параметрів:

$$V_t = \sum_{i=1}^m x_{ij} \cdot b_i, \quad (5.13)$$

де  $x_{ij}$  – значення  $i$ -го фактора за  $j$ -й звітний період;

$b_i$  – оцінювання  $i$ -го параметру моделі,  $m$  – розмірність моделі.



Інтервальну модель залежності інтелектуальної доданої вартості від низки чинників, оцінених факторними показниками, що характеризують рівень розвитку інтелектуального капіталу підприємства, побудуємо на основі методу редукції. При цьому зауважимо, що структуру вихідної моделі формують всі можливі фактори впливу.

Дослідимо можливості спрощення цієї моделі шляхом виключення із неї низки параметрів, які або не впливають на вихідну величину, або є корельованими з іншими факторами. З цією метою, проведемо цілеспрямовану перевірку гіпотез стосовно групи або окремих параметрів. При спрощенні початкової структури моделі  $V_t(\vec{x}, \vec{b})$  досліджують можливість обнуління її окремих параметрів, що пов'язано з перевіркою гіпотез інтервального аналізу в такому вигляді:

$$H_0 : b_j = 0; H_0 : \vec{b}_i = 0$$

де  $\vec{b}_i$  – заданий підвектор вектора  $\vec{b}$ .

Для оцінювання параметрів моделі вихідні дані представимо у вигляді матриці  $X$  значень факторів, які характеризують розвиток інтелектуального капіталу підприємства, і відповідних інтервальних значень вихідної змінної  $[V_t], i = 1, \dots, N$ , де  $N$  – кількість звітних періодів:

$$X = \{x_{i,j}, i = 1, \dots, N, j = 1, \dots, m\}; [V_t] = \{[V_t^-; V_t^+], i = 1, \dots, N\}, \quad (5.14)$$

де,  $V_t^-; V_t^+$  – відповідно, нижня і верхня межа значення інтелектуальної доданої вартості, які утворюються внаслідок врахування похибки обробки статистичних даних.

На основі структури моделі (5.13) та даних (5.14) отримаємо наступну інтервальну систему лінійних (відносно оцінок параметрів) алгебраїчних нерівностей (ІСЛАН) такого виду:

$$\begin{cases} V_1^- \leq b_1 x_{11} + \dots + b_m x_{1m} \leq V_1^+; \\ \vdots \\ V_{tj}^- \leq b_1 x_{j1} + \dots + b_m x_{jm} \leq V_{tj}^+; \\ \vdots \\ V_N^- \leq b_1 x_{N1} + \dots + b_m x_{Nm} \leq V_N^+. \end{cases} \quad (5.15)$$

Таким чином, розв'язком ІСЛАН (5.15) є множина  $\Omega$  оцінок параметрів моделі (5.14), яка в просторі параметрів є опуклим многогранником. На основі отриманої множини  $\Omega$  визначимо коридор адекватних інтервальних моделей:

$$[V_t] = \sum_{i=1}^m x_i \cdot b_i \in \left[ \min_{\vec{b} \in \Omega} \left( \sum_{i=1}^m x_i \cdot b_i \right); \max_{\vec{b} \in \Omega} \left( \sum_{i=1}^m x_i \cdot b_i \right) \right], \quad (5.16)$$

де,  $\min_{\vec{b} \in \Omega} \left( \sum_{i=1}^m x_i \cdot b_i \right); \max_{\vec{b} \in \Omega} \left( \sum_{i=1}^m x_i \cdot b_i \right)$  – нижня та верхня межі коридору інтервальних моделей, які отримані на основі інтервальних оцінок параметрів моделі.

З метою отримання точкової моделі нами взято одну з точок області параметрів як центр ваги многогранника  $\Omega$ :

$$\vec{b} = \frac{1}{S} \sum_{s=1}^S \vec{b}_s,$$

де  $\vec{b}_s$  та  $S$  – вершини многогранника  $\Omega$ .

Відтак, підхід до розв'язування системи (5.15) дозволяє знаходити інтервальну оцінку  $[\vec{b}]$  на основі відомих розрахункових процедур лінійного програмування. Знаходження границь  $[b_j^-, b_j^+]$  компонент вектора  $[\vec{b}]$  полягає у розв'язуванні  $2m$  задач лінійного програмування. З цією метою, використаємо пакет прикладних програм «МАТЛАБ», зокрема бібліотеку для оптимізаційних задач (Optimization Toolbox).

Для формування матриці вхідних значень моделі залежності інтелектуальної доданої вартості низку вище наведених факторів, які характеризують розвиток інтелектуального капіталу підприємства, представимо так:

- $x_{1,j}$  – питома вага заробітної плати у собівартості продукції ( $V_1$ ), %;
- $x_{2,j}$  – питома вага витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції ( $V_2$ ), %;
- $x_{3,j}$  – кількість брендів ( $V_3$ ), од.;
- $x_{4,j}$  – коефіцієнт навантаження на бренд ( $V_4$ );
- $x_{5,j}$  – питома вага експорту ( $V_5$ ), %;
- $x_{6,j}$  – питома вага інноваційної продукції у виробничій програмі ( $V_6$ ), %;
- $x_{7,j}$  – кількість систем управління якістю і безпечністю молочної продукції ( $V_7$ ), од.;
- $x_{8,j}$  – питома вага вартості інформаційних технологій в нематеріальних активах ( $V_8$ ), %;
- $x_{9,j}$  – коефіцієнт прозорості підприємства ( $V_9$ );
- $x_{10,j}$  – питома вага витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу у виручці від реалізації продукції ( $V_{10}$ ), %;

де,  $j=1, \dots, 5$  – період, що відповідає 2011–2015 рр. діяльності суб'єкта господарювання.

На основі наведеної методики, побудуємо модель залежності інтелектуальної доданої вартості від факторів, що характеризують розвиток інтелектуального капіталу ПАТ «Борщівський сирзавод».

Сформуємо матрицю вхідних значень  $X$  та інтервальний вектор  $[V_i^-; V_i^+]$ ,  $i=1, \dots, 5$ , де нижня та верхня межа утворюються внаслідок врахування 10%-ої похибки обробки статистичних даних:

$$X = \begin{pmatrix} 5,36 & 0 & 1 & 1 & 0 & 3,2 & 2 & 0,07 & 0,4 & 0 \\ 6,58 & 0 & 1 & 1 & 0 & 1,3 & 2 & 0,9 & 0,5 & 2,93 \\ 8,9 & 0,018 & 1 & 1 & 0 & 2,6 & 2 & 0,07 & 0,5 & 1,7 \\ 7,8 & 0,02 & 1 & 1 & 0 & 4,2 & 3 & 0,09 & 0,5 & 0,75 \\ 7,8 & 0,02 & 2 & 2 & 0 & 4,2 & 3 & 0,88 & 0,6 & 2,8 \end{pmatrix},$$

$$[V_i^-; V_i^+] = \begin{bmatrix} 3,888; 4,752 \\ 3,798; 4,642 \\ 1,782; 2,178 \\ 2,979; 3,641 \\ 2,088; 2,552 \end{bmatrix}, i = 1, \dots, 5.$$

При цьому, початкову структуру для моделі залежності інтелектуальної доданої вартості від факторних ознак оберемо таким чином, щоб вона включала всі оціночні показники розвитку інтелектуального капіталу:

$$V_i = \sum_{i=1}^{10} x_{ij} \cdot b_i. \quad (5.17)$$

Побудуємо інтервальну систему лінійних алгебраїчних нерівностей:

$$\left\{ \begin{array}{l} 5,36b_1 + b_3 + b_4 + 3,2b_6 + 2b_7 + 0,07b_8 + 0,4b_9 \geq 3,888; \\ 6,58b_1 + b_3 + b_4 + 1,3b_6 + 2b_7 + 0,9b_8 + 0,5b_9 + 2,93b_{10} \geq 3,798; \\ 8,9b_1 + 0,018b_2 + b_3 + b_4 + 2,6b_6 + 2b_7 + 0,07b_8 + 0,5b_9 + 1,7b_{10} \geq 1,782; \\ 7,8b_1 + 0,02b_2 + b_3 + b_4 + 4,2b_6 + 3b_7 + 0,09b_8 + 0,5b_9 + 0,75b_{10} \geq 2,979; \\ 7,8b_1 + 0,02b_2 + b_3 + b_4 + 4,2b_6 + 3b_7 + 0,88b_8 + 0,6b_9 + 2,8b_{10} \geq 2,088; \\ 5,36b_1 + b_3 + b_4 + 3,2b_6 + 2b_7 + 0,07b_8 + 0,4b_9 \leq 4,752; \\ 6,58b_1 + b_3 + b_4 + 1,3b_6 + 2b_7 + 0,9b_8 + 0,5b_9 + 2,93b_{10} \leq 4,642; \\ 8,9b_1 + 0,018b_2 + b_3 + b_4 + 2,6b_6 + 2b_7 + 0,07b_8 + 0,5b_9 + 1,7b_{10} \leq 2,178; \\ 7,8b_1 + 0,02b_2 + b_3 + b_4 + 4,2b_6 + 3b_7 + 0,09b_8 + 0,5b_9 + 0,75b_{10} \leq 3,641; \\ 7,8b_1 + 0,02b_2 + b_3 + b_4 + 4,2b_6 + 3b_7 + 0,88b_8 + 0,6b_9 + 2,8b_{10} \leq 2,552. \end{array} \right.$$

Підсумовуючи, побудуємо модель впливу розвитку інтелектуального капіталу на інтелектуальну додану вартість галузевого рівня, яка матиме наступний загальний вигляд:

$$V_i = \sum_{i=1}^{10} x_{ij}^k \cdot b_i, j = 1, \dots, 5, k = 1, \dots, 7, \quad (5.18)$$

де  $x_{ij}^k$  – значення  $i$ -го фактора за  $j$ -й період на  $k$ -му суб'єкті господарювання.

Розв'язавши інтервальну систему лінійних алгебраїчних нерівностей та провівши обрахунки на основі центру ваги отримані моделі залежності інтелектуальної доданої вартості досліджених молокопереробних суб'єктів

Тернопільської області від розвитку інтелектуального капіталу у 2011–2015 роках представлені в табл. 5.9.

Таблиця 5.9

**Зведені результати діагностики креації вартості інтелектуальним капіталом на досліджених молокопереробних суб'єктах господарювання Тернопільської області в 2011–2015 рр.**

Суб'єкт господарювання	Статичні моделі опису залежностей
ПрАТ «Тернопільський молокозавод»	$V_t = 0,22 \cdot V_1 - 0,015 \cdot V_2 + 0,17 \cdot V_5 - 0,14 \cdot V_6 - 0,08 \cdot V_{10}$
ПАТ «Борщівський сирзавод»	$V_t = 0,32 \cdot V_1 + 7,3 \cdot V_4 - 6,21 \cdot V_6 + 7,6 \cdot V_7 - 4,2 \cdot V_{10}$
ТЗОВ «Бучацький сирзавод»	$V_t = -0,624 \cdot V_1 + 0,16 \cdot V_3 + 0,17 \cdot V_6 + 6,05 \cdot V_7 - 1,5 \cdot V_{10}$
ТЗОВ «Кременецьке молоко»	$V_t = -0,01 \cdot V_1 + 2 \cdot V_3 - 3,98 \cdot V_4 + 2,46 \cdot V_6 - 13,15 \cdot V_{10}$
ТЗОВ «Ласунка Галичина»	$V_t = 0,15 \cdot V_1 + 0,2 \cdot V_4 - 0,13 \cdot V_6 - 0,01 \cdot V_8 - 0,02 \cdot V_{10}$
ТЗОВ «Цебро»	$V_t = -0,15 \cdot V_1 + 0,1 \cdot V_4 + 0,75 \cdot V_6 - 0,04 \cdot V_8 + 0,067 \cdot V_{10}$
ПП «Альма Віта»	$V_t = -0,09 \cdot V_1 + 0,39 \cdot V_2 - 0,16 \cdot V_5 + V_6 - 0,06 \cdot V_8$

\*Джерело: складено автором самостійно на основі застосування інтервального моделювання

Таким чином, нами було визначено, який модуль інтелектуального капіталу чинив найбільший вплив на генерування інтелектуальної доданої вартості в розрізі досліджених нами суб'єктів, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива Тернопільської області у 2011–2015 рр.

Зокрема, визначена група суб'єктів, де вплив питомої ваги заробітної плати у собівартості продукції на генерування інтелектуальної доданої вартості був позитивним, зокрема на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (0,22), ПАТ «Борщівський сирзавод» (0,32) та ТЗОВ «Галичина-Ласунка (0,15). Водночас, інша складова – питома ваги витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції забезпечила незначне нарощення інтелектуальної доданої вартості лише на ПП «Альма Віта» (0,39) та чинила негативний вплив ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (-0,015). Отримані результати дозволяють

стверджувати про виявлення значних резервів активізації процесів креації вартості у індивідуальному модулі інтелектуального капіталу оцінених суб'єктів.

Значні резерви нарощення креаційного потенціалу за рахунок розвитку ринкового модуля інтелектуального капіталу досліджених суб'єктів виявлено на Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко» (2,0), яке протягом останнього року значно активізувало свою брендингову політику, а також на Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод» (0,16). Крім того, значним був такж вплив показника коефіцієнта навантаження на бренд на ПАТ «Борщівський сирзавод» (7,3), яке у 2015 р. запровадило нову товарну марку сира. Деши нижчим був вплив на генерування інтелектуальної доданої вартості за рахунок вище вказаного чинника на Т<sub>3</sub>ОВ «Ласунка Галичина» (0,42).

Принагідно відзначимо позитивний вплив на генерування інтелектуальної доданої вартості питомої ваги експортної продукції у виробничій програмі лише на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (0,17). Таке обмеження зумовлене неможливістю інших оцінених суб'єктів експортувати свою продукцію в силу низького рівня розвитку інноваційного модуля інтелектуального капіталу. Так, відсутність необхідної сировинної бази, яка б відповідала міжнародним вимогам стандартам якості, не дозволяє підприємствам організувати експорту діяльність. Таким чином, зважаючи на виявлений позитивний вплив коефіцієнт навантаження на бренд та експорту (0,17), гіпотеза 5 (суб'єктам господарювання із вищим рівнем розвитку ринкового інтелектуального капіталу (вищою питомою вагою експорту) притаманний вищий креаційний потенціал) є доведеною.

Привертає увагу значний вплив питомої вага інноваційної продукції у виробничій програмі на показник інтелектуальної доданої вартості, зокрема на Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко» (2,46), що пояснюється значною кількістю впроваджених продуктових інновацій; на ПП «Альма Віта» (1), яке також активізувало інноваційну діяльність. Водночас, на ПрАТ «Тернопільський

молокозавод» спостерігаємо у цій сфері негативний вплив (- 0,14), що вимагає покращення інноваційної політики, що спостерігаємо у 2016 р.

Практично у всіх досліджених суб'єктів виявлено негативний вплив питома вага вартості інформаційних технологій в нематеріальних активах на формування інтелектуальної доданої вартості, що зумовлено низьким рівнем цифризації економічних процесів на мікрорівні в країні загалом.

Негативний вплив питокої ваги витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції (-0,015) на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» знаходить своє пояснення у результатах, отриманих за пакетом «STATISTICA», які доводять необхідність збільшення даних витрат з метою забезпечення нарощення їхнього креаційного потенціалу. Прикметно, що ПАТ «Борщівський сирзавод» характеризувався позитивним впливом питокої ваги заробітної плати у собівартості продукції (0,32) та коефіцієнтом навантаження на бренд (7,3), а найбільшим негативним чинником була низька питома вага інноваційної продукції (- 6,21); Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина-Ласунка помітним був позитивний вплив питокої ваги заробітної плати у собівартості продукції (0,15) та коефіцієнта навантаження на бренд (0,2) та негативний – питокої ваги інноваційної продукції (0,13) та питокої ваги вартості інформаційних технологій в нематеріальних активах (0,01). Для наступної групи суб'єктів притаманним є негативний вплив питокої ваги заробітної плати у собівартості продукції. Так, найбільшого значення він досяг на Т<sub>3</sub>ОВ «Буцацький сирзавод» (-0,624), найнижчого – на Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко» (-0,01). При цьому, позитивний вплив віднотовано за питокою вагою інноваційної продукції на Т<sub>3</sub>ОВ «Буцацький сирзавод» (0,17), Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко» (2,46), Т<sub>3</sub>ОВ «Цebro» (4,75) та ПП «АльмаВіта» (1). Відтак, гіпотезу 4 (суб'єктам із вищим рівнем розвитку інноваційного інтелектуального капіталу притаманий вищий креаційний потенціал) можна вважати доведеною.

Приветає увагу той факт, що на всіх досліджених молокопереробних суб'єктах Тернопільської області виявлено негативний вплив на генерування інтелектуальної доданої вартості питокої ваги витрат на фінансування

соціальної відповідальності бізнесу в виручці від реалізації продукції, що підтверджує наші твердження про низький розвиток соціального модуля інтелектуального капіталу.

Провівши розрахунок параметрів галузевої моделі за наведеною методикою, отримаємо:

$$V_i = -0,05 \cdot V_1 - 0,32 \cdot V_2 - 1,78 \cdot V_3 + 0,3 \cdot V_4 + 0,07 \cdot V_5 + 0,25 \cdot V_6 + 0,87 \cdot V_7 + \\ + 0,09 \cdot V_8 + 2,29 \cdot V_9 + 0,47 \cdot V_{10}$$

Отже, загалом позитивний вплив на генерування інтелектуальної доданої вартості підтверджено за більшістю факторних ознак, зокрема в сферах функціонування ринкового інтелектуального капіталу (коефіцієнт навантаження на бренд, питома вага експорту), інноваційного (питома вага інноваційної продукції та кількість систем управління якістю і безпечністю молочної продукції), інформаційного (питома вага вартості інформаційних технологій в нематеріальних активах) та соціального (питома вага витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу у виручці від реалізації продукції), що доводить гіпотезу 2.

На основі побудованої галузевої моделі нами досліджено залежність інтелектуальної доданої вартості від факторів, що характеризують розвиток інтелектуального капіталу молокопереробних суб'єктів господарювання Тернопільської області на основі спостереження величини результуючої ознаки (інтелектуальної доданої вартості) при зростанні значень факторних ознак (інтелектуального капіталу), якщо середні значення інших факторів фіксовані.

Таким чином, визначені нами інтелектуальні резерви креації вартості аналізованих суб'єктів господарювання в секторі молочної індустрії Тернопільщини знаходяться у сфері розвитку ринкового інтелектуального капіталу (рис. 5.19), інноваційного (рис. 5.20, 5.21), інформаційного (рис. 5.19, 5.23) та соціального (рис. 5.24, 5.25).



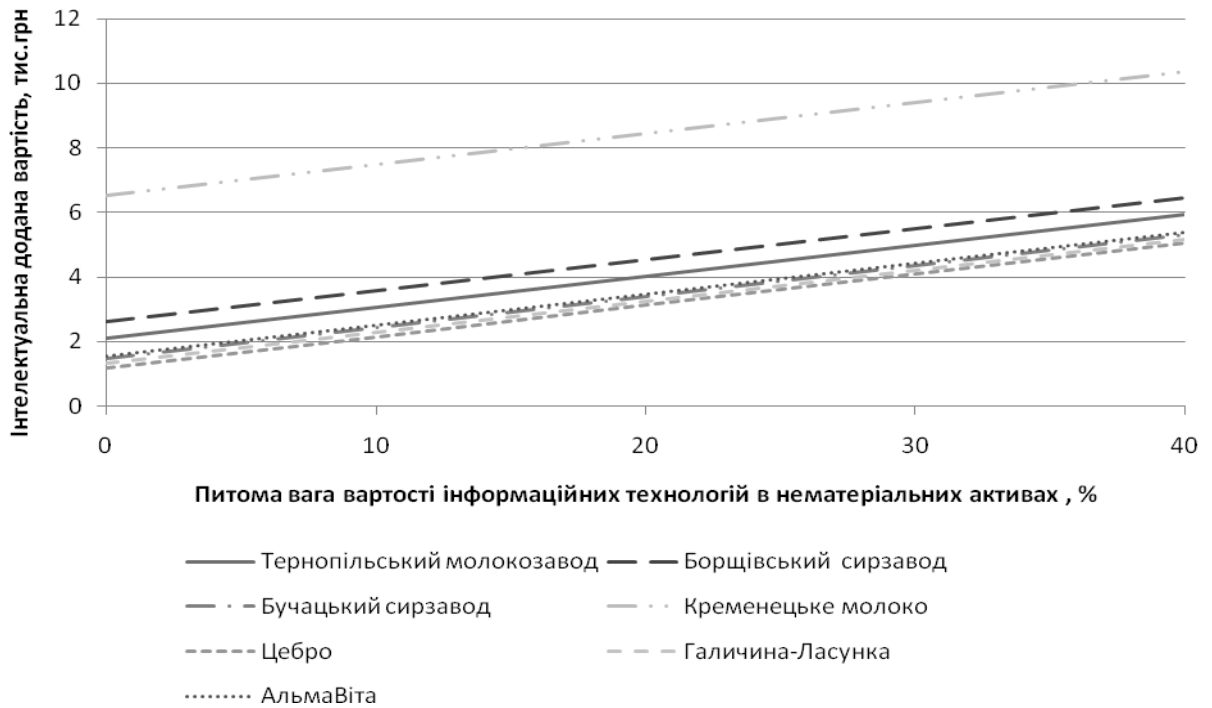


Рис. 5.19. Динаміка приросту інтелектуальної доданої вартості від збільшення питомої ваги вартості інформаційних технологій в нематеріальних активах при умові рівності інших факторів

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі застосування інтервального моделювання

На основі проведеного аналізу результатів інтервального моделювання визначено, що значні резерви зростання показника інтелектуальної доданої вартості знаходились у сфері покращення транспарентності усіх без винятку суб'єктів господарювання. Водночас, найвищі резерви креації вартості підприємств на основі розвитку інформаційного інтелектуального капіталу були характерними як в корпоративному, так і підприємницькому секторі Тернопільської області (рис. 5.23).

Водночас, найстрімкіше зростання інтелектуальної доданої вартості забезпечує збільшення показника питомої ваги інноваційної продукції у виробничій програмі підприємства, навіть до рівня 30%. Так, значні резерви тут мають усі без винятку досліджені суб'єкти. Так, збільшення питомої ваги інноваційної продукції на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» забезпечує восьмикратне нарощення величини інтелектуальної доданої вартості; більш, ніж чотирьохкратним зростання є для ПП «Альма Віта», ТЗОВ «Буцацький

сирзавод», тобто для тих суб'єктів, які активізували свою інноваційну політику. Водночас, дещо нижчою є віддача на тих суб'єктах, яким притаманна низька інноваційна активність (ПАТ «Борщівський сирзавод») (рис. 5.20).

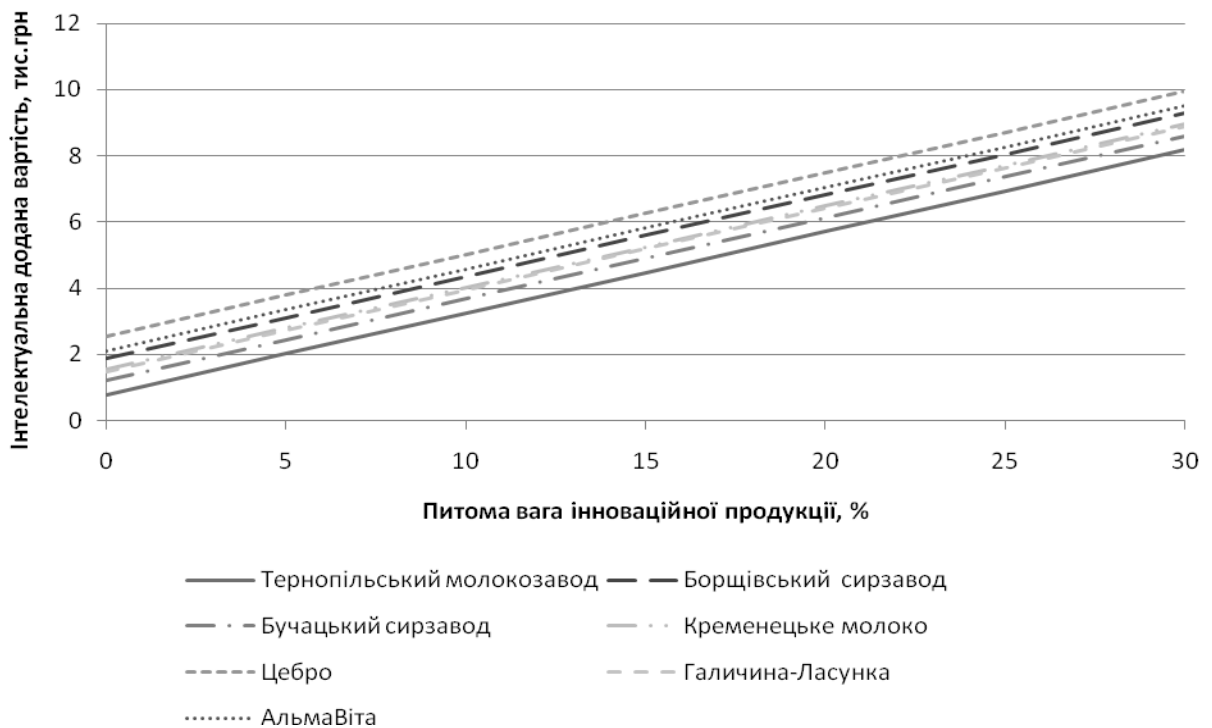


Рис. 5.20. Динаміка приросту інтелектуальної доданої вартості від збільшення питомої ваги інноваційної продукції при умові рівності інших факторів

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі застосування інтервального моделювання.

Позитивний вплив на генерування інтелектуальної доданої вартості у частині функціонування інноваційного інтелектуального капіталу помічено від збільшення питомої ваги інноваційної продукції у виробничій програмі підприємства (рис. 5.20) та питомої ваги експорту продукції у виробничій програмі (рис. 5.21). При цьому встановлено, що доцільність збільшення питомої ваги експорту продукції є оправданою навіть в межах, навіть, до 20% (рис. 5.20). При цьому зауважимо, що вирізняється в можливостях нарощення інтелектуальної доданої вартості за рахунок збільшення експорту продукції Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко».

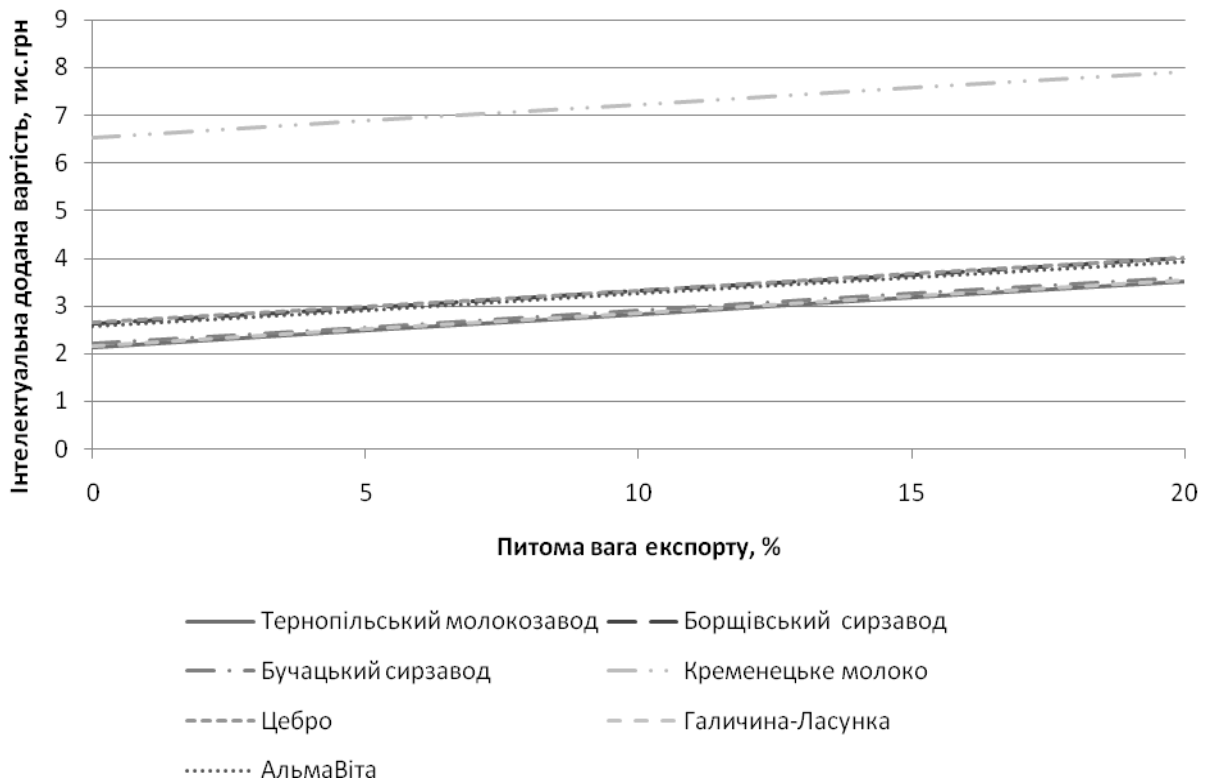


Рис. 5.21. Динаміка приросту інтелектуальної доданої вартості від збільшення питомої ваги експорту при умові рівності інших факторів

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі застосування інтервального моделювання.

Підтвердженням є позитивний вплив на генерування інтелектуальної доданої вартості від збільшення коефіцієнта навантаження на бренд, зокрема найбільшою віддача виявлена для Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко», яке за рахунок покращення брендингу в перспективі має можливість забезпечити майже двократне зростання величини інтелектуальної доданої вартості (рис. 5.22). Водночас, неефективна брендингова політика на Т<sub>3</sub>ОВ «Бучацький сирзавод» забезпечує значно нижчу величину генерування інтелектуальної доданої вартості від збільшення коефіцієнта навантаження на бренд. Однак, розробка та популяризація бренду товариства, дозволить покращити перспективи нарощення креативного потенціалу в частині ринкового капіталу, який має інтелектуальне походження.

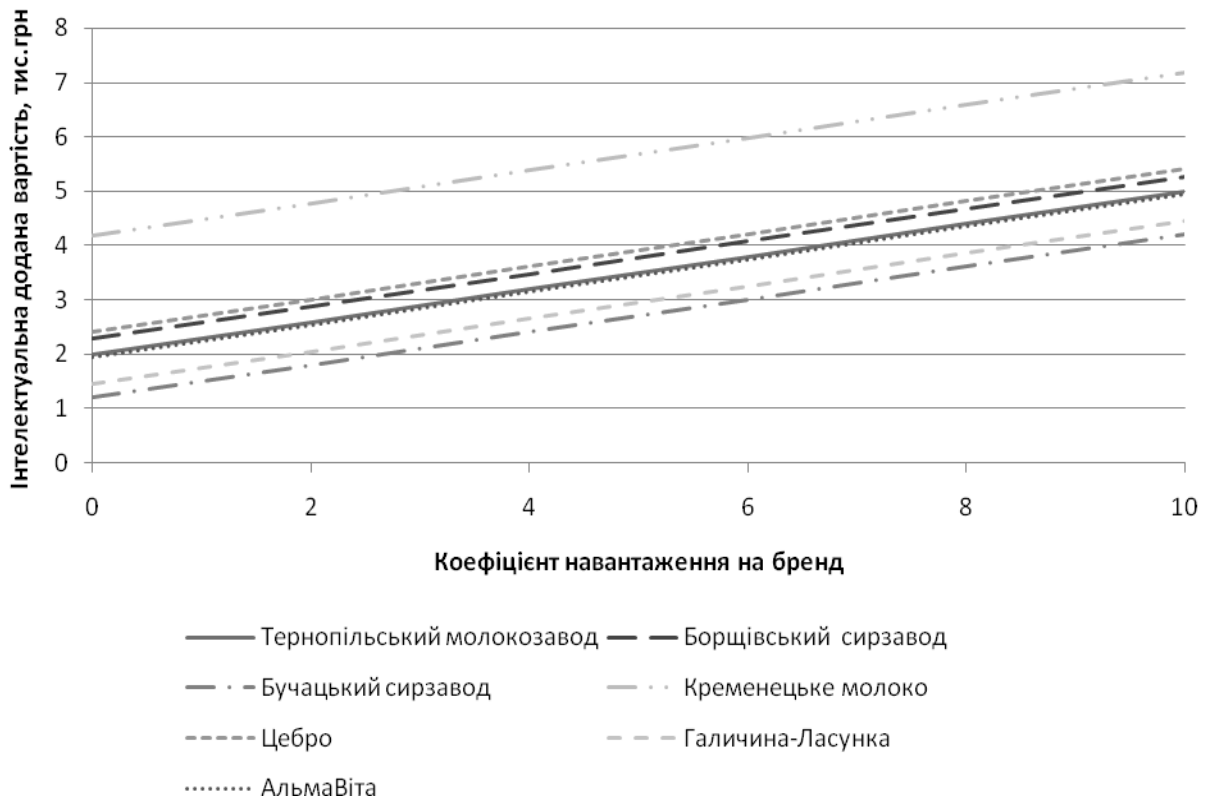


Рис. 5.22. Динаміка приросту інтелектуальної доданої вартості від збільшення коефіцієнта навантаження на бренд при умові рівності інших факторів

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі застосування інтервального моделювання.

Встановлено, що збільшення кількості брендів є недоцільним, оскільки чинить негативний вплив на величину інтелектуальної доданої вартості, а зміна коефіцієнта навантаження на бренд – дозволяє покращити генерування інтелектуальної доданої вартості. Для усіх без винятку досліджених суб'єктів значним резервом креації вартості є розвиток ринкового інтелектуального капіталу в сфері покращення брендингу, адже цей напрям маркетингової діяльності залишається недооціненим. Крім того, значний вплив тут має відсутність професійних маркетологів на регіональному ринку. Це не дозволяє викорисати переваги брендингу для посилення креаційного потенціалу регіональних виробників.

Значні резерви креації вартості встановлено у соціальному модулі інтелектуального капіталу. Так, нарощення інтелектуальної доданої вартості на

досліджених суб'єктах за рахунок активізації розвитку цього модуля знаходиться в межах до 10% (рис. 5.23). Зважаючи на недостатній, а в більшості випадків, дуже низький рівень якості соціальної політики на вивчених суб'єктах, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива, можемо констатувати доцільність покращення соціальної відповідальності бізнесу. Так, у першій групі знаходилися ПП «Альма Віта», Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко» із найкращими перспективами нарощення креаційного потенціалу за рахунок покращення соціальної відповідальності бізнесу та генерування на цій основі інтелектуальної доданої вартості.

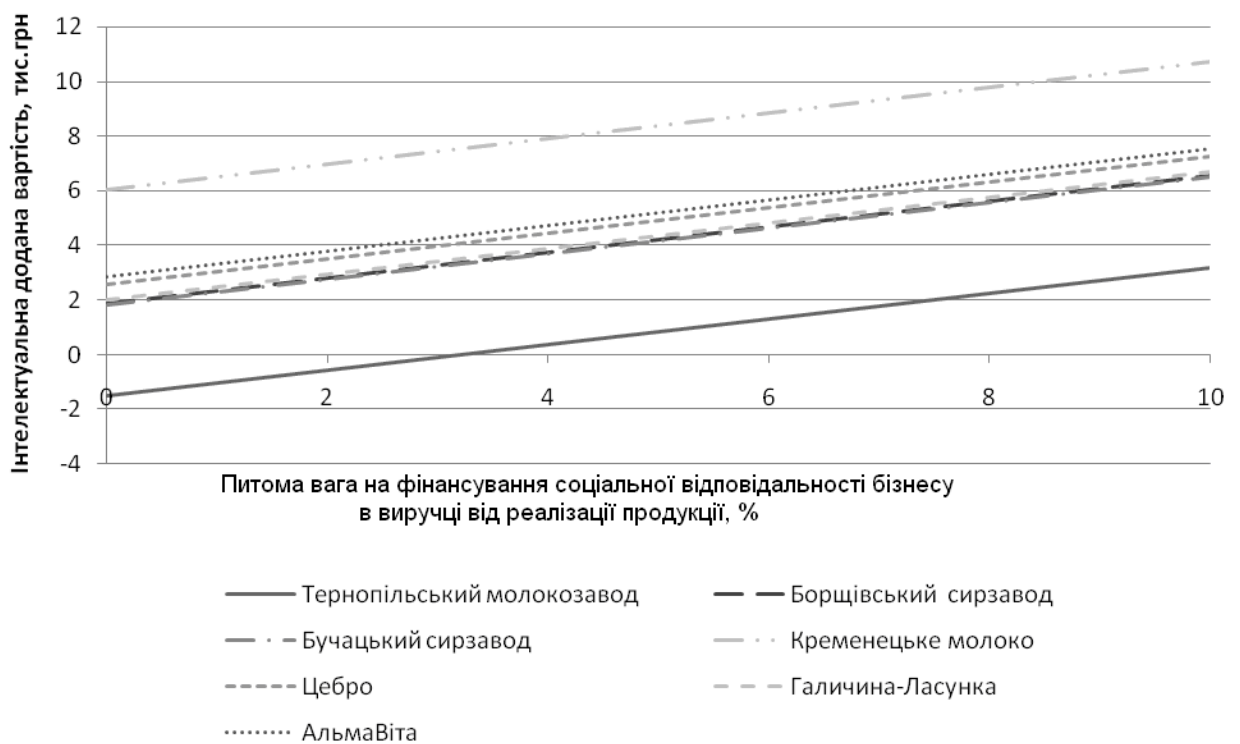


Рис. 5.23. Динаміка генерування інтелектуальної доданої вартості від збільшення витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу в виручці від реалізації продукції при умові рівності інших факторів

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі застосування інтервального моделювання

Позитивну динаміку приросту інтелектуальної доданої вартості від збільшення кількості запроваджених систем управління якістю і безпечністю молочної продукції, видно на рис. 5.24. Зокрема високими у цій сфері є шанси для Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко», Т<sub>3</sub>ОВ «Галичина Ласунка» та ПП «Альма Віта», а найгіршим – для Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро», яке є локальним виробником копчених

сирів і не має на меті розширення ринку збуту своєї продукції поза межами регіону. Відтак, млява інноваційна політика (продуктова чи процесова) Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро» суттєво обмежує його можливості до креації вартості на основі розвитку інтелектуального капіталу.

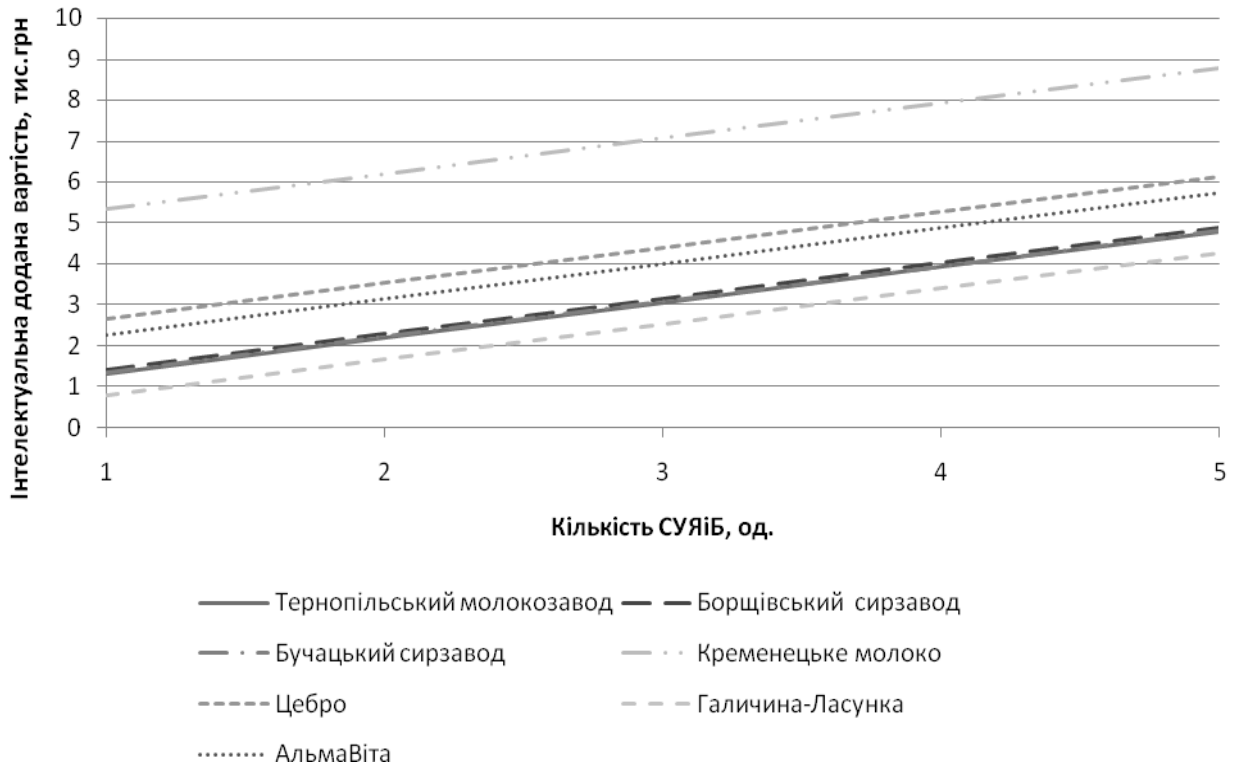


Рис. 5.24. Динаміка приросту інтелектуальної доданої вартості від збільшення кількості СУЯІБ молочної продукції при умові рівності інших факторів

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі застосування інтервального моделювання

Проведений аналіз доводить значні можливості посилення креації вартості оцінених суб'єктів на основі розбудови інформаційного інтелектуального капіталу в молочній галузі Тернопільської області (рис. 5.19), де визначено найширші (до 40%) та найнижчі (до 1%) межі резервів зростання результуючого показника (рис. 5.25). Так, встановлено, що дуже обмеженими можливостями використання цього резерву генерування інтелектуальної доданої вартості характеризується Т<sub>3</sub>ОВ «Цебро». Дещо кращими перспективами для збільшення кількості інформаційних технологій характеризувалися Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко», ПАТ «Борщівський сирзавод» та ПрАТ «Тернопільський молокозавод».

Так, найкращі можливості покращення генерування інтелектуальної доданої вартості в частині покращення транспарентності віднотовано для Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко», але й для ПП «Альма Віта» цей резерв виявився значним (рис. 5.25). Водночас, найгірші можливості для нарощення креаційного потенціалу за рахунок покращення функціонування інформаційного інтелектуального капіталу були характерними для ТзОВ «Галичина Ласунка».

Вплив показника соціальної відповідальності бізнесу на генерування інтелектуальної доданої вартості розділив досліджені молокопереробні суб'єкти регіону на три групи (рис. 5.25).

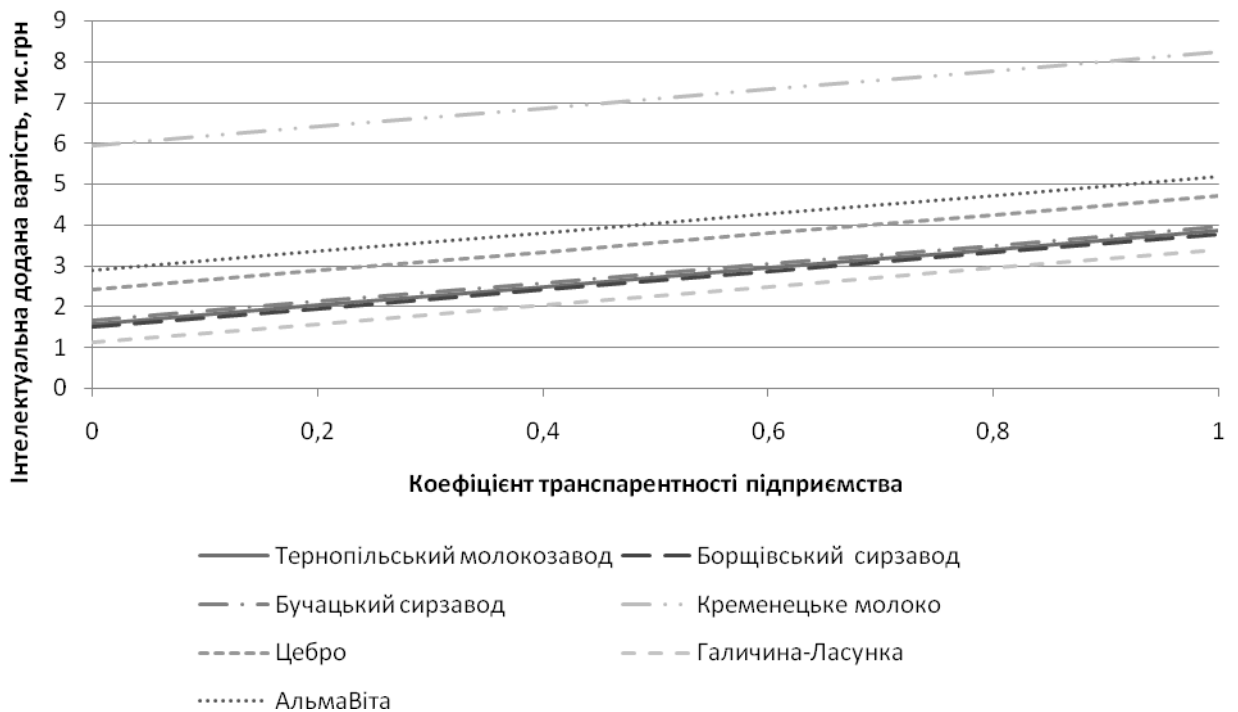


Рис. 5.25. Динаміка приросту інтелектуальної доданої вартості від збільшення коефіцієнту транспарентності підприємства при умові рівності інших факторів

\*Джерело: побудовано автором самостійно на основі застосування інтервального моделювання

Водночас, в другій групі – зосереджена основна кількість вивчених суб'єктів, а їхні можливості нарощення інтелектуальної доданої вартості знаходяться в діапазоні від 2 до 6 тис. грн., у третій – вміщений один корпоративний суб'єкт (ПрАТ «Тернопільський молокозавод»), який

характеризується найнижчими можливостями приросту інтелектуальної доданої вартості за цією факторною ознакою.

Отже, в результаті проведеного дослідження наявності зв'язку між рівнем розвитку структурних елементів інтелектуального капіталу (індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного, соціального) та креацією вартості підприємства існує тісний зв'язок). Встановлено вплив на генерування інтелектуальної доданої вартості більшості факторних ознак (коефіцієнт навантаження на бренд, питома вага експорту, питома вага інноваційної продукції, кількість систем управління якістю і безпечністю молочної продукції, питома вага вартості інформаційних технологій у нематеріальних активах, питома вага витрат на фінансування соціальної відповідальності бізнесу). Доведено за допомогою канонічного аналізу наявність зв'язку між структурними елементами інтелектуального капіталу (індивідуальним, ринковим, інноваційним, інформаційним, соціальним).

В результаті застосування методів інтервального моделювання встановлені допустимі інтервальні межі зміни показників, які є характеристиками рівня розвитку структурних модулів (індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного та соціального) інтелектуального капіталу. Визначені межі коливання оцінних показників розвитку інтелектуального капіталу підприємства можуть бути використані у практичній діяльності, оскільки дають змогу визначати інтелектуальні резерви креації вартості підприємства в сучасних умовах господарювання.

Встановлені, допустимі інтервальні межі зміни оцінних показників розвитку інтелектуального капіталу та їхнього впливу на генерування інтелектуальної доданої вартості дозволяють стверджувати, що підприємствам із вищим рівнем розвитку інноваційного інтелектуального капіталу притаманний вищий креаційний потенціал. Водночас, доведено, що суб'єктам господарювання із вищим рівнем розвитку ринкового інтелектуального капіталу притаманний вищий креаційний потенціал (рис.5.21, 5.22).



Найвужчі допустимі інтервальні межі зміни оцінних показників розвитку інтелектуального капіталу виявлено в інформаційному модулі, зокрема рівні транспарентності підприємства. Однак, зважаючи на закритість вітчизняних підприємств, підтверджену дуже низьким значеннями даного показника, можемо передбачати доцільність його збільшення для усіх без винятку суб'єктів. Це підтверджує визначена методом інтервального моделювання позитивна динаміка його збільшення до 1.

Підсумовуючи, зазначимо, що застосування методики інтервального моделювання дозволило виявити інтелектуальні резерви в креації вартості усіх без винятку досліджених суб'єктів у розрізі складових модулів інтелектуального капіталу. Доведено позитивний вплив на генерування інтелектуальної доданої вартості функціонування інтелектуального капіталу, оціненого в модулях ринкового, інноваційного, інформаційного та соціального. Встановлено, що серед низки досліджених молокопереробних суб'єктів Тернопільської області за період 2011–2015 рр. найвищі резерви креації вартості у більшості модулів інтелектуального капіталу виявлені для Т<sub>3</sub>ОВ «Кременецьке молоко».

Скориставшись такими перспективами суб'єкт зможе значно покращити генерування інтелектуальної доданої вартості, підвищити конкурентоспроможність та вийти в найближчій перспективі на ринки ЄС. Для ПрАТ «Тернопільський молокозавод», який займає лідерські позиції, найкращі можливості креації вартості зосереджені, відповідно, в сферах розвитку інноваційного, інформаційного, ринкового та соціального.

Визначено значні можливості посилення інтелектуальних резервів креації вартості у підприємницькому секторі області, зокрема для ПП «Альма Віта» найвищі резерви зосереджені в частині розвитку інноваційного, соціального, ринкового та інформаційного капіталів відповідно.

Для усіх без винятку молокопереробних суб'єктів господарювання області проблема забезпечення креації вартості на основі розвитку інтелектуального капіталу виявилася актуальною, дозволила виявити резерви її нарощення, які забезпечать посилення конкурентних переваг, що покращить можливості виходу на міжнародні ринки.

## Висновки до розділу 5

На основі систематизації наукових досліджень та проведених аналітичних оцінок визначено резерви креації вартості підприємств на основі розвитку інтелектуального капіталу:

1. Розвиток наукового напрямку інтелектуалістика 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. Визначена в межах функціонування інтелектуалістики доцільність розвитку інтелектингу як консалтингу у сфері інтелектуалізації діяльності дозволить досягати цілей креації вартості підприємства. Створення при державній регуляторній службі виконавчих агенцій покращить реалізацію регуляторних функцій в інтелектингу на макрорівні. Відкриття інтелектингових 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 покращить інституційну базу на мезорівні. Реалізація окресленої місії інтелектингових агенцій, яка полягає у створенні сприятливого оточення для активізації інтелектуальної діяльності забезпечить розбудову 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. Виділення у структурі пропонованих інтелектингових агенцій трьох департаментів: 1) інтелектуального консалтингу – трьох відділів, сформованих у відповідності до прийнятої архітектури інтелектуального капіталу (індивідуального, колективного та соціального); 2) освітніх проектів та інформації – двох відділів,

функціонування яких має різну цільову спрямованість; 3) креації вартості – двох секторів, зокрема матеріального, де створюється додана вартість, та інтелектуального, в межах якого формується інтелектуальна додана вартість, є основою активізації інтелектуальної діяльності, налагодження міжсекторного партнерства. Система дорадчих послуг інтелектингових агенцій націлена на подолання недостатньої поінформованості вітчизняного бізнесового сектора щодо можливостей і переваг залучення фінансування інтелектуальної діяльності позитивно вплине на подолання інформаційної асиметрії та обмеження її негативного на креацію вартості вітчизняних підприємств і популяризацію інтелектуалістики у межах громадянського суспільства. Розроблений перелік типових дорадчих послуг інтелектингових агенцій в межах визначених департаментів забезпечить оцінювання інтелектуальної вартості підприємства (зокрема оцінювання об'єктів інтелектуальної власності, вартості марок, брендів), виявлення компетенційних лакун, розробку та аудит компетенцій, розширить застосування сучасних методик відбору персоналу, самооцінки, що дозволить якісно покращити кадрову політику та запровадження компетенційної моделі управління. Конструктивний підхід при типологізації дорадчих послуг, виділених інтелектуальним сектором департаменту креації вартості інтелектингових агенцій, сприятимуть формуванню сприятливого оточення та виявленню нових джерел зростання інтелектуальної вартості підприємств. Запровадження якісно нового функціонального підрозділу на підприємствах – відділів управління вартістю позитивно вплине на розвиток інструментальних пріоритети в інтелектингу, які сконцентровані у створенні портфеля інтелектуального капіталу підприємства, що охоплює сукупність інтелектомістких товарів, представлених в розрізі інноваційної й органічної продукції та низку об'єктів інтелектуальної власності. Такий підхід дозволить збалансувати бізнес-портфель, інтелектуалізувати додану вартість, якісно покращити формування вартісних конкурентних переваг, які забезпечують розвиток інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства. Перспективним напрямом 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.

2. Запропоновані вектори імплементації міжнародних систем управління якістю та безпечністю на прикладі молочної продукції дають змогу виокремлювати напрями їхньої реалізації у сферах сировинного забезпечення, виробництва, комерції та логістики, визначених в межах традиційної та органічної продукції покращують можливості формування інтелектуальних резерви в креації вартості підприємства за рахунок розвитку інноваційного модуля інтелектуального капіталу підприємства. Розроблений механізм імплементації міжнародних систем управління якістю та безпечністю на прикладі молочної продукції обґрунтовано на основі просторової ідентифікації підприємств в межах встановлених квадрант-груп. Встановлені в межах квадрант-груп напрями перспективного розвитку інноваційного модуля інтелектуального капіталу на основі вивчення вимог торговельних мереж у країнах ЄС відкривають вихід на європейський ринок. Панорама просторової ідентифікації суб'єктів Тернопільщини, які функціонують у сферах переробки молока та виробництва морозива залежно від імплементації систем управління якістю та безпечністю, доводить низьку ефективність державних інституцій, відсутність конструктивної міжсекторної співпраці в регіоні, пасивність і активність бізнесу, що дозволяє виявляти резерви для посилення креаційного потенціалу інноваційного інтелектуального капіталу. Розвиток інтелектуальноо капіталу інноваційного походження у частині модернізації систем управління якістю і безпечністю продукції дозволяє формувати стійкі конкурентні переваги, які розширюють її масштаби збуту. Перенасичення ринку молочною продукцією, значне переважання пропозиції над попитом призводить до поступової втрати значення цінових чинників у забезпеченні конкурентних переваг та посиленні впливу фактора соціально-економічної вартості. Найбільшими стимулами до імплементації міжнародних систем управління якості та безпечності продукції визнані підвищення конкурентоспроможності

для виходу на міжнародні ринки, покращення якості продукції, вимоги торгових мереж та вимоги клієнтів, покращення візерунку підприємства, поліпшення ринкової позиції підприємства.

3. На основі узагальнення існуючих підходів до оцінювання креації вартості підприємств оцінним результативним показником визначено інтелектуальну додану вартість, факторні ознаки розвитку інтелектуального капіталу встановлено в межах його складових модулів. Визначено параметри систематизації оцінювання взаємозв'язку рівня розвитку інтелектуального капіталу та інтелектуальної доданої вартості суб'єктів господарювання. На основі пакету програм для прикладного статистичного аналізу «STATISTICA» та методів інтервального моделювання доведено вплив інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємств. Проведене на побудованій множинній нелінійній регресійній моделі прогнозування динаміки інтелектуальної доданої вартості від зміни питомої ваги витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції дозволить підвищити креаційний потенціал індивідуального інтелектуального капіталу підприємств. За умови послідовного збільшення витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції та незмінності інших значущих факторів (залишивши їх на рівні середньоарифметичних значень) встановлено, що результируючий показник (інтелектуальна додана вартість) зменшуватиметься, якщо значення регресора буде знаходитися в інтервалі від 0 % до 2,46 %. Натомість в межах інтервалу 2,5–4 % прогнозується незначне збільшення значення регресанта, а коли питома вага витрат на підприємстві на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції досягне 5–6 % очікується покращення генерування інтелектуальної доданої вартості. На основі спостереження величини результируючої ознаки (інтелектуальної доданої вартості) при зростанні значень факторних ознак (інтелектуального капіталу), якщо середні значення інших факторів фіксовані, виявлено значні можливості посилення креації вартості оцінених суб'єктів на основі розбудови індивідуального (збільшення витрат на підвищення кваліфікації у виручці від реалізації продукції), ринкового (підвищення

коефіцієнта навантаження на бренд), інноваційного (збільшення питомої ваги інноваційної та експортної продукції у виробничій програмі підприємства), інформаційного (підвищення витрат на інформаційні технології у вартості нематеріальних активів і покращення прозорості підприємства) та соціального модулів (організацію соціально відповідального бізнесу). Низький рівень креативного потенціалу інноваційного модуля інтелектуального капіталу підприємств обмежує можливості нарощення темпів креативності вартості в межах ринкового модуля, зокрема в частині збільшення експорту продукції.

Найширші діапазони нарощення креативного потенціалу підприємств на основі розвитку інтелектуального капіталу зосереджені в інформаційному, інноваційному та ринковому модулях. Визначені діапазони зміни величини показників розвитку інтелектуального капіталу дозволяють покращити планування стратегічного розвитку підприємства.

Результати авторських напрацювань відображено у наукових публікаціях [128; 142; 144; 146; 150; 164; 166].

## ВИСНОВКИ

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення і запропоновано нове вирішення актуальної наукової проблеми, що полягають в обґрунтуванні теоретико-методологічних положень і наданні практичних рекомендацій щодо забезпечення розвитку інтелектуального капіталу підприємства в процесі креації його вартості. Отримані результати дослідження дають підстави зробити такі висновки:

1. Покращення інвестиційної привабливості, підвищення адаптаційності, формування вартісних конкурентних переваг, які здатні посилити для вітчизняних виробників потенційні можливості виходу на міжнародні ринки, передбачають активізацію розвитку інтелектуального капіталу. Найповніше врахування чинників, які сприяють розвитку інтелектуального капіталу підприємства, сконцентроване в межах концепції платформи вартості. Обґрунтовані авторські теоретичні положення концептуальної моделі розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства охоплюють зміну цільової спрямованості в напрямку максимізації вартості; визначення інструментальної перспективи шляхом розбудови інституційного базису на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях, активізації міжсекторного партнерства, моделей інтерактивної взаємодії. Це дало змогу аргументувати вектори розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства. Пріоритетом при цьому є виявлення джерел інтелектуальних резервів креації вартості підприємства, що сконцентровані в усіх модулях інтелектуального капіталу: індивідуальному, колективному (ринковому, інноваційному, інформаційному) та соціальному, функціонування яких забезпечує підвищення інтелектомісткості національних виробництв.

2. Перспективи економічного зростання на мікрорівні залежать від активізації розвитку інтелектуального капіталу, запровадження компетенційної моделі управління, здатності до формування вартісних конкурентних переваг, потенційних можливостей інтелектуалізації виробничих і комерційних

процесів, креаційного потенціалу підприємства. З цих позицій запропоновано трактувати за сутністю, змістом, формою і результатом такі поняття: 1) «інтелектуальний капітал підприємства» як модерний виробничий ресурс інтелектуального походження, який, генеруючи інтелектуальну додану вартість, позитивно динамізує процес креації вартості підприємства; 2) «креація вартості підприємства» як постійні в просторі та часі інноваційно-гармонійні процеси інтелектуалізації праці у виробничій, комерційній чи соціальній сферах його функціонування, які дають змогу мінімізувати величину «лакуна вартості»; 3) інтелект-потенційна вартість як максимально можливу вартість, сформовану за умови найвищого рівня розвитку інтелектуального потенціалу.

3. Для реалізації основних положень компетенційної моделі управління доцільним є виділення інтегрального таксона – капіталу компетенцій, який акумулює проміжні ефекти креації вартості підприємства та дає змогу конкретизувати сфери їхнього прояву, вимірювати величини, встановлювати економічну оцінку, виявляти джерела інтелектуальних резервів нарощення в межах усіх складових таксонів інтелектуального капіталу підприємства. З цією метою удосконалено наукові підходи до структурування інтелектуального капіталу підприємства шляхом виділення компонентних таксонів (індивідуального, ринкового, інноваційного, інформаційного, соціального) та виявлення взаємозв'язків між ними. Це дозволило чіткіше окреслити сфери функціонування структуротворчих елементів, конкретизувати площини появи ефектів креації вартості підприємства, забезпечених розвитком інтелектуального капіталу.

4. Критеріями в теоретико-методологічних положеннях оцінювання інтелектуального капіталу підприємства у сферах визначених модулів є: індивідуальний (освіченість, фаховість, компетентність, мобільність, комунікаційність, оперативність, адаптаційність), колективний (інформаційність, інноваційність, комунікаційність), соціальний (інтравекторність, інтервекторність). Запропоновані оцінні показники та методики їхнього розрахунку дають змогу здійснювати моніторинг, аналіз та



оцінку впливу інтелектуального капіталу на процеси креації вартості. Це дало змогу зменшити величину інформаційно-комунікаційної лагуни, звужити інформаційну асиметричність, розширюючи доступ до інформаційних потоків й підвищуючи схильність підприємства до оприлюднення інформації про інтелектуальний капітал.

5. Розроблена в межах застосування методу  $Q$ -Тобіна шкала для встановлення інтелектуального рівня суб'єктів господарювання корпоративного сектора економіки дала змогу здійснити їхню класифікацію на три групи: низько- (коефіцієнт Тобіна становить від 1 до 2), середньо- (коефіцієнт Тобіна – вище від 2 до 7) та високоінтелектуальні (коефіцієнт Тобіна вище від 7). Практичне використання градаційної шкали дозволить посилити зацікавленість підприємств у розвитку інтелектуального капіталу, активізує людський чинник й забезпечить посилення креаційного потенціалу. Врахування у господарській практиці показника інтелектуального рівня підприємства посилить інвестиційну привабливість, покращить транспарентність і забезпечить підвищення ефективності використання бюджетних й інвестиційних коштів, слугуватиме стимулом для нарощення інтелектомісткості виробництва.

6. Встановлені позитивні результати від креації вартості підприємства на основі розвитку інтелектуального капіталу потрібно об'єднати в межах трьох секторів: бізнесового, публічного та громадського. Це дало можливість систематизувати генератори креації вартості підприємства з компетенційною моделлю розвитку за сегментами: 1) індивідуального капіталу (різногалузевість знань, синергія знань і таланту, мультикультурні цінності, високі професійна, інтелектуальна, комунікаційна, креативна компетенції); 2) колективного капіталу (інтелектуальна власність, інноваційна продукція, інформаційне забезпечення, репутація, брендинг, системи управління якістю); 3) соціального капіталу (філософія управління, проінноваційна культура, проінтелігентне оточення, симетрія розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури). Отримані результати дали змогу ідентифікувати інтелектуальні джерела креації

вартості підприємства, які є ключовими у забезпеченні інвестиційної привабливості та гармонійного розвитку суб'єктів господарювання.

7. Формування архітекtonіки механізму креації вартості підприємства потрібно здійснювати через виокремлення таких принципів його побудови: креативність (розширить застосування творчих підходів при побудові та створенні портфеля інтелектуального капіталу підприємства; латеральних напрямів аналізу даних, завдань, проблемних ситуацій, що загалом дає змогу застосовувати альтернативні та новаторські підходи для забезпечення успішного функціонування суб'єкта господарювання); гнучкість (забезпечить швидкість реагування на зміни, які виступають важливим атрибутом оточення, де функціонує сучасне підприємство); соціальна відповідальність (дає можливість утримувати високу вартість гудвілу підприємства, яка сьогодні є важливим генератором креації вартості інтелектуального походження). Виділення горизонту креації вартості підприємства на основі створення компетенційного блоку, виокремлення базового ядра (портфеля інтелектуального капіталу) та його інструментальної проекції в межах сфер діяльності забезпечить підвищення системної конкурентоспроможності інтелектуального капіталу.

8. Здатність до нарощення інтелектуального капіталу забезпечує стійку динаміку переважаючого зростання ринкової вартості підприємства над балансовою. У зв'язку з цим доцільним є виокремлення інтелектуальної вартості підприємства, яку доцільно оцінювати величиною інтелектуального капіталу, розрахованою на основі компетенційного підходу. Для визначення величини інтелектуального капіталу доцільно використовувати інтегральний показник вартості капіталу компетенцій підприємства, який є сумарною величиною, отриманою в межах функціонування особистісних, організаційних (ринкового, інноваційного та інформаційного походження) та соціальних модулів. Розроблене науково-методологічне забезпечення для оцінювання ефектів креації вартості підприємства, зумовлених розвитком інтелектуального капіталу, охоплює систематизовані принципи, оціночний критерій (мінімізація

величини «лакуна вартості»), ключовий індикатор (інтелект-потенційна вартість капіталу компетенцій), базову величину (вартість однієї компетенції), методику розрахунку низки показників, яка запроваджує компетенційну модель управління. Такий підхід в оцінюванні ефекту креації вартості підприємства дозволяє його градацію із подальшою можливістю встановлення відповідно факту креації, деструкції чи утримання вартості.

9. Розроблена інтерактивна модель реалізації компетенційного підходу до розвитку інтелектуального капіталу підприємства дає змогу виявляти компетенційні лакуни, які є джерелом підвищення його конкурентоспроможності. В основі механізму запобігання виникнення компетенційних лакун лежать: 1) встановлення послідовності та структуризації компетенцій підприємства (фахові, комунікаційні, інформаційні, екологічні, соціальні, креативні, інтелектуальні); 2) створення портфеля компетенцій підприємства, який є документальним представленням акумульованої в межах прийнятої структуризації інформації про стан і наповненість компетенцій в розрізі робочих місць та посад; 3) виокремлення на основі сформованого портфеля компетенцій частини, яка б якісно відрізняла конкурентні компетенційні переваги окремо взятого суб'єкта господарювання (ідентифікаційних компетенцій підприємства), які доцільно розглядати як професійну візитну картку, представленої у вигляді сукупності унікальних компетенцій, практичне застосування яких підвищує ефективність використання виробничих ресурсів при виготовленні інтелектомісткої продукції.

10. Інтелектуалістика, як запропонований науковий напрям визначає нові шляхи вирішення проблем місця інтелектуальних цінностей на ринку товарів і послуг, модернізації діючої інституційної бази, що сприятиме підвищенню інтелектомісткості виробництва. Інституційна перспектива в теорії креації вартості спрямована на розвиток інтелектингу як різновиду консалтингу у сфері інтелектуалізації діяльності, що дає змогу досягати цілей креації вартості підприємства. Розбудова інтелектингу повинна здійснюватися на трьох рівнях:

макро- (створення державних інституцій з метою формування сприятливого клімату для інтелектуальної діяльності), мезо- (створення інтелектингових агенцій – ринкових інституцій, що діють з метою надання широкої гами інформаційних, освітньо-дорадчих, просвітницьких і консалтингових послуг у сфері інтелектуалістики), мікрорівнях (створення відділів управління вартістю).

11. Інструментальні пріоритети розвитку інтелектингу на мікрорівні доцільно сконцентрувати на створенні портфеля інтелектуального капіталу підприємства, що охоплює сукупність інтелектомістких товарів, представлених у розрізі інноваційної й органічної продукції, та низку об'єктів інтелектуальної власності, які в нинішніх умовах виступають високорентабельним товаром. Виокремлені методичні підходи до структуризації портфеля інтелектуального капіталу підприємства застосовано на двох рівнях: 1) портфеля інтелектомістких товарів, сформованого в площинах функціонування інтелектомісткої продукції (інноваційна та органічна продукція) та інтелектомістких послуг (робіт); 2) портфеля інтелектуальної власності, обмеженого функціонуванням традиційних та нетрадиційних об'єктів інтелектуальної власності (свідоцтв, патентів і ліцензій).

12. Вектори проектування організаційної структури управління інтелектинговими агенціями визначаються рівнем їхньої компетентності, делегованими повноваженнями, що охоплюють: 1) змістовну наповненість, пріоритети та завдання інтелектингових агенцій; 2) типовий перелік дорадчих послуг; 3) три ключові департаменти (інтелектуального консалтингу, освітніх проектів та інформації, креації вартості), сформовані на основі цільової спрямованості та досвіду функціонування консалтингових фірм. Відкриття і функціонування інтелектингових агенцій дасть змогу активізувати інтелектуальну діяльність в усіх секторах економіки.

13. Запропоновані вектори удосконалення шляхів імплементації систем управління якістю та безпечністю продукції дозволять посилити креаційний потенціал інтелектуального капіталу підприємства. Розроблений механізм імплементації міжнародних систем управління якістю та безпечністю на

прикладі молочної продукції обґрунтовано на основі просторової ідентифікації підприємств в межах встановлених квадрант-груп. Визначена послідовність його реалізації в межах традиційної та органічної продукції (у сферах сировинного забезпечення, виробництва, комерції та логістики) забезпечить підвищення її якості і безпечності, розширення органічної лінійки, розбудову екологістики, зменшення непродуктивних витрат.

14. За результатами перевірки п'яти науково-дослідних гіпотез за допомогою пакета програм для прикладного статистичного аналізу «STATISTICA» та методики інтервального моделювання доведено вплив інтелектуального капіталу на генерування інтелектуальної доданої вартості. Підтверджена цілісність, адекватність та можливість практичного застосування розроблених моделей для прогнозування інтелектуальних резервів креації вартості підприємства. В процесі моделювання впливу інтелектуального капіталу на генерування інтелектуальної доданої вартості виявлено можливі джерела інтелектуальних резервів креації вартості суб'єктів, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива. Практичне використання виявлених інтелектуальних резервів дасть змогу позитивно динамізувати процеси креації вартості на мікрорівні.

### Список використаних джерел:

1. Аквинский Ф. Сумма теологи : [Ч. 2–1. Вопросы 1–48] / Ф. Аквинский. – К. : Ника-Центр, 2006. – 572 с.
2. Аквинский Ф. Сумма теологи : [Ч. 2–2. Вопросы 1–46] / Ф. Аквинский. – К. : Ника-Центр, 2011. – 576 с.
3. Андрюшкіна М. І. Інтелектуальний капітал підприємства: питання обліку та оцінки [Електронний ресурс] / М. І. Андрюшкіна, Л. В. Семерунь. – Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=28180>.
4. Антология мировой философии. Софисты. Протагор : [в 4 т. – Т. 1, ч. 1 и 2]. – М. : Мысль, 1969. – 935 с.
5. Арістотель. Нікомахова етика / Арістотель ; [пер. з давньогрец. В. Ставнюк]. – К. : Аквілон-Плюс, 2002. – 480 с.
6. Арістотель. Політика / Арістотель. – К. : Основи, 2000. – 239 с.
7. Арістотель. Сочинения : [в 4 т. – Т. 2] / Арістотель. – М. : Мысль, 1978. – 682 с.
8. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами / М. Армстронг. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 327 с. – (Серия : Менеджмент для лидера).
9. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін : навч. посіб. [для вузів] / Ю. М. Бажал. – К. : Заповіт, 1996. – 240 с..
10. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Д. Белл ; под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Akademia, 1999. – 787 с.
11. Бём-Баверк О. Избранные труды о ценности, проценте и капитале / О. Бём-Баверк. – М. : Эксмо, 2009. – 912 с.
12. Бендиков М. А. Интеллектуальный капитал развивающейся фирмы: проблемы идентификации и измерения [Електронний ресурс] /

М. А. Бендиков, К. В. Джамай // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. – № 1. – С. 31–38. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/management/2001-4/01.shtm1>.

13. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі / М. Блауг. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. – 670 с.

14. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг ; под. ред. Л. Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с. – (Серия : Теория и практика менеджмента).

15. Брюховецкая Н. Ю. Кооперация крупного и малого бизнеса как способ оптимизации деятельности крупных предприятий / Н. Е. Брюховецкая, К. Ю. Егиазарова. // Економіка промисловості. – 2013. – № 3 (63). – С. 129–136.

16. Брюховецька Н. Ю. Моделювання інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства як основа прийняття управлінських рішень / Н. Ю. Брюховецька, О. В. Хасанова. // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2014. – № 1. – С. 307–313.

17. Брюховецька Н. Ю. Інвестиційна привабливість публічного акціонерного товариства: теорія та практика : моногр. / Н. Ю. Брюховецька, О. В. Хасанова ; НАН України, Ін-т екон. пром-сті. – К. : ІЕП НАН України, 2015. – 212 с.

18. Букович У. Управление знаниями: руководство к действию / У. Букович, Р. Уильямс. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 504 с. – (Серия : Менеджмент для лидера).

19. Булеев І. П. Стратегія управління інтелектуальним капіталом підприємств: моногр. / І. П. Булеев, А. Я. Берсуцький, І. В. Бриль ; НАН України, Ін-т екон. пром-сті. – Донецьк : ДонУЕП, 2013. – 207 с.

20. Булеев І. П. Забезпечення усталеного розвитку діяльності підприємств на основі управління їх капіталізацією / І. П. Булеев, Н. Ю. Брюховецька // Механізми стабілізації й розвитку діяльності

підприємств: моногр. / під ред. О. О. Шубіна, Л. Л. Фролової. – Донецьк : Ноулідж (донецьке від-ня), 2013. – С. 214–225.

21. Булеєв І. П. Механізм управління капіталізацією нематеріальних активів підприємства / І. П. Булеєв // Методи розвитку та забезпечення капіталізації промислових підприємств в умовах інституціональних змін : моногр. / І. П. Булеєв, Н. Ю. Брюховецька [та ін.] ; НАН України, Ін-т Ін-т екон. пром-сті. – К. : ІЕП, 2016. – С. 187–206.

22. Бутнік-Сіверський О. Б. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект / О. Б. Бутнік-Сіверський // Інтелектуальний капітал. – 2002. – № 1. – С. 16–27.

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

24. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Верлен. – М. : Прогресс, 1984. – 367 с.

25. Вільямсом О. Економічні інститути капіталізму: фірми, маркетинг, укладання контрактів / О. Вільямсом. – К. : АртЕк, 2001.

26. Вовканич С. Й. Людський та інтелектуальний капітали в економіці знань / С. Й. Вовканич, Л. К. Семів // Вісник НАН України. – 2008. – № 3. – С. 13–23.

27. Врублевський В. К. Інтелектуальний капітал і формування сучасної (модерної) української нації / В. К. Врублевський // Науковий вісник Академії муніципального управління. – 2005. – Вип. 1. – С. 48–55.

28. Внесено охоронних документів до державних реєстрів у 1992–2012 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sips.gov.ua/ua/table7>.

29. Гапоненко А. Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / А. Л. Гапоненко, Т. М. Орлова. – М. : Эксмо, 2008. – 400 с.



30. Геец В. М. Социально-экономические трансформации при переходе к экономике знаний / В. М. Геец // Социально-экономические проблемы информационного общества : моногр. / под ред. д. э. н., проф. Л. Г. Мельника. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2005. – С. 16–33.
31. Глухов В. В. Экономика знаний / В. В. Глухов, С. Б. Коробко, Т. В. Маринина. – СПб. : Питер, 2003. – 528 с. – (Серия : Учебное пособие).
32. 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.
33. Гончаров В. В. В поисках совершенства управления: руководство для высшего управленческого персонала : [в 2 т. – Т. 2] / В. В. Гончаров. – М. : МНИИПУ, 1997. – 736 с.
34. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підруч. / О. А. Грішнова. – К. : Знання, 2006. – 559 с.
35. Грішнова О. А. Людський розвиток : навч. посіб. / О. А. Грішнова. – К. : КНЕУ, 2006. – 308 с.
36. Грішнова О. А. Соціальний капітал: сутність, значення, взаємозв'язок з іншими формами капіталу / О. А. Грішнова // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 3. – С. 19–24.
37. Гэлбрейт Дж. К. Новое индустриальное общество. Избранное / Дж. К. Гэлбрейт. – М. : Эксмо, 2008. – 1200 с. – (Серия : Антология экономической мысли).
38. Гэлбрейт Дж. К. Экономические теории и цели общества / Дж. К. Гэлбрейт ; под ред. акад. Н. Н. Иноземцева и чл.-кор. А. Г. Милейковского. – М. : Прогресс, 1979. – 406 с.
39. Дахно І. І. Право інтелектуальної власності : навч. посіб. / І. І. Дахно. – К. : Либідь, 2006. – 278 с.

40. Державний департамент інтелектуальної власності. Об'єкти промислової власності. Плани та звіти. Поточна статистика. Архів. Надходження заявок 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).

41. 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).

42. Державний департамент інтелектуальної власності. Річний звіт 2006 [Електронний ресурс] / Офіц. вид. держ. департаменту інтелектуальної власності. – К., 2007. – 66 с. – Режим доступу : <http://sips.gov.ua/docman/binary/ukr6.pdf>.

43. Державний департамент інтелектуальної власності. Річний звіт 2009 [Електронний ресурс] // Офіц. вид. держ. департаменту інтелектуальної власності. – К., 2010. – 71 с. – Режим доступу : [http://sips.gov.ua/i\\_upload/file/zvit\\_ua9.pdf](http://sips.gov.ua/i_upload/file/zvit_ua9.pdf).

44. Дерінформ науки. Інформаційні матеріали [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/doccatalog/document?id=54892>.

45. Дефіцит держбюджету виріс у 2012 році у 2,3 раза [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dt.ua/ECONOMICS/deficit-derzhbyudzhetu-viris-u-2012-roci-v-2-3-razi-do-53-mlrd-grn.html>.

46. ДСТУ 3662-97. Молоко коров'яче незбиране. Вимоги при закупівлі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://gost-ship.su/document/DSTU\\_3662\\_97\\_Moloko\\_koroviache\\_nezbyrane](http://gost-ship.su/document/DSTU_3662_97_Moloko_koroviache_nezbyrane).

47. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / за ред. акад. НАН України В.М.Геєця. – К. : Ін-т екон. прогнозування НАН України : Фенікс, 2003. – 1008 с.

48. Економічна енциклопедія : [у 3 т.] / ред. рада : Б. Д. Гаврилишин, В. А. Ющенко, В. С. Гальчинський. – К. : Вид. центр «Академія» ; Тернопіль : Академія народного господарства, 2000. – Т. 1. [редкол. тому : Б. Д. Гаврилишин та ін. ; ред. С. В. Мочерний]. – 2000. – 864 с.
49. Закон України «Про ветеринарну медицину» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2498-12>.
50. 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/para2#n2>.
51. 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>.
52. Игнатова М. Г. Расчёт ключевых финансовых показателей эффективности бизнеса [Електронний ресурс] / М. Г. Игнатова, Е. А. Кузьмина, А. А. Сентюрова // Аудитор. – 2010. – № 9. – Режим доступу : <http://www.1-fin.ru/?id=484>.
53. Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / В. Л. Иноземцев. – М. : Academia : Наука, 1998. – 640 с.
54. Іван Павло II. Енцикліка *Centesimus annus* – сотий рік [Електронний ресурс] / Іван Павло II // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2000. – № 19. – (Глобалізація, європейський Союз та Україна). – Режим доступу : <http://www.ji.lviv.ua/n19texts/encyklika.htm>.

55. Ілляшенко С. М. Актуальні проблеми управління інтелектуальним капіталом підприємства / С. М. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 2. – С. 91–101. – (Розділ 2. Інноваційні процеси в економіці).

56. Ілляшенко С. М. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства / С. М. Ілляшенко // Економіка України. – 2008. – № 11. – С. 16–26.

57. Капіталізація підприємств та фінансових організацій: теорія і практика : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 27 трав. 2011 р. / Ін-т екон. пром-сті НАН України ; редкол. І. П. Булеєв (відпов. ред.) [та ін.]. – Донецьк, 2011. – 239 с.

58. Капитализация предприятий: теория и практика : моногр. / под ред. д. е. н., проф. И. П. Булева, д. е. н., проф. Н. Е. Брюховецкой ; НАН Украины, Ин-т экон. пром-сти ; Дон УЭП. – Донецк : Ин-т экон. пром-сти ; Дон УЭП, 2011. – 328 с.

59. Каплан Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. С. Каплан, Д. П. Нортон/ – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 320 с.

60. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей / Д. Карнеги ; общ. ред. и предисл. В. П. Зинченко и Ю. М. Жукова. – М. : Прогресс, 1989. – 544 с.

61. Кельчевская Н. Р. Сущность интеллектуального капитала / Н. Кельчевская, М. Павлов // Труды Всеросс. симп. по экон. теории. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2003. – С. 203–205.

62. Кендрик Дж. Совокупный капитал США и его формирование / Дж. Кендрик ; общая ред. и предисл. чл.-кор. АН СССР А. И. Анчишкина. – М. : Прогресс, 1978. – 277 с.

63. Кендюхов О. В. Інтелектуальний капітал підприємства: методологія формування механізму управління / О. В. Кендюхов ; НАН України, Ін-т екон.и пром-сті. – Донецьк : Ін-т екон. пром-сті ; ДонУЕП, 2006. – 308 с.

64. Кендюхов О. В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом : моногр. / О. В. Кендюхов. – Донецьк : Ін-т екон. пром-сті ; ДонУЕП, 2008. – 363 с.

65. Кендюхов О. В. Інтелектуальний капітал підприємства: гносеологія економічної категорії / О. В. Кендюхов // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2011. – № 2. – С. 12–16.

66. Кендюхов О. В. Брендинг: принципи управління та методологія оцінки / О. В. Кендюхов, Д. С. Фейвішенко ; Донецький нац. ун-т екон. і торгівлі ім. Михайла Туган-Бароновського. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. – 210 с.

67. Кендюхов О. В. Мотиваційний механізм творчої праці як ключова складова процесу підготовки управлінського персоналу [Електронний ресурс] / О. В. Кендюхов // Экономика и менеджмент –2013: перспективы интеграции и инновационного развития. – Т. 1. – 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).

68. Кенэ Ф. Физиократы. Избранные экономические произведения / Ф. Кэнэ, А.-Р. Ж. Тюрго, П. С. Дюпон де Немур ; предисл. П. Н. Ключкин. – М. : Эксмо, 2000. – 1200 с. – (Серия : Антология экономической мысли).

69. Кісь С. Я. Інтелектуалізація діяльності підприємств: доцільність, умови, технології: моногр. / за ред. проф. В. П. Петренка. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2015. – 268 с.

70. Кісь С. Я. Інтенсифікація інтелектуальної активності персоналу підприємства як наслідок інтелектуалізації функцій і процесів управління / С. Я. Кісь, В. Р. Процюк // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. – 2015. – № 1 (11). – С. 84–92. – (Серія : Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості).

71. Кісь С. Я. Інтелектуальні ресурси підприємства: основні визначення і поняття / С. Я. Кісь // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – № 2, т. 2. – С. 277–279. – (Серія : Економічні науки).

72. Козырев А. Н. Экономика интеллектуального капитала: Научные доклады № 7 (R)–2006 [Електронний ресурс]. – СПб. : НИИ менеджмента СПбГУ, 2006. – 30 с. – Режим доступу : <http://www.gsom.spbu.ru/files/upload/niim/publishing/papers/Kozyrev.pdf>.

73. Козоріз М. А. Обґрунтування напрямів підвищення капіталізації інноваційно-активних підприємств України / М. А. Козоріз, Л. Я. Бенюк // Регіональна економіка. – 2009. – № 1. – С. 106–113.

74. Колот А. М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань / А. М. Колот // Україна: аспекти праці. – 2007. – № 4. – С. 4–9.

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

76. Костирко Р. О. Комплексна оцінка вартості підприємства : моногр. / Р. О. Костирко, Н. В. Тертична, О. В. Шевчук ; за заг. ред. д. е. н., акад. НАН України М. Г. Чумаченка. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – Харків : Фактор, 2008. – 278 с.

77. Котиш О. М. Удосконалення методики оцінки інвестиційної вартості підприємства / О. М. Котиш // Економіка розвитку. – 2013. – № 2 (66). – С. 114–118.
78. 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).
79. Крайнев П. П. Интеллектуальна економіка: управління промисловою власністю / П. П. Крайнев ; Акад. правових наук України ; НДІ інтелектуальної власності. – К. : Вид. дім «ІнЮрре», 2004. – 448 с.
80. Крисоватий А. І. Новітня парадигма преференційного оподаткування : моногр. / А. І. Крисоватий, Г. В. Василевська. – К. : Центр учбової літ-ри, 2013. – 260 с.
81. Критский М. М. Человеческий капитал / М. М. Критский. – Л. : Изд-во Ленинградского ун-та, 1991. – 120 с.
82. Ксенофонт. Домострой [Електронний ресурс] / Ксенофонт – Режим доступу : [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Article/ksen\\_dom.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Article/ksen_dom.php).
83. Лапко О. М. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання : моногр. / О. М. Лапко. – К. : ІЕП НАНУ, 1999. – 254 с.
84. Лев Б. Нематериальные активы: управление, измерение, отчётность / Б. Лев . – М. : Квинта-Консалтинг, 2004. – 240 с.
85. Леонтьев Б. Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе: оценка, ориентиры, моделирование, защита прав / Б. Б. Леонтьев. – М. : Изд. центр «Акционер», 2002. – 196 с.
86. Маркс К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. – [Т. 25, ч. 2]. – М. : Госполитиздат, 1961. – 551 с.
87. Марцинкевич В. И. США: человеческий фактор и эффективность экономики / В. И. Марцинкевич. – М. : Наука, 1991. – 240 с.

88. Маршалл А. Основы экономической науки / А. Маршалл ; предисл. Дж. М. Кейнса. – М. : ЭКСМО, 2008. – 832 с. – (Серия : Антология экономической мысли).
89. Маршалл А. Принципы экономической науки : [в 3 т.] / А. Маршалл. – М. : Изд. группа «Прогресс», 1993. – 960 с. – (Серия : Экономическая мысль Запада. – Т. II).
90. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М. : Прогресс, 1966. – 464 с.
91. Мендрул О. Г. Управління вартістю підприємств : моногр. / О. Г. Мендрул. – К. : КНЕУ, 2002. – 272 с.
92. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів / О. Б. Бутнік-Сіверський [та ін.] ; ред. О. Б. Бутнік-Сіверський ; Державне патентне відомство України. – К. : Вид. дім «Ін Юре», 2000. – 347 с.
93. Милль Дж. С. Основы политической экономии с некоторыми приложениями к социальной философии / Дж. С. Милль. – М. : Эксмо, 2007. – 1040 с. – (Серия : Антология экономической мысли).
94. Міжнародний стандарт фінансової звітності 13. Оцінка справедливої вартості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929\\_068](http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929_068).
95. Мікловда В. П. Ефективність стратегічного управління підприємствами: сучасні проблеми та перспективи їх вирішення / В. П. Мікловда, І. Г. Брітченко, Ю. О. Дідович, Н. Ю. Кубіній. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 218 с.
96. Мікловда В. П. Рейтинг конурентоспроможності країни за критерієм продуктивності праці / В. П. Мікловда, Н. Ю. Кубіній // Демографія та соціальна економіка. – 2015. – № 3 (25). – С. 199–208.
97. Момот Т. Оцінка вартості бізнесу: сучасні технології: моногр. / Т. В. Момот. – Харків : Фактор, 2007. – 224 с.



98. 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).
99. Наказ Мін-ва аграр. 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>.
100. 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).
101. Наукоёмкий сектор экономики России: состояние и особенности развития / К. А. Багриновский, М. А. Бендииков, И. Э. Фролов [и др.]. – М. : ЦЭМИ РАН, 2001. – 120 с.
102. Науменкова С. В. Розвиток корпоративного сектора в контексті структурних змін [Електронний ресурс] / С. В. Науменкова. – Режим доступу : <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2984/1/24.pdf>.
103. Новая индустриальная волна на Западе : сборник / под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 1999. – 640с.
104. Новий тлумачний словник української мови : [у 3 т. – Т. 1 : А–К] / уклад. В. В. Яремко, О. М. Сліпушко. – К. : АКОНІТ, 2006. – 928 с.
105. Нонака И. Компания создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / И. Нонака, Х. Такеучи. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2011. – 384 с.
106. Нордстрем К. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта / К. Нордстрем, Й. Ріддерстрале. – СПб: Питер, 2011. – 296 с.

107. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт. – К. : Основи, 2000. – 198 с.
108. Ожегов С. И. Словарь русского языка: 70000 слов / под ред. Н. Ю. Шведовой. – [22-е изд., испр.]. – М. : Русский язык, 1990. – 921 с.
109. Основні показники роботи харчової промисловості України [Електронний ресурс] / Департамент продовольства Мін-ва аграр. політики та продовольства України. – 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>.
110. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / А. Козырев, В. Макаров. – М. : РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. – 352 с.
111. Пасічний М. Д. Дефіцит Державного бюджету в умовах трансформаційної економіки України [Електронний ресурс] // Наукові праці НДФІ. – 2009. – № 1 (46). – Режим доступу : [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/npndfi/2009\\_1/Statti/Pasichny.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/npndfi/2009_1/Statti/Pasichny.pdf).
112. Петренко В. П. Управління процесами інтелектокористування в соціально-економічних системах : моногр. / В. П. Петренко. – Івано-Франківськ : Нова Зоря, 2006. – 352 с.
113. Післязавтра – багата країна. Рецепт успіху [Електронний ресурс] / 24 канал, 14.08. 2015 р., 01<sup>21</sup>. – Режим доступу : [http://24tv.ua/ukrayina/pislyazavtra\\_\\_bagata\\_krayina\\_retsept\\_uspihu/n602226](http://24tv.ua/ukrayina/pislyazavtra__bagata_krayina_retsept_uspihu/n602226).
114. Платон. Апология Сократа [Електронний ресурс] / Платон ; общ. ред. А. Ф. Лосев. – М. : Эксмо, 2009. – (Серия : Античная, старинная литература, мифы, легенды). – режим доступу : [http://bookz.ru/authors/platon/apologia\\_082.html](http://bookz.ru/authors/platon/apologia_082.html).
115. Платон. Диалоги / Платон ; сост., ред. и вступ. статьи А. Ф. Лосев. – М. : Мысль, 1986. – 607 с. – (Серия : Философское наследие).

116. Податковий Кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
117. Попович М. В. Бути людиною / М. В. Попович. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 223 с.
118. Порівняльний розподіл доходів громадян між Україною, Російською Федерацією та Польською Республікою [Електронний ресурс] / Шустер LIVE. – ТРК Україна. – 22.10.2010 р. – Режим доступу : <http://rutube.ru/tracks/3702124.html>.
119. Постанова Кабінету Міністрів України Про затвердження Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» від 10 вересня 2003 р. № 1440 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-%D0%BF>.
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).
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).
122. Промислова власність у цифрах. Показники діяльності державної служби інтелектуальної власності України та державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності за 2015–2016 рр.» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uipv.org/i\\_upload/file/promvlasnist2015.pdf](http://uipv.org/i_upload/file/promvlasnist2015.pdf).
123. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное / Д. Рикардо ; предисл. П. Н. Ключкина]. – М. : Эксмо, 2007. – 960 с. – (Серия : Антология экономической мысли).

124. Романів Є. Загальна кількість безробітних українців – 8,3 млн. осіб [Електронний ресурс] / Є. Романів // Експрес Медіа. – 2011. – 03 травня. – Режим доступу : <http://www.exspres.ua/main/201105/03/45402>.
125. Ситуація з читанням в Україні наближається до катастрофи [Електронний ресурс] // Українська баннерна сеть. – 2012. – 06 січня. – Режим доступу : <http://vsiknygu.net.ua/news/16113/>.
126. Сковорода Г. С. Дві курки [Електронний ресурс] / Г. С. Сковорода. – Режим доступу : [www.skovoroda.info/stories.php?page=10](http://www.skovoroda.info/stories.php?page=10).
127. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит ; предисл. В. С. Афанасьева. – М. : ЭКСМО, 2007. – 960 с. – (Серия : Антология экономической мысли).
128. Собко О.М. Пріоритети фінансового забезпечення інноваційної моделі розвитку економіки Польщі в умовах фіскальної нестабільності / О. М. Собко // Світ фінансів. – 2012. – Вип. 1. – С. 163–174.
129. Собко О. М. Соціальний інтелектуальний капітал підприємства: детермінанти та вектори розвитку в Україні / О. М. Собко // Вісник Одеського національного університету. – 2014. – Т. 19, вип. 1. – С. 24–29. – (Серія : Економіка).
130. Собко О. М. Модернізація інструментів оцінки інтелектуального капіталу підприємства / О. М. Собко // Економіка і регіон. Науковий Вісник Полтавського національного технічного університету ім. Юрія Кондратюка. – 2014. – № 2 (45). – С. 126–132.
131. Собко О. М. Вплив офшорингу процесів знань на розвиток інтелектуального капіталу підприємства: польський досвід [Електронний ресурс] / О. М. Собко // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2014. – Вип. 1 (10). – С. 33–41. – Режим доступу : <http://sepd.tntu.edu.ua/index.php/uk/archive/2014-110>.

132. Собко О. М. Прагматизм діагностики інтелектуального капіталу підприємства в умовах нової парадигми господарювання / О. М. Собко // Світ фінансів. – 2014. – Вип. 1. – С. 47–58.

133. Собко О. М. Моніторинг інтелектуального капіталу підприємства: соціально-економічна доцільність і дієвість запровадження / О. М. Собко // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2014. – Вип. 2. – С. 28–39.

134. Собко О. Інтелектуальний капітал підприємства: концептуалізація – функціонування – розвиток : моногр. / О. Собко. – Тернопіль : Крок, 2014. – 360 с.

135. Собко О. М. Теорія створення вартості підприємства в економічній і фінансовій думці: ретроспективний погляд і вектор розвитку / О. М. Собко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2015. – Вип. 10. – С. 20–27. – (Серія : Економіка і менеджмент).

136. Собко О. М. Новелізація векторів побудови механізму креації вартості підприємства / О. М. Собко // Вісник Одеського національного університету. – 2015. – Т. 20, вип. 2/2. – С. 81–85. – (Серія : Економіка).

137. Собко О. М. Капітал компетенцій як фундаментальний чинник якості індивідуального інтелектуального капіталу підприємства / О. М. Собко, Л. Л. Куц // Інноваційна економіка. – 2015. – № 3 (58). – С. 71–80.

138. Собко О. М. Інноваційні технології формування капіталу знань як основи індивідуального інтелектуального капіталу підприємства / О. М. Собко, Л. Л. Куц // Інноваційна економіка. – 2015. – № 4 (59). – С. 93–103.

139. Собко О. М. Модернізація методики оцінки ефектів креації вартості підприємства, забезпечених розвитком індивідуального інтелектуального капіталу / О. М. Собко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 12, ч. 3. – С. 73–78. – (Серія : Економічні науки).

140. Собко О. М. Оцінка ефектів креації вартості підприємства, забезпечених розвитком ринкового інтелектуального капіталу [Електронний ресурс] / О. М. Собко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 6. – С. 33–41. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-6-2015>.

141. Собко О. М. Економічна діагностика впливу інноваційного інтелектуального капіталу на креацію вартості підприємства [Електронний ресурс] / О. М. Собко // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2015. – Вип. 2 (13). – С. 303–313. – Режим доступу : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2015/15somkvр.pdf>.

142. Собко О. М. Посилення ефектів креації вартості індивідуального інтелектуального капіталу підприємства на основі впровадження концепції управління талантами / О. М. Собко // Збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. – 2015. – Вип. 12 (47). – С. 250–262. – (Серія : Економічні науки. Регіональна економіка).

143. Собко О. М. Організаційна культура як чинник формування синергічних ефектів у креації вартості підприємства / О. М. Собко // Сталий розвиток. – 2015. – № 4 (29). – С. 54–63.

144. Собко О. М. Управління інтелектуальним портфелем у контексті забезпечення креації вартості інноваційного капіталу підприємства / О. М. Собко // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2015. – Вип. 4. – С. 104–118.

145. Собко О. М. Прагматизм економічної оцінки інтелектуального капіталу вітчизняних суб'єктів молочної промисловості / О. М. Собко // Економічний аналіз. – 2015. – Т. 22, № 2. – С. 145–155.

146. Собко О. М. Розбудова мережі інтелектуальних агенцій як каталізатор процесів креації вартості підприємств / О. М. Собко // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2015. – № 4 (52). – С. 129–139.

147. Собко О. М. Новелізація векторів розвитку концепції управління вартістю підприємства / О. М. Собко // Сучасні тенденції розвитку економічних систем : кол. моногр. – Тернопіль : ТНЕУ, 2015. – С. 165–182.

148. Собко О. М. Аспекти розвитку компетенційного потенціалу випускників у сфері підприємництва при застосуванні інноваційних технологій у вищій освіті / О. М. Собко, Л. Л. Куц // Інноваційна економіка. – 2016. – № 1–2 (61–62). – С. 5–14.

149. Собко О. Інтелектуальний капітал і креація вартості підприємства : моногр. / О. Собко. – Тернопіль: ТНЕУ, 2016. – 360 с.

150. Собко О. Перспективи входження вітчизняної молочної індустрії на ринок ЄС шляхом посилення конкурентоспроможності бренду / О. Собко, І. Бойчик // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Вип. 6, ч. 3. – С. 42–49. – (Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство).

151. Собко О. М. Розвиток концепції інтелектуального капіталу підприємства: проблеми та перспективи / О. М. Собко // Проблеми трансформаційних економік в умовах глобалізації : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (23 берез. 2012 р.). – Тернопіль : ТКІ, 2012. – С. 224 – 225.

152. Собко О. М. Удосконалення методики економічної діагностики інтелектуального капіталу підприємства в умовах «економіки знань» / О. М. Собко // Формування єдиного наукового простору Європи та завдання економічної науки : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (23–24 квіт. 2013 р.). – Тернопіль : ТНЕУ, 2013. – С. 178–181.

153. Собко О. М. Вектори розвитку капіталу знань на підприємстві: проблеми і шляхи забезпечення / О. М. Собко // Економіка знань: теоретико-методологічні аспекти становлення. – 2013. – № 6. – С. 20–23.

154. Собко О. М. Домінанта знань у філософській та економічній думці / О. М. Собко // Сучасний стан розвитку економічних та інноваційно-інвестиційних процесів в країнах СНД : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (4–5 квіт. 2014 р.). – Одеса : Вид. дім «Гельветика», 2014. – С. 41–46.

155. Собко О. М. Креація інноваційного капіталу як ключового елементу колективного інтелектуального капіталу підприємства: проблеми і шляхи забезпечення / О. М. Собко // Економічні та соціальні інновації як фактор розвитку економіки : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. «Економічні та соціальні інновації як фактор розвитку економіки» (4–5 квіт. 2014 р.) : у 4 ч. – Ч. 2. – К. : ГО «Київ. економ. наук. центр», 2014. – С. 80–82.

156. Собко О. М. Вектори забезпечення інтелектуалізації праці на підприємстві: європейський досвід і вітчизняні перспективи / О. М. Собко // Інноваційний потенціал світової науки – XXI сторіччя : матеріали XXVI Міжнар. наук.-практ. конф. (7–11 квіт. 2014 р.). – Запоріжжя : Nauka.zinet.info, 2014. – С. 33–36.

157. Собко О. М. Перспективи розвитку інноваційного капіталу підприємства / О. М. Собко // Проблеми сучасної економіки : зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. (11–12 квіт. 2014 р.). – Ч. 2. – Донецьк : ГО «СІЕУ», 2014. – С. 104–107.



158. Собко О. М. Удосконалення методики «Balanced Scorecard» в напрямі оцінки інформаційного капіталу підприємства / О. М. Собко // Формування та ефективність використання фінансових ресурсів в економічній діяльності : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (11–12 квіт. 2014 р.). – Чернігів : Вид. дім «Гельветика», 2014. – С. 53–56.

159. Собко О. М. Гностично-еволюційна структуризація теорії капіталу / О. М. Собко // Транснаціоналізація економічних систем: тенденції та перспективи розвитку: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (18 квіт. 2014 р.). – Миколаїв : Вид. дім «Гельветика», 2014. – С. 8–10.

160. Собко О. М. Інноваційний інтелектуальний капітал як основа креації вартості сучасних підприємств / О. М. Собко // Сучасні тенденції в економіці та управління : матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. (13–14 листоп. 2015 р.) : у 3 ч. – Ч. 3. – Запоріжжя : ГО «СІЕУ», 2015. – С. 124–127.

161. Собко О. М. Ринковий інтелектуальний капітал у креації вартості сучасних підприємств / О. М. Собко // Наука як рушійна антикризова сила : зб. наук. пр. «Велес» : за матеріалами ІІ Міжнар. наук.-практ. конф. (16 листоп. 2015 р.). – К. : Центр наук. публікацій, 2015. – С. 61–64.

162. Собко О. М. Розвиток інноваційної інфраструктури як основа формування інноваційного інтелектуального капіталу вітчизняних підприємств / О. М. Собко // Інноваційна інфраструктура України: стан та аналіз умов розвитку : зб. тез наук. робіт уч. Міжнар. наук.-практ. конф. (20–21 листоп. 2015 р.). – Одеса : ЦЕДР, 2015. – С. 54–56.

163. Собко О. М. Портфоліо компетенцій як новітній інструмент забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних молокопереробних підприємств [Електронний ресурс] / О. М. Собко // Детермінанти сталого розвитку організацій в умовах глобалізації : матеріали ІІ Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (25–27 листоп. 2015 р.). – Дніпропетровськ, 2015. –

С. 187–190. – Режим доступу : <http://ep.nmu.org.ua/en/science/determin%20%202015.pdf>.

164. Собко О. М. Посилення креаційного потенціалу інноваційного інтелектуального капіталу молокопереробних підприємств на основі імплементації міжнародних систем управління якістю / О. М. Собко // Економічні та інноваційні процеси: стан, перспективи та розвиток : матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (6–7 трав. 2016 р.). – Ужгород : Вид. дім «Гельветика», 2016. – С. 76–78.

165. Собко О. М. Індивідуальний інтелектуальний капітал як каталізатор процесів інтелектуалізації праці в секторі молочної індустрії Тернопільщини / О. М. Собко // Управлінські науки в сучасному світі : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (21–22 листоп. 2016 р.). – К. : КНЛУ, 2016. – С. 138–141.

166. Собко О. М. Вектори формування вартісних конкурентних переваг у секторі молочної індустрії Тернопільщини / О. М. Собко // Перспективи економічного зростання та інноваційного розвитку України : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (9–10 груд. 2016 р.). – Ужгород : Вид. дім «Гельветика», 2016. – С. 89–91.

167. Собко О. М. Креація вартості інтелектуального капіталу підприємства як сфера формування конкурентних переваг / О. М. Собко // Український журнал прикладної економіки. – 2016. – № 4, т. 1. – С. 120–128.

168. Собко О. М. Розвиток інформаційного інтелектуального капіталу та цифризація економічних процесів на мікрорівні / О. М. Собко // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – Вип. 5. – С. 16–21.

169. Сопко В. В. Бухгалтерський облік капіталу підприємства (власності, пасивів) : навч. посіб. / В. В. Сопко. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 312 с.

170. Социально-экономические проблемы информационного общества : моногр. / под ред. д. э. н. Л. Г. Мельника, к. э. н. М. В. Брюханова. – Сумы : Университетская книга. – 895 с.

171. Стан розвитку науки і техніки, результати наукової, науково-технічної, інноваційної діяльності, трансферу технологій за 2014 р. : аналіт. зап. [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>.

172. Статистичний щорічник України за 2010 р. [Електронний ресурс] / за ред. О. Г. Осауленка. – К. : ТОВ «Август Трейд», 2011. – 560 с. – Режим доступу : [http://ecopravo.org.ua/stat/yearbook\\_2010\\_ua.pdf](http://ecopravo.org.ua/stat/yearbook_2010_ua.pdf).

173. Статистичний щорічник України за 2012 р. [Електронний ресурс] / за ред. О. Г. Осауленка. – К. : Держ. служба стат. України, 2013. – 552 с. – Режим доступу : <http://library.oneu.edu.ua/files/StatSchorichnyk%20Ukraine%202012.pdf>.

174. Статистичний щорічник України за 2013 р. [Електронний ресурс] / за ред. О. Г. Осауленка. – К. : Держ. служба стат. України, 2014. – 552 с. – Режим доступу : <http://library.oneu.edu.ua/files/StatSchorichnyk%20Ukraine%202013.pdf>.

175. Статистичний щорічник України за 2014 р. [Електронний ресурс] / за ред. І. М. Жук. – К. : Держ. служба стат. України, 2015. – 586 с. – Режим доступу : [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ1\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm).

176. Статистичний щорічник України за 2015 р. [Електронний ресурс] / за ред. І. М. Жук. – К. : Держ. служба стат. України, 2015. – 586 с. – Режим доступу : [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ1\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm).
177. Стежко Н. Роль соціального капіталу у забезпеченні економічного розвитку / Н. Стежко // Схід. – 2010. – № 1 (101). – С. 47–51.
178. Стоимость капитала WACC: примеры и формула расчёта. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://afdanalyse.ru/publ/finansovuj\\_analiz/1/wacc/15-1-0-72](http://afdanalyse.ru/publ/finansovuj_analiz/1/wacc/15-1-0-72).
179. Стюарт Т. Богатство от ума / Т. Стюарт. – Минск : Парадокс, 1998. – 345 с. – (Серия : Деловой бестселлер).
180. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т. Стюарт. – М. : Поколение, 2007. – 366 с.
181. Сучасний тлумачний словник української мови / за ред. д. філ. н., проф. В. В. Дубічинського. – [2-ге вид.]. – Х. : ВД «ШКОЛА», 2006. – 1008 с.
182. 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/>.
183. Тейлор Ф. Принципы научного менеджмента / Фредерик Уинслоу Тейлор. – К. : Контроинг, 1991. – 104 с. – (Серия : Классики менеджмента).
184. Теоретико-методологічні основи регулювання економічних процесів: від кризи до сталого розвитку / за заг. ред. О. В. Кендюхова. – К. : Центр навч. літ-ри, 2015. – 217 с.
185. Терещенко О. О. Фінансова санація і банкрутство підприємств: навч. посіб. / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 412 с.

186. Терещенко О. О. Управління вартістю підприємства в системі контролінгу / О. О. Терещенко, С. В. Приймак // Ринок цінних паперів. – 2007. – № 3. – С. 53–60.
187. Терещенко О. О. Управління вартістю підприємства в системі фінансового менеджменту / О. О. Терещенко, М. В. Стецько // Фінанси України. – 2009. – № 3. – С. 91–99.
188. Тюрго А. Р. Ж. Избранные экономические произведения / Анн Робер Жак Тюрбо. – М. : Изд-во соц.-экон. лит-ры, 1961. – 198 с.
189. Україна у вимірі економіки знань / за ред. акад. НАН України В. М. Гейця ; Ін-т екон. та прогнозування НАН України. – К. : Основа, 2006. – 588 с.
190. Українці втратили цікавість до читання книжок [Електронний ресурс] // Освітній портал «Педпреса». – 2012. – 30 березня. – Режим доступу : <http://pedpresa.com/blog/ukrajintsi-vtratyly-tsikavist-do-chytannya-knyzhok.html>.
191. Уманців Г. Проблеми ідентифікації, оцінки та обліку інтелектуального капіталу підприємства / Г. Уманців // Інтелектуальна власність. – 2007. – № 3. – С. 29–33.
192. Управління інтелектуальною власністю як складова бюджетування на рівні держави, регіонів і суб'єктів господарювання : моногр. / за ред. д. е. н., проф. А. В. Череп ; Держ. вищ. навч. заклад «Запорізький нац. ун-т». – Запоріжжя: ЗНУ, 2012. – 276 с.
193. Управління розвитком інфраструктури транскордонних територій / за ред. д. е. н., проф., акад. АН Вищої школи України І. Р. Михасюка. – Львів : НВФ «Українські технології, 2010. – 264 с.
194. УСЕ: Універсальний словник-енциклопедія / голова ред. ради М. В. Попович. – К. : Ірина, 1999. – 1551 с.

195. Фитц-енц Дж. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала / Я. Фитц-енц ; под ред. В. И. Ярных. – М. : Вершина, 2006. – 319 с. – (Серия : Актуальность. Компетентность. Достоверность).

196. Фінансова криза 2007–2008 рр. займає четверте місце серед глобальних криз [Електронний ресурс] // РБК Україна. – 2010. – 14 груд. – 08<sup>15</sup>. – Режим доступу : <http://www.rbc.ua/ukr/finance/show/finansovyyu-krizis-2007-2008-gg-zanimaet-chetvertoe-mesto-sredi-14122010081500>.

197. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма. – М. : АСТ ; Ермак, 2006. – 730 с.

198. Фурье Ш. Избранные сочинения / Ш. Фурье // 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.

199. Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты: манифест современной институциональной экономической теории / Дж. Ходжсон ; науч. ред. пер. В. И. Маевский. – М. : Акад. народн. хозяйства при Правительстве РФ ; Дело, 2003. – 464 с. – (Серия : Современная институционально-экономическая теория).

200. Холодная М. А. Психология интеллекта: парадоксы исследования [Електронний ресурс] / М. А. Холодная. – [2-е изд., доп. и перераб.]. – СПб. : Питер, 2002. – 272 с. – (Серия : Мастера технологии). – Режим доступу : <http://metodist.lbz.ru/lections/2/files/pintel.pdf>.

201. Череп А. В. Методичні підходи до оцінки інтелектуальної власності промислових підприємств: монографія / А. В. Череп, В. В. Ярмош ; Держ. ВНЗ «Запорізький нац. ун-т». – Запоріжжя : ЗНУ, 2013. – 255 с.

202. Череп А. В. Проблеми методичних підходів до оцінки об'єктів інтелектуальної власності / А. В. Череп, С. Г. Куркула // Методичні підходи до управління проектами в умовах глобалізаційних викликів : моногр. / за ред. А. В. Череп. – Запоріжжя : Запорізький нац. ун-т, 2013. – С. 93–103.

203. Череп А. В. Теоретико-методичні та прикладні засади управління об'єктами інтелектуальної власності промислових підприємств : моногр. / А. В. Череп, А. П. Пухальська. – Запоріжжя : Запорізький нац. ун-т, 2014. – 328 с.

204. Черненко С. М. Корпоративний сектор: сучасний стан та проблеми становлення [Електронний ресурс] / С. М. Черненко // Ефективна економіка. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=683>.

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

206. Чухно А. А. Твори: [у 3 т.]. - К. : НАН України ; Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка ; Н.-д. фін. ін-т при Мін-ві фін. України, 2006. – Т. 2 : Інформаційна постіндустріальна економіка: теорія і практика. – 512 с.

207. Шкроміда В. В. Ділова репутація підприємства: проблеми оцінки та необхідність обліку [Електронний ресурс] / В. В. Шкроміда. – 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>.

208. Шпак Н. О. Економічна стабільність суб'єктів господарювання в умовах хаотичного розвитку національної економіки : моногр. / Н. О. Шпак, О. В. Пирог, М. І. Романишин. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. – 285 с.
209. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер ; предисл. В. С. Автономова. – М. : Эксмо, 2008. – 864 с.
210. 15 найбільших світових виробників молочної продукції. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agronews.ua/node/24090>.
211. A Brief History of The ICM Movement [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sveiby.com/articles/icmmovement.htm>.
212. Aaker D. A. Strategic Market Management / D. A. Aaker. – [3 ed.]. – New-York : John Wiley&Sons, Inc., 1992. – 394 p.
213. Adamiec M. Zarządzanie zasobami ludzkimi: aktor–kreator–inspirator / M. Adamiec, B. Kożusznik. – Kraków : Acade, 2000. – 294 s. – (Seria : Akademia Biznesu).
214. Alajoutsijärvi K. Competence-Based Business Process within Industrial Networks. A Theoretical and Empirical Analysis / K. Alajoutsijärvi, H. Tikkanen // Advance in Business Marketing and Purchasing. – 2000. – Vol. 9. – P. 1–49.
215. Alireza M. S. A study of relations between intellectual capital components, market value and finance performance / M. S. Alireza, G. Mahnoosh // Journal of Business Management. – 2012. – Vol. 6 (4). – 1 February. – P. 1396–1403.
216. Ansoff I. Corporate Strategy / I. Ansoff. – New-York : McGraw Hill, 1965. – 241 p.
217. Antczak Z. Kapitał intelektualny przedsiębiorstwa: wybrane zagadnienia praktyki i teorii zarządzanie funkcją personalną w świetle



badań / Z. Antczak. – Warszawa, Kluczbork : Drukarnia Antykwa, 2004. – 256 s.

218. Aras G. The Interaction Between Corporate Social Responsibility and Value Added Intellectual Capital: Empirical Evidence from Turkey / G. Aras, A. Aybars, O. Kutlu // *Social Responsibility Journal*. – 2011. – Vol. 7 (4). – P. 622–637.

219. Armstrong M. Zarządzanie zasobami ludzkimi / M. Armstrong. – [Wydanie 2]. – Kraków : Oficyna Ekonomiczna, Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych, 2011. – 782 s. – (Seria : Zarządzanie zasobami ludzkimi).

220. Armstrong M. Personnel Management Practice / M. Armstrong. – [6 ed.]. – London : Kogan Page, 1996. – 959 p.

221. Armstrong M. Zarządzanie zasobami ludzkimi / M. Armstrong. – Kraków : Dom Wydawniczy ABC, 2000. – 784 s.

222. Armstrong M. Zarządzanie zasobami ludzkimi. Strategia i działanie / M. Armstrong ; przełożyła M. Loska. – Kraków : Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, 1996. – 280 s.

223. Asadi L. Investigating the Effect of Intellectual Capital on the Value Creation of Companies Listed in Tehran Stock Exchange / L. Asadi // *Science Road Publishing Corporation, Trends in Social Science*. – 2012. – № 2 (1). – P. 2–12.

224. Barkauscas V. Goodwill as Element of Intellectual Capital / V. Barkauscas, E. Jasinskas, Kh. Barkauskiene // *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. – 2013. – Вип. 1, т. 1. – С. 210–214.

225. Baruk J. Zarządzanie wiedzą i innowacjami / J. Baruk. – Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, 2006. – 408 s.

226. Becker G. S. Human Capital: a Theoretical and Empirical Analysis With Special Reference to Education / G. S. Becker. – [Third Edition]. – London, Chicago : The University of Chicago Press, 1993. – 390 p. – (Winner of the Nobel Prize in Economics).
227. Becker G. S. Investment in Human Capital: a Theoretical Analysis / G. S. Becker // Journal of Political Economy. – 1962. – P. 9–49.
228. Berle A. A. The Modern Corporation & Private Property / A. August Berle, Gardiner Coit Mean ; with new instruction by Murrau Weidenbaum, Mark Jensen. – New Brunswick – London : Transaction Publisher, 1991. – 426 p.
229. Best Global Brands 2011 [Електронний ресурс] / The Ranking of the Top 100 Brands. – Режим доступу : <http://www.interbrand.com/de/best-global-brands/previous-years/best-global-brands-2011.aspx>.
230. Best Global Brands 2012 [Електронний ресурс] / The Ranking of the Top 100 Brands. – Режим доступу : <http://www.interbrand.com/de/best-global-brands/2012/Best-Global-Brands-2012-Brand-View.aspx#>.
231. Bielg A. Rola własności intelektualnej w gospodarce: teoria i praktyka / A. Bielg. – [Wydanie 1]. – Warszawa : Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, 2014. – 364 s.
232. Björn A. Foreign Direct Investment in Industrial Research and Development: a Study of German MNCs / A. Björn // Research Policy. – 2005. – Vol. 34, № 4. – P. 395–410.
233. Blaug M. Teoria ekonomii: ujęcie retrospektywne / M. Blaug. – [5 wydanie]. – Warszawa : Wydawnictwo naukowe PWN, 2000. – 767 s.
234. Blaug M. G. Metodologia ekonomii / M. G. Blaug. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 1995. – 398 s.
235. Bocheński J. M. Współczesne metody myślenia / J. M. Bocheński. – Poznań : W drodze, 1992. – 158 s.

236. Bombiak E. Wycena kapitału intelektualnego Wawel SA – studium przypadku / E. Bombiak // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach. – 2012. – № 95. – S. 229–244. – (Seria : Administracja i Zarządzanie).

237. Boni M. Polska 2030 – Trzecia fala nowoczesności [Електронний ресурс] / M. Boni // Edukacja, nauka i rynek pracy : Presa Rady Ministrów. – 2011. – 28 marca. – Режим доступа : [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).

238. Bontis N. Assessing Knowledge Assets: a Review of the Models Used to Measure Intellectual Capital / N. Bontis // International Journal of Management Reviews. – 2001. – Vol. 3, № 1. – P. 41–60.

239. Bontis N. Intellectual Capital: an Exploratory Study that Develops Measures and Models / N. Bontis // Management Decision. – 1998. – Vol. 36, № 2. – P. 63–76.

240. Branco M. Corporate Social Responsibility and Resource Based Perspectives / M. Branco, L. Rodrigues // Journal of Business Ethics. – 2006. – Vol. 69 (2). – P. 111–132.

241. Bratnicki M. Dylematy i pułapki współczesnego zarządzania / M. Bratnicki ; Polska Akademia Nauk Oddział w Katowicach. – Katowice : Wydawnictwo Gnome, 2001. – 214 s.

242. Bratnicki M. Kompetencje przedsiębiorstwa: od określenia kompetencji do zbudowania strategii / M. Bratnicki. – Warszawa : Agencja Wydawnicza Placet, 2000. – 156 s. – (Seria : Biblioteka biznesmena).

243. Bratnicki M. Transformacja przedsiębiorstwa / M. Bratnicki. – Katowice : Wydaw. Uczelniane Akademii Ekonomicznej w Katowicach im. Karola Adamięckiego, 1998. – 254 s.

244. Brennan N. Intellectual Capital: Current Issues and Policy Implications / N. Brennan, B. Connell // *Journal of Intellectual Capital*. – 2000. – Vol. 1, № 3. – P. 206–240.
245. Brilman J. Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania / J. Brilman. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2002. – 478 s.
246. Brooking A. Corporate Memory: Strategies for Knowledge Management / A. Brooking. – London – New-York : International Thomson Business Press, 1999. – 182 p.
247. Brooking A. Intellectual Capital. Core Asset for the Third Millennium Enterprise / A. Brooking. – London : International Thomson Business Press, 1997. – 204 p.
248. Brooking A. The Management of Intellectual Capital / A. Brooking // *Long Range Planning*. – 1997. – Vol. 30, № 3. – P. 64–365.
249. Budowa wartości przedsiębiorstwa poprzez internacjonalizację: wybrane aspekty : Publikacja Europejskiego kongresu Finansowego / praca zbiorowa pod redakcją H. Wirtha. – Gdańsk : Instytut badań na Gospodarka rynkowa, 2016. – 92 s.
250. Bukowitz W. R. The Knowledge Management Fieldbook / W. R. Bukowitz, R. L. Williams. – London : Financial Time : Prentice Hall, 2000. – 384 p.
251. Business Finance, Stock Market, Quotes, News [Електронний ресурс] / Balance Sheet. – Режим доступу : <http://finanse.yahoo.com>.
252. Cameron R. Historia gospodarcza świata. Od paleolitu do czasów najnowszych / R. Cameron. – Warszawa : Książka i Wiedza, 2004. – 488 s.
253. Castillo-Polo F. Social information within intellectual capital report / F. Castillo-Polo, D. Gallardo-Vázquez // *Journal of International Management*. – 2008. – Vol. 14 (4). – P. 353–363.

254. Chaffey D. Business Information Management [Электронный ресурс] / D. Chaffey, G. White. – [2 ed.]. – London – New-York : Prentice Hall, 2011.. – Режим доступа : [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).

255. Chen J. Measuring Intellectual Capital a new Model and empirical study / J. Chen, Z. Zhu, H. Y. Xie // Journal of Intellectual Capital. – 2004. – Vol. 5, № 1. – P. 195–212.

256. Chen M. Ch. An Empirical Investigation of the Relationship Between Intellectual Capital and Firms Market Value and Financial Performance [Электронный ресурс] / M. Ch. Chen, S. Ju Cheng. // Journal of Intellectual Capital, 2005. – № 6 (2). – P. 159–176. – Режим доступа : <http://dx.doi.org/10.1108/14691930510592771>.

257. Chung K. H. A Simple Approximation of Tobin's-q [Электронный ресурс] / K. H. Chung, S. W. Pruitt // Financial Management. – 1994. – Vol. 23, № 4. – P. 70–74. – Режим доступа : <http://www.acsu.buffalo.edu/~keechung/A%20Simple%20Approximation%20of%20Tobin%27s%20q.pdf>.

258. Ciesielska D. Wpływ offshoringu na rozwój przedsiębiorstwa w świetle koncepcji zarządzania wartością firmy. [Электронный ресурс] / D. Ciesielska. – Режим доступа : [http://www.e-finanse.com/artykuly\\_eng/105.pdf](http://www.e-finanse.com/artykuly_eng/105.pdf).

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

260. Claver-Cortés E. Intellectual and environmental capital / E. Claver-Cortés, M. Dolores López-Gamero, J. F. Molina-Azorín, P. D. Zaragoza-Sáez // Journal of Intellectual Capital. – 2007. – № 8. – P. 171–182.

261. CNN: Wartość rynkowa Apple przekroczyła poziom PKB Polski [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://myapple.pl/content/2852-cnn-wartosc-rynkowa-apple-przekroczyła-poziom-pkb-polski.html>.
262. Copeland T. Wycena: mierzenie i kształtowanie wartości firm / T. Copeland, T. Koller, J. Murrin. – Warszawa : WIG-Press, 1997. – 516 s.
263. Creative Actions in Organizations: Ivory Tower Visions and Real World Voices / red. C. M. Ford, D. Gioia. – London : Sage Publications, 1995. – 424 p.
264. Czekaj J. Metodyczne aspekty analizy kapitału intelektualnego organizacji / J. Czekaj, M. Jabłoński // Przegląd Organizacji. – 2004. – № 10. – S. 11–14.
265. Cravens K. The Reputation Index ; Measuring and Managing Corporate Reputation / K. Cravens, Goad E. Oliver, S. Romamoorti // European Management Journal. – 2003. – Vol. 21, № 2. – P. 201–212.
266. Cyfryzacja Gospodarki i Społeczeństwa. Szanse i wyzwania dla sektorów infrastrukturalnych : Publikacja Europejskiego Kongresu Finansowego / pod red. naukową J. Gajewskiego, W. Paprockiego, J. Pieriegut. – Gdańsk, 2016. – 208 s.
267. Daryae A. Intellectual Capital, Corporate Value and Corporate Governance (Evidence From Tehran Stock Exchange) / A. Daryae, A. Pakdel, K. Easapour, Malek Mohamadi Khalafu // Australian Journal of Basic and Applied Sciences. – 2011. – № 5 (12). – P. 821–826.
268. Davenport T. Human Capital: What It Is and Why People Invest It / T. Davenport. – San Francisco : Jossey-Bass Publishers, 1999 . – 251 p.
269. Davenport T. Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know [Електронний ресурс] / T. H. Davenport, L. Prusak. – Boston : Harvard Business School Press, 2000. – 15 p. – 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).

270. Denison E. The Sources of Economic Growth in the United States and the Alternatives before us / E. F. Denison. – New-York : Committee for Economic Development, 1962. – 297 p.

271. 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).

272. Dobija D. Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa / D. Dobija. – Warszawa : Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, 2004. – 246 s.

273. Domański S. R. Kapitał ludzki i wzrost gospodarczy / S. R. Domański. – Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1993. – 272 s.

274. Doyle P. Marketing wartości / P. Doyle ; red. nauk. wyd. pol. J. Altkorn. – Warszawa : Felberg SJA, 2003. – 420 s.

275. Doyle P. Value-based Marketing: Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value / P. Doyle. – [2 Ed.]. – Hardcover : John Wiley & Sons, 2008. – 382 p.

276. Drucker P. F. Praktyka zarządzanie / P. F. Drucker. – Warszawa : Wydawnictwo MT Biznes Sp. z o. o., 2011. – 590 s. – (Najsłynniejsza książka świata na temat zarządzania).

277. Druker P. F. Concept of the Corporation. With a new instruction by the authors / P. F. Druker. – Transaction Publishers. – 329 p. – (Reprint Edition, January 1, 1993).

278. Druker P. F. Innowacja i przedsiębiorczość: praktyka i zasady / P. F. Drucker. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1992. – 285 s.

279. Druker P. F. Społeczeństwo pokapitalistyczne / P. F. Druker. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 1999. – 180 s. – (Seria : Przedsiębiorczość).

280. Dudycz T. Finansowe narzędzia zarządzanie wartością przedsiębiorstwa : monografie / T. Dudycz . – [Wydanie 2]. – Wrocław : Wydawnictwo AE, 2002. – 317 s. – (Seria : Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu).

281. Dudycz T. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa / T. Dudycz. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2005. – 273 s.

282. Duening N. T. Technology Entrepreneurship: Creating, Capturing, and Protecting Value / T. N. Duening, R. A. Lisrich, M. A. Lechter. – Amsterdam : Published by Elsevier Inc., 2010. – 562 p.

283. Dyrektywy Europejskie [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://isap.sejm.gov.pl/RelatedServlet;jsessionid=1F445A6BC57BD8C625FDAD6A5CA0A374?id=WDU20050960819&type=15&isNew=true>

284. Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006–2012: Informacje i opracowania statystyczne [Електронний ресурс] / M. Orczykowska, J. Piotrowska, M. Wegner, M. Zelińska : Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Szczecinie. – Warszawa, 2010. – Режим доступу : [http://www.stat.gov.pl/gus/nauka\\_technika\\_PLK\\_HTML.htm](http://www.stat.gov.pl/gus/nauka_technika_PLK_HTML.htm).

285. Dzinkowski R. The Measurement and Management of Intellectual Capital [Електронний ресурс] / R. Dzinkowski. – Режим доступу : [http://ciberconta.unizar.es/ftp/pub/docs/IntellCapital\\_IFAC.pdf](http://ciberconta.unizar.es/ftp/pub/docs/IntellCapital_IFAC.pdf).

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

287. Edvinsson L. Developing a Model for Managing Intellectual Capital / L. Edvinsson, P. Sullivan // European Management Journal. – 1996. – Vol.14, № 4. – P. 356–364.



288. Edvinsson L. Developing Intellectual Capital at Skandia / L. Edvinsson // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30, № 3. – P. 320–373.
289. Edvinsson L. Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower / L. Edvinsson, M. Malone. – New-York : Harper Business, 1997. – 225 p.
290. Edvinsson L. Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa odnajdując jego ukryte korzenie / L. Edvinsson, M. Malone. – Warszawa : Wydawnictwo naukowe PWN. – 2001. – 150 s. – (Seria : Przedsiębiorczość).
291. Edvinsson L. Some perspectives on intangibles and intellectual capital 2000 / L. Edvinsson // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1, № 1. – P. 12–16.
292. Elliot S. American Productivity & Quality Center conference attendees discover the value and enablers of a successful KM program / S. Elliot // Knowledge Management in Practice. – 1996. – № 5. – P. 1–8.
293. Evans Ch. Zarządzanie wiedzą / Ch. Evans. – Warszawa : PWE, 2005. – 266 s. – (Tytuł oryginału : Managing for Knowledge: HR's strategic role).
294. European Commission. Agriculture and Rural Development. Milk and milks product [Електронний ресурс]. – Режим dostępu : [http://ec.europa.eu/agriculture/milk/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/milk/index_en.htm).
295. European Financial Congress. Sopot 13–15.06.2016 r. – Gdańsk : Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, 2016. – 123 p.
296. Fazlagić A. Studium porównawcze wybranych metod pomiaru kapitału intelektualnego / A. Fazlagić // Organizacja i Kierowanie. – 2004. – № 4. – S. 68–89.
297. Feiwel G. R. Intellectual Capital of Michael Kalecki: a Study In Economic Theory and Polisy / George R. Feiwel. – Knoxville : The University of Tennessee Press, 1997. – 583 p.

298. Filipowicz G. Zarządzanie kompetencjami zawodowymi / G. Filipowicz. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2004. – 219 s.
299. Filipowicz G. Zarządzanie kompetencjami: perspektywa firmowa i osobista / G. Filipowicz. – Warszawa : Wolters Kluwer, 2014. – 402 s.
300. Fisher I. The Nature of Capital and Income / I. Fisher. – New York : Augustus M. Kelly Publisher, 1906. – (Reprinted, 1965 / Reprints of Economics Classics).
301. Fitz-Enz J. Rentowność inwestycji w kapitał ludzki / J. Fitz-Enz. – Kraków : Dom Wydawniczy ABC, 2001. – 287 s. – (Oficyna Ekonomiczna).
302. Florczak W. Mikro- i makroekonomiczne korzyści związane z kapitałem ludzkim / W. Florczak // Ekonomista. – 2007. – № 5. – S. 651–673.
303. Freeman R. E. Stakeholder Theory of the Modern Corporation [Електронний ресурс] / R. Edward Freeman. – Режим доступу : <http://academic.udayton.edu/lawrenceulrich/Stakeholder%20Theory.pdf>.
304. Freeman R. E. Strategic Management. A Stakeholders Approach / R. E. Freeman. – Boston : Pitman, 1984. – 276 p. – (Pitman Series in Business and Public Policy).
305. Fukuyama F. Wielki Wstrząs: natura ludzka a odbudowa porządku społecznego / F. Fukuyama. – Warszawa : Bertelsmann Media, 2000. – 320 s.
306. Gableta M. Człowiek i praca w zmieniającym się przedsiębiorstwie / M. Gableta. – Wrocław : Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, 2003. – 229 s.
307. Galbraith J. K. Ekonomia w perspektywie: krytyka historyczna / J. K. Galbraith. – [Wydanie 2]. – Warszawa : Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, 2011. – 279 s.
308. Gereffi G. The Offshore Services Value Chain: Developing Countries and Crisis [Електронний ресурс] / G. Gereffi, K. Fernandez-Stark //

World Bank Policy Research Working Paper. – 2010. – Nr. 5262. – 31 p. –  
Режим доступа : <http://elibrary.worldbank.org/doi/pdf/10.1596/1813-9450-5262>.

309. Griliches Z. Patent Statistics as Economic Indicators // Journal of Economic Literature: A Survey [Электронный ресурс] / Z. Griliches. // R & D and Productivity: the Econometric Evidence. University of Chicago Press. – 1998. – January. – P. 287–343 – Режим доступа : <http://www.nber.org/chapters/c8351.pdf>.

310. Global Powers of Consumer Products 2014. The connected consumer evolves [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [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).

311. Grossman M. On the Concept of Health Capital and Demand for Health [Электронный ресурс] / M. Grossman // The Journal of Political Economy. – 1972. – Vol. 80, № 2. – S. 223–255. – Режим доступа : <http://porter.ssc.upenn.edu/~hfang/teaching/socialinsurance/readings/Grossman%20283.1%29.pdf>.

312. Gu F. Intangible Assets: Measurement, Drivers, Usefulness [Электронный ресурс] / F. Gu, B. Lev. – Boston : Published by Boston University School of Management Accounting, 2003. – 52 p. – Режим доступа : [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).

313. Hall R. A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage / R. Hall // Strategic Management Journal. – 1993. – Vol. 14. – P. 608–618.

314. Hall R. The Strategies Analysis of Intangible Resources / R. Hall // Strategic Management Journal. – 1992. – Vol. 13, № 2. – P. 135–144.

315. Hamel G. The Core Competence of the Corporation / G. Hamel, C. K. Prahalad [Електронний ресурс] // Harvard Business Review. – 1990. – Vol. 68, is. 3. – P. 79–91. – Reprint 90311. – On point 6528. – Режим доступу : <http://www.profrandes.com.br/wp-content/uploads/2013/03/Core-Competence-of-the-Corporation.pdf>.

316. Hellander N. A Value-Creating Network Analysis from Software Business / N. Hellander, M. Kukko. // International Journal of Management and Marketing. – 2009. – Vol. 2, № 1. – P. 73–88.

317. Hamel G. Competing for the Future / G. Hamel, C. K. Prahalad. – Boston : Harvard Business Scholl Press, 1996. – 358 p. – (Worldwide Bestseller).

318. 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%20ze%20sztywnym%20dachem%20firmy%20Heuliez%20\\_%20Business%20Wire.htm#.VdeWxW6rddg](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%20ze%20sztywnym%20dachem%20firmy%20Heuliez%20_%20Business%20Wire.htm#.VdeWxW6rddg).

319. Hilco Streambank wystawia na sprzedaż portfel własności intelektualnej i usługi techniczne dla kabrioletów ze sztywnym dachem firmy Heuliez [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.businesswire.com/news/home/20120214005793/pl/#VcNIGH2rddg>.

320. Hillman A. Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom Line? / A. J. Hillman, G. Keim // Strategic Management Journal. – 2001. – Vol. 22 (2). – P. 125–139.

321. Hiroyuki I. Mobilizing Invisible Assets [Электронный ресурс] / H. Itami, T. W. Roehl. – Cambridge, Massachusetts – London : Harvard University Press, 1987. – 2011 p. – Режим доступа : <http://203.128.31.71/articles/067457771X%20Mobilizing%20Invisible%20Assets1.pdf>.

322. Housel T. Knowledge Valuation Analysis. Applications for Organizational Intellectual Capital / T. J. Housel, S. K. Nelson // Journal of Intellectual Capital. – 2005. – Vol. 6, № 4. – P. 544–557.

323. How we Rank the World's Most Innovative Growth Companies 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.forbes.com/sites/innovatorsdna/2015/05/13/how-we-rank-the-worlds-most-innovative-growth-companies-2014/>; <http://fortune.com/worlds-most-admired-companies/>; [http://www.pwc.pl/pl\\_PL/pl/publikacje/assets/ncbr-pwc-oplacialnosc-inwestycji.pdf](http://www.pwc.pl/pl_PL/pl/publikacje/assets/ncbr-pwc-oplacialnosc-inwestycji.pdf).

324. Hudson W. J. Intellectual Capital: how to build it, enhance it, use it / W. J. Hudson. – Toronto : John Wiley&Sons Ins., 1993. – 256 p.

325. Hull C. H. Petti's Place in the History of Economics Theory / C. H. Hull // The Quarterly Journal of Economics. – 1900. – Vol. 14, № 3. – P. 307–340.

326. Hurley P. M. Creating, Measuring and Unlocking Enterprise Value in a Wealth Manager [Электронный ресурс] / M. P. Hurley, B. J. Robins, Y. N. Kanner, S. E. Cortez, S. Sippy, J. Yu. – Fiduciary Network, LLC, 2010. – Режим доступа : [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).

327. Innovation Union Competitiveness Report – 2011 [Электронный ресурс]. – Luxembourg, 2011. – Режим доступа : <https://www.google.pl/webhp?hl=pl&tab=Tw#hl=pl&q=innovation+union+competitiveness+report+2011+edition>.

328. Instrumentarium zarządzania zasobami ludzkimi / Praca zbiorowa pod red. Kazimierza Makowskiego. – Warszawa : SGH, 2002. – 545 s.

329. International Financial Reporting Standard 3. Business Combinations [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupu : [http://ec.europa.eu/internal\\_market/accounting/docs/consolidated/ifrs3\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/accounting/docs/consolidated/ifrs3_en.pdf).
330. International Group Kontekst HR. Badania ankietowe [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupu : <http://konteksthr.pl/uslugi/badania/badania-ankietowe/>.
331. International Group Kontekst HR. Pomiar luki kompetencyjnej [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupu <http://konteksthr.pl/uslugi/badania/pomiar-luki-kompetencyjnej/>.
332. Jabłoński A. Cykl życia wartości przedsiębiorstw wobec kondycji modelu biznesu / Adam Jabłoński, Marek Jabłoński // Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie. – 2013. – № 4. – S. 57–63.
333. Jabłoński A. Migracja interesariuszy a wartość przedsiębiorstwa / A. Jabłoński // Problemy jakości. – 2011. – № 1. – S. 7–10.
334. Jabłoński M. Zarządzanie wartością przedsiębiorstw o orientacji jakościowej a kapitał intelektualny / M. Jabłoński. – Sosnowiec : Oficyna Wydawnicza Humanista, 2009. – 243 s.
335. Jaki A. Wycena i kształtowanie wartości przedsiębiorstwa / A. Jaki. – [Wydanie IV poszerzone]. – Kraków : Oficyna a Wolters Kluwer business, 2008. – 199 s.
336. Jaki A. Wycena i kształtowanie wartości przedsiębiorstwa / A. Jaki. – Kraków : Wolters Kluwer, 2008. – 195 s.
337. Jarugowa A. Rachunkowość i zarządzanie kapitałem intelektualnym. Koncepcje i praktyka / A. Jarugowa, J. Fijałkowska. – Gdańsk : Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr, 2002. – 163 s.
338. Jashapara A. Zarządzanie wiedza: zintegrowane podejście / A. Jashapara ; tłumaczenie Jarosław Sawicki. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2006. – 396 s. – (Tytuł oryginału : Knowledge Managment: an integrated approach).

339. Jasiński A. Aktywność patentowa a nakłady na B + R: czy w polskiej gospodarce sprzedaje się model Grilichesa / A. Jasiński // Optimum Studia Ekonomiczne. – 2011. – Nr 2 (50). – S. 3–15.
340. Kapitał intelektualny. Akademia Balanced Scorecard [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bsc.edu.pl/>.
341. Kaplan R. Strategiczna karta wyników. Balanced Scorecard / R. S. Kaplan, D. P. Norton ; tłumaczenie mgr. Regina Jańska. – Warszawa : CJM, 2001. – 369 s.
342. Kaplan R. S. Strategiczna karta wyników. Jak przełożyć strategię na działanie / R. S. Kaplan, D. P. Norton ; opracowanie wersji polskiej Krzysztof Pniewski, Alicja Jaruga, Mariusz Polakowski. – [Wydanie drugie]. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006. – 273 s.
343. Kaplan R. S. The Balanced Scorecard – Measures then drive Performance [Електронний ресурс] / Robert S. Kaplan, David P. Norton // Harvard Business Review. – 1992. – Vol. 70, № 1. – January–February. – P. 71–79. – Режим доступу : [www.marketmatch.com/.../Balanced%20Sco](http://www.marketmatch.com/.../Balanced%20Sco).
344. Kasiewicz S. Kapitał intelektualny: spojrzenie z perspektywy interesariuszy / S. Kasiewicz, W. Rogowski, M. Kisińska. – Kraków : Oficyna Ekonomiczna, 2006. – 287 s.
345. Kay J. Podstawy sukcesy firmy / J. Kay. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo ekonomiczne, 1996. – 526 s.
346. Kendrick J. W. The Treatment of Intangible Resources as Capital / J. W. Kendrick // The Review of Income and Wealth. – 1972. – № 18. – P. 109–125.
347. Kluczowe kompetencje [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.governica.com/Kluczowe\\_kompetencje](http://www.governica.com/Kluczowe_kompetencje).
348. Knowledge Economy Index (KEI) 2012 Rankings [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.worldbank.org/kam](http://www.worldbank.org/kam).

349. Kołczyń-Krajewska D. Jakość żywności a rolnictwo ekologiczne / D. Kołczyń-Krajewska. – Kraków : PTTZ, 2002. – 54 s.
350. Kontes P. W. The CEO, Strategy, and Shareholder Value: Making the Choices that Maximize Company Performance / P. W. Kontes. – New Jersey : Wiley & Sons, 2011. – 254 p.
351. Kopaliński W. Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem / W. Kopaliński. – [Wyd. 22]. – Warszawa : Wiedza Powszechna, 1994. – 699 s.
352. Kotler Ph. Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie, kontrola / P. Kotler. – Warszawa : Gebethner & Ska, 1994. – 743 s.
353. Kozińska B. Kapitał intelektualny jako zasób majątkowy [Elektronnyj resurs] / B. Kozińska, A. Żabińska. – Reżim dostępu : <http://www.instytut.info/Vkonf/site/15.pdf> ; [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).
354. Latest Statistics. European Milk Market Observatory [Elektronnyj resurs]. – Reżim dostępu : [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)
355. Leśniewski M. A. Kapitał intelektualny w rozwoju organizacji. Wybrane aspekty teoretycznej analizy problemu / M. A. Leśniewski. // *Miscellanea Oeconomicae. Studia i Materiały*. – 2015. – № 2. – S. 83 – 98.
356. Lev B. Intangibles: Management, Measurement, and Reporting / B. Lev. – Washington : Brooking Institution Press, 2001. – 228 p.
357. Levy-Leboyer Cl. Kierowanie kompetencjami: bilans doświadczeń zawodowych / C. Levy-Leboyer. – Warszawa : Poltext, 1997. – 131 s.
358. Lewis A. M. Success, Failure and Organizational Competence: a Case Study of the New Product Development Process / M. A. Lewis // *Journal of Engineering and Technology Management*. – 2001. – Vol. 18, № 2. – P. 185–206.



359. Libertowska A. Kapitał społeczny w zarządzaniu wartością przedsiębiorstwa. Wybrane aspekty / A Libertowska // Economics and Management. – 2014. – № 2. – S. 85–96.

360. Lim L. L. K. Intellectual Capital: Management Attitudes in Service Industries / L. L. K. Lim, P. Dallimore // Journal of Intellectual Capital. – 2004. – Vol. 5, № 1. – P. 187–190.

361. Litschka M. Measuring and analysing intellectual assets: an integrative approach / M. Litschka, A. Markom, S. Schunder // Journal of Intellectual Capital. – 2006. – Vol. 7, № 2. – P. 160–173.

362. Louart P. Kierowanie personelem w przedsiębiorstwie / P. Louart. – Warszawa : Poltext, 1995. – 329 s.

363. Lovelace R. F. Stimulating creativity through managerial intervention / R. F. Lovelace // R & D Management. – 1986. – P. 161–174.

364. Løwendahl B. Strategic Management of Professional Service Firm / B. R. Løwendahl. – [3 ed.]. – Copenhagen : Business School Press, 2005. – 219 p.

365. 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.

366. Luthy D. H. Intellectual Capital and Its Measurement [Електронний ресурс] / David H. Luthy. – Режим доступу : [http://www.google.pl/#sclient=psy-ab&q=Luthy+D+H+Intellectual+capit&oq=Luthy+D+H+Intellectual+capit&gs\\_l=hp.3..33i21.1944.36528.0.38002.38.35.3.0.0.1.1451.8273.2j19j11j0j1j0j1.35.0...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..33i21.1944.36528.0.38002.38.35.3.0.0.1.1451.8273.2j19j11j0j1j0j1.35.0...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).

367. M'Pherson Ph. Accounting, empirical management and intellectual capital / P. M'Pherson, S. Pike // *Journal of Intellectual Capital*. – 2001. – Vol. 2, № 3. – P. 246–260.

368. Mały Rocznik Statystyczny Polski 2000–2015 [Електронний ресурс] / Główny Urząd Statystyczny Polski. – Warszawa : Zakład Wydawnictw Statystycznych. – Режим доступа : <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/roczniki-statystyczne/roczniki-statystyczne/maly-rocznik-statystyczny-polski-2015,1,16.html?pdf=1>.

369. Marcinkowska M. Kształtowanie wartości firmy / M. Marcinkowska. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – 210 s. – (Seria : Przedsiębiorczość).

370. Marshall A. Principles of Economics / A. Marshall [Reprinted 8-Edotion 1920 ; Eighth Edition]. – London : Macmillan & COLTD, 1964. – 731 p.

371. Marshall A. Zasady ekonomiki : [w 2 t. – T. 2] / A. Marshall. – Warszawa : Wydawnictwo M. Arcta, 1928. – 383 s. – (Z oryg. ang. Principles of Economics).

372. McElroy M. W. Social innovation capital [Електронний ресурс] / M. W. McElroy // *Journal of Intellectual Capital*. – 2002. – Vol. 30, № 1. – P. 30–39. – Режим доступа : <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm/journals.htm?issn=1469-1930&volume=3&issue=1&articleid=883948&show=pdf>.

373. McTaggart J. The Value Imperative: Managing for Superior Shareholder Returns / J. M. McTaggart, P. W. Kontes, M. C. Mankins. – New-York : The Free Press, 1994. – 367 p.

374. Measuring and Reporting Intellectual Capital [Електронний ресурс] / International Symposium, 9–11 June 1999. – Amsterdam, 1999. – Режим доступа : <http://www.oecd.org/industry/industryandglobalisation/measuringandreportingintellectualcapitalamsterdam9-11june1999.htm>.

375. Menger C. Zasady Ekonomii / C. Menger ; wstęp i przedmowa Friedrich A. Hayek, Mark Skousen. – Warszawa : Fijorr Publishing Company, 2013. – 340 s.

376. Michalski M. Zarządzanie przez wartość. Firma z perspektywy interesów właścicielskich / M. Michalski. – Warszawa : WIG-Press, 2001. – 192 s.

377. Mill J. S. Zasady ekonomii politycznej i niektóre jej zastosowania do filozofii społecznej : [w 2 t. – T. 1.] / J. S. Mill ; wstępem opatrzył Zdzisław Sadowski. – Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1965. – 672 s. – (Seria : Biblioteka Dzieł Ekonomii Politycznej. Szkoła klasyczna).

378. Mill J. S. Zasady ekonomii politycznej : [w 2 t. – T. 1] / J. S. Mill ; wstępem opatrzył Zdzisław Sadowski. – Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1956. – 676 s. (Seria : Dzieł Ekonomii Politycznej. Szkoła Klasyczna).

379. Mincer J. Human Capital Responses to Technological Change in the Labour Market [Електронний ресурс] / J. Mincer // Working Paper. – 1989. – № 3207. – Режим доступу : [http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PNABD357.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNABD357.pdf).

380. Mincer J. Investment in Human Capital and Personnel Income / J. A. Mincer // Journal of Political. – 1958. – Vol. 66, № 4. – P. 281–302.

381. Moczydłowska J. Zarządzanie kompetencjami zawodowymi a motywowanie pracowników / J. Moczydłowska. – Warszawa : Centrum Doradztwa i Informacji «Difin», 2008. – 292 s.

382. Mohsen I. The effects of Intellectual Capital on Cost of Finance and Firm Value / I. Mohsen, M Mahmoud, S. Nasim, Forough // International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences. – 2014. – Vol. 4, № 2. – P. 1–8.

383. Mroziwski M. Kapitał intelektualny współczesnego przedsiębiorstwa. Koncepcje, metody wartościowania i warunki jego rozwoju / M. Mroziwski. – Warszawa : Difin, 2008. – 142 s.
384. Mulfond C. W. Creative Cash Flow Reporting: Uncovering Sustainable Financial Performance / C W. Mulfond, E. E. Comiskey. – New Jersey : Wiley & Sons, 2005. – 441 p.
385. Mun T. Bogactwo Anglii w handlu zagranicznym / T. Mun // Merkantylizm i początki szkoły klasycznej: wybór pism ekonomicznych XVI i XVII wieku : koncepcje wyboru przygotował i wstępem opatrzył Edward Lipiński. – Kraków : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1958. – 802 s. – (Seria : Merkantylizm).
386. Myśli przewodnie Druckera / P. Druker. – Warszawa : MT Biznes, 2002. – 509 s.
387. Nahapiet J. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage / J. Nahapiet, S. Ghoshal // Academy of Management Review. – 1998. – Vol. 23, № 2. – P. 242–266.
388. Najdroższe marki świata [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.forbes.pl/najdrozsze-marki-swiata-top-10-najcenniejszych-marek-swiata,galeria,155662,1,1.html>.
389. Najdroższe marki świata 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.komputerswiat.pl/nowosci/wydarzenia/2012/20/najdrozsze-marki-swiata-2012---apple-znowu-na-szczycie.aspx>.
390. Najdroższe 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>.
391. Największe firmy świata 2012: Global 2000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.forbes.pl/rankingi/najwieksze-firmy-swiata-2012,26185,1>.

392. 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>.
393. Najcenniejsze marki świata 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.forbes.pl/najdrozsze-marki-swiata-2015-apple-dominuje,artykuly,194417,1,1.html>.
394. Nelson R. R. Investment in Human. Technological Diffusion and Economics Growth / R. R. Nelson, E. S. Phelps // The American Economic Review. – 1966. – No 1/2, vol. 56. – P. 69–75.
395. Nita B. Metody wyceny i kształtowania wartości przedsiębiorstwa / B. Nita. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2007. – 241 s.
396. Nonaka I. Kreowanie wiedzy w organizacji: jak spółki japońskie dynamizują procesy innowacyjne / I. Nonaka, H. Takeuchi. – Warszawa : Poltext, 2000. – 303 s. – (Seria : Euromanagement).
397. Nonaka I. The Knowledge Creating Company / I. Nonaka, H. Takeuchi. – New York : Oxford University Press, 1995. – 299 p. – (How Japanese Companies Create the Dynamic of Innovation).
398. Norton D. P. Mapy strategiczne w biznesie. Jak przełożyć wartości na mierzalne wyniki / D. P. Norton, R. S. Kaplan. – Gdańsk, 2011. – 493 s. – (Strategy Maps).
399. Nowa Encyklopedia Powszechna PWN / red. prowadzący Dariusz Kulisiewicz. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 1997. – T. 6 : S–Z. – 1100 s.
400. Offshoring and employment. Trends and impacts [Електронний ресурс]. – OECD, 2007. – 207 p. – Режим доступу : <http://www.oecd.org/industry/ind/38819650.pdf>.
401. Oleksyn T. Zarządzanie kompetencjami: teoria i praktyka / T. Oleksyn. – [Wydawnictwo 2 uzupełnione]. – Warszawa : Wolters Kluwer Polska, 2010. – 357 s.

402. Oliveira L. Intellectual Capital Reporting in Sustainability Reports / L. Oliveira, L. L. Rodrigues, R. Craig // *Journal of Intellectual Capital*. – 2010. – Vol. 11 (4). – P. 575–594.
403. Opłacalność inwestowania w badania i rozwój : Raport / pod red. Beaty Tylman. – Warszawa : PwS, 2015. – 26 s.
404. Paliszkievicz J. O. Rozwój organizacji poprzez zarządzanie kapitałem intelektualnym / J. O. Paliszkievicz. – Ostrołęka : Wydawnictwo profesjonalne ALPHApr, 2005. – 156 s.
405. Panasiewicz L. Kontrowersje w sprawie zarządzania wiedzą / L. Panasiewicz // *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*. – 2004. – № 7. – S. 42–49.
406. Passeti E. Intellectual capital communication: evidence from social and sustainability reporting [Електронний ресурс] / E. Passeti, A. Tenucci, L. Cinquini, M. Frey // MPRA Paper No. 16589, Munich Personal RePEc Archive. – 2009. – June. – 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).
407. Pedrini M. Human Capital Convergences in Intellectual Capital and Sustainability Reports / M. Pedrini // *Journal of Intellectual Capital*. – 2007. – Vol. 8 (2). – P. 346–366.
408. Pens J. Strategie zarządzania: strategie dziedzinowe i ich realizacja zintegrowane zarządzanie strategiczne / J. Pens. – Warszawa : PLACET, 1995. – 253 s. – (Biblioteka biznesmena).
409. Pens J. Zarządzanie w warunkach globalizacji / J. Pens. – Warszawa : Difin, 2003. – 248 s.
410. Perechuda K. Metody zarządzania przedsiębiorstwem / K. Perechuda. – Wrocław : Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, 1998. – 107 s.

411. Personal Goodwill vs. Enterprise Goodwill [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kotzinvaluation.com/articles/goodwill.htm>.

412. Petrash G. Dow's Journey to a Knowledge Value Management Culture / G. Petrash // *European Management Journal*. – 1997. – Vol. 14, № 4. – P. 365–373.

413. Petti W. Traktat o podatkach i daninach oraz autonomia polityczna Irlandii / W. Petti // *Merkantylizm i początki szkoły klasycznej: wybór pism ekonomicznych XVI i XVII wieku : koncepcje wyboru przygotował i wstępem opatrzył Edward Lipiński*. – Kraków : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1958. – 802 s. – (Seria : Merkantylizm).

414. Petty R. Intellectual Capital Literature Review. Measurement, reporting and management / R. Petty, J. Guthrie // *Journal of Intellectual Capital*. – 2000. – Vol. 1, № 2. – P. 155–176.

415. Piasny B. Zarządzanie wiedzą w organizacjach gospodarczych / B. Piasny // *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa*. – 2001. – № 10. – S. 11–21.

416. Pieruszka-Ortyl A. Kapitał intelektualny wyznacznikiem poziomu zasobów niematerialnych przedsiębiorstwa / A. Pieruszka-Ortyl // *Przedsiębiorstwa jako świątynie wiedzy : Praca zbiorowa / pod red. W. Cieślińskiego*. – T. 2. – Wałbrzych : Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, 2002. – 195 s. – S. 79–92.

417. Pike S. Intellectual Capital Measurement and Holisting Value Approach (HVA) / S Pike S., G. Roos // *Works Institute Journal*. – 2000. – Vol. 42.

418. Poczowski A. Zarządzanie zasobami ludzkimi: strategie–procesy–metody / A. Poczowski. – [Wydanie 2 zmienione]. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2002. – 460 s.

419. Poczkowski A. Zarządzanie zasobami ludzkimi. Strategie – procesy – metody / A. Poczkowski. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2003. – 480 s.
420. Pogorzelski W. Pitagorejskie życie badaczy systemowych: operacyjny wyraz filozofii nowej ery / W. Pogorzelski. – Warszawa : Scholar, 2004. – 310 s.
421. Polanyi M. The Logic of Tacit Inference. Philosophy / Michael Polanyi. – 1966. – № 41 (1). – S. 1–18.
422. Polityka zarządzania kompetencjami pracowników / Ł. Sienkiewicz, K. Trawińska-Konador, K. Podwójcic. – Warszawa : Instytut Badań Edukacyjnych, 2013. – 155 s.
423. Pomiar kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa / pod redakcją naukową Piotra Wachowiaka. – Warszawa : Szkoła Główna Handlowa, 2005. – 167 s.
424. Porter M. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance / M. E. Porter. – New-York : The Free Press, 1985. – 557 p.
425. Porter M. Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors: with a New Instruction / M. E. Porter. – New-York : The Free Press, 1998. – 420 p.
426. Porter M. E. Strategia konkurencji: metody analizy sektorów i konkurentów / M. E. Porter. – Warszawa : PWE, 1992. – 373 s.
427. 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.
428. Probst G. Zarządzanie wiedzą w organizacji / G Probst, S. Raub, K. Romhardt. – Kraków : Oficyna Ekonomiczna, 2004. – 352 s.



429. Prusak L. Where did Knowledge Management Come from? [Електронний ресурс] / L. Prusak // IBM Systems Journal. – 2001. – Vol. 40, № 4. – P. 1002–1007. – Режим доступу : <http://old.disco.unimib.it/simone/tca/prusak.pdf>.

430. Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny : Praca zbiorowa / pod red. Mariusza Bratnickiego, Janusza Stryżyny ; współ. aut. Kamiły Butrym [et. al.]. – Katowice : Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2001. – 205 s. – (Seria : Prace Naukowe akademii Ekonomicznej im. Karola Adamieckiego w Katowicach).

431. Przetwórstwo mleka. Wskaźniki dla naboru 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.arimr.gov.pl/fileadmin/pliki/wnioski/PROW\\_2014\\_2020/Wsparcie\\_inwestycji\\_w\\_przetwarzanie\\_produkow\\_rolnych\\_\\_obrot\\_nimi\\_lub\\_ich\\_rozwoj/A/WSKAZNIKI\\_DLA\\_NABORU\\_GRUDZIEN\\_2015.pdf](http://www.arimr.gov.pl/fileadmin/pliki/wnioski/PROW_2014_2020/Wsparcie_inwestycji_w_przetwarzanie_produkow_rolnych__obrot_nimi_lub_ich_rozwoj/A/WSKAZNIKI_DLA_NABORU_GRUDZIEN_2015.pdf).

432. Pulić A. VAIC<sup>TM</sup> – an Accounting Tool for IC Management / A. Pulić // International Journal of Technology Management. – 2000. – Vol. 20, № 5–8. – P.702–714.

433. Pulić A. Intellectual Capital – Does it Create or Destroy Value / A. Pulić // Measuring Business Excellence. – 2004. – Vol. 8, № 1. – P. 62–68.

434. Puntillo P. A. Critical Review of the Relationship Between Human Capital Management and Corporate Performance [Електронний ресурс] / P. Puntillo. – Режим доступу: [http://virtusinterpress.org/IMG/pdf/Volume\\_9\\_is\\_3\\_pring\\_2012\\_Continued\\_4pdf](http://virtusinterpress.org/IMG/pdf/Volume_9_is_3_pring_2012_Continued_4pdf).

435. Pysz P. Społeczna gospodarka rynkowa: ordoliberalna koncepcja polityki gospodarczej / P. Pysz. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008. – 202 s. – (Współczesna ekonomia).

436. Quesnay F. Piśma wybrane / F. Quesnay ; przeł. Barbara Janina Piekiewiczówna ; przeł. i przedm. opatrzył Zygmunt Pietkiewicz. – Warszawa : Gebethnera i Wollfa, 1928. – 303 s.

437. Rae J. *The Sociological Theory of Capital: Being a Complete of the New Principles of political economy* / J. Rae. – London : Macmillan, 1834. – 485 p.
438. Rappaport A. *Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors* / A. Rappaport. – [2 ed.]. – New-York : Free Press, 1998. – 224 p.
439. Rappaport A. *Wertsteigerung als Maßstab für die Unternehmensführung* / von A. Rappaport. – Stuttgart : Schäffer-Poeschel, 1995. – 274 s.
440. Rodov I. *FiMIAM: Financial Method of Intellectual Assets Measurement* / I. Rodov, P. Leliaert // *Journal of Intellectual Capital*. – 2002. – Vol. 3, № 3. – P. 323–336.
441. Roos G. *Managing Intellectual Capital in practice* / G. Roos, Сю Pike, L. Fernström. – Amsterdam [ets.] : Elsevier, 2005. – 384 p.
442. Roos G. *Measuring Your Company's Intellectual Performance* / G. Roos, J. Roos // *Long Range Planning*. – 1997. – Vol. 30, № 3. – P. 413–426.
443. Roos J. G. *Intellectual Capital: navigating the New Business Landscape* / J. Roos, G. Rooss, L. Edvinsson, N. Dragonetti. – Hampshire : Macmillan Press, 1997. – 143 p.
444. 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).
445. 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).

446. 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).

447. 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).

448. Rudny W. Tworzenie i podział wartości – nowe tendencje / W. Rudny // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. – 2012. – № 736. – S. 259–280 (Seria : Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia).

449. Russell B. Human Knowledge – Its Scope and limits [Електронний ресурс] / B. B. Russell. – London: George Allen and Unwin Ltd., 1948. – 538 p. – Режим доступу : <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/4/id/51> ; <http://www.sveiby.com/TheLibrary/IntangibleAssets/tabid/81/Default.aspx.-2005>.

450. Saint-Onge H. Tacit knowledge: the key to the strategic alignment of intellectual capital? / H Saint-Onge // Strategy and Leadership. – 1996. – Vol. 24, № 2. – P. 10–16.

451. Samuelson W. F. Ekonomia menedżerska / William Samuelson, S. G. Marks ; red. nauk. przekł. Ryszard Rapacki, tl. Bogusław Czarny. – Warszawa : PWE, 1998. – 870 s.

452. Sanchez R. Knowledge Management and Organizational Competence / R Sanchez, Y. Merali, J Stein ; Edited by Ron Sanches. – New-York : Oxford University Press, 2001. – 254 p.

453. Sanchez R. Reinventing Strategic Management: New Theory and Practice for Competence-based-Competition / R. Sanchez, A. Heene // European Management Journal. – 1997. – Vol. 5, № 3. – P. 303–317.

454. Sanchez R. Understanding competence-based management: Identifying and Managing Five Modes of Competence / R. Sanchez // Journal of Business Research. – 2004. – Vol. 57 (26). – P. 518–532.

455. Say J. B. Traktat o ekonomii politycznej czyli prosty wykład sposobu, w jakie się tworzą, rozdzielają i spożywają bogactwa / Jean-Baptiste Say ; Polska Akademia nauk, Zakład nauk Ekonomicznych. – Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1960. – 906 s. – (Seria : Biblioteka Dzieł Ekonomii Politycznej).

456. Skowron P. Efektywność w zarządzaniu kapitałem intelektualnym na przykładzie wybranych sektorów / P Skowron // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach. – 2013. – № 98. – S. 329–344. – (Seria : Administracja i Zarządzanie).

457. Schultz T. W. In Menschen Investieren: die Ökonomik der Bevölkerungsqualität / von T W. Schultz ; übersetzt von Arnulf Krais. – Tübingen : J. C. B. Mohr (Paul Siebek), 1986.– 195 p.

458. Schultz T. W. Investing in People: The Economics of Population Quality / T. W. Schultz. – Berkeley – Los Angeles – London : University of California Press, 1981. – 173 p.

459. Schultz T. W. Investment in Human Capital: The Role of Education and of Research / T. W. Schultz. – New-York – London : The Free Press, 1971. – 272 p.

460. Schultz T. W. Investing in People. The Economics of population Quality / T. W. Shultz. – Berkeley – Los Angeles – London : University of California Press, 1980. – 173 p.
461. Senge P. M. Piąta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się / P. M. Senge. – Warszawa : Dom Wydawniczy ABC, 1998. – 389 s.
462. Senge P. M. Piąta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się / P. M. Senge. – [Wydanie IV porzeżone]. – Warszawa : Oficyna a Wolters kluwer business, 2012. – 456 s. – (Światowy Bestseller).
463. Senge P. M. Piąta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się / P. M. Senge. – [Wydanie 6]. – Warszawa : Oficyna a Wolters Kluwer business, 2012. – 456 s.
464. Serenko A. Meta-Review of Knowledge Management and Intellectual Capital Literature: Citation Impact and Research Productivity Rankings [Електронний ресурс] / Alexander Serenko, Nick Bontis // John Wiley & Sons, Ltd. – 2004. – Vol. 11, № 3. – P. 85–198. – Режим доступу : <http://go.webassistant.com/wa/upload/users/u1000057/kpmserenkobontis.pdf>.
465. Shapiro A. C. Modern Corporate Finance: A Multidisciplinary Approach to Value Creation Models / A. C. Shapiro, S. D. Balbirer. – Upper Saddle River New Jersey : Prentice Hall, 2000. – 606 p.
466. 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).
467. Sidor-Rządowska M. Kompetencyjne systemy oceny pracowników. Przygotowanie, wdrażanie i integrowanie z innymi systemami ZZL / M. Sidor-Rządowska. – [Wydanie II uaktualnione i rozsz.]. – Warszawa : Wolters Kluwer Polska, 2011. – 252 s. – (Seria : HR).

468. Siudak D. Pomiar procesów migracji wartości przedsiębiorstw na polskim rynku kapitałowym / D. Siudak. – Warszawa : Wydawnictwo C. H. Beck, 2013. – 344 s. – (Seria : Finanse).

469. Siudak M. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa / M. Siudak. – Warszawa : Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, 2001. – 222 s. – (Seria : Zarządzanie, Marketing).

470. Skrzypek E. Zarządzanie wiedzą i kapitałem intelektualnym w warunkach globalizacji [Електронний ресурс] / E. Skrzypek. – Режим доступу : [http://www.instytut.info/images/stones/ksiazki\\_polecana/17\\_ksztalce\\_nieustawiczne/07-Skrzypek.pdf](http://www.instytut.info/images/stones/ksiazki_polecana/17_ksztalce_nieustawiczne/07-Skrzypek.pdf).

471. Slywotzky A. J. Value Migration: How to Think Several Moves Ahead of the Competition / A. J. Slywotzky. – Boston : Harvard Business School Press, 1996. – 336 p.

472. Śledzik K. Kapitał intelektualny a wirtuość rynkowa banków giełdowych / K. Śledzik. – Gdańsk : Fundacja rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, 2011. – 247 s.

473. Smith A. Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów : [w 2 t. – T. 1] / A. Smitt. – Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1954. – 541 s. (Seria : Dzieł Ekonomii Politycznej).

474. Smith A. Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów : [w 2 t. – T. 2] / A. Smitt. – Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1954. – 810 s. (Seria : Dzieł Ekonomii Politycznej).

475. Smith A. An Inquiry into the Nature and Consensus of Wealth of Nations [Електронний ресурс] / A 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. – 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).

476. Sobko O. Innowacyjność gospodarki ukraińskiej a polityka podatkowa / O. Sobko // *Finanse publiczne: uwarunkowania i współczesne trendy rozwoju społeczno-gospodarczego.* – Częstochowa : Wydawnictwo Akademii Polonijnej w Częstochowie «Edukator», 2010. – S. 121–132.

477. Sobko O. Kapitał intelektualny przedsiębiorstw ukraińskich: stan i perspektywa rozwoju / O. Sobko // *Nowoczesność przemysłu i usług w warunkach kryzysu i nowych wyzwań / pod red. Jana Brzóska, Jana Pyki.* – Katowice : INFOGRAF, 2013. – S. 540–550.

478. Sobko O. Kreacja kapitału intelektualnego jako stymulator rozwoju gospodarczego na Ukrainie / O. Sobko // *Organizacja i Zarządzanie. Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej.* – Gliwice : Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, 2014. – S. 555–565.

479. Sobko O. Ocena efektów kreacji wartości przedsiębiorstwa spowodowanych rozwojem kapitału intelektualnego / O. Sobko // *Organizacja i Zarządzanie. Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej.* – Gliwice : Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, 2015. – S. 593–604.

480. Sobko O. Determinanty i zakres rozwoju gospodarki opartej na wiedzy w Polsce / O. Sobko // *Формування єдиного наукового простору Європи та завдання економічної науки : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (28–29 трав. 2009 р.).* – Тернопіль : ТНЕУ, 2009. – С. 159–161.

481. Sobko O. Stymulowaniu innowacyjności gospodarki ukraińskiej polityką migracyjną / O. Sobko // *Формування єдиного наукового простору Європи та завдання економічної науки : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (11–12 трав. 2011 р.).* – Тернопіль : ТНЕУ, 2011. – С. 72–76.

482. Sokołowska A. Zarządzanie kapitałem intelektualnym w małym przedsiębiorstwie / A. Sokołowska. – Warszawa : PTE, 2005. – 154 s. – (Nowe trendy w naukach ekonomicznych).

483. Sopińska A. Jak mierzyć kapitał intelektualny w przedsiębiorstwie [Електронний ресурс] / A. Sopińska, P. Wachowiak. – Режим доступу : <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/4/id/51>.
484. Stabell C. Configuring Value for Competitive Advantage: on Chains, Shops and Networks [Електронний ресурс] / C. B. Stabell, Øystein D. Fjelstad // Strategic Management Journal. – 1998. – № 19. – P. 413–437. – Режим доступу : [http://www.peopleandprocess.com/resources/Stabell\\_chain\\_shop\\_net.pdf](http://www.peopleandprocess.com/resources/Stabell_chain_shop_net.pdf).
485. Stankiewicz W. Historia myśli ekonomicznej / W. Stankiewicz. – [Wydanie III] . – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2000. – 659 s.
486. Stankiewicz W. Historia myśli ekonomicznej / W. Stankiewicz. – [Wydanie 2 rozsz.]. – Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1987. – 715 s.
487. Steward T. A. Brainpower. How Intellectual Capital is becoming America's Most Valuable Asset / T. Steward // Fortune. – 1991. – 3rd of June. – P. 44–60.
488. Steward T. A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations / T. A. Steward. – New-York : Doudleday&Currency, 1997. – 278 p.
489. Stoner J. A. F. Kierowanie / J. A. F. Stoner, R. E. Freeman, D. R. Gilbert. – [Wydanie 2 zm.]. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. – 656 s.
490. 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 s.
491. Study on the Measurement of Intangible Assets and Associated Reporting Practices [Електронний ресурс] / coordinator of the study Stefano Zambon. – Ferrara : University of Ferrara, 2003. – (Prepared for the Commission of the European Communities). – 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.1.0.0i30l2.9037.9960.1.1583.5.2.0.3.3.0.131.262.0j2.2.0...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.

492. 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.

493. Sveiby K. E. The Balanced Score (BSC) and the Intangible Assets Monitor – a Comparison [Електронний ресурс] / К.-Е. Sveiby. – Режим доступу : <http://www.sveiby.com/articles/BSCandIAM.html>.

494. Sveiby K. E. The New Organizational Wealth / К.-Е. Sveiby. – San Francisco, 1997. – 220 p. – (Managing & Measuring Knowledge-Based Assets).

495. Sveiby K.-E. Methods for Measuring Intangibles Assets [Електронний ресурс] / К.-Е. Sveiby. – Режим доступу : <http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm>.

496. Sveiby K. E. Intangible Assets Monitor [Електронний ресурс] / К. E. Sveiby. – Режим доступу : <http://www.sveiby.com/articles/CompanyMonitor.html>.

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

498. System informacji strategicznej. Wywiad gospodarczy a konkurencyjność przedsiębiorstwa : praca zbiorowa / pod red. Ryszarda Borowieckiego, Marii Romanowskiej. – Warszawa : Difin, 2001. – 394 s.

499. Sztompka P. Socjologia. Analiza Społeczeństwa / P Sztompka. – Kraków : Wydawnictwo Znak, 2004. – 653 s.

500. Taatila V. The Concept of the Organizational Competence – a Foundational Analysis [Электронный ресурс] / V Taatila – Режим доступа : <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/13248/9513917185.pdf?se>.

501. Tan H. Intellectual Capital and Financial Returns of Companies / H. Pew Tan, D. Plowman, P. Hancock // Journal of Intellectual Capital. – 2007. – Vol. 8, № 1. – P. 76–95.

502. Tarczyńska A. S. Analiza systemów zarządzania jakością i bezpieczeństwem w branży mleczarskiej [Электронный ресурс] / A. S. Tarczyńska, J. Kowalik. – Режим доступа : [http://jmf.wzr.pl/pim/2012\\_3\\_2\\_2.pdf](http://jmf.wzr.pl/pim/2012_3_2_2.pdf).

503. Taubman P. The Relative Influence of Inheritable and Environmental Factors and the Importance of Intelligence in Earnings Functions / P. 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. 381–395.

504. Teece D. J. Managing Intellectual Capital: organizational, strategic and Policy Dimensions / D. J. Teece. – Oxford : Oxford University Press, 2000. – 300 p.

505. 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. – 7 Section. – P. 621–642]. – Oxford : Univ. Press, 2002. – 748 p.

506. The World's Most Admired Companies 2015 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=118&year=908> (21.06.2016)

507. Thirery D. Zatrudnienie i kompetencje w przedsiębiorstwie w procesach zmian / D. Thierry, C. Sauret z udziałem Nicole Monod. – Warszawa : Poltext, 1994. – 238 s. – (Seria : Finanse, Zarządzanie, Rozwój).
508. Thünen J. H. Der isolierte Staat / J. H. Thünen. – Paderborn : Historische Wirtschaftsschicht, 2011. – 696 p. – (Reprint des originale aus dem jahr 1921).
509. Tobin J. A General Equilibrium Approach to Monetary Theory / J. Tobin [Elektronnyj resurs] // Journal of Money, Credit and Banking. – 1969. – Vol. 1, № 1. – P. 15–29. – Reżim dostępu : <http://www.deu.edu.tr/userweb/yesim.kustepeli/dosyalar/tobin1969.pdf>.
510. Toffler A. Rewolucyjne bogactwo / A Toffler, H. Toffler. – Przeźmierowo : Wydawnictwo KUPISZ S. A., 2007. – 497 s.
511. Toffler A. Trzecia fala / A. Toffler. – Warszawa : Państwowy Instytut Wydawniczy, 1986. – 514 s.
512. Turgot A. R. J. O tworzeniu i podziale bogactwa / A. R. J. Turgot ; uzup. przedm. i przepisami Zofia Daszyńska Golińska. – [Wydanie 2]. – Warszawa : Gebethnera i Wollfa, 1927. – 101 s.
513. Urbanek G. Pomiar kapitału intelektualnego i aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa / G Urbanek. – Łódź : Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2007. – 397 s.
514. Ujwary-Gil A. Kapitał intelektualny a wartość rynkowa przedsiębiorstwa / A. Ujwary-Gil. – Warszawa : C. H. Beck, 2009. – 202 s.
515. Voluntary and Involuntary Sales of Good Will [Elektronnyj resurs] // Harvard Law Review. – 1914. – Vol. 27, № 7. – P. 670–673. – Reżim dostępu : [http://www.jstor.org/stable/1326461?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/1326461?seq=1#page_scan_tab_contents).
516. Walsh J. R. Capital Concept Applied to Man [Elektronnyj resurs] / J. R. Walsh // The Quarterly Journal of Economics. – 1935. – Vol. 49, № 2. – P. 255–285. – Reżim dostępu : <http://qje.oxfordjournals.org/content/49/2.toc>.

517. 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.

518. Wartość rynkowa Apple przez chwilę przekroczyła próg 600 mld dolarów [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://myapple.pl/content/3064-wartosc-rynkowa-apple-przez-chwile-przekroczyla-prog-600-mld-dolarow.html>.

519. Webber R. A. Zasady zarządzania organizacjami / R. A. Weber. – [Wydanie III]. – Warszawa : Państwowe Wydawnictwo ekonomiczne, 1996. – 614 [2] s.

520. West M. A. Rozwijanie kreatywności wewnątrz organizacji / M. A. West. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000. – 158 s. – (Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości).

521. Wyczorkiewicz R. Ożywienie na rynku mleka wciąż odległe [Електронний ресурс] / R. Wyczorkiewicz. – Режим доступу : <http://www.portalspozywczy.pl/mleko/wiadomosci/dlugoterminowa-prognoza-sytuacji-na-rynku-mleka,119210.html>.

522. Wiedza w gospodarce, społeczeństwie i przedsiębiorstwach: pomiary, charakterystyka, zarządzanie / red. nauk. Krzysztof Piech, Elżbieta Skrzypek. – Warszawa : Instytut Wiedzy i Innowacji, 2007. – 370 s.

523. Wiig K. M. Integrating Intellectual Capital with Knowledge Management / K M. Wiig // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30, № 3. – P. 399–406.

524. Współczesne źródła wartości przedsiębiorstwa : Praca zbiorowa / Andrzej Herman, Władysław Szymański, Grzegorz Wójtowicz ; pod redakcją naukową Barbary Dobiegały-Korony i Andrzeja Hermana. – Warszawa : Difin, 2006. – 499 s.

525. Zaborowska R. Kapitał intelektualny w przedsiębiorstwie / R Zaborowska. – Poznań : Art boni et aequi, 2009. – 216s.
526. Zaliwski A. Korporacyjne bazy wiedzy / A. Zaliwski. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2000. – 173 s.
527. Zarecki D. Metody wyceny przedsiębiorstw / D. Zarecki. – Warszawa : Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości, 1999. – 405 s.
528. Zarządzanie kapitałem intelektualnym przedsiębiorstwa : Zbiór przykładów i zadań : Praca zbiorowa / pod redakcją Barbary Woźniak-Sobczak. – Katowice : Wydawnictwo Uczelniane Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamieckiego, 2002.
529. Zarządzanie wartością firmy w dobie kryzysu : Praca zbiorowa / pod redakcją Stanisława Jasiewicza i Leszka Pawłowicza. – Warszawa : CeDeWu Sp. z o. o., 2003. – 237 s.
530. Zarządzanie wartością przedsiębiorstw: finanse – strategje – kompetencje : Praca zbiorowa / pod red. nauk. Marka Jabłońskiego. – Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu, 2011. – 481 s.
531. Zarządzanie wartością kapitału ludzkiego organizacji : Praca zbiorowa / pod redakcją Anny Lipki i Stanisława Waszczaka. – Katowice : Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2007. – 498 s.
532. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji : Praca zbiorowa / pod redakcją naukową Edwarda Urbańczyka. – Szczecin : Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2003. – 688 s.
533. Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie / red. nauk. Kazimierz Perechuda. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005. – 230 s.
534. 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 s.

535. Zarządzanie zasobami ludzkimi. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji ; [pod red. naukową Henryka Króla, Antoni Ludzwczyński]. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006. – 269 s.

536. Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacji inteligentnej ; [red Harasim Wiesław]. – Warszawa: Wyższa Szkoła Promocji, 2012. – 419 s.

## 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 Intelectual 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».

### 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 Company*» 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. – I 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 [74, с. 7; 297; 287–291; 344; 442; 487; 488; 493; 494; 495–497].

## Трактування поняття «інтелектуальний капітал підприємства»

Науковець	Трактування
1	2
Т. Стюарт, [487, с. 44–60]	«...інтелектуальний матеріал представлений у вигляді знань, патентів, процесів, технології, інформації, досвіду, що можуть бути використані для створення багатства. ... Це сума всіх знань, якими володіє кожна людина в організації, яка дає фірмі конкурентну перевагу на ринку»
В. Хадсон [324, с. 16]	«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)»
М. Армстронг [8; с. 282]	«складається із невидимих активів – це корпоративна експертиза, запас знань, комерційні секрети, системи та методики»
Е. Брукінг [247, с. 12; 14, 16–21, 30]	сукупність «нематеріальних активів, без яких компанія уже не може існувати»; «ринкові активи – назва фірми, ринкова позиція, канали дистрибуції; інтелектуальна власність – активи, які підлягають правовому захисту – патенти, авторські права; людські активи (засоби) – креативність, ініціативність, здатність швидко приймати нестандартні рішення; інфраструктурні активи (засоби) – інформаційні системи, якість управління, культура»
Й. Русс та Г. Русс [442, с. 413–426]	«сума невідображених у фінансовій звітності активів, яка включає і те, що залишається у думках працівників ... після повернення додому»
Г. Русс, Л. Едвінсон, Н. Драгонетті, Л. Фернстрьом [441, с. 19]	«сума ... активів «мислячих» і «немислячих»
Л. Прусак [429]	«інтелектуальна матерія, ... взята та використана для створення високоцінних активів»
У. Буковіч, Р. Вілльямс [250, с. 223]	«нематеріальна форма майна, що має потенціал до створення багатства завдяки припливу знань»
К. Вііг [523, с. 399]	«активи, що з'явилися в результаті інтелектуальної діяльності, яка починалася з набуття нових знань (або навчання підприємства) через інтенцію (винахід) до створення цінних і унікальних взаємозв'язків з іншими»
К. Йогансон [533, с. 88]	«знань на тему знань і нагромадження попередніх знань»
Л. Лім, П. Деліmore [360, с. 187]	«капітал знань»
Й. Варшат, К. Вагнер, І. Гаусс [517]	інтелектуальний капітал формують чотири елементи – людський, організаційний, ринковий та інноваційний



1	2
М. Літшка, А. Марком, С. Шундер [361, с. 165]	«інтелектуальні цінності, які формують людські, організаційні та кодифіковані засоби»
Б. Ловендаль [364, с. 87]	«засоби, які базуються на інформації»
М. Марцінковска [369, с. 93]	«знання працівників і керівництва, які є стратегічним засобом, що має вплив на конкурентну позицію і ринковий потенціал підприємства»
А. Яругова, Ю. Фіялковска [337, с. 52]	«знання, які можуть бути замінені на вартість»
М. Братніцкий, Я. Стрижина [430, с. 71–72, 111]	«сума знань, якими володіють люди, що формують колектив працівників, і практичним перетворенням цих знань у складники вартості фірми», «репрезентують невидимі засоби і процеси ... та людський капітал»
К. Перехуда [410, с. 64–65]	«знання у сфері менеджменту, які при використанні у виробничих процесах на підприємстві здатні генерувати додану вартість»
Дж. Фітц-Енз [301, с. 23–24]	«інтелектуальна власність фірми та складне поєднання процесів і культури, пов'язане з мережею різного виду зв'язків і людським капіталом»
Г. Урбанек [513, с. 38]	«невидимий засіб підприємства, який створює видимі ефекти» «невидимий засіб підприємства, який створює видимі ефекти»
Д. Добія [272, с. 38]	нематеріальні засоби фірми, які не мають фізичних чи фінансових вимірників
Е. Скшипек [522, с. 5]	«інтелектуальні активи, які є сумою знань окремих працівників та колективів»
С. Касевич, В. Роговські, М. Кісінська [344, с. 63]	«новий чинник взаємовідносин між матеріальними і нематеріальними активами, що динамізує зростання ринкової вартості фірми»
М. Мрозевські [383, с. 48]	«...концепційна здатність підприємства і працівників одержувати доходи і формувати потенціал конкурентоспроможності в майбутньому, на базі інтелектуальних активів 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»
Л. Едвінсон [288, с. 368]	«знання, досвід, технологія, взаємозв'язки з клієнтами, професійні навички, які дають організації конкурентну перевагу на ринку»
Л. Едвінсон, П. Салліван [287, с. 363]	«знання, які можуть бути замінені на вартість»
Л. Едвінсон, М. Мелоун [290, с. 39–40]	«сума прихованих активів підприємства, ... які відображають розрив між ринковою і балансовою вартістю тобто «знання, практичний досвід, технологія, добрі стосунки з клієнтами і будь-які вміння»

1	2
Я. Нахепет, С. Джошел [387, с. 242–266]	«сума наявних і потенційних засобів, залучених у результаті налагодження праці в соціальних мережах»
М. Братніцкі [430, с. 71–72]	«складається з двох частин: перша репрезентує невидимі засоби і процеси та формує організаційний і соціальний капітали, друга – людський капітал
Ф. М'Ферсон, С. Пайк [367, с. 246–260]	відображення «нематеріальної сфери» функціонування суб'єкта господарювання, виділяючи фінансову та нематеріальну сфери організації, а також її внутрішні і зовнішні характеристики
Р. Петті, Дж. Гутрі [414, с. 157]	«економічна цінність двох категорій невидимого майна компанії: організаційний (структурний) капітал та людський капітал»
А. Козирев, В. Макаров [110, с.198]	охоплює більше ніж нематеріальні активи та інтелектуальна власність, і не регламентується нормативними актами
Н. Кельчевская, М. Павлов [61, с. 203–205]	«інтелектуальний капітал» і «нематеріальні активи» доцільно використовувати як синоніми
М. Бендіков, К. Джамай [12]	«суми знань усіх працівників компанії»
Б. Леонтьев [85, с. 57]	«сукупність наявних 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»
В. Іноземцев [56, с. 30]	«колективний мозок», що акумулює наукові і практичні знання працівників набутий досвід, спілкування, інтелектуальну власність та організаційну структуру, інформаційні мережі»; «інформація і знання – специфічні за своєю природою та формою участі у виробничому процесі фактори, що в межах фірми приймають вид інтелектуального капіталу»
О. Гапоненко, Т. Орлова [29, с. 97, 93]	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, як ендогенні доміанти «інтелектуального капіталу організації», який формує «її капіталізоване знання» [
О. Бутнік-Сіверський [22, с. 19]	«це створений або придбаний інтелектуальний продукт, який має вартісну оцінку, об'єктивований та ідентифікований, утримується підприємством для ймовірності одержання прибутку»
В. Геєць [189, с. 192]	«... 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»
С. Вовканича, Л. Семів [26, с.19]	ендогенна детермінанта людського капіталу, який охоплює змістовні характеристики другого

## Продовж. Додатка А. 2

1	2
П. Крайнев [79 с. 75]	«... знання, продукт творчих зусиль, розумової, інтелектуальної праці, які оцінені, належать організації, і ... приносять додаткову вартість»
А. Чухно [206, с. 275–276]	досвід, знань, навичок, здатності до нововведень працівників, а також інформацією, яка належить компанії
В. Геєць [189, с. 192]	«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»
В. Петренко [112, с. 84]	«сукупність всіх інтелектуальних продуктів особи чи групи осіб, яка є її/їх власністю, використовується і забезпечує її/їх конкурентоздатність у ринковому оточенні»
О. Кендюхов [65, с. 14]	«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»

\*Джерело: укладено автором самостійно на основі літературних джерел, наведених у таблиці.

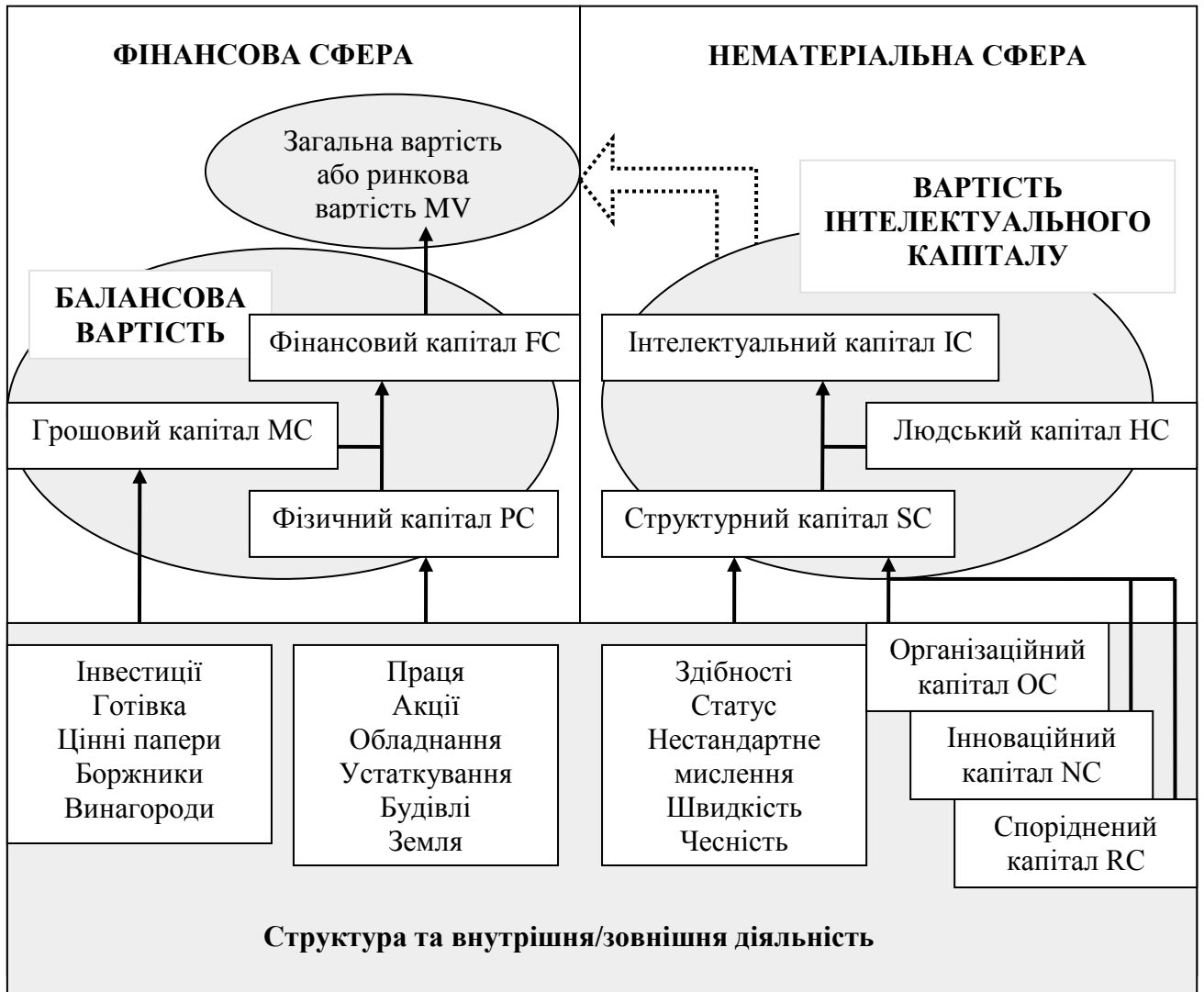


Рис. 1. Інтелектуальний капітал як відображення «невидимої сфери» функціонування організації [367, с. 246].

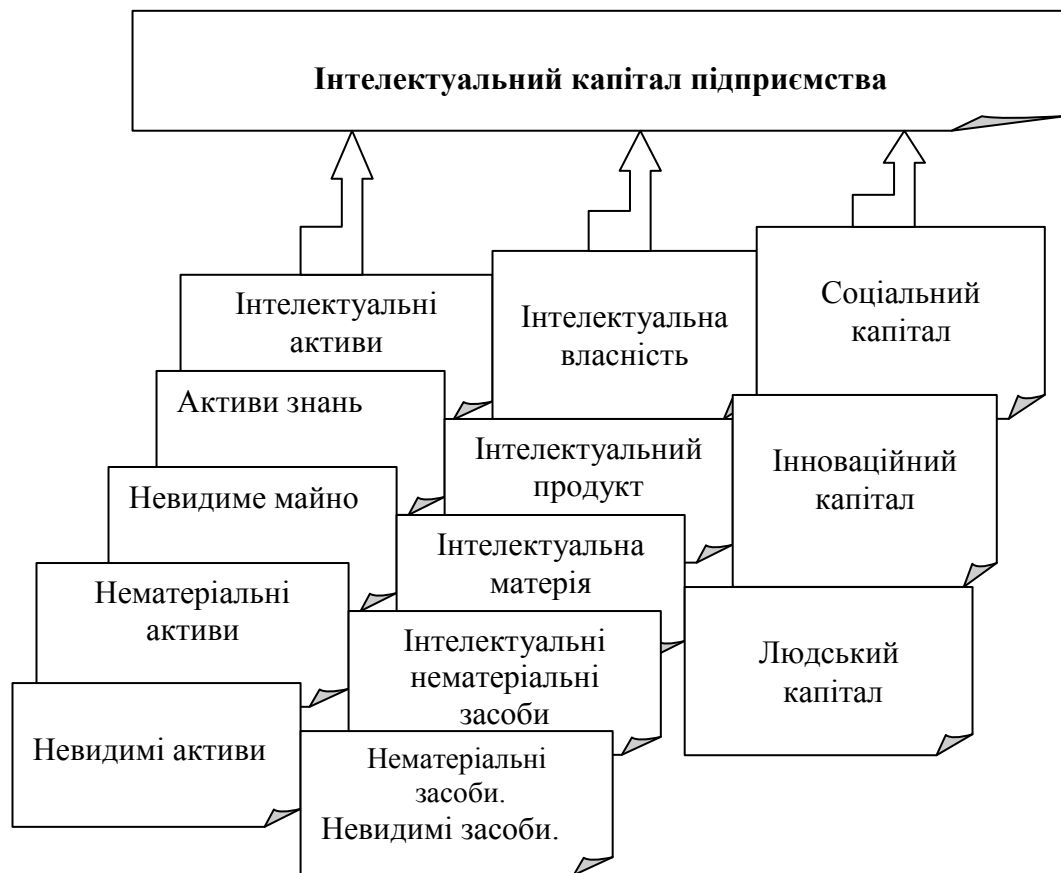


Рис. 1. Семантичний аналіз термінів, що лежать в основі дефініції поняття «інтелектуальний капітал підприємства»

\*Джерело: складено автором самостійно на основі [8; с. 282; 247, с. 12; 14, 16–21, 22, с. 19; 30; 61, с. 203–205; 56, с. 30; 65, с. 14; 85, с. 57; 85, с. 57; 110, с.198; 189, с. 192; 206, с. 275–276; 250, с. 223; 272, с. 38; 301, с. 23–24; 287, с. 363; 288, с. 368; 290, с. 39–40; 324, с. 16; 429; 337, с. 52; 344, с. 63; 360, с. 187; 361, с. 165; 364, с. 87; 367, с. 246–260; 369, с. 93; 383, с. 48; 387, с. 242–266; 410, с. 64–65; 414, с. 157; 430, с. 71–72, 111; 441, с. 19; 442, с. 413–426; 487, с. 44–60; 513, с. 38; 517; 523, с. 399; 522, с. 5; 533, с. 88; ].



Рис. 1. Модель інтелектуального капіталу «підприємства знань» за К.-Е. Свейбі [497; 494, с. 166].

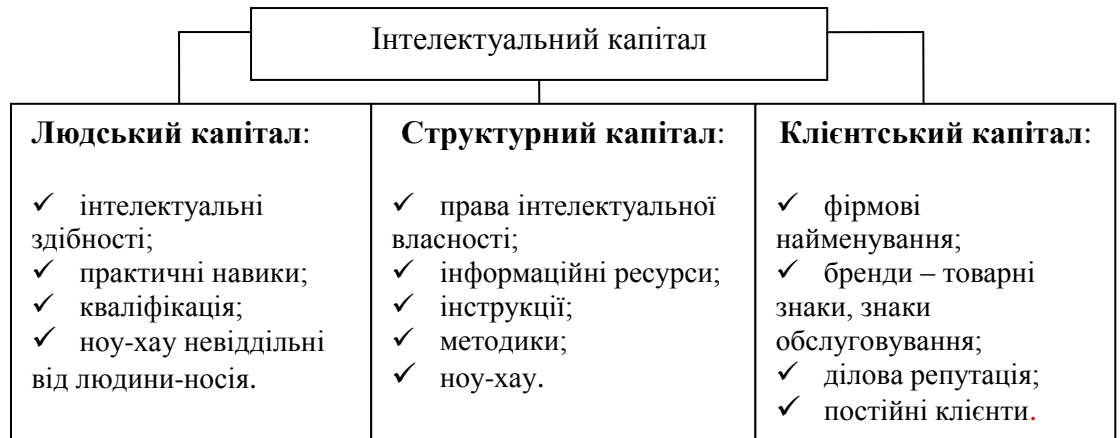


Рис. 1. Модель інтелектуального капіталу підприємства Б. Леонтєва в межах маркетингової концепції

\*Джерело: складено автором на основі [85].

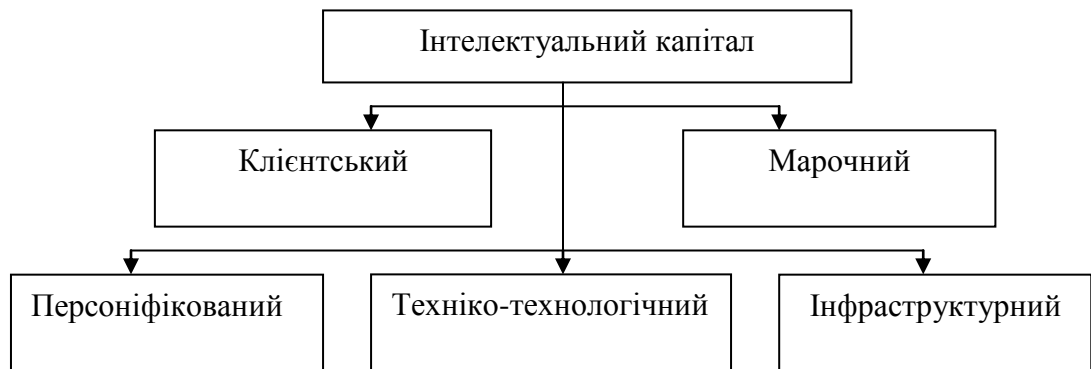


Рис. 1. Модель інтелектуального капіталу підприємства В. Кендюхова в межах маркетингової концепції [64].



Система показників оцінки інтелектуального капіталу підприємства професора  
Сергія Ілляшенка [54, с. 99–101]

Елементи	Оціночні показники
1	2
<b>Показники оцінки елементів ЛК 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 відносинах 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.

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, непрямим методом, наприклад, рівень прогресивності конструкцій і технологій, рівень ремонтпридатності, технологічності виготовлення й економічності експлуатації й т.п. Якісні, що характеризують рівень якості документації (визначаються методом експертної оцінки).
Сертифікати якості, екологічності тощо.	Оцінка може виконуватися як за якісними (наявність сертифікатів відповідності стандартам якості й системи управління якістю – ІСО 9000, вимогам екологічної безпеки – ІСО 14000), так і за кількісними показниками, наприклад, частка сертифікованої продукції, технологій, виробництва 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.



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

\*Джерело: складено автором на основі [495].



Рис. 1. Модель інтелектуального капіталу підприємства Р. Петті та Дж. Джасрі

\*Джерело: складено автором на основі [414, с. 155–175].

<i>Інтелектуальне майно</i>	<i>Актив</i>	<i>Пасив</i>	<i>Офіційний баланс</i>
	<i>Вартість фірми (goodwill)</i>	<i>Інтелектуальний капітал</i>	<i>Невидимі вартості</i>
	<i>Технологія</i>		
	<i>Вміння</i>		

Рис. 1. Облікова концепція інтелектуального капіталу підприємства Л. Едвінсона [290, с. 40].



Рис. 1. Модель інтелектуального капіталу підприємства К. Перехуди в рамках інноваційної концепції

\*Джерело: складено автором на основі [533, с. 64– 65].

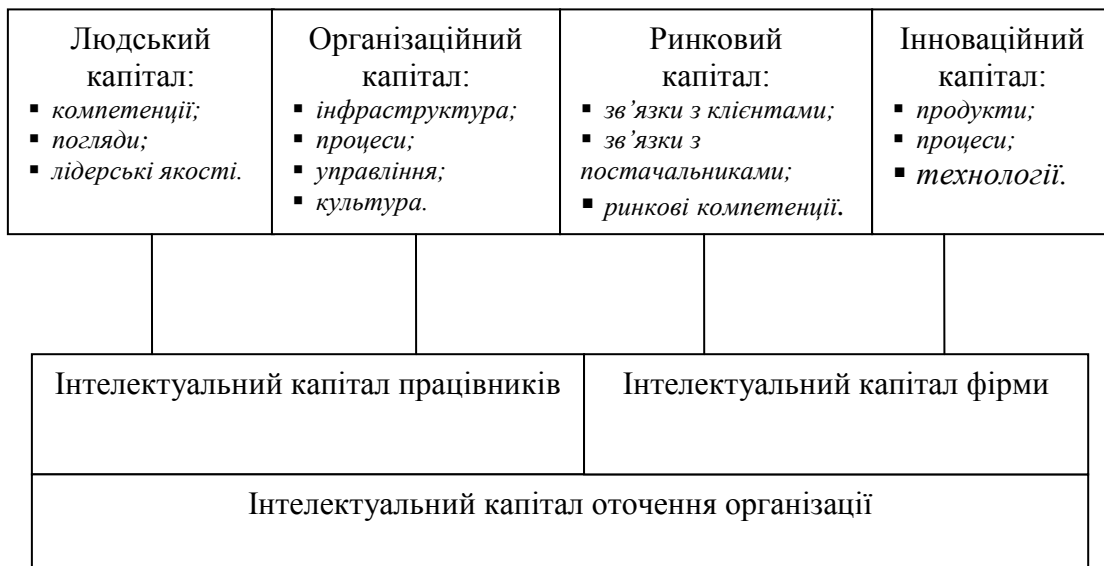


Рис. 1. Модель інтелектуального капіталу підприємства Й. Варшата, К. Вагнера, Й. Гаусса [517].



Рис. 1. Модель інтелектуального капіталу підприємства Д. Добії в межах інноваційної концепції

\*Джерело: складено автором на основі [272, с. 44–45; 65].



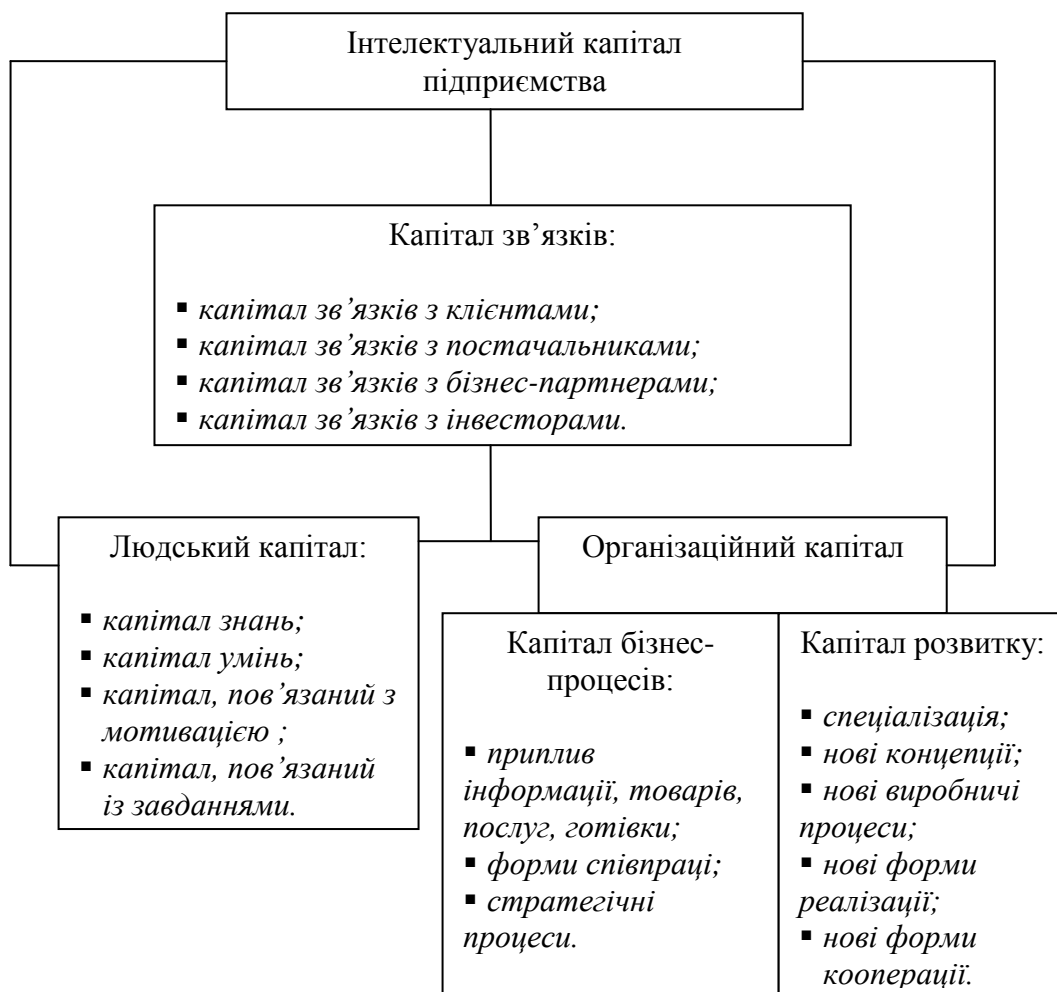


Рис. 1. Модель інтелектуального капіталу підприємства Г. Руса, Й. Руса, С. Пайка, Л. Фернстрьом

\*Джерело: складено автором на основі [441, с. 19–29; 442, с. 413–426].

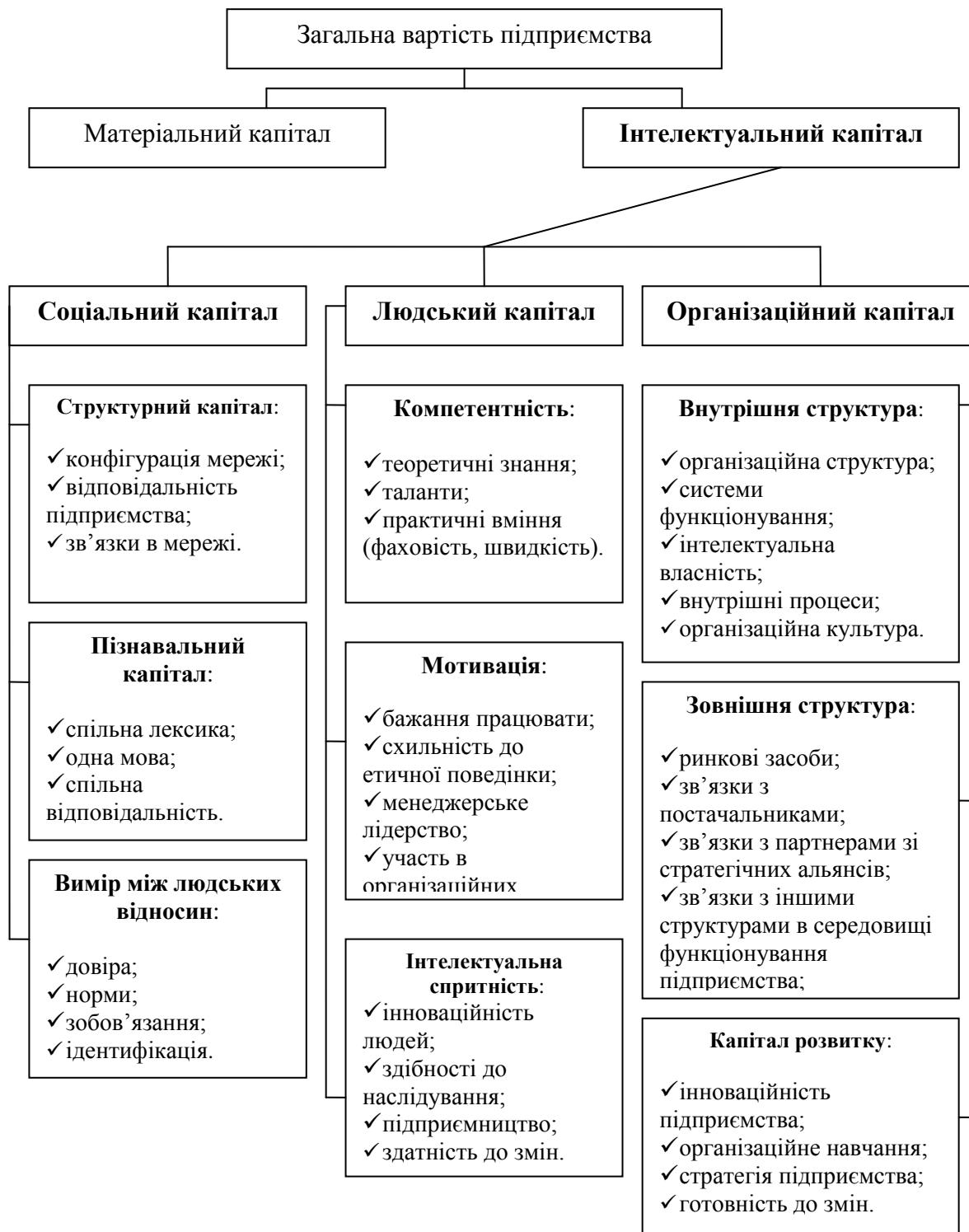


Рис. 1. Модель інтелектуального капіталу підприємства М. Братніцького і Я. Стрижини в межах концепції платформи вартості [430, с. 70].



Рис. 1. 8. Модель інтелектуального капіталу Л. Едвінсона та М. Мелоуна в рамках концепції платформи вартості [290, с. с. 31–36].

**Основні дефініції соціального капіталу, використані для уточнення трактування поняття «інтелектуальний капітал підприємства»**

Науковець	Трактування
М. Армстронг [220; 222, с. 136]	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»
М. Братніцкі, Я. Стрижина [430, с. 68–72]	соціальний капітал 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
О. Бутнік-Сіверський [22, с. 21–23]	сукупності колективних знань працівників підприємства, їх творчих здібностей, умінь вирішувати проблеми, лідерських якостей, підприємницьких і управлінських якостей, включаючи його складовим елементом людського капіталу
О. Грішнова [36, с. 20–22]	доводить недоцільність його розгляду як складового елементу інтелектуального капіталу
В. Іноземцев [56, с. 322]	«колективний мозок..., спілкування»
М.Мак-Ілрей [372]	є найбільш повною, складною і в повному обсязі відображає стосунки не лише усередині підприємства, а й комунікації підприємства з іншими суб'єктами господарювання; інноваційність як процес соціальної праці; виступає найважливішою формою інноваційного капіталу, оскільки стимулює розвиток інших форм капіталу, інтелектуальної власності і кожної особистості зокрема
Ф. Фукуяма [305, с. 180, 240]	сукупність неформальних цінностей і норм, визнаних членами певної групи, які забезпечують їм співпрацю

\*Джерело: укладено автором самостійно на основі літературних джерел, наведених у таблиці.

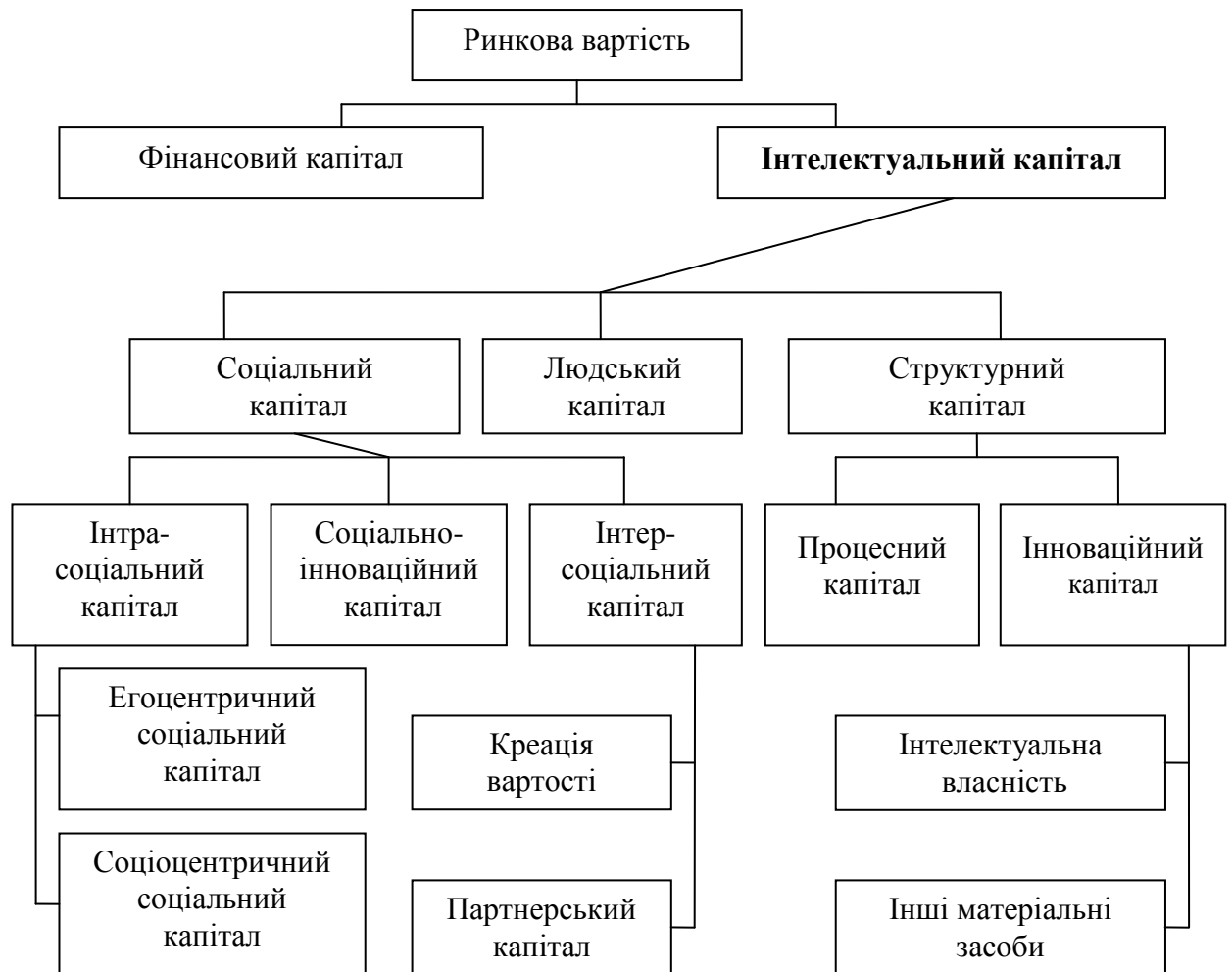


Рис. 1. Модель інтелектуального капіталу підприємства М. Мак-Ілрея в межах концепції платформи вартості [372, с. 35].

**Трактування поняття «знання», враховані при уточненні дефініції  
«інтелектуальний капітал підприємства»**

Науковець	Трактування
1	2
Платон [115, с. 122–123, 145]	знаннями може бути доведене, правдиве висловлювання, яке викликає довіру; «душевна мудрість» та «сприйняття душі, відповідно до якого розум безсилий; здатність сприйняття яких-небудь речей, що не піддається розуму; істинне мислення, яке твердо закріплене в розумі
Аристотеля [7, с. 54; 70, 78–79, 182, 312–314]	«погляди», «мислення як здатність миттєво знайти середній термін»
Ф. Аквінський [1; 2]	доводить важливість «божественних знань»
Іван Павло II [52]	«багатство промислово розвинутих країн базується на володінні знаннями, технікою та вміннями»
Б. Рассел [449]	«знання як дійсні переконання, що сприяють успіху»
М. Поляни [421, с. 1–18]	«мислячі знання»
Ю. Бохеньського [235, с. 14–15]	«чим є знання, то важке і суперечливе питання. ... Трактуємо 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»
Г. Сковорода [126]	«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»
М. Попович [117, с. 55–56, 86]	«... 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»; «поняття інформації відносно – сукупність знаків (сигнал) стає інформацією тоді, коли вона ліквідує певну невизначеність вибору»
Економічна енциклопедія [399, с. 733]	«знання у вузькому значенні – це узагальнення вірогідної інформації про дійсність із умінням її використовувати; натомість у широкому розуміння – це довільний збір інформації, поглядів, тверджень і ін., які мають пізнавальну і/чи практичну цінність»
Сучасний тлумачний словник української мови [181, с. 341]	«знання як обізнаність у чому-небудь, наявність відомостей про кого-небудь, що-небудь»; «знання справи як уміння, досвідченість у чому-небудь. Сукупність відомостей із якої-небудь галузі, набутих у процесі навчання, дослідження і та ін.
Е. Тоффлер [511, с. 397]	знання як кінцевий субститут для усіх інших засобів виробництва
М. Вергемен [225, с. 21]	знання є «особистими здібностями, продуктом інформації, досвіду, кваліфікації та позицій, притаманих людині в певний момент часу»

1	2
А. Залівські [526, с. 23].	«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»
Т. Давенпорт, Л. Прусак [269, с. 1]	«... суміш вираженого досвіду, цінностей, інформації, отриманої в контексті і з експертної проникливості, які формують основи оцінки й присвоєння нового досвіду та інформації»
К. Еванс [293, с. 30]	«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)»
Д. Чаффі, Г. Вайт [254]	знання є контекстово залежною інформацією, тобто знання означає розуміння інформації. Знання є доданою вартістю до інформації досвідченої людини

\*Джерело: укладено автором самостійно на основі літературних джерел, наведених у таблиці.

**Трактування поняття «компетенція», враховані при уточненні дефініції  
«інтелектуальний капітал підприємства»**

Науковець	Трактування
Сучасний тлумачний словник української мови [181, с. 411; 104, с. 874].	компетенція – добра обізнаність із чимось; коло повноважень певної організації, установи, особи
Польський словник виразів [351, с. 271]	компетентна особа уповноважена до дій, прийняття рішень, уміє надавати оцінку
Тлумачний словник С. І. Ожегова [108, с. 289]	компетенція – це коло питань, в яких хто-небудь добре обізнаний; коло чийхось повноважень, прав
Д. Тьеррі, К. Сурет [507, с. 6]	здатність працівника до дій, що дозволяють досягнути мети в певних умовах за допомогою визначених засобів
П. Лоарт [362, с. 228]	професійні здібності працівників (знання, уміння, досвід, позиція) відповідно до займаної посади, потенційні можливості відповідно до інших видів діяльності»
К. Леві-Лебуер [357, с. 19]	визначений набір знань і вмінь, норм поведінки, стандартних процедур, способів сприйняття, які можна використати без нового навчання
М. Холодная [200, с. 34]	компетентність як вид конструктивних галузевих знань

\*Джерело: укладено автором самостійно на основі літературних джерел, наведених у таблиці.



## Методики 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, [495]	+	(+)	опосередковано
Збалансована система показників («Balanced Scorecard»)	Р. Каплан, Д. Нортон, 1992, [343]	+		Після врахування змін
Навігатор Скандії («Skandia Navigator™»)	Л. Едвінсон, М. Меллоун, 1997, [288]	+		Після врахування змін
Human Capital Intelligence	Дж. Фітз-Енз, 1994, [301]	+		опосередковано
Брокер технологій («Technology Broker»; «Intellectual Capital Auditing»)	Е. Брукінг, 1996, [247]	+	(+)	безпосередньо
Економічна додана вартість («Economics Value Added» – EVA)	Стюарт Беннет, 1991-1994, [344]	+		безпосередньо
Цитування патентів (Citation Weighted Patents)	Бонтіс Нік, 1996, [238; 239]	+	+	безпосередньо
Метод ринкової капіталізації (Market- too-Boo-Value)	Стюарт Т., 1997, [488]	+	(+)	безпосередньо
Коефіцієнт Тобіна («Tobin's Q»)	Tobin J., 1969 [509]	+		безпосередньо
Розрахунок вартості («Calculated Intangible Value» – «CIV» )	Стюарт Т., 1997; Luthy, 1998 [366]	+		Після врахування змін
Визначення ринкової вартості інвесторами (Investor Assigned Market Value – IAMV™ )	Станфельд К., 1998, [344]	+		Опосередковано
Індекс інтелектуального капіталу («IC Index™»)	Л. Едвінсон, Й. Рус, Драгоннеті Н. 1997, [289]	+	(+)	Опосередковано

Продовж. Додатка Б.1

1	2	3	4	5
ІК-рейтинг («IC Rating <sup>TM</sup> »)	Л. Едвінсон, 1997, [289]		(+)	Опосередковано
Монітор нематеріальних активів («Intangible Asset Monitor»)	К. Е. Свейбі. 1997, [495]	+	(+)	Після врахування змін
Методологія оцінки вартості («Inclusive Valuation Methodology» – IVM <sup>TM</sup> )	М'Ферсон Ф., Пайк С., 2001, [367]	+		Опосередковано
Відкривач вартості (The Value Explorer <sup>TM</sup> – TVE <sup>TM</sup> )	Андріссен Д., Тіссен Р., 2000, [344]	(+)	+	Опосередковано
Створення вартості («Total Value Creation» – TVC)	Андерсон Р, 2000, [344]	+	(+)	Опосередковано
(«Intellectual Asset Valuation»)	Салліван П., 2000, [492]	+	(+)	Після врахування змін
(Knowledge Audit Cycle – KAC)	Schiuma, Marr, 2001	+	+	Опосередковано
Система показників ланцюга формування вартості («Value Chain Scoreboard» – VCS <sup>TM</sup> )	Лев Б., 2001, [356]	+	+	Після врахування змін
Фінансові методи обчислення вартості інтелектуальних активів («Financial Method of Intellectual Assets Measurement» – FiMIAM)	Родов І, Ф. Лельєрт, 2002, [440]	+	+	Опосередковано
Meritum Guidelines	Проект «Meritum», 2002, [534]	+	(+)	Після врахування змін

Продовж. Додатка Б.1

1	2	3	4	5
Оцінювання активів знань («Assessing Knowledge Assets»)	Бонтіс Н, 2001, [238]	+	(+)	Опосередковано
Дохід з капіталу знань («Knowledge Capital Earnings» – KCE™)	Лев Б., Фенг Ґу, 2003, [312]	+	(+)	Опосередковано
Бізнес IQ («Business IQ»)	Сандвік, 2004, [534]	+		Опосередковано
Інтелектуальна додана вартість («VAIC™»)	Пуліч А., 2000, [432]	+	(+)	Після врахування змін
Визначення вартості («Holistic Value Approach» – HVA)	Рус Ґ., Пайк С., 2004, []	+	(+)	Опосередковано
Паспорт інтелектуального капіталу	Лім Л., Даллімор П., 2005, [441]	+	(+)	Опосередковано
MAGIC	Проект ЄС, [534]	+		Після врахування змін
Звіт про інтелектуальний капітал	Результати праць датських вчених [534]	+	(+)	Після врахування змін
Модель оцінки інтелектуального капіталу на основі системи якісних індексів	Чен Дж., Зу Ж., 2004, [255]	-	+	Опосередковано
Модель комплексної оцінки інтелектуального капіталу підприємства	Бендиков М.А., Джамай Е.В., 2004, [12]	+	-	Після врахування змін

\*Джерело: складено автором самостійно на основі джерел, наведених у таблиці.

**Показники оцінки людського та клієнтського капіталу підприємства  
(за нормами, наданими Датською Радою розвитку торгівлі і  
промисловості) [244, с. 227]**

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 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)

**Показники оцінки технологічного та процесного капіталу підприємства (за нормами, наданими Датською Радою розвитку торгівлі і промисловості) [244, с. 228]**

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

**Рейтинг придатності показників для оцінки інтелектуального капіталу  
підприємства С. Маврінаца, Г. Сестерфельда, М. Міллера,  
А. Борнеманна [244, с. 228]**

Показник	Результати досліджень		
	С. Маврінац і Г. Сестерфельд	М. Міллер	А. Борнеманн
<b>Сфера людського капіталу</b>			
Лідерські якості		1	
Впровадження стратегії фірми	1		
Довіри 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

**Показники методики Лім Ліна і Пітера Даллімора для оцінки  
інтелектуального капіталу підприємства [360, с. 187–190]**

<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.
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.
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 дистриб'юторських контор.
Обсяги продаж через «call center».
Тривалість циклу запровадження інноваційної продукції.
Кількість запроваджених інноваційних видів послуг.
Витрати на брак у співвідношенні до отриманих доходів.
Кількість винагород, отриманих за якість.
Частка адмінвитрат у загальних витратах підприємства.
<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.
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.
Час на реалізацію одного замовлення.
Маркетингові витрати на пошук нового клієнта.
Маркетингові витрати на утримання клієнтів.
Питома вага постійних клієнтів.
<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.
<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.



**Показники оцінки інтелектуального капіталу підприємства згідно  
методики Джім Чен, Жаохі Зу, Гонг Ян Хі [255, с. 203–206]**

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 продукції.	
		Ефективність функціонування підприємства.	
	Інформаційна система	Індекс взаємопідтримки 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 підприємства.
			Кількість нових технологій, опрацьованих за останні три роки.
Механізм інновації		Частка інвестицій у науково-дослідну діяльність у загальному доході підприємства.	
		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. Додатка В. 3

1	2	3
Клієнтський капітал	Інноваційна культура	Індекс підтримки культур підприємства і заохочення працівників до інновацій.
		Індекс підтримки інновацій керівництвом підприємства.
	Маркетингові здібності	Наявність клієнтської бази даних та індекс її використання.
		Індекс здібностей обслуговування клієнтів.
		Індекс здатності ідентифікації потреб клієнтів.
	Ринкова інтенсивність	Частка на ринку.
		Потенціал ринку.
		Обсяги продаж у розрізі окремого клієнта.
		Торгова марка і репутація товарного знаку.
		Формування дистрибуційних каналів.

**Перелік основних показників, використаних К. Е. Свейбі у «Моніторі нематеріальних активів» для визначення рівня розвитку інтелектуального капіталу та ефективності його використання на підприємстві [496]**

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	Ододенний 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

**Матриця «компетенції – продукція – балансовий прибуток»  
для визначення балансового прибутку підприємства, що припадає на і<sup>-ту</sup>  
головну компетенцію суб'єкта господарювання згідно методики  
Д. Андріссена і Р. Тіссена «Відкривач вартості»  
(*The Value Explorer<sup>TM</sup> – TVE<sup>TM</sup>*) [344, с. 135]**

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.	...	3 бал => 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.
<b>ΣБалів</b>	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.

**Схема ланцюг формування вартості інтелектуального капіталу  
підприємства Л. Баруха («Value Chain Scoreboard» – VCS™)**

[356, с. 111; 491, с. 183]

<i>VCS™</i>		
<b>Відкриття і самонавчання</b>	<b>Прийняття (імплементация)</b>	<b>Комерціалізація</b>
<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, 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.

**Економічна діагностика інтелектуального капіталу ПрАТ  
«Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» за  
методикою MV / BV**

- балансова вартість товариства:

$$BV_{\text{молокія}}_{2011} = 112734 - 26737 = 85997 \text{ тис. грн.}; \quad BV_{\text{борщів}}_{2011} = 37347 \text{ тис. грн.};$$

$$BV_{\text{молокія}}_{2012} = 305212 - 45762 = 259450 \text{ тис. грн.}; \quad BV_{\text{борщів}}_{2012} = 36621 \text{ тис. грн.};$$

$$BV_{\text{молокія}}_{2013} = 334168 - 49728 = 284440 \text{ тис. грн.}; \quad BV_{\text{борщів}}_{2013} = 27185 \text{ тис. грн.};$$

$$BV_{\text{молокія}}_{2014} = 216574 - 66881 = 149695 \text{ тис. грн.}; \quad BV_{\text{борщів}}_{2014} = 45414 \text{ тис. грн.};$$

$$BV_{\text{молокія}}_{2015} = 266214 - 69656 = 196558 \text{ тис. грн.}; \quad BV_{\text{борщів}}_{2015} = 50013 \text{ тис. грн.}$$

- ринкова вартість товариства:

$$MV_{\text{молокія}}_{2011} = 0,12 \times 175000 = 21000 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{молокія}}_{2012} = 0,49 \times 375000 = 183750 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{молокія}}_{2013} = 0,55 \times 375000 = 206250 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{молокія}}_{2014} = 0,75 \times 375000 = 281250 \text{ тис. грн.};$$

$$MV_{\text{молокія}}_{2015} = 0,99 \times 375000 = 371250 \text{ тис. грн.};$$

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

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

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

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

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

- коефіцієнт співвідношення ринкової і балансової вартості товариства:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Визначення вартості інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» за методом «q-Tobina»**

- ринкова вартість товариства:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- q-Tobina товариства:

$$q - Tobina_{\text{молокія}}_{2011} = \frac{60730}{112734} = 0,5; \quad q - Tobina_{\text{борщів}}_{2011} = \frac{84832}{37347} = 2,3;$$

$$q - Tobina_{\text{молокія}}_{2012} = \frac{236068}{305212} = 0,8; \quad q - Tobina_{\text{борщів}}_{2012} = \frac{50487}{36621} = 1,4;$$

$$q - Tobina_{\text{молокія}}_{2013} = \frac{216655}{334168} = 0,6; \quad q - Tobina_{\text{борщів}}_{2013} = \frac{68777}{27205} = 2,5;$$

$$q - Tobina_{\text{молокія}}_{2014} = \frac{362263}{216574} = 1,7; \quad q - Tobina_{\text{борщів}}_{2014} = \frac{132834}{45414} = 2,9;$$

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

**Перелік проміжних показників для застосування методики «СІV»  
Т. Стюарта для оцінки інтелектуального капіталу ПрАТ «Тернопільський  
молокозавод» та ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011–2015 рр.**

Суб'єкт	Показники	Роки					Примітка
		2011	2012	2013	2014	2015	
ПрАТ «Тернопільський молокозавод»	Прибуток до оподаткування, тис. грн.	8574	17864	19622	26058	34474	Звіт про фінансові результати
	Матеріальні активи, тис. грн.	80939	121085	132316	178058	207136	Баланс
ПАТ «Борщівськ ий сирзавод»	Прибуток до оподаткування, тис. грн.	5893**	4299	7825	8602	8271	Звіт про фінансові результати
	Матеріальні активи, тис. грн.	11302**	6515	7389	7217	8717	Баланс
ROA для сектора, %		-	-	1,9	1,6	1,2	Середнє значення за 3 роки
Ставка податку на прибуток, %***		23	21	19	18	18	Мінфін України

\* Джерело: складено автором самостійно на сонові фінансових звітностей товариств; ROA для сектора визначено на сонові статистичних збірників за 2010–2015 рр.

\*\*Примітка: для ПАТ «Борщівський сирзавод» дані враховані за 2010 р., зважаючи на те, що у 2011 р. товариство було збитковим; \*\*\* визначено на основі даних Міністерства фінансів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://minfin.com.ua/taxes/-/taxrate.html> (15.04.2016)



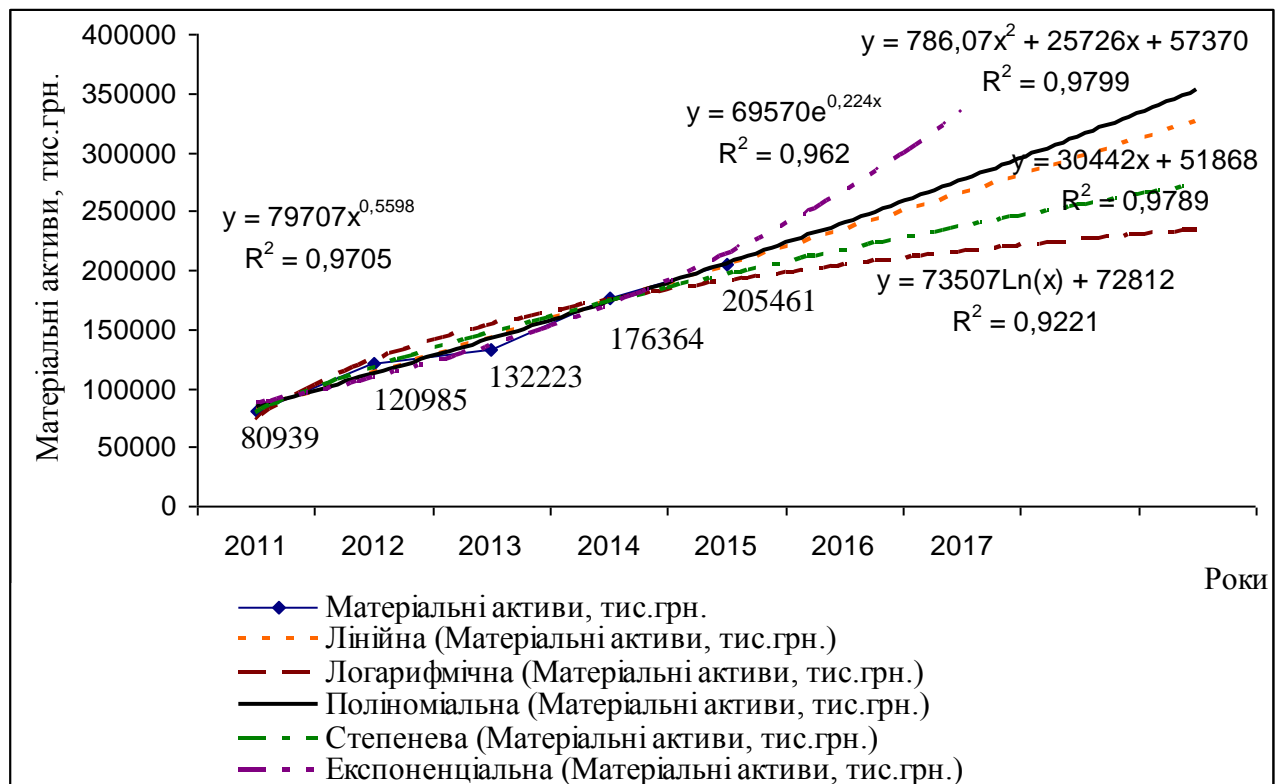


Рис. 1. Динаміка вартості матеріальних активів на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 рр. та вибір ліній тренду за методикою «КСЕ»

\*Джерело: проаналізовано автором самостійно на основі фінансових звітностей товариства

## Додаток Е. 2

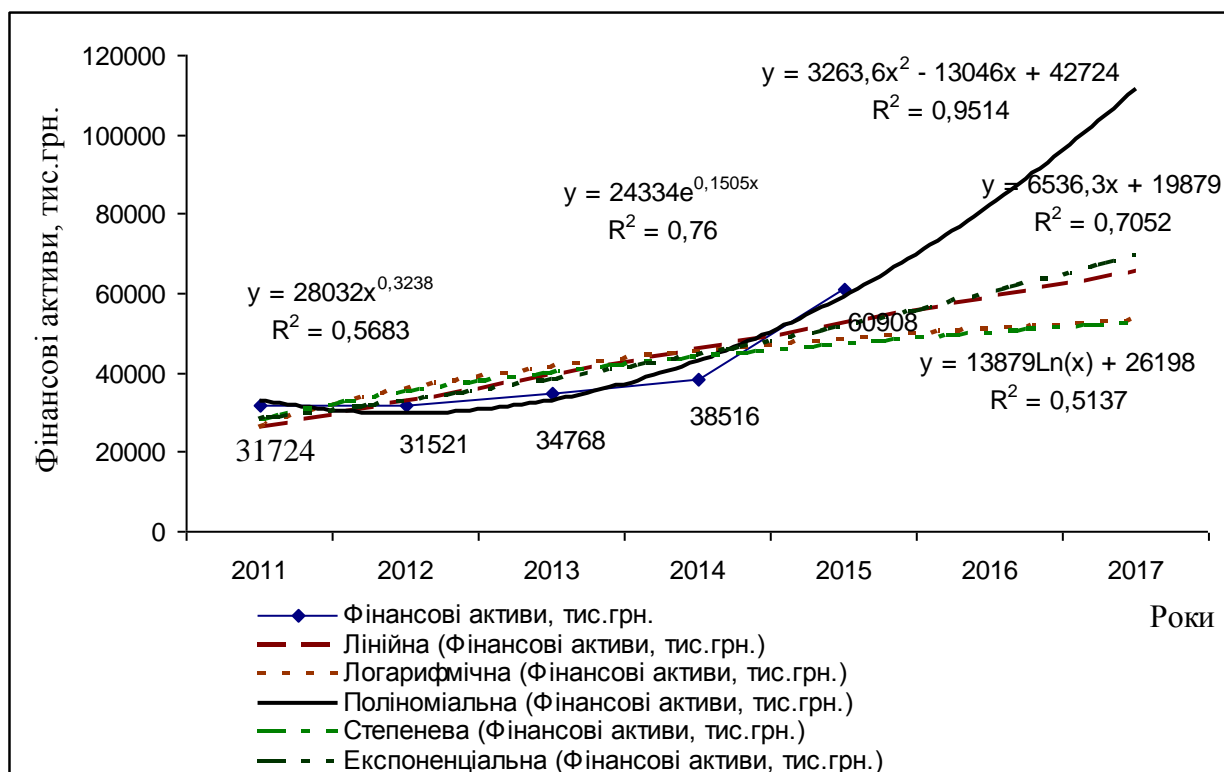


Рис. 2. Динаміка вартості фінансових активів на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2011–2017 рр. та вибір ліній тренду

\*Джерело: проаналізовано автором самостійно на основі фінансових звітностей товариства

## Додаток Е. 3

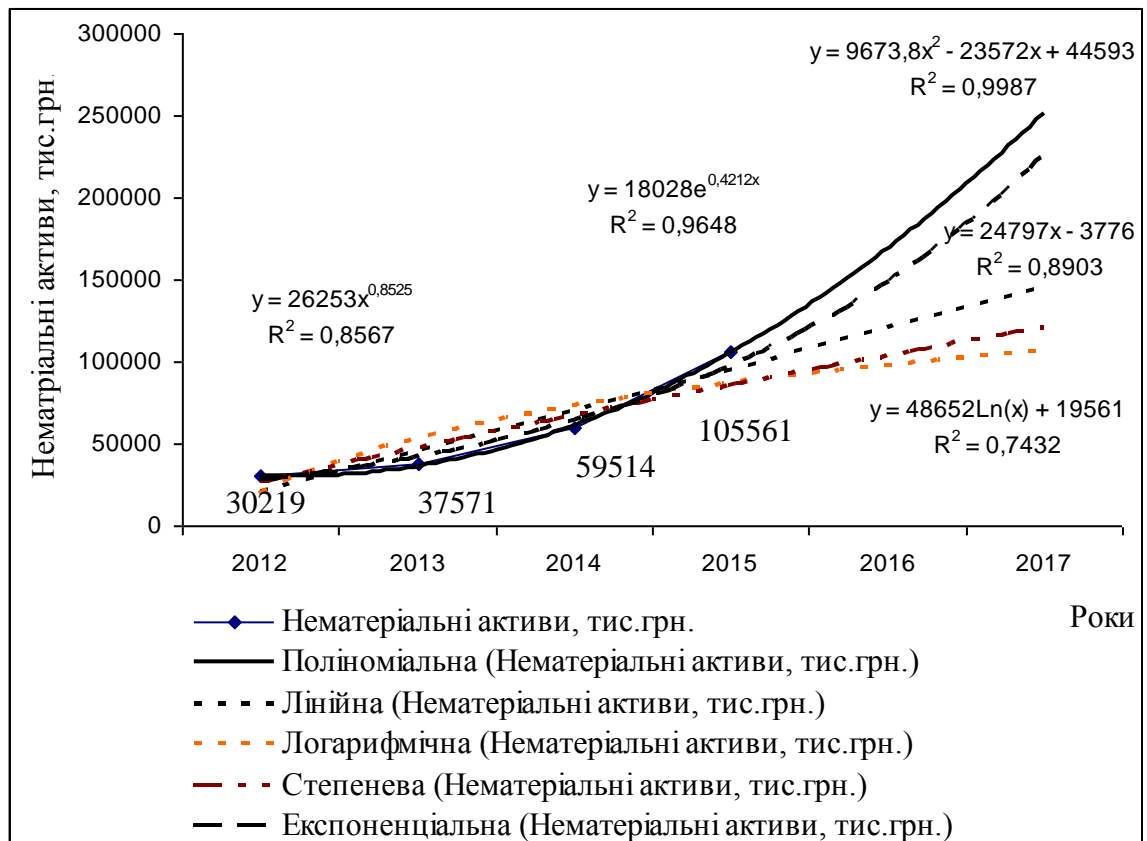


Рис. 3. Динаміка вартості нематеріальних активів на ПрАТ «Тернопільський молокозавод» у 2012–2017 рр. та вибір ліній тренду

\*Джерело: проаналізовано автором самостійно на основі фінансових звітностей товариства

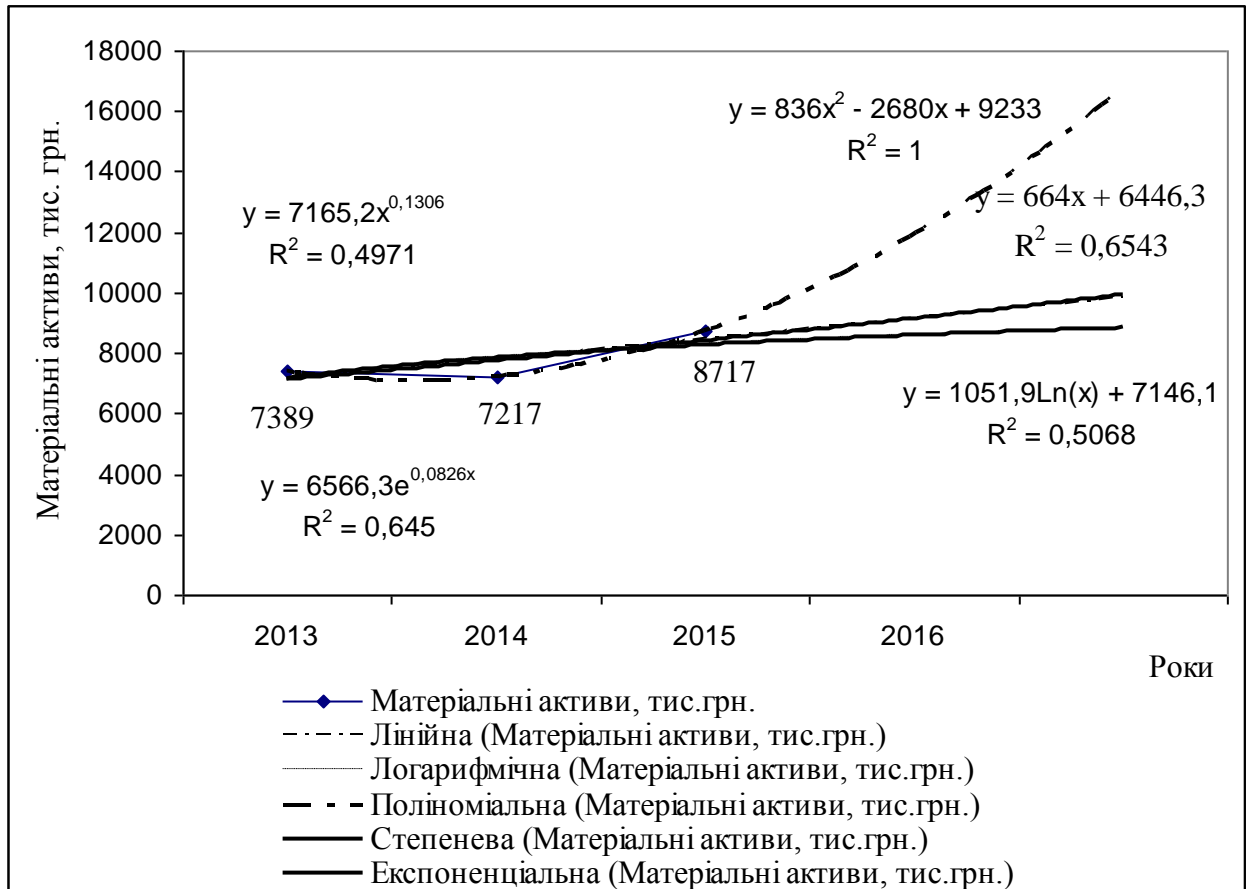


Рис. 1. Динаміка вартості матеріальних активів на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011–2016 рр. та вибір ліній тренду за методикою «КСЕ»

\*Джерело: проаналізовано автором самостійно на основі фінансових звітностей товариства

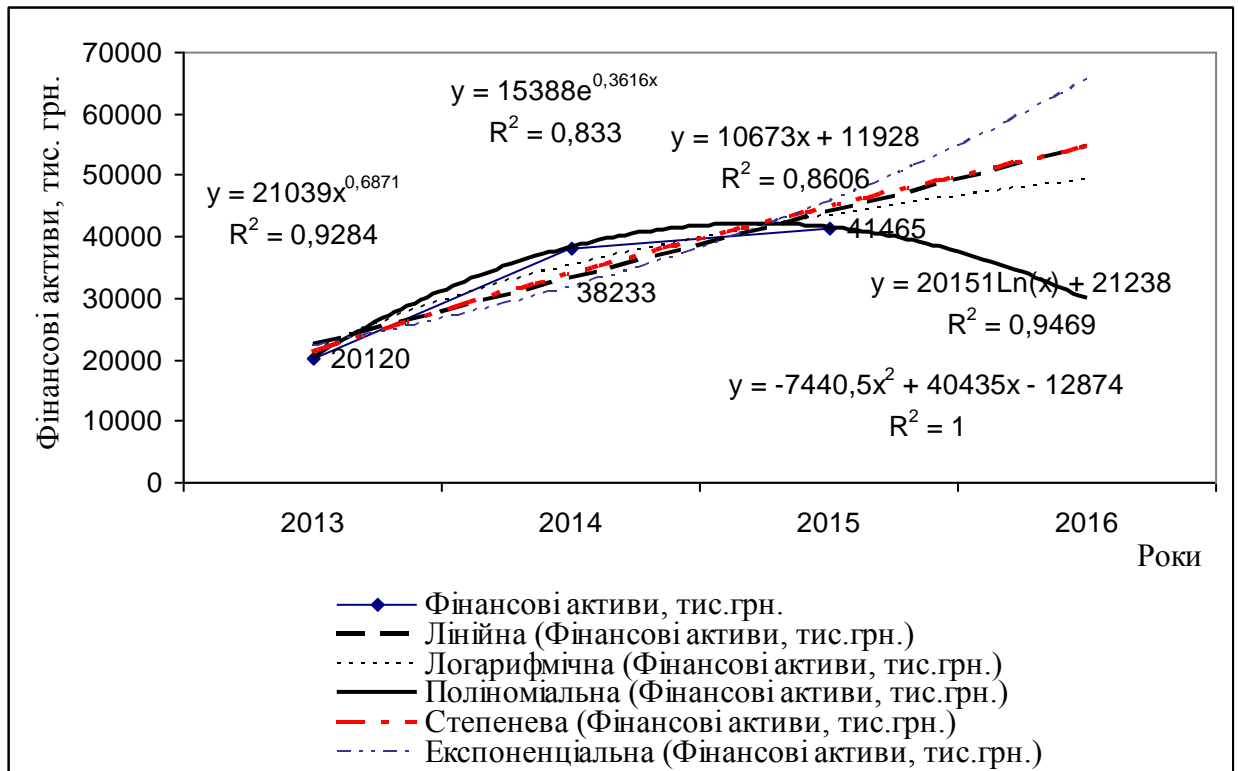


Рис. 2. Динаміка вартості фінансових активів на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2011–2016 рр. та вибір ліній тренду за методикою «КСЕ»

\*Джерело: проаналізовано автором самостійно на основі фінансових звітностей товариства

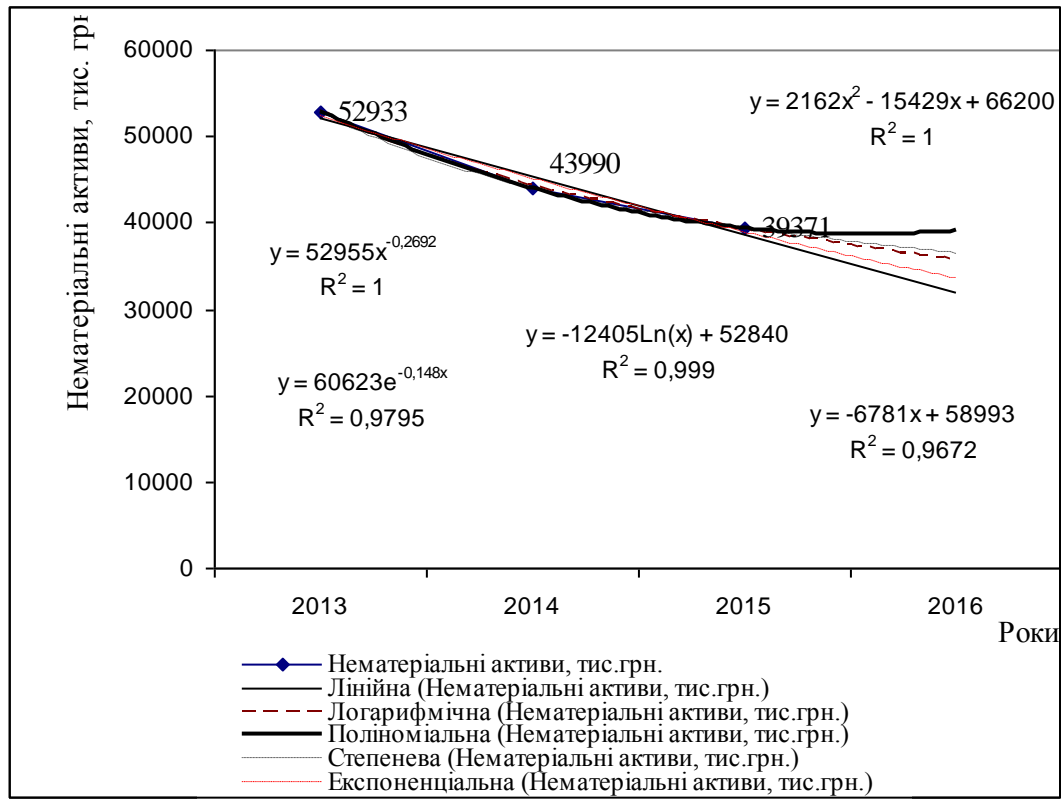


Рис. 3. Динаміка вартості нематеріальних активів на ПАТ «Борщівський сирзавод» у 2012–2016 рр. та вибір ліній тренду за методикою «КСЕ»

\*Джерело: проаналізовано автором самостійно на основі фінансових звітностей товариства

## АНКЕТА

для оцінки ідентифікаційних компетенцій підприємства

Особа, яка оцінює	<input type="checkbox"/> <b>керівник, менеджер</b> (управлінець), який має у підпорядкуванні підлеглих осіб
-------------------	---

### 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. З якою метою Ваше підприємство дотримується принципу соціальної відповідальності бізнесу?**

<input type="checkbox"/> 1	отримання прибутку
<input type="checkbox"/> 2	задоволення соціальних потреб
<input type="checkbox"/> 3	захисту оточуючого середовища
<input type="checkbox"/> 4	дотримання міжнародної практики
<input type="checkbox"/> 5	маркетингових цілей

**10. Екозорієнтованість підприємства (зміна протягом року)**

<input type="checkbox"/> 1	відсутня (не націлені на випуск органічної продукції)
<input type="checkbox"/> 2	значне зменшення обсягів випуску органічної продукції
<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 органічній продукції, екопакуванні, екологістиці

**11. Переваги від імплементації міжнародних систем управління якістю і безпечністю продукції на Вашому підприємстві пов'язані з:**

<input type="checkbox"/> 1	покращення ринкової позиції
<input type="checkbox"/> 2	підвищення якості продукції
<input type="checkbox"/> 3	покращення візерунку підприємства
<input type="checkbox"/> 4	підвищення конкурентоспроможності продукції
<input type="checkbox"/> 5	вимоги торгових мереж
<input type="checkbox"/> 6	вимоги клієнтів



## АНКЕТА

для моніторингу компетенційної моделі на підприємстві

Особа, яка оцінює	<input type="checkbox"/> <b>керівник, менеджер</b> (управлінець), який має у підпорядкуванні підлеглих осіб
-------------------	---

**12. Які з джерел креації вартості є найбільш актуальні для Вашого підприємства?**

<input type="checkbox"/> 1	фінансовий капітал
<input type="checkbox"/> 2	людський (індивідуальний) капітал
<input type="checkbox"/> 3	інноваційний капітал
<input type="checkbox"/> 4	інформаційний капітал
<input type="checkbox"/> 5	ринковий капітал
<input type="checkbox"/> 6	соціальний капітал
<input type="checkbox"/> 7	інтелектуальна власність
<input type="checkbox"/> 8	інші

**13. Які характеристики інтелектуального капіталу є найважливішими при створенні інтелектуальної доданої вартості?**

<input type="checkbox"/> 1	фаховий рівень персоналу (знання, вміння)
<input type="checkbox"/> 2	формальна підготовка персоналу
<input type="checkbox"/> 3	компетенції особи (знання, вміння, поведінкові чинники)
<input type="checkbox"/> 4	ситуаційні чинники (відкритість, готовність працювати)
<input type="checkbox"/> 5	інтелектуальна власність
<input type="checkbox"/> 6	бренд, товарні марки
<input type="checkbox"/> 7	вартість клієнта
<input type="checkbox"/> 8	системи управління якістю
<input type="checkbox"/> 9	інформаційні технології, програмне забезпечення
<input type="checkbox"/> 10	екологічна зорієнтованість (екопродукція, екопакування, екологістика тощо)
<input type="checkbox"/> 11	соціальна відповідальність бізнесу

**14. Чи застосовується компетенційний підхід при управлінні вартістю на Вашому підприємстві?**

<input type="checkbox"/> 1	так
<input type="checkbox"/> 2	ні
<input type="checkbox"/> 3	в процесі впровадження
<input type="checkbox"/> 4	передбачається впровадження
<input type="checkbox"/> 5	не передбачається впровадження

**15. Які особи відповідають за реалізацію компетенційного підходу при забезпеченні креації вартості на Вашому підприємстві?**

<input type="checkbox"/> 1	керівник підприємства
<input type="checkbox"/> 2	заступник керівника підприємства
<input type="checkbox"/> 3	керівники функціональних підрозділів підприємства
<input type="checkbox"/> 4	робітники
<input type="checkbox"/> 5	не можу відповісти

**16. З якою метою на Вашому підприємстві застосовується компетенційний підхід?**

<input type="checkbox"/> 1	для організації ефективного відбору кандидатів на посади
<input type="checkbox"/> 2	для оцінки роботи персоналу, визначення рівня винагород
<input type="checkbox"/> 3	для мотивації персоналу до самовдосконалення, саморозвитку
<input type="checkbox"/> 4	для ефективної розстановки кадрів
<input type="checkbox"/> 5	при реорганізації (для раціонального скорочення)
<input type="checkbox"/> 6	не застосовується

**17. Оцініть рівень впливу браку певних компетенцій на конкурентоспроможність Вашого підприємства?**

<input type="checkbox"/> 1	безпосередній (прямий) значний вплив
<input type="checkbox"/> 2	опосередкований (не прямий) значний вплив
<input type="checkbox"/> 3	помірний вплив
<input type="checkbox"/> 4	не впливає
<input type="checkbox"/> 5	не можу визначити

**18. Хто на Вашому підприємстві проводить вимірювання та оцінку компетенційних лакун?**

<input type="checkbox"/> 1	керівник підприємства
<input type="checkbox"/> 2	заступник керівника підприємства
<input type="checkbox"/> 3	керівники функціональних підрозділів підприємства
<input type="checkbox"/> 4	консалтингова агенція
<input type="checkbox"/> 5	не можу відповісти

**19. Які з характеристик людського капіталу є найважливішими на підприємстві (подайте в міру значення від 1 до 6)?**

<input type="checkbox"/> 1	компетенції персоналу (знання, вміння, поведінка)
<input type="checkbox"/> 2	кваліфікація персоналу (підтверджена дипломами тощо)
<input type="checkbox"/> 3	висока продуктивність праці (віддача в роботі)
<input type="checkbox"/> 4	формальна підготовка
<input type="checkbox"/> 5	ситуаційні чинники (присутність працівника, витрачений час)
<input type="checkbox"/> 6	інші (здоров'я, особиста культура тощо)

**20. Якою мірою брак певних компетенцій (знання, вміння, поведінка) впливає на Вашу конкурентоспроможність?**

<input type="checkbox"/> 1	має прямий безпосередній вплив
<input type="checkbox"/> 2	має непрямий вплив
<input type="checkbox"/> 3	має помірний вплив
<input type="checkbox"/> 4	не впливає

**21. Чи використовується на Вашому підприємстві стратегія управління людським (індивідуальним) капіталом?**

<input type="checkbox"/> 1	впроваджена
<input type="checkbox"/> 2	запроваджується
<input type="checkbox"/> 3	опрацьована, але не впроваджена
<input type="checkbox"/> 4	передбачається в майбутньому
<input type="checkbox"/> 5	не плануємо впровадження

**22. Які особи відповідають за розробку та реалізацію стратегії управління людським капіталом на Вашому підприємстві?**

<input type="checkbox"/> 1	керівники вищого і середнього рівня управління
<input type="checkbox"/> 2	представник відділу управління людськими ресурсами (персоналом, HR)
<input type="checkbox"/> 3	представники інших підрозділів (крім відділу управління людськими ресурсами)
<input type="checkbox"/> 4	незалежні зовнішні експерти
<input type="checkbox"/> 5	консалтингова фірма
<input type="checkbox"/> 6	інші

**23. На які групи персоналу поширюється застосування компетенційного підходу на Вашому підприємстві?**

<input type="checkbox"/> 1	увесь персонал
<input type="checkbox"/> 2	лише на рівні вищого керівництва (керівник, керівники функціональних підрозділів)
<input type="checkbox"/> 3	лише на рівні керівники середнього і нижчого щабля управління
<input type="checkbox"/> 4	лише на окремих працівників у вибраних підрозділах (напр. маркетинговий відділ)
<input type="checkbox"/> 5	лише працівники, які пов'язані із ключовими проектами
<input type="checkbox"/> 6	лише працівники, які визнані талановитими
<input type="checkbox"/> 7	не поширюється на жодну із груп

**24. Чи практикується на Вашому підприємстві портфоліо компетенцій?**

<input type="checkbox"/> 1	розроблено і впроваджено
<input type="checkbox"/> 2	розроблено, але не впроваджено
<input type="checkbox"/> 3	впроваджується
<input type="checkbox"/> 4	планується в майбутньому
<input type="checkbox"/> 5	не плануємо

**25. Чи запроваджено на Вашому підприємстві модель розвитку капіталу компетенцій?**

<input type="checkbox"/> 1	впроваджено
<input type="checkbox"/> 2	впроваджується
<input type="checkbox"/> 3	опрацьовано, але не впроваджено
<input type="checkbox"/> 4	планується в майбутньому
<input type="checkbox"/> 5	не плануємо впровадження

**26. Чи практикують на Вашому підприємстві компетенційні профілі (описи компетенцій)?**

<input type="checkbox"/> 1	впроваджено
<input type="checkbox"/> 2	впроваджується
<input type="checkbox"/> 3	опрацьовано, але не впроваджено
<input type="checkbox"/> 4	планується в майбутньому
<input type="checkbox"/> 5	не плануємо впровадження

**27. В межах яких посад (робочих місць) на Вашому підприємстві розроблені компетенційні профілі (описи)?**

<input type="checkbox"/> 1	увесь персонал
<input type="checkbox"/> 2	лише на рівні вищого керівництва (керівник, керівники функціональних підрозділів)
<input type="checkbox"/> 3	лише на рівні керівники середнього і нижчого щабля управління
<input type="checkbox"/> 4	лише на окремих працівників у вибраних підрозділах (напр. маркетинговий відділ)
<input type="checkbox"/> 5	лише працівники, які пов'язані із ключовими проектами
<input type="checkbox"/> 6	лише працівники, які визнані талановитими
<input type="checkbox"/> 7	не поширюється на жодну із груп

**28. Чи існує на Вашому підприємстві градація компетенцій в межах окремо взятого компетенційного профілю (опису компетенцій)?**

<input type="checkbox"/> 1	усі компетенції мають однакове значення
<input type="checkbox"/> 2	чітко виділені ідентифікаційні (найважливіші) компетенції
<input type="checkbox"/> 3	важко відповісти
<input type="checkbox"/> 4	Немає можливості чіткого виділення ідентифікаційних (найважливіших) компетенцій

**Оцінка рівня капіталу особистісних компетенцій на робочих місцях підприємства**

Рівень	Опис рівня капіталу компетенції
<b>А – високий</b>	Дуже високий рівень фахової підготовки – знань і навичок. Висока схильність до креативного використання знань, навичок. Розвинута інтелектуальна спритність. Переважаюча схильність до самостійного розвитку капіталу знань і капіталу компетенцій. Досконале володіння інформаційно-комунікаційними технологіями. Високий рівень соціальної відповідальності. Інноваційність. Високо розвинуті пізнавальні здібності та комунікаційні навички (більше 2 іноземних мов). Здатність до самостійної праці та прийняття управлінських рішень.
<b>В – дуже добрий</b>	Високий рівень фахової підготовки – знань і навичок. Переважаюча схильність до креативного використання знань, навичок. Достатньо розвинута інтелектуальна спритність. Контрольована схильність до самостійного розвитку капіталу знань і капіталу компетенцій. Достатнє володіння інформаційно-комунікаційними технологіями. Достатній рівень соціальної відповідальності. Інноваційність. Високо розвинуті пізнавальні здібності та комунікаційні навички ( <i>min</i> 2 іноземних мови). Здатність до самостійної і безконтрольної праці.
<b>С – добрий</b>	Достатній рівень фахової підготовки – знань і навичок. Незначна схильність до креативного використання знань, навичок. Фрагментарно розвинута інтелектуальна спритність. Обмежена здатність до самостійного розвитку капіталу знань і капіталу компетенцій. Володіння інформаційно-комунікаційними технологіями на рівні користувача. Недостатній рівень соціальної відповідальності. Інноваційність. Достатньо розвинуті пізнавальні здібності та комунікаційні навички (1 іноземна мова). Здатність до самостійної, але контрольованої праці.
<b>Д – низький</b>	Незадовільний рівень фахової підготовки – знань і навичок. Обмежена схильність до креативного використання знань, навичок. Не розвинута інтелектуальна спритність. Повна нездатність до самостійного розвитку капіталу знань. Низький рівень володіння інформаційно-комунікаційними технологіями. Низький рівень соціальної відповідальності. Недостатня орієнтація на інноваційність. Нездатність до самостійної праці.
<b>Е – відсутній</b>	Відсутні компетенції.

\*Джерело: власна розробка.

### Оцінка рівня капіталу компетенцій підприємства

Рівень	Опис рівня капіталу компетенції
<b>А – високий</b>	<p>Дуже високий рівень особистісних компетенцій на робочих місцях, посадах. Нарощення темпів підвищення інтелектомісткості виробництва, інноваційна продукція, висока частка екопродукції.</p> <p>Дуже високий рівень організаційних компетенцій у сфері інновацій на протязі 3–5 років – лідерські позиції у сфері інноваційності продукції (послуг) і процесів, зростаюча динаміка у сфері забезпечення прав інтелектуальної власності (патенти, авторські свідоцтва, товарні знаки, ліцензії тощо), застосування стандартів якості систем правління і продукції.</p> <p>Дуже високий рівень організаційних компетенцій у сфері інформаційно-комунікаційних технологій на протязі 3–5 років – повномасштабне оновлення ІТ, постійний доступ до нових програмних продуктів, Intranet, наявність банку знань, забезпечення трансферу знань і технологій, участь у мережевій співпраці тощо.</p> <p>Дуже високий рівень організаційних компетенцій у ринковій сфері – наявність корпоративного бренду, товарних брендів, практикування нових каналів комерційної діяльності, широка база постійних клієнтів тощо.</p> <p>Дуже високий рівень організаційних компетенцій у соціальній сфері – лідер серед соціально-відповідального бізнесу, проінноваційна організаційна культура, усталення у філософії управління соціальної спрямованості тощо.</p>
<b>В – дуже добрий</b>	<p>Високий рівень особистісних компетенцій на робочих місцях, посадах. Високий рівень інтелектомісткості виробництва, інноваційна продукція, постійна частка екопродукції.</p> <p>Високий рівень організаційних компетенцій у сфері інновацій на протязі 3–5 років – постійне підвищення інноваційності продукції (послуг) і процесів, позитивна динаміка у сфері забезпечення прав інтелектуальної власності (патенти, авторські свідоцтва, товарні знаки, ліцензії тощо), застосування стандартів якості систем правління і продукції.</p> <p>Високий рівень організаційних компетенцій у сфері інформаційно-комунікаційних технологій на протязі 3–5 років – не повне оновлення ІТ, постійний доступ до нових програмних продуктів, наявність банку знань, участь у мережевій співпраці тощо.</p> <p>Високий рівень організаційних компетенцій у ринковій сфері – наявність корпоративного бренду, товарних брендів, широка база постійних клієнтів тощо.</p> <p>Високий рівень організаційних компетенцій у соціальній сфері – соціально-відповідальний бізнес, проінноваційна організаційна культура, поява у філософії управління аспектів соціальної спрямованості тощо.</p>

<b>С – добрий</b>	<p>Достатній рівень особистісних компетенцій на робочих місцях, посадах. Постійний рівень інтелектомісткості виробництва, традиційна продукція, нестабільна частка екопродукції.</p> <p>Достатній рівень організаційних компетенцій у сфері інновацій на протязі 3–5 років – зростаючі темпи інноваційності продукції (послуг) і процесів, зростаюча динаміка у сфері забезпечення прав інтелектуальної власності (патенти, авторські свідоцтва, товарні знаки, ліцензії тощо), застосування стандартів якості продукції.</p> <p>Достатній рівень організаційних компетенцій у сфері інформаційно-комунікаційних технологій на протязі 3–5 років – часткове оновлення ІТ, постійний доступ до нових програмних продуктів. участь у мережевій співпраці тощо.</p> <p>Достатній рівень організаційних компетенцій у ринковій сфері – наявність окремих товарних брендів, застосування традиційних каналів комерційної діяльності, незмінна кількість постійних клієнтів тощо.</p> <p>Достатній рівень організаційних компетенцій у соціальній сфері – частковий формат соціально-відповідального бізнесу, проінноваційна організаційна культура тощо.</p>
<b>D – низький</b>	<p>Незадовільний рівень особистісних компетенцій на робочих місцях, посадах. Низький рівень інтелектомісткості виробництва, традиційна продукція, відсутність екопродукції.</p> <p>Недостатній рівень організаційних компетенцій у сфері інновацій на протязі 3–5 років – низький рівень інноваційності продукції (послуг) і процесів, відсутність позитивних змін у сфері забезпечення прав інтелектуальної власності (патенти, авторські свідоцтва, товарні знаки, ліцензії тощо), обмежене застосування стандартів якості продукції.</p> <p>Низький рівень організаційних компетенцій у сфері інформаційно-комунікаційних технологій на протязі 3–5 років – модернізація ІТ, обмежений доступ до нових програмних продуктів, відсутність сайту.</p> <p>Задовільний рівень організаційних компетенцій у ринковій сфері – відсутність візії, брендової політики, логотипу, застосування виключно традиційних каналів збуту для реалізації продукції, відсутність постійних клієнтів тощо.</p> <p>Обмежений рівень організаційних компетенцій у соціальній сфері – відсутність принципів соціально-відповідального бізнесу, традиційна організаційна культура, відсутність у філософії управління соціальної спрямованості тощо.</p>
<b>E – відсутній</b>	Відсутні компетенції.

*\*Примітка:* дуже високий рівень – відповідає утриманню лідерських позицій; високий рівень – відповідає величині, що перевищує значення середньогалузевих показників; достатній рівень – відповідає середньогалузевому значенню.

\* Джерело: власна розробка.

## Додаток Ж. 5

## Оцінка результатів анкетного опитування

Показник	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Які характеристики інтелектуального капіталу є найважливішими при створенні інтелектуальної доданої вартості?	101	8	3	28	1	44	1	43	45	15	8
Які з джерел креації вартості є найбільш актуальні для Вашого підприємства?	98	42	40	36	74	5	10	11			
В межах яких посад (робочих місць) на Вашому підприємстві розроблені компетенційні профілі (описи)?	-	-	103	-	-	-	162				
Які з характеристик людського капіталу є найважливішими на підприємстві (подайте в міру значення від 1 до 6)?	2	192	126	97	28	5					
Покращення компетенційного рівня персоналу підприємства (зміна протягом року)	67	153	-	-	45						
Володіння інтелектуальним портфелем	265	-	-	-	-						
Динаміка в розвитку комунікаційних мереж	8	9	28	-	-						
Поширення інформатизації на підприємстві (зміна протягом року)	73	134	13	46	106						
Підвищення соціальної відповідальності бізнесу (зміна протягом року)	158	16	93	-	-						
З якою метою Ваше підприємство дотримується принципу соціальної відповідальності бізнесу?	188	21	21	-	74						
Екозорієнтованість підприємства (зміна протягом року)	98	-	265	47	13						
Переваги від імплементації міжнародних систем управління якістю і безпечністю продукції на Вашому підприємстві пов'язані	225	114	37	188	37						
Чи застосовується компетенційний підхід при управлінні вартістю на Вашому підприємстві?	-	265	-	-	-						
Які особи відповідають за реалізацію компетенційного підходу при забезпеченні креації вартості на Вашому підприємстві?	72	36	11	-	146						
З якою метою на Вашому підприємстві застосовується компетенційний підхід?	-	-	-	-	265						

Продовж. Додатка Ж. 5

Оцініть рівень впливу браку певних компетенцій на конкурентоспроможність Вашого підприємства?	-	-	-	139	126	
Хто на Вашому підприємстві проводить вимірювання та оцінку компетенційних лакун?	-	-	-	-	265	
Чи використовується на Вашому підприємстві стратегія управління людським (індивідуальним) капіталом?	154	67	13	16	15	
Чи практикується на Вашому підприємстві портфоліо компетенцій?	-	-	-	-	-	
Чи запроваджено на Вашому підприємстві модель розвитку капіталу компетенцій?	-	-	123	49	93	
Чи практикують на Вашому підприємстві компетенційні профілі (описи компетенцій)?	-	-	105	82	78	
Якою мірою брак певних компетенцій (знання, вміння, поведінка) впливає на Вашу конкурентоспроможність?				265		
Які особи відповідають за розробку та реалізацію стратегії управління людським капіталом на Вашому підприємстві?	196	3	37	29		
Чи існує на Вашому підприємстві градація компетенцій в межах окремо взятого компетенційного профілю (опису компетенцій)?	196	3	37	29		



### Шкала для оцінки рівня інформаційного інтелектуального капіталу підприємства

Рівень інформаційного капіталу	Повнота інформації на сайті	Публічний доступ до статистичних даних	Інформаційні системи управління			Комунікаційний рівень (відповіді на запити)
			ІС	Системи управління знаннями	Системи управління інформацією	
1,0	повна	+	+	+	+	Швидка і повномасштабна
0,9	не повна	+	+	+	+	Швидка
0,8	часткова	+	+	+	+	Швидка, але не повна
0,7	фрагментарна	+	+	+	+	Фінансова звітність до 10 років
0,6	узагальнена	+	+	-	+	Фінансова звітність понад 5 років
0,5	відсутня	-	+	-	-	Фінансова звітність за 5 років
0,4		-	+	-	-	Фінансова звітність за 2 роки
0,3		-	+	-	-	Фінансова звітність за рік
0,2		-	+	-	-	Комунікація обмежена
0,1		-	+	-	-	Комунікація вимушена

\*Джерело: побудовано автором самостійно.

**Економічна оцінка брендингу на суб'єктах Тернопільської області,  
зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива 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)

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 автором самостійно на основі даних суб'єктів господарювання

## Додаток И. 1

Показники, що характеризують індивідуальний, ринковий, інноваційний, інформаційний та соціальний модулі інтелектуального капіталу підприємств Тернопільської області, зайнятих переробкою молока та виготовленням морозива у 2011–2015 рр.

Під-во	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6	Var7	Var8	Var9	Var10	Var11
Mol11	2,89	13,55108	1,492897	2	1,2	3	3,4	2	1,848739	0,4	7,503343
Mol12	2,97	14,49089	2,766256	3	2,2	3	5,3	2	5,01	0,5	8,281164
Mol13	2,91	14,16067	3,530376	4	2,6	7	5,1	2	8,132258	0,5	8,97371
Mol14	3,04	16,56138	3,666706	5	2,6	11	11,3	3	10,69894	0,5	9,041101
Mol15	2,8	12,24015	3,536502	6	3,2	18	14,3	4	11,03284	0,6	11,10335
Bo11	4,32	5,357064	0	1	1	0	3,2	2	0,075259	0,4	0
Bo12	4,22	6,579082	0	1	1	0	1,3	2	0,088921	0,5	2,927029
Bo13	1,98	8,899828	0,018095	1	1	0	2,6	2	0,070255	0,5	1,716332
Bo14	3,31	7,76846	0,021251	1	1	0	4,2	3	0,096717	0,5	0,750037
Bo15	2,32	7,814451	0,02129	2	2	0	4,2	3	0,087531	0,6	2,729803
Bu11	2,1	12,36187	0,009407	1	2	0	1,4	2	6,887727	0,2	1,73333
Bu12	2,42	14,0542	0,029563	1	3	0	3,6	2	6,895455	0,2	1,085792
Bu13	2,26	16,86741	0	1	3	0	3,1	2	7,510909	0,3	0
Bu14	1,32	16,08096	0,025	2	4,5	0	6,4	2	8,41	0,3	1,3925
Bu15	2,26	17,97375	0	2	4,5	0	6,2	2	8,486818	0,2	0
Kr11	2,3	12,939	1,597067	1	6	0	12,7	2	0,075171	0,2	0,426752
Kr12	2,7	13,54704	1,84994	1	7	0	19,2	2	0,084647	0,2	1,302381
Kr13	2,97	12,09291	2,033683	1	9	0	21,6	2	0,090084	0,3	1,135849
Kr14	18,07	13,79415	2,211104	2	11	0	29,4	3	0,081647	0,3	0,976969

Продовж. Додатка И. 1

<b>Kr15</b>	2,2	6,794649	1,922246	3	6,5	0	18,2	3	0,07159	0,3	1,664058
<b>Ce11</b>	2,2	7,311751	0	0	1	0	0,23	1	8,666667	0,1	0,145773
<b>Ce12</b>	2,32	7,834852	0	0	1	0	0,31	1	10,333333	0,1	0,519481
<b>Ce13</b>	1,35	5,144539	0	0	1	0	0,17	1	18,46	0,1	0
<b>Ce14</b>	1,65	7,219677	0	0	0,5	0	0,53	1	19,02	0,1	0
<b>Ce15</b>	1,15	7,373394	0	0	0,5	0	0,71	1	19,34	0,1	0,357143
<b>La11</b>	1,4	9,449251	1,957632	1	1	0	1,12	2	7,045455	0,4	0,379128
<b>La12</b>	1,45	12,89157	2,367297	1	0,5	0	2,52	2	20,75714	0,5	0,384865
<b>La13</b>	1,47	12,43752	1,65	1	0,5	0	3,16	2	8,025	0,5	0,376802
<b>La14</b>	1,92	10,25986	1,457291	2	4	0	3,13	3	2,954545	0,5	0,633267
<b>La15</b>	2,15	10,02572	1,087909	2	6	0	4,1	4	4,675325	0,4	0,039984
<b>Av11</b>	2,8	4,256169	4,663704	1	3	4	3,16	2	18,08	0,1	0,74926
<b>Av12</b>	3,2	5,861501	5,582667	1	3	5	4,73	2	37,08	0,1	0,7568
<b>Av13</b>	3,27	8,330456	5,912766	1	4	5	3,31	2	12,73	0,1	0,71621
<b>Av14</b>	3,48	8,762626	5,931498	1	5	15	4,84	2	7,727273	0,2	0,73318
<b>Av15</b>	4,35	9,570083	6,527553	1	6	18	6,21	2,5	10,55556	0,2	0,83807

\*Примітка: підприємства Mol – ПрАТ «Молокія», Во – ПАТ «Борщівський молокозавод», Ви – ТзОВ «Бучацький сирзавод», Кг – ТзОВ «Кременецьке молоко», Се – ТзОВ «Цебро», Ла – ТзОВ «Галичина Ласунка», Ав – ПП «Альма Віта»; показники Var1 – інтелектуальна додана вартість, Var2 -, Var3 -, Var4 -, Var5 -, Var6 -, Var7 -, Var8 -, Var9 -, Var10 -, Var11 – факторні ознаки.

## Додаток И. 2

Описові статистики показників, що характеризують індивідуальний, ринковий, інноваційний, інформаційний та соціальний модулі інтелектуального капіталу суб'єктів молочної галузі Тернопільської області у 2011–2015 рр.

	Valid N	Mean	Minimum	Maximum	Variance	Std.Dev.	Coef.Var.	Standard - Error	Skewness	Kurtosis
<b>Var1</b>	35	3,20	1,32	18,07	7,367	2,714	84,9	0,46	5,09	28,4
<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

## Додаток И. 3

Кореляційна матриця показників

	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6	Var7	Var8	Var9	Var10	Var11	Var 12	Var 13
Var1	1,000	0,007	0,097	0,012	<b>0,481**</b>	0,024	<b>0,546***</b>	0,121	-0,121	-0,101	0,068	-0,007	0,137
Var2	0,007	1,000	-0,055	<b>0,453**</b>	0,295	0,054	0,331	0,206	-0,243	0,272	-0,086	<b>-0,421*</b>	0,101
Var3	0,097	-0,055	1,000	0,292	0,330	<b>0,755***</b>	0,219	0,239	<b>0,350*</b>	-0,095	-0,108	<b>0,414*</b>	0,076
Var4	0,012	<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	<b>-0,542***</b>	<b>0,353*</b>
Var5	<b>0,481**</b>	0,295	0,330	0,200	1,000	0,136	<b>0,846***</b>	0,417	-0,313	-0,147	-0,196	0,149	0,300
Var6	0,024	0,054	<b>0,755***</b>	<b>0,505**</b>	0,136	1,000	0,113	0,326	0,216	0,086	0,005	0,042	0,303
Var7	<b>0,546***</b>	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	-0,156	0,241
Var8	0,121	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	-0,207	<b>0,474**</b>
Var9	-0,121	-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	<b>0,486**</b>	-0,021
Var10	-0,101	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	<b>-0,560***</b>	0,183
Var11	0,068	-0,086	-0,108	-0,048	-0,196	0,005	-0,107	-0,212	0,225	-0,126	1,000	-0,033	0,255
Var 12	-0,007	<b>-0,421*</b>	<b>0,414*</b>	<b>-0,542***</b>	0,149	0,042	-0,156	-0,207	<b>0,486**</b>	<b>-0,560***</b>	-0,033	1,000	0,000
Var 13	0,137	0,101	0,076	<b>0,353*</b>	0,300	0,303	0,241	<b>0,474**</b>	-0,021	0,183	0,255	0,000	1,000

\*Примітка: коефіцієнт кореляції значущий для \* –  $p < 0,05$  \*\* –  $p < 0,01$  \*\*\* –  $p < 0,001$

## Додаток И. 4

Багатофакторне лінійне регресійне моделювання (залежна змінна  $V_1$  – інтелектуальна додана вартість)

Змінні	Моделі									
	1		2		3		4		5	
	b	t		t		t		t		t
V <sub>2</sub>	-0,121	-0,87	-0,084	-0,63						
V <sub>3</sub>	-0,131	-0,54	-0,143	-0,41	-0,066	-0,29				
V <sub>4</sub>	0,006	0,02	-0,553	-1,18	-0,155	-0,46	-0,663	-1,64		
V <sub>5</sub>	<b>0,589*</b>	<b>3,18</b>	-0,030	-0,09	<b>0,538*</b>	<b>3,07</b>	-0,113	-0,36	<b>0,511*</b>	<b>3,12</b>
V <sub>6</sub>			0,090	0,63			0,062	0,67	-0,023	-0,27
V <sub>7</sub>			<b>0,287*</b>	<b>2,19</b>			<b>0,300*</b>	<b>2,37</b>		
V <sub>8</sub>										
V <sub>9</sub>										
V <sub>10</sub>										
V <sub>11</sub>										
V <sub>12</sub>										
V <sub>13</sub>										
Intercept	<b>2,830*</b>	<b>2,05</b>	<b>3,283*</b>	<b>2,44</b>	<b>1,841*</b>	<b>2,36</b>	<b>2,558*</b>	<b>3,24</b>	<b>1,632*</b>	<b>2,41</b>
R <sup>2</sup>	0,260		0,370		0,241		0,359		0,233	
Adjust R <sup>2</sup>	0,161		0,235		0,168		0,274		0,185	
Статистика Дарбіна-Уотсона	2,44		2,55		2,22		2,41		2,26	
F статистика	2,63		2,74		3,28		4,20		4,87	

Продовж. Додатка И. 4



Змінні	Моделі									
	6		7		8		9		10	
	b	t		t		t		t		t
V <sub>2</sub>					-0,112	-0,67				
V <sub>3</sub>					-0,0004	-0,0008				
V <sub>4</sub>					-1,097	-1,24				
V <sub>5</sub>					0,293	0,46	<b>0,505*</b>	<b>3,15</b>		
V <sub>6</sub>	0,001	0,02			0,068	0,36				
V <sub>7</sub>	<b>0,243*</b>	<b>3,69</b>	<b>0,243*</b>	<b>3,75</b>	0,224	1,34			<b>0,218*</b>	<b>3,75</b>
V <sub>8</sub>	-0,542	-0,84	-0,538	-0,90	0,277	0,20				
V <sub>9</sub>					0,082	0,80				
V <sub>10</sub>					2,149	0,35				
V <sub>11</sub>					0,017	0,56				
V <sub>12</sub>					-0,468	-0,93				
V <sub>13</sub>					0,003	0,01				
<b>Intercept</b>	<b>2,870*</b>	<b>2,25</b>	<b>2,867*</b>	<b>2,31</b>	3,417	1,17	<b>1,594*</b>	<b>2,44</b>	<b>1,862*</b>	<b>3,52</b>
<b>R<sup>2</sup></b>	0,316		0,316		0,413		0,232		0,298	
<b>Adjust R<sup>2</sup></b>	0,249		0,273		0,093		0,208		0,277	
<b>Статистика Дарбіна-Уотсона</b>	2,42		2,42		2,60		2,26		2,42	
<b>F статистика</b>	4,77		7,38		1,29		9,94		14,04	

**Лінійна регресійна модель (№ 9)**

$$V_1 = 1,594 + 0,505V_5$$

**Параметри лінійної регресійної моделі**

<b>Regression Summary for Dependent Variable: Var1 R<sup>2</sup>= 0,232 Adjusted R<sup>2</sup>= 0,208 F(1,33)=9,94</b>						
	<b>b*</b>	<b>Std.Err. - of b*</b>	<b>b</b>	<b>Std.Err. - of b</b>	<b>t(33)</b>	<b>p-value</b>
<b>Intercept</b>			<b>1,594</b>	<b>0,652</b>	<b>2,44</b>	<b>0,020</b>
<b>Var5</b>	<b>0,481</b>	<b>0,153</b>	<b>0,505</b>	<b>0,160</b>	<b>3,15</b>	<b>0,003</b>

**Лінійна регресійна модель (№ 10)**

$$V_1 = 1,862 + 0,218V_7$$

**Параметри лінійної регресійної моделі**

<b>Regression Summary for Dependent Variable: Var1 R<sup>2</sup>= 0,298 Adjusted R<sup>2</sup>= 0,277 F(1,33)=14,04</b>						
	<b>b*</b>	<b>Std.Err. - of b*</b>	<b>b</b>	<b>Std.Err. - of b</b>	<b>t(33)</b>	<b>p-value</b>
<b>Intercept</b>			<b>1,862</b>	<b>0,529</b>	<b>3,52</b>	<b>0,001</b>
<b>Var5</b>	<b>0,546</b>	<b>0,146</b>	<b>0,218</b>	<b>0,058</b>	<b>3,75</b>	<b>0,0006</b>

## Додаток И. 6

Багатофакторне нелінійне регресійне моделювання (залежна змінна –  $V_1$  - інтелектуальна додана вартість)

Змінні	Модель 1		Змінні	Модель 2		Змінні	Модель 3		Змінні	Модель 4	
	b	t		b	t		b	t		b	t
$V_3$	-1,428*	-3,15	$V_4$	-0,246*	-2,21	$V_6$	0,117*	4,06	$V_6$	0,077*	2,88
$V_4$	0,710*	3,13	$V_5$	-0,152*	-2,42	$V_7^2$	-0,035*	-8,84	$V_7$	-0,069*	-2,59
$V_5$	-2,209*	-6,91	$V_6$	0,109*	3,73	$V_7^3$	0,0018*	11,90	$e^{V_5}$	0,0003*	16,04
$V_3^2$	0,290*	3,78	$e^{V_5}$	0,00028*	17,84						
$V_5^2$	0,289*	9,02									
<b>Intercept</b>	<b>4,811*</b>	<b>9,10</b>		<b>3,199*</b>	<b>13,11</b>		<b>2,926*</b>	<b>16,16</b>		<b>2,841*</b>	<b>14,54</b>
$R^2$	0,801			0,934			0,915			0,925	
Adjust $R^2$	0,766			0,926			0,907			0,917	
<b>F статистика</b>	23,28			106,87			110,92			126,86	

Продовж. Додатка И. 6

Змінні	Модель 5		Змінні	Модель 6		Змінні	Модель 7		Змінні	Модель 8	
	b	t		b	t		b	t		b	t
V <sub>6</sub>	0,079*	3,00	V <sub>3</sub>	-0,532*	-2,44	e <sup>V3</sup>	0,0023*	2,53	V <sub>7</sub>	-0,352*	-6,69
V <sub>8</sub>	-0,462*	-2,47	V <sub>4</sub>	0,554*	3,44	e <sup>V7</sup>	0,000001*	19,68	V <sub>12</sub>	-0,978*	-3,95
e <sup>V7</sup>	0,000001*	20,64	V <sub>7</sub>	-0,390*	-6,80				V <sub>7</sub> <sup>3</sup>	0,001*	12,46
			V <sub>3</sub> <sup>3</sup>	0,022*	3,64				V <sub>12</sub> <sup>3</sup>	0,016*	3,80
			V <sub>7</sub> <sup>3</sup>	0,001*	13,07						
<b>Intercept</b>	<b>3,539*</b>	<b>8,85</b>		<b>3,336*</b>	<b>12,57</b>		<b>2,625*</b>	<b>18,39</b>		<b>5,92*</b>	<b>8,75</b>
<b>R<sup>2</sup></b>	0,933			0,908			0,924			0,887	
<b>Adjust R<sup>2</sup></b>	0,927			0,892			0,919			0,872	
<b>F статистика</b>	144,34			57,45			194,56			59,09	

Продовж. Додатка И. 6

Змінні	Модель 9		Змінні	Модель 10						
	b	t		b	t					
$V_7^2$	-0,031*	-7,23	$V_7$	0,667*	2,82					
$V_7^3$	0,002*	10,22	$V_8$	-3,346*	-2,49					
$V_{12}^2$	-0,186*	-2,91	$V_7^2$	-0,084*	-4,37					
$V_{12}^3$	0,026*	2,87	$V_8^2$	0,0027*	6,39					
			$V_7^3$	0,598*	2,42					
<b>Intercept</b>	<b>3,954*</b>	<b>10,29</b>		<b>5,73*</b>	<b>4,35</b>					
<b>R<sup>2</sup></b>	0,898			0,901						
<b>Adjust R<sup>2</sup></b>	0,885			0,884						
<b>F статистика</b>	66,18			52,64						

Додаток И. 7

**Множинна нелінійна регресійна модель**  

$$V_1 = 4,881 - 1,428V_3 + 0,710V_4 - 2,209V_5 + 0,290V_3^2 + 0,289V_5^2$$
**Параметри множинної нелінійної регресійної моделі**

<b>Regression Summary for Dependent Variable: Var1 R<sup>2</sup>= 0,801 Adjusted R<sup>2</sup> = 0,766 F(5,29)=23,283</b>						
	<b>b*</b>	<b>Std.Err. - of b*</b>	<b>b</b>	<b>Std.Err. - of b</b>	<b>t(29)</b>	<b>p-value</b>
<b>Intercept</b>			<b>4,811</b>	<b>0,529</b>	<b>9,10</b>	<b>0,000</b>
<b>Var3</b>	<b>-1,063</b>	<b>0,337</b>	<b>-1,428</b>	<b>0,453</b>	<b>-3,15</b>	<b>0,004</b>
<b>Var4</b>	<b>0,350</b>	<b>0,112</b>	<b>0,710</b>	<b>0,227</b>	<b>3,13</b>	<b>0,004</b>
<b>Var5</b>	<b>-2,107</b>	<b>0,305</b>	<b>-2,209</b>	<b>0,319</b>	<b>-6,91</b>	<b>0,000</b>
<b>V3**2</b>	<b>1,249</b>	<b>0,330</b>	<b>0,290</b>	<b>0,077</b>	<b>3,78</b>	<b>0,001</b>
<b>V5**2</b>	<b>2,719</b>	<b>0,302</b>	<b>0,289</b>	<b>0,032</b>	<b>9,02</b>	<b>0,000</b>

**Результати кластеризації підприємств за показниками ... методом k-means clustering**

**Аналіз варіанс для 9 змінних і 7 кластерів**

	Between - SS	df	Within - SS	df	F	signif. - p
V <sub>2</sub>	302,115	6	167,4974	28	8,41728	0,000029
V <sub>3</sub>	69,458	6	69,3010	28	4,67725	0,002062
V <sub>4</sub>	29,245	6	31,4976	28	4,33296	0,003260
V <sub>5</sub>	152,581	6	75,2752	28	9,45920	0,000011
V <sub>6</sub>	810,769	6	89,9167	28	42,07883	0,000000
V <sub>7</sub>	1321,825	6	256,6154	28	24,03798	0,000000
V <sub>8</sub>	9,070	6	9,3161	28	4,54322	0,002460
V <sub>9</sub>	1893,870	6	341,1227	28	25,90874	0,000000
V <sub>10</sub>	0,519	6	0,4439	28	5,45562	0,000765

Продовж. Додатка И. 8

**Кількість та склад кластрів, їх дескриптивні статистики**  
**Кластер 1**

Members of Cluster Number 1 and Distances from Respective Cluster Center. Cluster contains 6 cases			
	Distance		
Bu11	1,295370		
Bu12	0,448362		
Bu13	0,717517		
Bu14	1,087463		
Bu15	1,400991		
La13	1,291284		
Descriptive Statistics for Cluster 1. Cluster contains 6 cases			
	Mean	Standard - Deviation	Variance
V <sub>2</sub>	14,96262	2,362671	5,582214
V <sub>3</sub>	0,28566	0,668502	0,446894
V <sub>4</sub>	1,33333	0,516398	0,266667
V <sub>5</sub>	2,91667	1,530251	2,341667
V <sub>6</sub>	0,00000	0,000000	0,000000
V <sub>7</sub>	3,97667	1,951017	3,806467
V <sub>8</sub>	2,00000	0,000000	0,000000
V <sub>9</sub>	7,70265	0,717161	0,514320
V <sub>10</sub>	0,28333	0,116904	0,013667



Продовж. Додатка И. 8

**Кластер 2**

Members of Cluster Number 2 and Distances from Respective Cluster Center. Cluster contains 4 cases	
	Distance
Ce11	1,023526
Ce12	0,939145
La11	1,114925
Av 13	2,326118

Descriptive Statistics for Cluster 2. Cluster contains 4 cases			
	Mean	Standard - Deviation	Variance
V <sub>2</sub>	8,231578	0,912136	0,831993
V <sub>3</sub>	1,967600	2,787313	7,769111
V <sub>4</sub>	0,500000	0,577350	0,333333
V <sub>5</sub>	1,750000	1,500000	2,250000
V <sub>6</sub>	1,250000	2,500000	6,250000
V <sub>7</sub>	1,242500	1,435766	2,061425
V <sub>8</sub>	1,500000	0,577350	0,333333
V <sub>9</sub>	9,693863	2,428734	5,898747
V <sub>10</sub>	0,175000	0,150000	0,022500

Продовж. Додатка И. 8

**Кластер 3**

Members of Cluster Number 3 and Distances from Respective Cluster Center. Cluster contains 3 cases	
	Distance
Mol11	1,344059
Mol12	0,528845
Mol13	1,469424

Descriptive Statistics for Cluster 3. Cluster contains 3 cases			
	Mean	Standard - Deviation	Variance
V <sub>2</sub>	14,06755	0,476775	0,227315
V <sub>3</sub>	2,59651	1,029291	1,059440
V <sub>4</sub>	3,00000	1,000000	1,000000
V <sub>5</sub>	2,00000	0,721110	0,520000
V <sub>6</sub>	4,33333	2,309401	5,333333
V <sub>7</sub>	4,60000	1,044031	1,090000
V <sub>8</sub>	2,00000	0,000000	0,000000
V <sub>9</sub>	4,99700	3,141780	9,870780
V <sub>10</sub>	0,46667	0,057735	0,003333

Продовж. Додатка И. 8

**Кластер 4**

Members of Cluster Number 4 and Distances from Respective Cluster Center. Cluster contains 7 cases			
	Distance		
Bo11	1,114396		
Bo12	1,039106		
Bo13	0,722302		
Bo14	0,680607		
Bo15	0,552195		
La14	1,176507		
La15	1,919424		
Descriptive Statistics for Cluster 4. Cluster contains 7 cases			
	Mean	Standard - Deviation	Variance
V <sub>2</sub>	8,100637	1,781454	3,173577
V <sub>3</sub>	0,372262	0,624289	0,389737
V <sub>4</sub>	1,428571	0,534523	0,285714
V <sub>5</sub>	2,285714	1,976047	3,904762
V <sub>6</sub>	0,000000	0,000000	0,000000
V <sub>7</sub>	3,247143	1,062179	1,128224
V <sub>8</sub>	2,714286	0,755929	0,571429
V <sub>9</sub>	1,149793	1,887209	3,561558
V <sub>10</sub>	0,485714	0,069007	0,004762

Продовж. Додатка И. 8

**Кластер 5**

Members of Cluster Number 5 and Distances from Respective Cluster Center. Cluster contains 5 cases	
	Distance
Kr11	2,624927
Kr12	0,768503
Kr13	0,642534
Kr14	3,305401
Kr15	1,936566

Descriptive Statistics for Cluster 5. Cluster contains 5 cases			
	Mean	Standard - Deviation	Variance
V <sub>2</sub>	11,83355	2,892223	8,36495
V <sub>3</sub>	1,92281	0,227390	0,05171
V <sub>4</sub>	1,60000	0,894427	0,80000
V <sub>5</sub>	7,90000	2,073644	4,30000
V <sub>6</sub>	0,00000	0,000000	0,00000
V <sub>7</sub>	20,22000	6,079638	36,96200
V <sub>8</sub>	2,40000	0,547723	0,30000
V <sub>9</sub>	0,08063	0,007384	0,00005
V <sub>10</sub>	0,26000	0,054772	0,00300

Продовж. Додатка И. 8

**Кластер 6**

Members of Cluster Number 6 and Distances from Respective Cluster Center. Cluster contains 6 cases	
	Distance
Ce13	1,761448
Ce14	1,480416
Ce15	1,390769
La12	2,086962
Av11	2,155362
Av12	5,377973

Descriptive Statistics for Cluster 6. Cluster contains 6 cases			
	Mean	Standard - Deviation	Variance
V <sub>2</sub>	7,12448	3,068317	9,41457
V <sub>3</sub>	2,10228	2,529939	6,40059
V <sub>4</sub>	0,50000	0,547723	0,30000
V <sub>5</sub>	1,41667	1,241639	1,54167
V <sub>6</sub>	1,50000	2,345208	5,50000
V <sub>7</sub>	1,97000	1,802077	3,24748
V <sub>8</sub>	1,50000	0,547723	0,30000
V <sub>9</sub>	22,12286	7,385317	54,54291
V <sub>10</sub>	0,16667	0,163299	0,02667

Продовж. Додатка И. 8

**Кластер 7**

Members of Cluster Number 7 and Distances from Respective Cluster Center. Cluster contains 4 cases	
	Distance
Mol14	2,479769
Mol15	2,253200
Av14	2,128453
Av15	1,863199

Descriptive Statistics for Cluster 7. Cluster contains 4 cases			
	Mean	Standard - Deviation	Variance
V <sub>2</sub>	11,78356	3,514805	12,35385
V <sub>3</sub>	4,91557	1,537540	2,36403
V <sub>4</sub>	3,25000	2,629956	6,91667
V <sub>5</sub>	4,20000	1,574802	2,48000
V <sub>6</sub>	15,50000	3,316625	11,00000
V <sub>7</sub>	9,16250	4,410748	19,45469
V <sub>8</sub>	2,87500	0,853913	0,72917
V <sub>9</sub>	10,00365	1,530703	2,34305
V <sub>10</sub>	0,37500	0,206155	0,04250

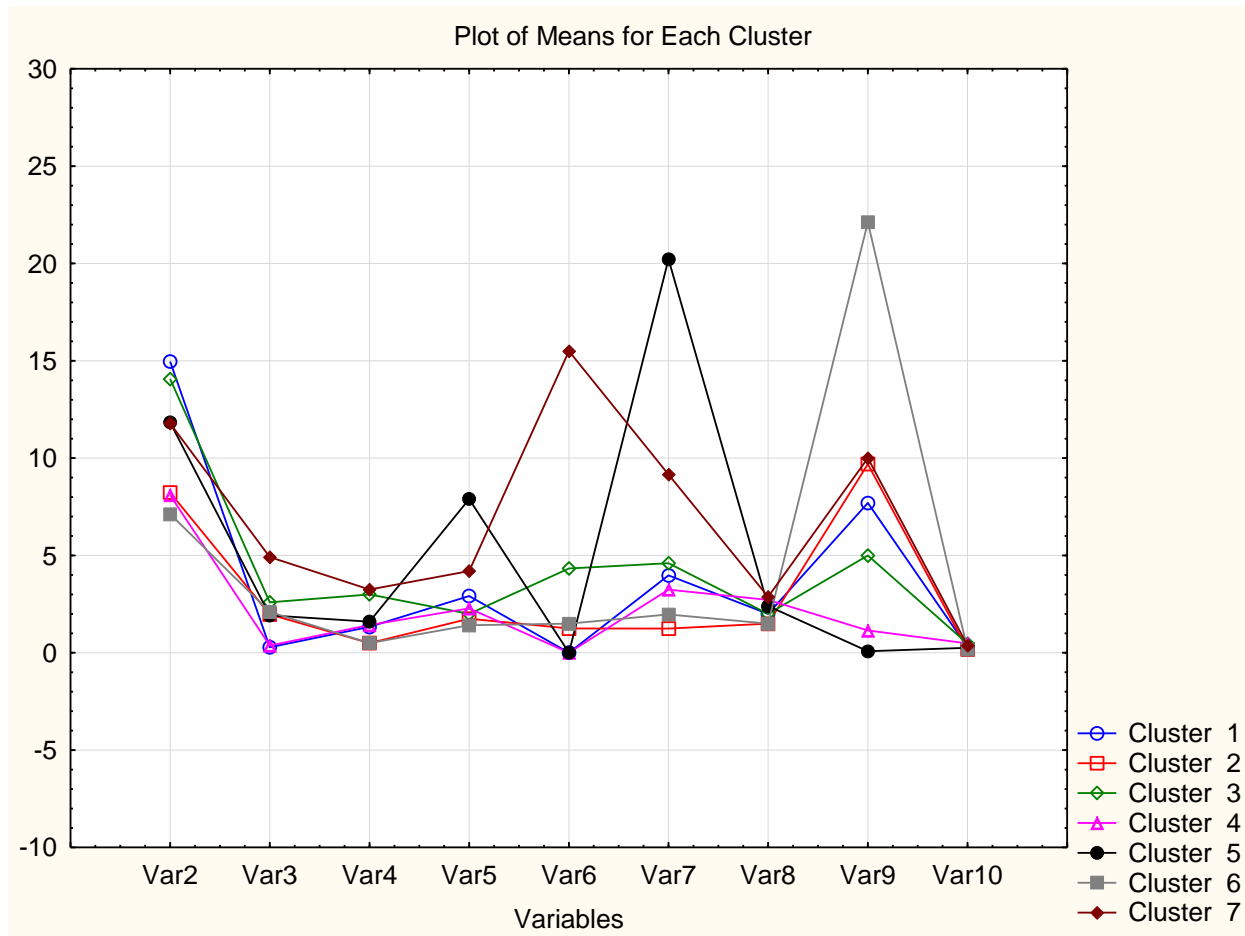


Рис. 1 Графік середніх значень змінних ( $V_2 \dots V_{10}$ ) для кожного кластера

## Додаток И. 10

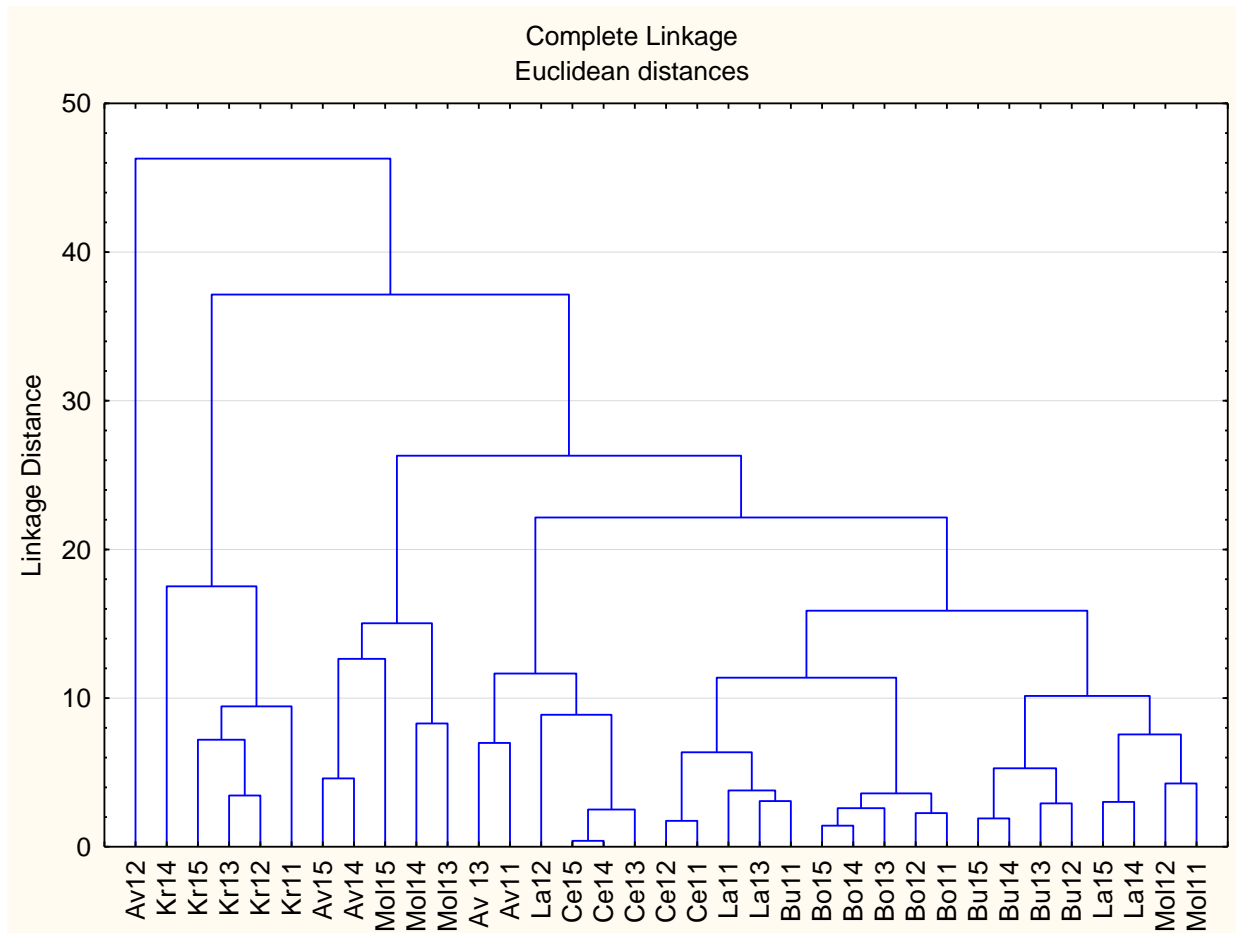


Рис. 1. Дендрограма кластерного аналізу підприємств молочної промисловості за комплексом показників, що характеризують ... (правило ієрархічного об'єднання – Complete Linkage, вибрана метрика – Euclidean Distances)



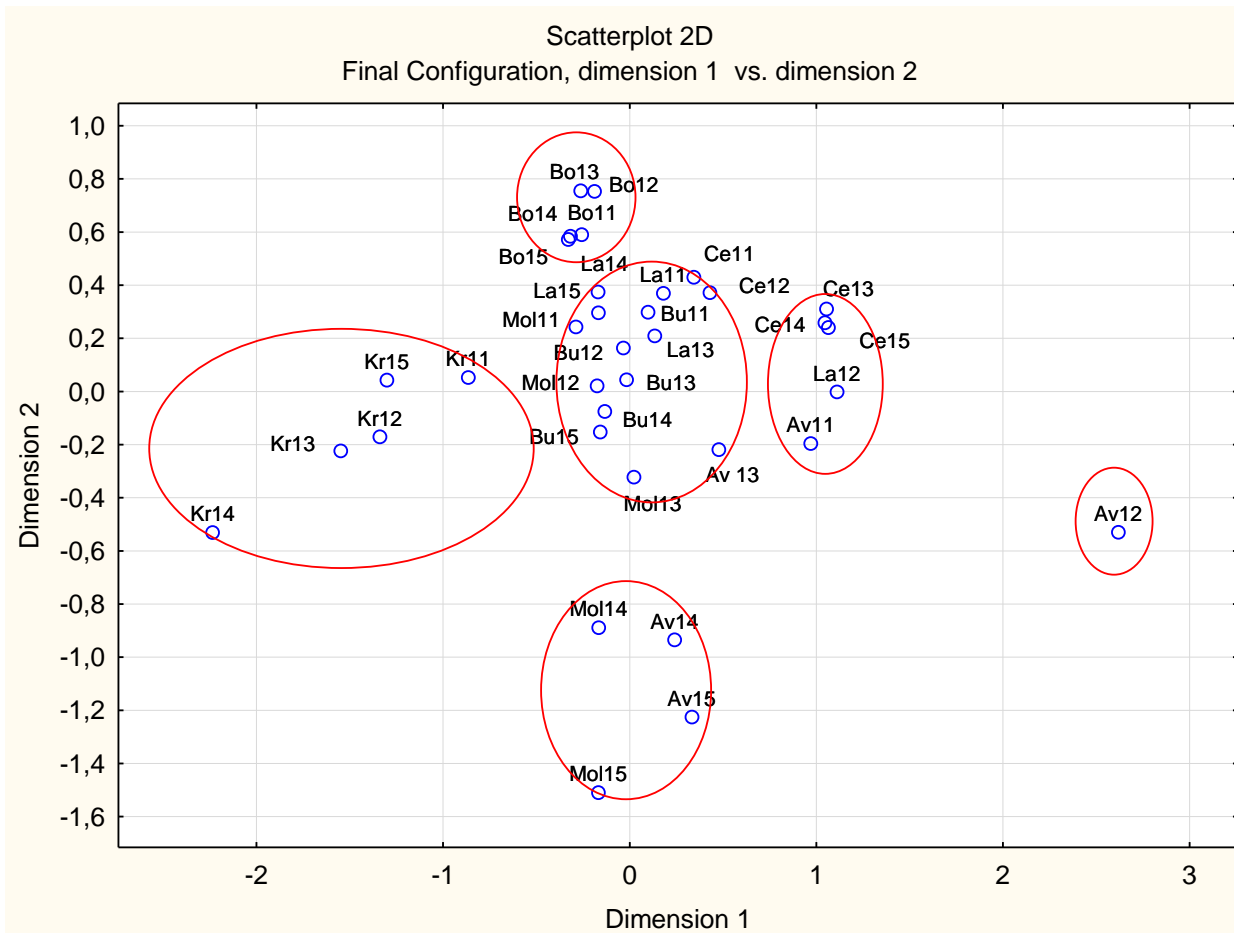


Рис. 1. Ординація підприємств молочної промисловості у двовимірному просторі на основі методу багатовимірного шкалування (просторова карта взаєморозміщення підприємств за показниками інтелектуального капіталу)

## Додаток И. 12

**Власні значення виділених факторів і їх внесок в пояснення загальної дисперсії (екстракція факторів здійснена методом головних компонент)**

<b>Фактор</b>	<b>Eigenvalue</b>	<b>% Total Variance</b>	<b>Cumulative Eigenvalue</b>	<b>Cumulative, %</b>
<b>1</b>	3,450028	34,50028	3,45003	34,5003
<b>2</b>	2,034385	20,34385	5,48441	54,8441
<b>3</b>	1,614094	16,14094	7,09851	70,9851
<b>4</b>	1,018202	10,18202	8,11671	81,1671
<b>5</b>	0,795280	7,95280	8,91199	89,1199
<b>6</b>	0,439576	4,39576	9,35157	93,5157
<b>7</b>	0,251773	2,51773	9,60334	96,0334
<b>8</b>	0,236273	2,36273	9,83961	98,3961
<b>9</b>	0,115260	1,15260	9,95487	99,5487
<b>10</b>	0,045129	0,45129	10,00000	100,0000

## Додаток И. 13

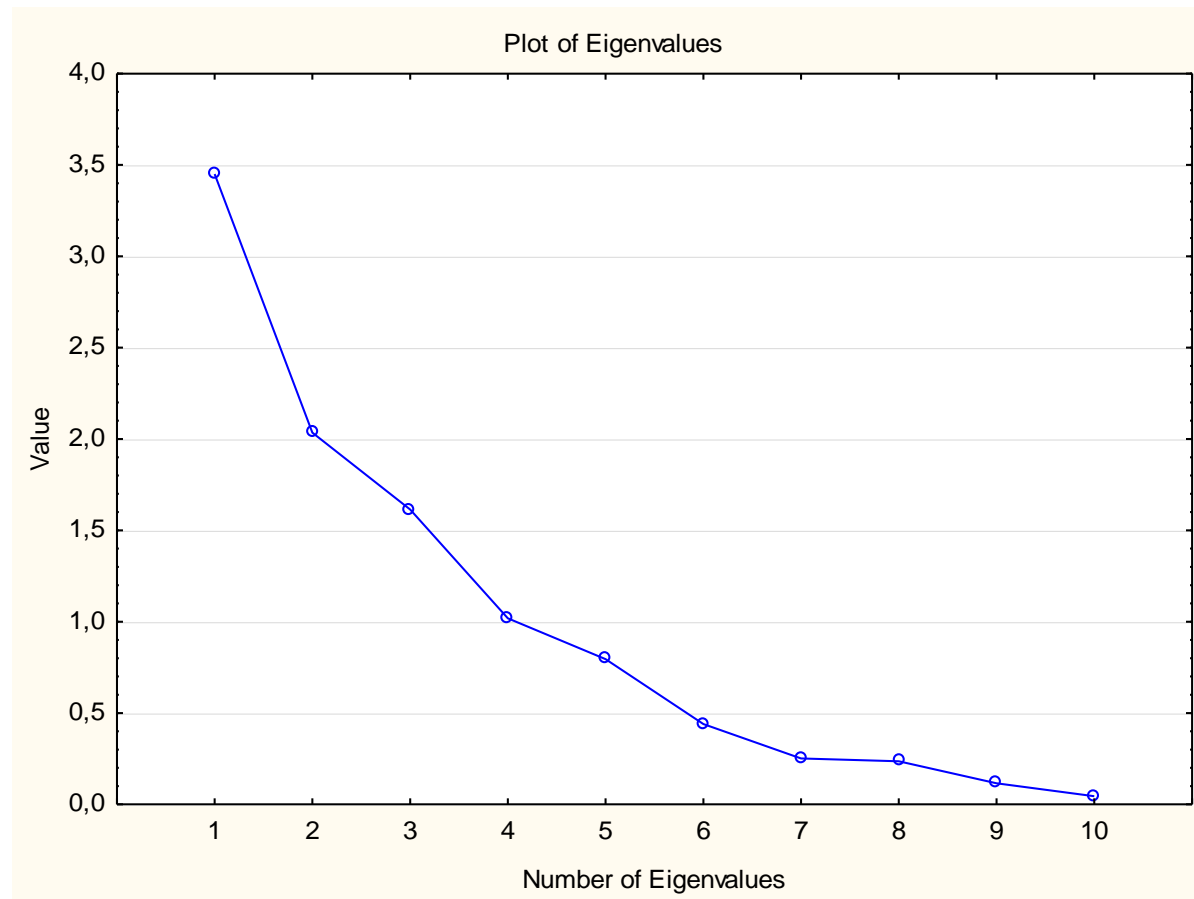


Рис. 1. Графік кам'янистого зсуву ілюструє зниження власних значень екстрагованих факторів (графічна ілюстрація критерію Кеттеля)

## Додаток И. 14

## Факторні навантаження (кореляції між змінними та виділеними факторами)

	Factor - 1	Factor - 2	Factor - 3	Factor - 4	Factor - 5	Factor - 6	Factor - 7	Factor - 8	Factor - 9	Factor - 10
<b>Var2</b>	-0,508922	0,257389	-0,021566	-0,422612	0,684539	-0,054652	0,124649	-0,083212	-0,022363	0,033788
<b>Var3</b>	-0,384911	<b>-0,843146</b>	-0,053822	0,161472	0,014675	-0,099128	-0,027992	-0,280873	0,142223	0,045109
<b>Var4</b>	<b>-0,808603</b>	-0,091974	0,419068	-0,188387	0,065128	0,121435	-0,159633	0,218293	0,181255	-0,040225
<b>Var5</b>	-0,639584	-0,063868	<b>-0,734201</b>	-0,038904	-0,085294	0,029230	0,126404	-0,034398	0,007951	-0,144685
<b>Var6</b>	-0,455494	<b>-0,747572</b>	0,259134	0,018915	0,024326	-0,327560	0,032977	0,168360	-0,168944	-0,017056
<b>Var7</b>	<b>-0,720261</b>	0,051606	-0,565311	-0,175731	-0,146192	0,098201	-0,279120	0,003830	-0,109951	0,084121
<b>Var8</b>	<b>-0,828980</b>	0,053479	0,219897	0,144681	-0,275333	0,250729	0,307925	0,031373	-0,022657	0,075207
<b>Var9</b>	0,439654	<b>-0,707814</b>	0,110747	-0,132051	0,197823	0,474372	-0,026252	-0,028018	-0,095849	-0,034310
<b>Var10</b>	-0,546617	0,399894	0,653999	0,076253	-0,099785	0,012493	-0,122328	-0,257969	-0,104601	-0,072101
<b>Var11</b>	0,272798	-0,139278	0,144919	<b>-0,837318</b>	-0,409990	-0,078571	0,067263	-0,070335	0,018499	0,001218
<b>Expl.Var</b>	3,450028	2,034385	1,614094	1,018202	0,795280	0,439576	0,251773	0,236273	0,115260	0,045129
<b>Prp.Totl</b>	0,345003	0,203439	0,161409	0,101820	0,079528	0,043958	0,025177	0,023627	0,011526	0,004513

## Факторні навантаження після застосування повороту осей методом Varimax row

	Factor - 1	Factor - 2	Factor - 3	Factor - 4
Var2	0,449689	-0,148687	0,433387	0,303584
Var3	-0,016854	0,914070	0,202165	-0,106503
Var4	0,826324	0,348698	0,224890	0,135753
Var5	-0,026250	0,136601	0,957002	-0,136053
Var6	0,268465	0,870236	0,044912	0,049455
Var7	0,180390	0,058126	0,914283	-0,007969
Var8	0,737448	0,225422	0,330421	-0,235654
Var9	-0,443048	0,547129	-0,374180	0,297230
Var10	0,917271	-0,129952	-0,139606	-0,120299
Var11	-0,093712	-0,013418	-0,124338	0,889662
Expl.Var	2,580907	2,125805	2,317194	1,092803
Prp.Totl	0,258091	0,212580	0,231719	0,109280

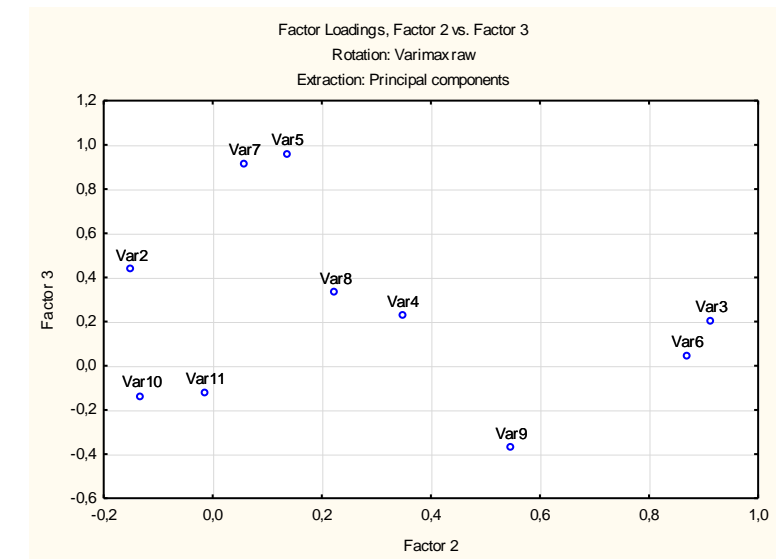
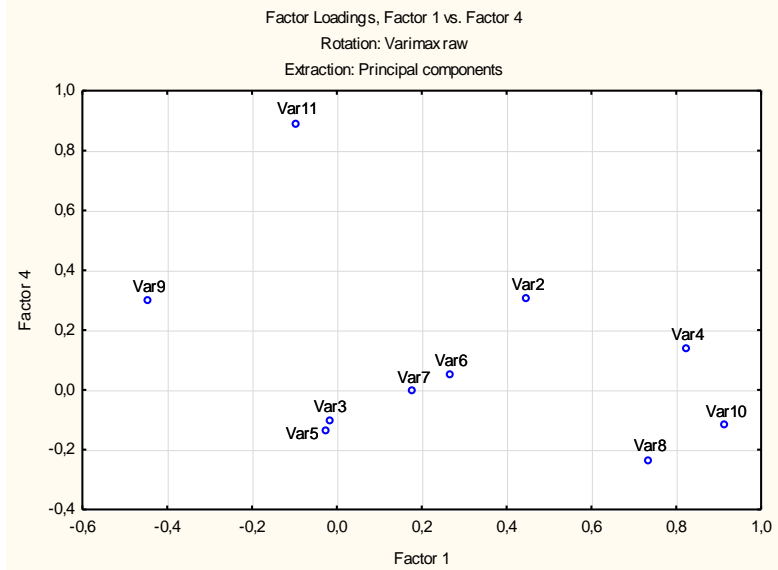
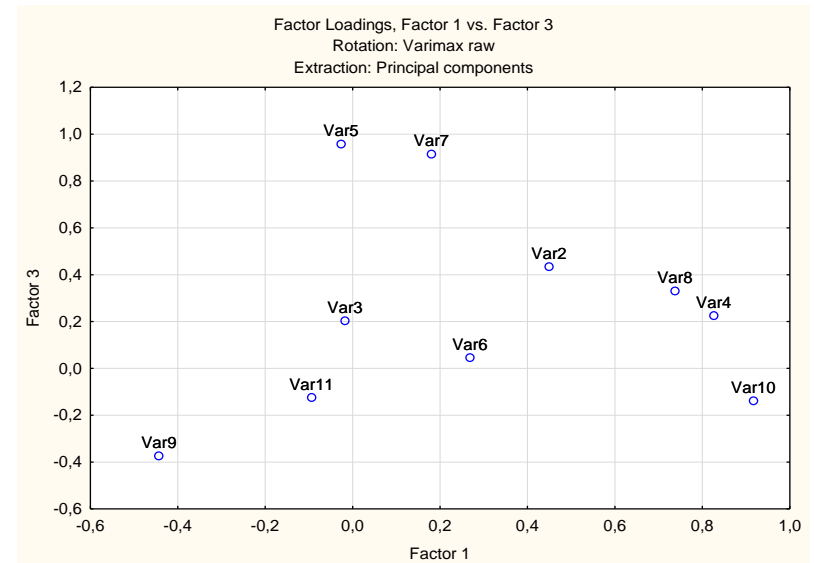
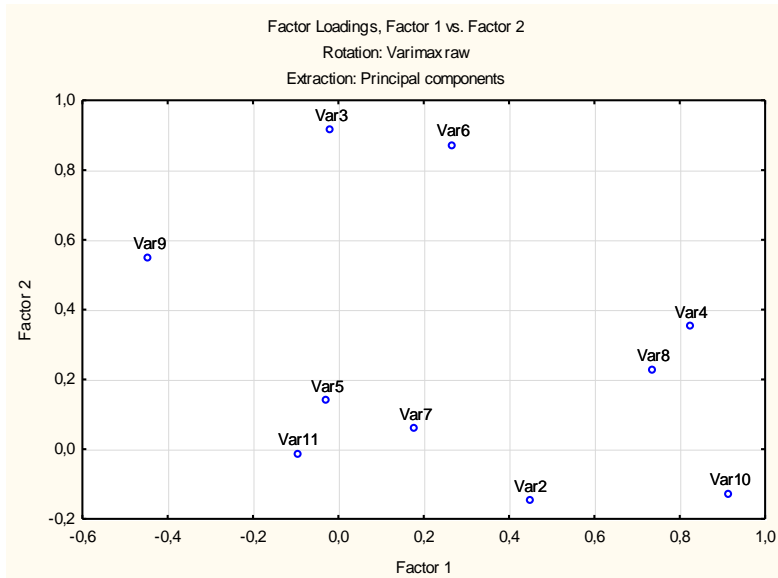


Рис. 1. Двовимірні графіки факторних навантажень (1-2, 1-3, 1-4, 2-3)

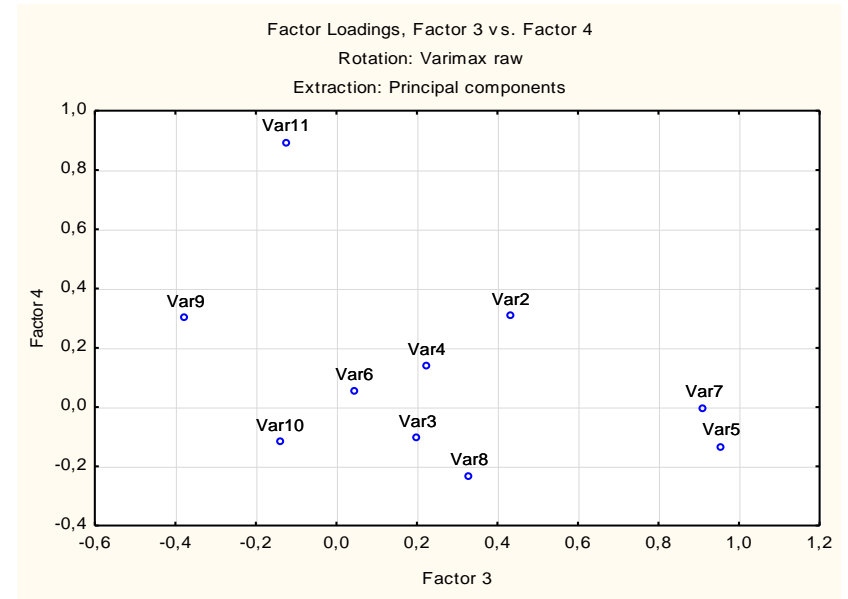
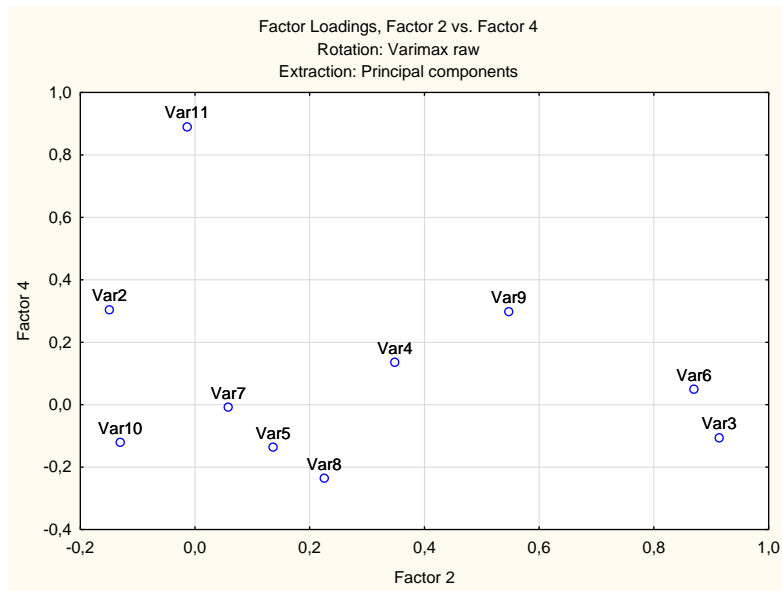


Рис. Двовимірні графіки факторних навантажень (2-4, 3-4)

## Значення екстрагованих факторів для окремих підприємств

	Factor - 1	Factor - 2	Factor - 3	Factor - 4
<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 И. 18.1

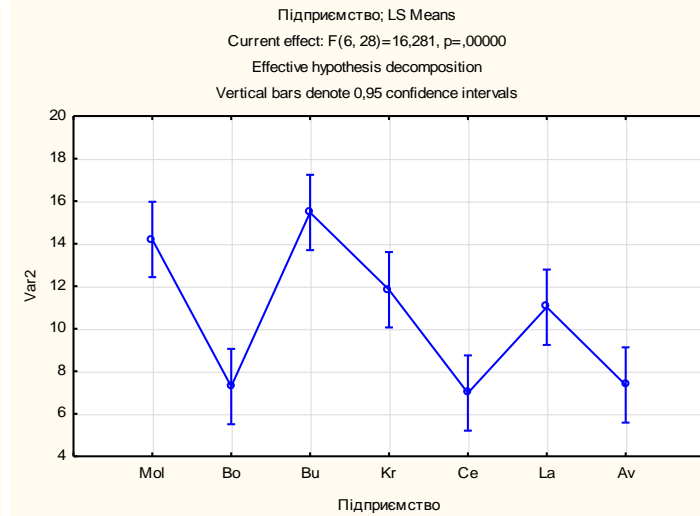
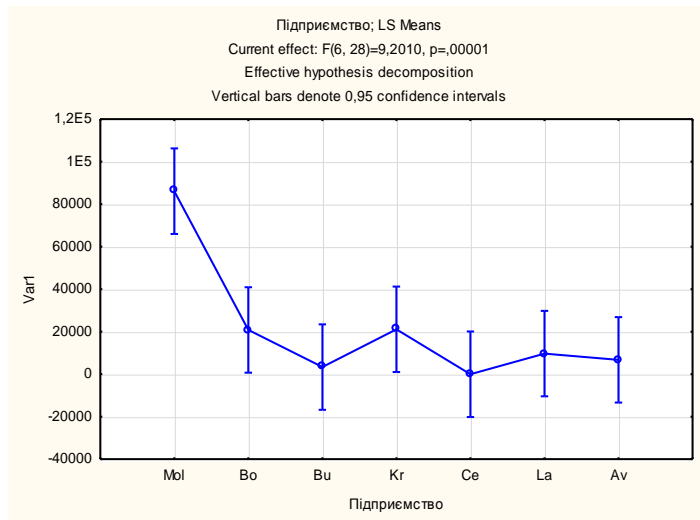


Рис. 1. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – підприємство, залежні змінні -Var1, Var2)

## Додаток И. 18.1

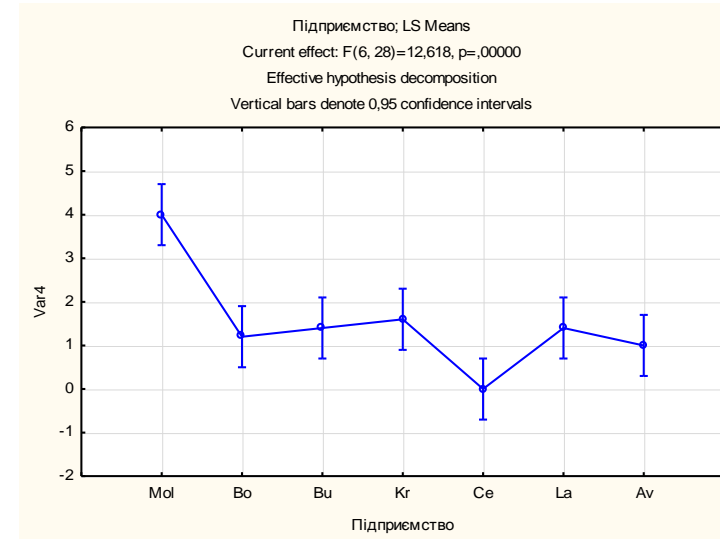
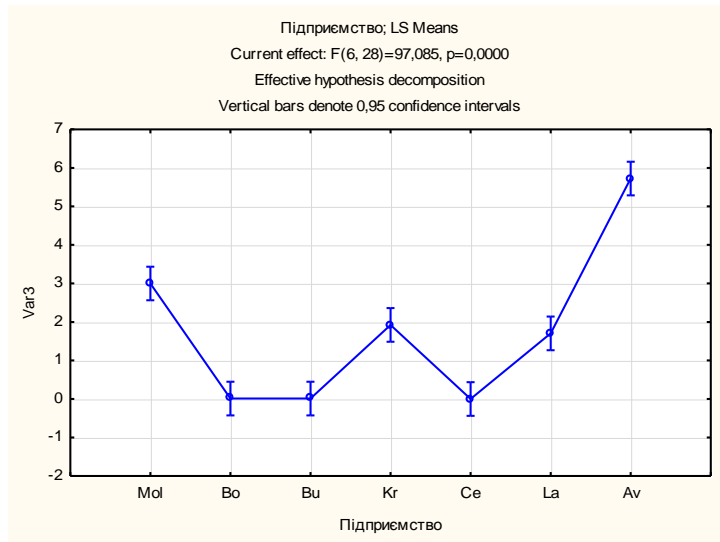


Рис. 2. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – підприємство, залежні змінні - Var3, Var4)

## Додаток И. 18.1

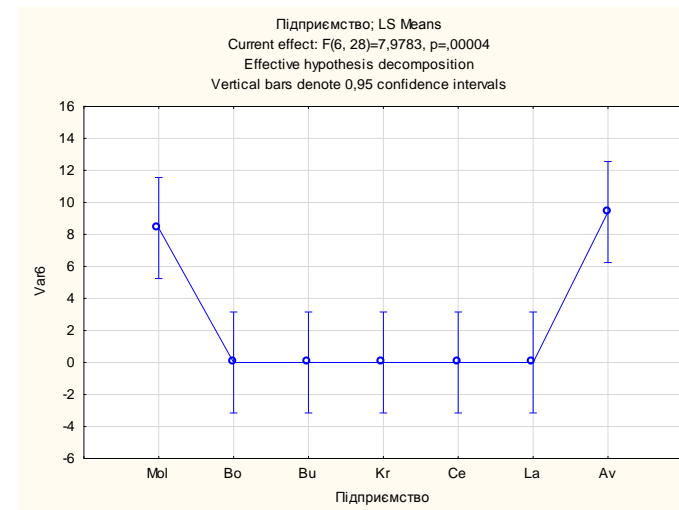
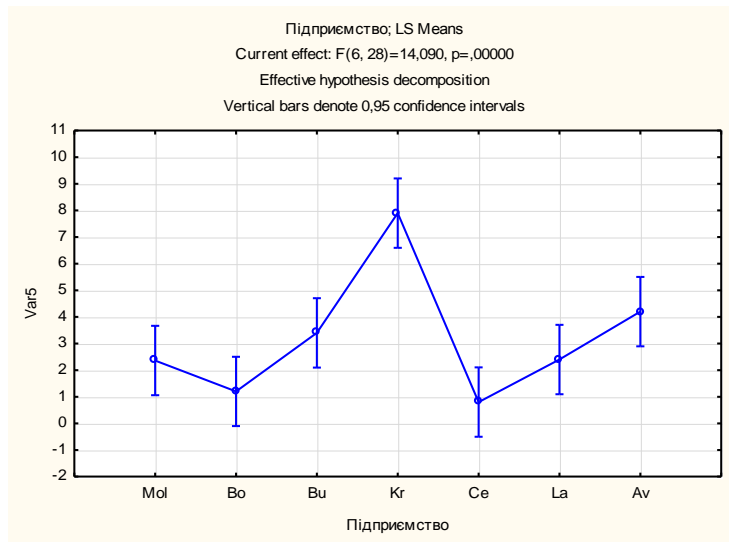


Рис. 3. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – підприємство, залежні змінні –Var5, Var6)

## Додаток И. 18.1

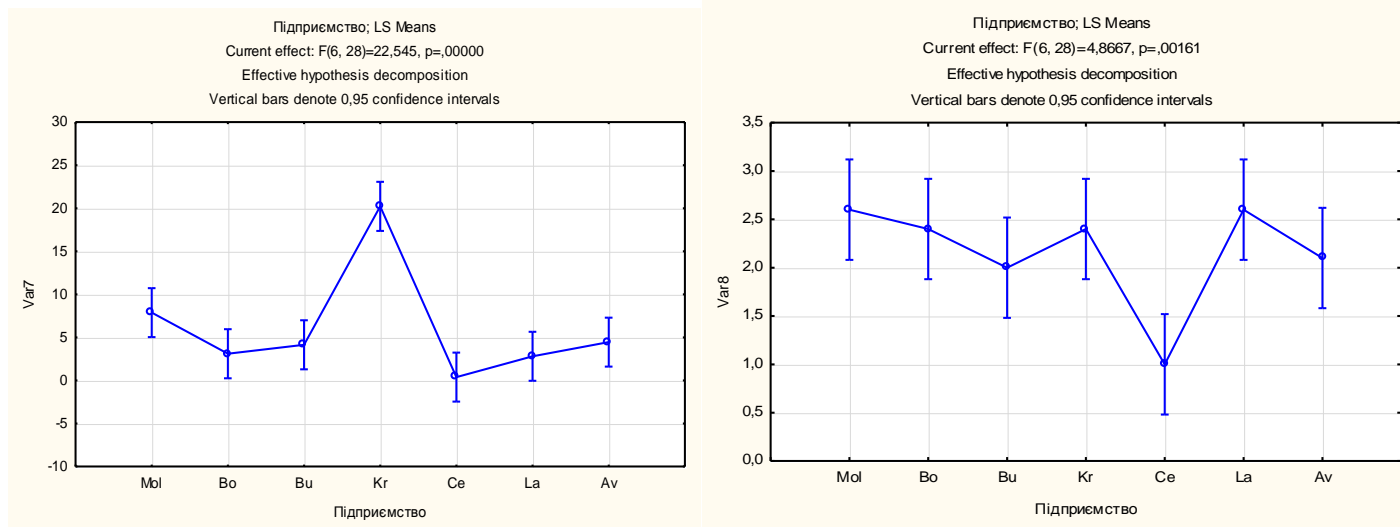


Рис. 4. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – підприємство, залежні змінні – Var7, Var8)

## Додаток И. 18.1

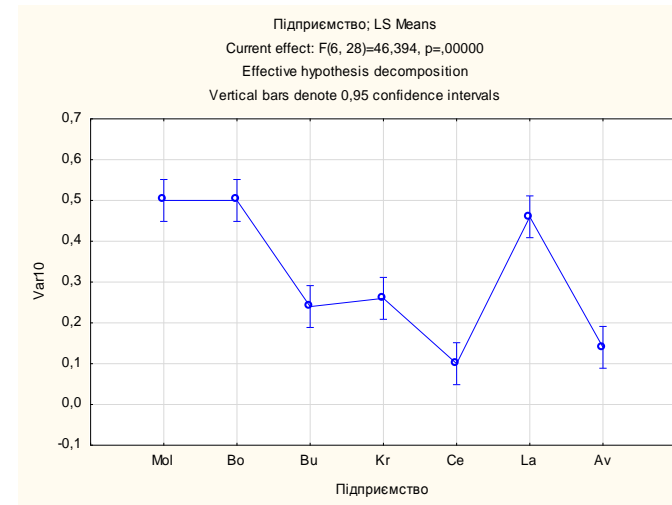
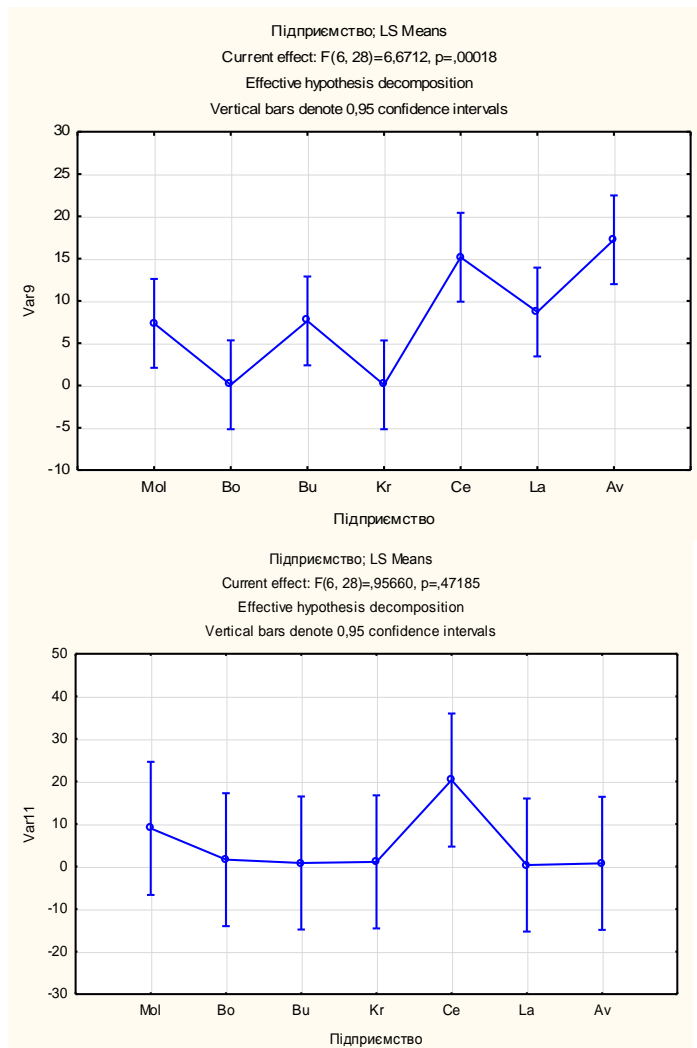


Рис. 5. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – підприємство, залежні змінні – Var9, Var10, Var11)

Додаток И. 18. 2

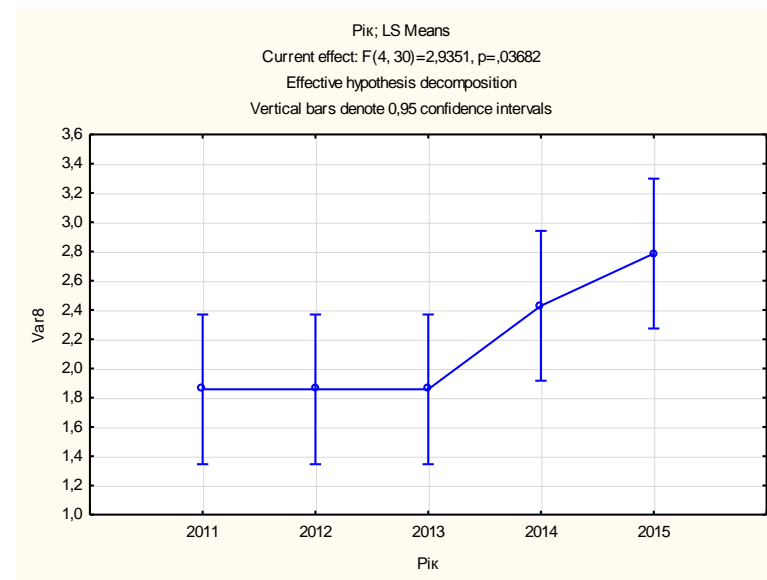
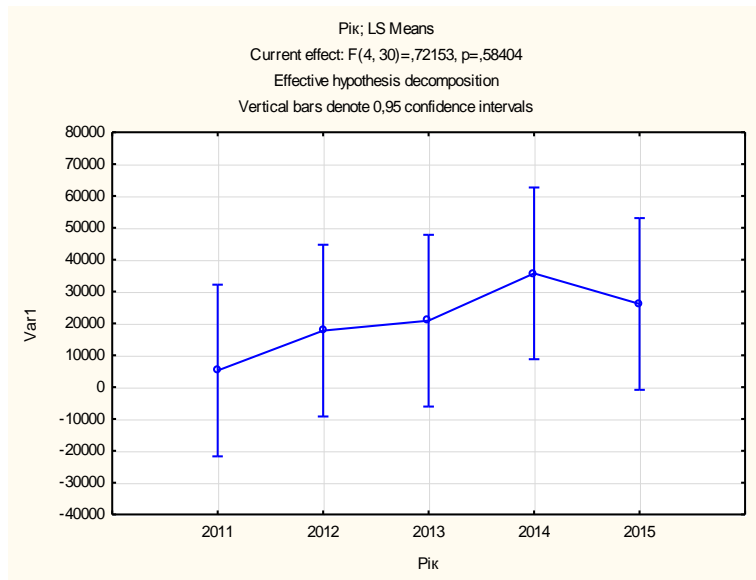


Рис. 1. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – рік, залежні змінні –Var1, Var8)

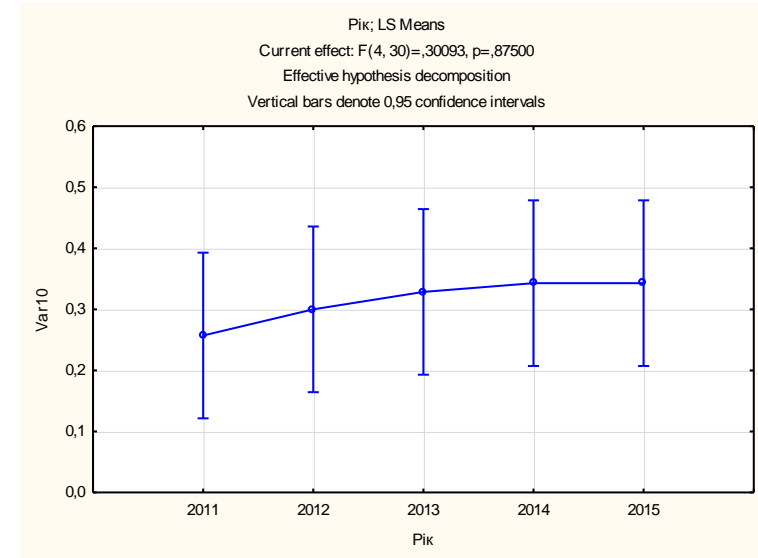
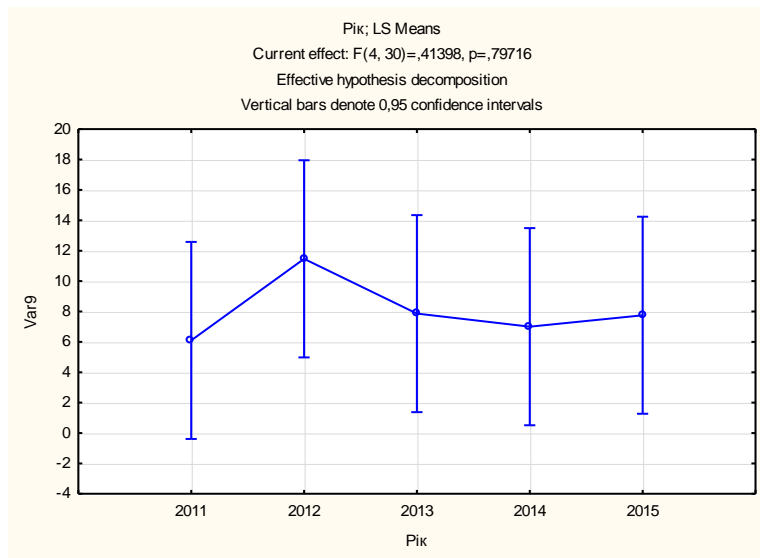


Рис. 2. Графічна ілюстрація результатів дисперсійного аналізу (предиктор – рік, залежні змінні – Var9, Var10)

## Додаток И. 19

Канонічна кореляція між показниками людського (Var2, Var3) та ринкового (Var4, Var5, Var6) капіталу підприємств

<b>Canonical Analysis Summary . Canonical R: 0,81174 Chi<sup>2</sup>(6)=43,694 p=0,0000</b>		
	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
<b>Canonical Weights, left set</b>		
	Root 1	Root 2
Var2	-0,213904	-0,978379
Var3	-0,988586	0,160248
<b>Canonical Weights, right set</b>		
	Root 1	Root 2
Var4	0,060701	-1,02797
Var5	-0,367352	-0,33069
Var6	-0,913844	0,69296



Продовж. Додатка И. 19

**Канонічна кореляція між показниками людського (Var2, Var3) та інноваційного (Var7, Var8) капіталу підприємств**

<b>Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,43554 Chi<sup>2</sup> (4)=6,8662 p=0,14316</b>		
	Left - Set	Right - Set
No. of variables	2	2
Variance extracted	100,000%	100,000%
Total redundancy	9,38109%	13,5725%
Variables:	Var2	Var7
	Var3	Var8

<b>Canonical Weights, left set</b>		
	Root 1	Root 2
Var2	-0,800471	-0,601853
Var3	-0,644597	0,766470

<b>Canonical Weights, right set</b>		
	Root 1	Root 2
Var7	-0,755933	-0,816033
Var8	-0,402529	1,036974

Продовж. Додатка И. 19

**Канонічна кореляція між показниками людського (Var2, Var3) та інформаційного (Var9, Var10) капіталу підприємств**

<b>Canonical Analysis Summary Canonical R: 0,41786 Chi<sup>2</sup> (4)=7,2483 p=0,12336</b>		
	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

<b>Canonical Weights, left set</b>		
	Root 1	Root 2
Var2	-0,588525	-0,810320
Var3	0,777031	-0,631826

<b>Canonical Weights, right set</b>		
	Root 1	Root 2
Var7	0,929553	-0,62653
Var8	-0,138853	-1,11235

Продовж. Додатка И. 19

**Канонічна кореляція між показниками людського (Var2, Var3) та соціального (Var11) капіталу підприємств**

<b>Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,14237 Chi<sup>2</sup> (2)=0,65528 p=0,72062</b>		
	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	

<b>Canonical Weights, left set</b>		
	Root 1	
Var2	0,650542	
Var3	0,795763	

<b>Canonical Weights, right set</b>		
	Root 1	
Var11	1,0000	

Продовж. Додатка И. 19

Канонічна кореляція між показниками інноваційного (Var7, Var8) та ринкового (Var4, Var5, Var6) капіталу підприємств

<b>Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,92167 Chi<sup>2</sup> (6)=68,765 p=0,0000</b>		
	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
<b>Canonical Weights, left set</b>		
	Root 1	Root 2
Var7	-0,786888	-0,786226
Var8	-0,362175	1,051748

<b>Canonical Weights, right set</b>		
	Root 1	Root 2
Var4	-0,528878	0,841908
Var5	-0,801118	-0,617912
Var6	0,151847	0,142591

Продовж. Додатка И. 19

Канонічна кореляція між показниками інформаційного (Var9, Var10) та ринкового (Var4, Var5, Var6) капіталу підприємств

<b>Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,75403 Chi<sup>2</sup> (6)=34,513 p=0,00001</b>		
--	--	--

	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
<b>Canonical Weights, left set</b>		
	Root 1	Root 2
Var9	-0,49640	-1,00508
Var10	-1,12092	-0,01136

<b>Canonical Weights, right set</b>		
	Root 1	Root 2
Var4	-0,988390	0,631292
Var5	0,602880	0,637354
Var6	0,147995	-0,851505

Продовж. Додатка И. 19

Канонічна кореляція між показниками соціального (Var11) та ринкового (Var4, Var5, Var6) капіталу підприємств

<b>Canonical Analysis Summary. 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
<b>Canonical Weights, left set</b>		
	<b>Root 1</b>	
Var11	-1,000	

<b>Canonical Weights, right set</b>		
	<b>Root 1</b>	
Var4	0,166914	
Var5	0,976459	
Var6	-0,239918	

Продовж. Додатка И. 19

**Канонічна кореляція між показниками інноваційного (Var7, Var8) та інформаційного (Var9, Var10) капіталу підприємств**

<b>Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,64613 Chi<sup>2</sup> (4)=21,610 p=0,00024</b>		
	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

<b>Canonical Weights, left set</b>		
	Root 1	Root 2
Var7	-0,411209	-1,03356
Var8	1,109259	0,08300

<b>Canonical Weights, right set</b>		
	Root 1	Root 2
Var9	0,115060	1,115062
Var10	1,046713	0,401242

Продовж. Додатка И. 19

**Канонічна кореляція між показниками інноваційного (Var7, Var8) та соціального (Var11) капіталу підприємств**

<b>Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,14237 Chi<sup>2</sup> (2)=0,65528 p=0,72062</b>		
	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	

<b>Canonical Weights, left set</b>		
	Root 1	
Var7	0,085014	
Var8	0,959841	

<b>Canonical Weights, right set</b>		
	Root 1	
Var11	-1,0000	



Продовж. Додатка И. 19

**Канонічна кореляція між показниками інформаційного (Var9, Var10) та соціального (Var11) капіталу підприємств**

<b>Canonical Analysis Summary. Canonical R: 0,22679 Chi<sup>2</sup> (2)=1,6898 p=0,42962</b>		
	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	

<b>Canonical Weights, left set</b>		
	Root 1	
Var9	-0,931863	
Var10	0,134739	

<b>Canonical Weights, right set</b>		
	Root 1	
Var11	-1,0000	

## Додаток И. 20

Матриця канонічних коефіцієнтів кореляції

Показники, що характеризують капітал	Індивідуальний	Ринковий	Інноваційний	Інформаційний	Соціальний
Індивідуальний	<b>1,000</b>				
Ринковий	<b>0,812***</b>	<b>1,000</b>			
Інноваційний	0,436	<b>0,922***</b>	<b>1,000</b>		
Інформаційний	0,418	<b>0,754***</b>	<b>0,646***</b>	<b>1,000</b>	
Соціальний	0,142	0,200	0,143	0,227	<b>1,000</b>

Примітка: \*\*\* -  $p < 0,001$

## Додаток К. 1

Багатофакторне лінійне регресійне моделювання  
(залежна змінна –  $V_1$  – інтелектуальна додана вартість)

Змінні	Моделі									
	1		2		3		4		5	
	b	t		t		t		t		t
$V_2$	-0,121	-0,87	-0,084	-0,63						
$V_3$	-0,131	-0,54	-0,143	-0,41	-0,066	-0,29				
$V_4$	0,006	0,02	-0,553	-1,18	-0,155	-0,46	-0,663	-1,64		
$V_5$	<b>0,589*</b>	<b>3,18</b>	-0,030	-0,09	<b>0,538*</b>	<b>3,07</b>	-0,113	-0,36	<b>0,511*</b>	<b>3,12</b>
$V_6$			0,090	0,63			0,062	0,67	-0,023	-0,27
$V_7$			<b>0,287*</b>	<b>2,19</b>			<b>0,300*</b>	<b>2,37</b>		
$V_8$										
$V_9$										
$V_{10}$										
$V_{11}$										
$V_{12}$										
$V_{13}$										
<b>Intercept</b>	<b>2,830*</b>	<b>2,05</b>	<b>3,283*</b>	<b>2,44</b>	<b>1,841*</b>	<b>2,36</b>	<b>2,558*</b>	<b>3,24</b>	<b>1,632*</b>	<b>2,41</b>
<b>R<sup>2</sup></b>	0,260		0,370		0,241		0,359		0,233	
<b>Adjust R<sup>2</sup></b>	0,161		0,235		0,168		0,274		0,185	
<b>Статистика Дарбіна-Уотсона</b>	2,44		2,55		2,22		2,41		2,26	
<b>F статистика</b>	2,63		2,74		3,28		4,20		4,87	

Продовж. Додатка К. 1

Змінні	Моделі									
	6		7		8		9		10	
	b	t		t		t		t		t
V <sub>2</sub>					-0,112	-0,67				
V <sub>3</sub>					-0,0004	-0,0008				
V <sub>4</sub>					-1,097	-1,24				
V <sub>5</sub>					0,293	0,46	<b>0,505*</b>	<b>3,15</b>		
V <sub>6</sub>	0,001	0,02			0,068	0,36				
V <sub>7</sub>	<b>0,243*</b>	<b>3,69</b>	<b>0,243*</b>	<b>3,75</b>	0,224	1,34			<b>0,218*</b>	<b>3,75</b>
V <sub>8</sub>	-0,542	-0,84	-0,538	-0,90	0,277	0,20				
V <sub>9</sub>					0,082	0,80				
V <sub>10</sub>					2,149	0,35				
V <sub>11</sub>					0,017	0,56				
V <sub>12</sub>					-0,468	-0,93				
V <sub>13</sub>					0,003	0,01				
<b>Intercept</b>	<b>2,870*</b>	<b>2,25</b>	<b>2,867*</b>	<b>2,31</b>	3,417	1,17	<b>1,594*</b>	<b>2,44</b>	<b>1,862*</b>	<b>3,52</b>
<b>R<sup>2</sup></b>	0,316		0,316		0,413		0,232		0,298	
<b>Adjust R<sup>2</sup></b>	0,249		0,273		0,093		0,208		0,277	
<b>Статистика Дарбіна-Уотсона</b>	2,42		2,42		2,60		2,26		2,42	
<b>F статистика</b>	4,77		7,38		1,29		9,94		14,04	

Лінійна регресійна модель (№ 9)

$$V_1 = 1,594 + 0,505V_5$$

Параметри лінійної регресійної моделі

<b>Regression Summary for Dependent Variable: Var1 R<sup>2</sup>= 0,232 Adjusted R<sup>2</sup>= 0,208 F(1,33)=9,94</b>						
	<b>b*</b>	<b>Std.Err. - of b*</b>	<b>b</b>	<b>Std.Err. - of b</b>	<b>t(33)</b>	<b>p-value</b>
<b>Intercept</b>			<b>1,594</b>	<b>0,652</b>	<b>2,44</b>	<b>0,020</b>
<b>Var5</b>	<b>0,481</b>	<b>0,153</b>	<b>0,505</b>	<b>0,160</b>	<b>3,15</b>	<b>0,003</b>

Лінійна регресійна модель (№ 10)

$$V_1 = 1,862 + 0,218V_7$$

Параметри лінійної регресійної моделі

<b>Regression Summary for Dependent Variable: Var1 R<sup>2</sup>= 0,298 Adjusted R<sup>2</sup>= 0,277 F(1,33)=14,04</b>						
	<b>b*</b>	<b>Std.Err. - of b*</b>	<b>b</b>	<b>Std.Err. - of b</b>	<b>t(33)</b>	<b>p-value</b>
<b>Intercept</b>			<b>1,862</b>	<b>0,529</b>	<b>3,52</b>	<b>0,001</b>
<b>Var5</b>	<b>0,546</b>	<b>0,146</b>	<b>0,218</b>	<b>0,058</b>	<b>3,75</b>	<b>0,0006</b>

Додаток К. 3

**Кореляційна матриця показників, що характеризують вплив розвитку інтелектуального капіталу на величину інтелектуальної доданої вартості підприємства**

	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6	Var7	Var8	Var9	Var10	Var11	Var 12	Var 13
Var1	1,000	0,007	0,097	0,012	<b>0,481**</b>	0,024	<b>0,546***</b>	0,121	-0,121	-0,101	0,068	-0,007	0,137
Var2	0,007	1,000	-0,055	<b>0,453**</b>	0,295	0,054	0,331	0,206	-0,243	0,272	-0,086	<b>-0,421*</b>	0,101
Var3	0,097	-0,055	1,000	0,292	0,330	<b>0,755***</b>	0,219	0,239	<b>0,350*</b>	-0,095	-0,108	<b>0,414*</b>	0,076
Var4	0,012	<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	<b>-0,542***</b>	<b>0,353*</b>
Var5	<b>0,481**</b>	0,295	0,330	0,200	1,000	0,136	<b>0,846***</b>	0,417	-0,313	-0,147	-0,196	0,149	0,300
Var6	0,024	0,054	<b>0,755***</b>	<b>0,505**</b>	0,136	1,000	0,113	0,326	0,216	0,086	0,005	0,042	0,303
Var7	<b>0,546***</b>	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	-0,156	0,241
Var8	0,121	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	-0,207	<b>0,474**</b>
Var9	-0,121	-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	<b>0,486**</b>	-0,021
Var10	-0,101	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	<b>-0,560***</b>	0,183
Var11	0,068	-0,086	-0,108	-0,048	-0,196	0,005	-0,107	-0,212	0,225	-0,126	1,000	-0,033	0,255
Var 12	-0,007	<b>-0,421*</b>	<b>0,414*</b>	<b>-0,542***</b>	0,149	0,042	-0,156	-0,207	<b>0,486**</b>	<b>-0,560***</b>	-0,033	1,000	0,000
Var 13	0,137	0,101	0,076	<b>0,353*</b>	0,300	0,303	0,241	<b>0,474**</b>	-0,021	0,183	0,255	0,000	1,000

Примітка: коефіцієнт кореляції значущий дл  $-p < 0,05$  \*\*,  $-p < 0,01$ , \*\*\*  $-p < 0,001$



У К Р А І Н А

Товариство з обмеженою відповідальністю  
**"ГАЛИЧИНА ЛАСУНКА"**

46010, Україна, м.Тернопіль, вул. Поліська, 10, тел./факс. 52-33-57, тел. 52-14-50, 25-48-79  
р/р 2600847520 в ПАТ АКБ «Львів»,  
МФО 325268, Код ЄДРПОУ 00447238,  
Код пл. ПДВ 004472319185, Св. № 100316306.

№ 98/2  
Від 19 травня 2016 р.

**ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ**

Видана Собко Ользі Миколаївні в тому, що окремі пропозиції, які наводяться в її дисертації «Теоретико-методологічні доміанти розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства» дозволили покращили стратегічне управління на ТОВ «Галичина-Ласунка».

Одержані в роботі Собко О. М. результати стосовно формування вартісних конкурентних переваг на основі інтелектуальних чинників використано в процесі реалізації механізму імплементації міжнародних систем управління якістю і безпечністю продукції товариства.

Пропозиції автора щодо реалізації компетенційного підходу в управлінні розвитком персоналу сприяли підвищенню інтелектуалізації праці та покращенню креаційного потенціалу інтелектуального капіталу ТОВ «Галичина-Ласунка».

Директор  
ТОВ «Галичина-Ласунка»



М. Білик

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ  
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ  
«КРЕМЕНЕЦЬКЕ МОЛОКО»**

47002 Тернопільська область, місто Кременець, вул. Дубенська, 111

Тел. / факс (03546) 2-42-84, 5-23-10

E-mail: [moloko\\_krem@mail.ru](mailto:moloko_krem@mail.ru)

№ 73

Від 18 05 2016 р.

**ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ**

Підтверджуємо, що результати дисертаційної роботи «Теоретико-методологічні домінанти розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства», виконаної Собко Ольгою Миколаївною, використані при запровадженні систем управління безпечністю харчової продукції НАССР для підвищення потенціалу інноваційного інтелектуального капіталу до креації вартості ТОВ «Кременецьке молоко».

Впровадження пропозицій щодо планування розширення частки еко- у номенклатурі продукції товариства якісно покращило інтелектуальні генератори креації вартості ТОВ «Кременецьке молоко».

Низка рекомендованих методів оцінки інтелектуального капіталу будуть використані для підвищення інвестиційної привабливості, позитивного позиціонування, мотивації працівників до підвищення продуктивності праці, що, загалом, сприяє креації вартості товариства.

Крім того, ТОВ «Кременецьке молоко» застосовує результати дослідження щодо формування інформаційного та соціального інтелектуальних капіталів з метою забезпечення відкритості, швидкості ведення, реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу, активізації процесів креації вартості товариства, що покращує його потенційні можливості формування вартісних конкурентних переваг.

Директор ТОВ «Кременецьке молоко» М.Б.Задворна М.Б.Задворна







Тернопільська обл. Теремовлянський р-н. с. Золотники

ПП "Альма-Віта"

тел/факс (03551) 3-1058 тел.3-1457, 3-1549

e-mail:almavita@ko.te.ua

№ 58

Від 23 травня 2016 р.

### ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ

Підтверджуємо, що результати дисертаційної роботи Собко Ольги Миколаївни «Теоретико-методологічні доміанти ровитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства», дозволили пришвидшити запровадження сиситем управління безпечністю харчової продукції НАССР, а також покращили якісний рівень інноваційного інтелектуального капіталу ПП «Альма-Віта».

Запропоновані у роботі методологічні підходи до оцінки ефектів креації вартості ПП «Альма-Віта» на основі розвитку інноваційного інтелектуального капіталу знайшли практичне використання при моделюванні стратегічних перспектив.

Визначені у роботі окремі вектори інтелектуалізації праці знайшли практичне застосування при покращенні кадрової роботи, посиленні мотивації персоналу щодо набуття нових знань, вмінь і компетенцій, що сформувало доміанти високопродуктивної праці.

Рекомендований алгорит імплементації міжнародних сиситем управління якістю молочної продукції, дозволив забезпечити відповідність вимогам, визначеним у Директивах ЄС, що суттєво покращує можливості проникнення підприємства на європейський ринок.



Директор ПП «Альма-Віта»

Коломієць Л.В.



Приватне акціонерне товариство

## “ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ МОЛОКОЗАВОД”

46010 м.Тернопіль, вул.Лозовецька,28, тел. 56-12-01, факс 52-15-60  
р/р 26004962500650 Відділення №1 в м.Тернопіль ПУМБ у м.Львів, МФО 334851,  
ЄДРПОУ 30356917

№ 113  
від “28” лютого 2017р.

Спеціалізований вченій раді  
Тернопільського національного  
економічного університету

### ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ

Підтверджуємо, що результати дисертаційної роботи Собко Ольги Миколаївни “Теоретико-методологічні домінанти розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства” дозволили покращити стратегію формування конкурентних переваг ПрАТ “Тернопільський молокозавод”.

Запропонована Собко О.М. методика оцінки впливу інтелектуального капіталу на генерування інтелектуальної доданої вартості буде використана в аналітичній роботі товариства. Виявлені інтелектуальні резерви креації вартості в межах розвитку інноваційного інтелектуального капіталу дозволили підвищити експортний потенціал товариства та розширити масштаби ринку збуту продукції.

Низка пропозицій автора щодо розвитку індивідуального інтелектуального капіталу, обґрунтована на основі прогнозування динаміки генерування інтелектуальної доданої вартості, буде врахована в планах розвитку персоналу ПрАТ “Тернопільський молокозавод”.

Директор фінансовий



В.П.Солтис



Міністерство сільського господарства і продовольства України

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ  
«БУЧАЦЬКИЙ СИРЗАВОД»

48400, м. Бучач, вул. Галицька, 176

Тел./факс (03544) 2-67-35 МФО 338545

Розрахунковий рахунок № 26006300621632 в АТ «Державний ощадний банк України»

Код 30811896 інд. под. № 308118919034

e-mail: Buchach\_cheese@meta.ua

« 07 » 02 2017 р.

### ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ

Повідомляємо, що в роботі товариства використано окремі положення дисертації Собко Ольги Миколаївни на тему «Теоретико-методологічні домінанти розвитку інтелектуального капіталу в процесі кремації вартості підприємства», зокрема активізовано розвиток інноваційного інтелектуального капіталу шляхом імплементації міжнародних систем управління якістю і безпечністю молочної продукції на основі виявлених у дослідженні найвищих резервів росту інтелектуальної доданої вартості.

Товариством реалізовано пропозиції щодо удосконалення брендингової політики в частині впровадження нових товарних брендів, що посилює кремаційний потенціал ринкового інтелектуального капіталу.

Т.в.о. директора



Обарінчук В. Г.





## ДЕРЖАВНА РЕГУЛЯТОРНА СЛУЖБА УКРАЇНИ

вул. Арсенальна, 9/11 м. Київ 01011

тел. (044) 254-56-73, факс 254-43-93

e-mail: [inform@dkrp.gov.ua](mailto:inform@dkrp.gov.ua)

Від 20.02.17 № 93/2

### ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ

Повідомляємо, що результати докторської дисертації Собко Ольги Миколаївни «Теоретико-методологічні домінанти розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства» були заслухані під час засідання робочої групи із внесення змін до «Програми розвитку малого та середнього підприємництва на 2015–2016 рр.» в Тернопільській області.

Окремі пропозиції здобувача Собко О. М. в частині сприяння розвитку підприємницьких структур, зокрема у сфері надання дорадчих послуг суб'єктам бізнесу регіону щодо охорони інтелектуальної власності, формування інтелектуального портфеля, оцінки вартості підприємства, враховані при розробці проектів регуляторних актів. Такі напрямки реалізуються на основі міжсекторної співпраці Тернопільського національного економічного університету, ТОГО «Партнерство» та Сектору Державної регуляторної служби у Тернопільській області.

Заступник Голови Державної  
регуляторної служби України



  
О. М. Мірошніченко



УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТА

CITY STRATEGIC DEVELOPMENT DEPARTMENT

Україна, 46001 м. Тернопіль, вул. Листопадова, 5  
тел. +380352253780 тел./факс: +380352525980  
код ЄДРПОУ 37710766  
ел. адреса: [usrm.mr@gmail.com](mailto:usrm.mr@gmail.com)

5, Lystopadova St., Ternopil, 46001, Ukraine  
tel.+380352253780 tel./fax: +380352525980  
Code 37710766  
e-mail: [usrm.mr@gmail.com](mailto:usrm.mr@gmail.com)

Від « 21 » 02 2017 р.  
№ 81/2

**Спеціалізованій вченій раді  
Тернопільського національного  
економічного університету**

**ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ**

Зважаючи на високий науково-дослідницький, освітній і бізнесовий потенціал міста Тернополя, підтверджуємо, що пропозиції дисертаційної роботи Собко Ольги Миколаївни «Теоретико-методологічні домінанти розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства» є доречними і мають пріоритетний характер у процесі визначення напрямів стратегічного розвитку міста.

Пропозиції докторанта О. М. Собко, які стосуються інноваційного розвитку, створення і функціонування інтелектуальних агенцій як елементу бізнесової інфраструктури міста, використані при формуванні Плану Стратегічного розвитку міста Тернополя до 2025 року розвитку міста і започаткуванні його «інтелігентної спеціалізації».

Начальник управління



Ю.П. Дейнека



ТЕРНОПІЛЬСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ  
ДЕПАРТАМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І ТОРГІВЛІ

вул. Грушевського, 8, м.Тернопіль, 46021, тел./факс (0352) 52-33-83  
E-mail: economy\_toda@columbus.te.ua Код ЄДРПОУ 40388463

М. Собко № 013-143  
на № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_

**Спеціалізованій вченій раді  
Тернопільського національного  
економічного університету**

**ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ**

Підтверджуємо, що результати дисертації Собко Ольги Миколаївни «Теоретико-методологічні доміанти розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства» були заслухані під час громадського обговорення проекту «Стратегії розвитку Тернопільської області на період до 2020 року» в частині забезпечення розвитку людського капіталу в секторі харчової промисловості.

Низка пропозицій Собко О. М. щодо визначення інтелігентної спеціалізації регіону враховані при підготовці «Стратегії розвитку Тернопільської області на період до 2020 року»..

Директор департаменту



**Г.М.ВОЛЯНИК**

Онищук 52 33 83





№ 37 від 30.05.16р.

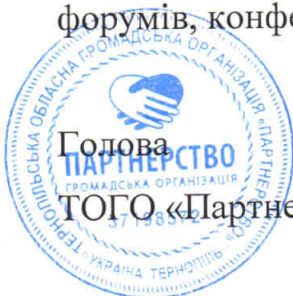
Спеціалізованій Вченій раді  
Тернопільського національного  
економічного університету

### ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ

Результати докторської дисертації Собко Ольги Миколаївни «Теоретико-методологічні доміанти розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості підприємства» використано Тернопільською обласною громадською організацією «Партнерство» для активізації розвитку міжсекторної співпраці.

Собко О. М. є консультантом з проблем інтелектуального капіталу підприємства, охорони інтелектуальної власності, інтелігентної спеціалізації регіону.

Низка пропозицій здобувачки щодо розвитку соціального інтелектуального капіталу, зокрема на основі набуття комунікаційних компетенцій, розвитку капіталу знань було використано під час організації та проведення спільно з Вроцлавським економічним університетом, Гданським університетом, Катовіцьким економічним університетом круглих столів, форумів, конференцій, соціальних проектів тощо.



Голова  
ТОО «Партнерство»

Н. В. Овсейко



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ**

вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46020; тел./факс +380 (352) 475051;  
www.tneu.edu.ua; rektor@tneu.edu.ua; код ЄДРПОУ 33680120

№ \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

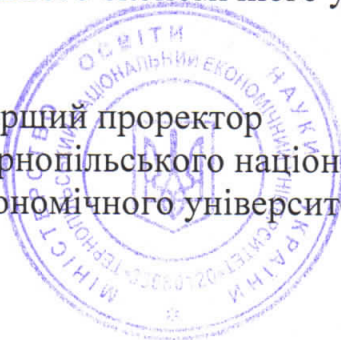
На № \_\_\_\_\_

**ДОВІДКА**

про впровадження у навчальний процес результатів дисертаційної роботи  
Собко Ольги Миколаївни на тему «Теоретико-методологічні доміанти  
розвитку інтелектуального капіталу в процесі креації вартості  
підприємства»

Розроблений дисертантом методологічний підхід до оцінки ефектів креації вартості підприємства, забезпечених функціонуванням інтелектуального капіталу, а також запропоновані у дисертації теоретико-організаційні аспекти креації вартості підприємства, концептуалізація інтелектуального капіталу, методичні аспекти його оцінки, технології розрахунку показників ефектів креації вартості підприємства та інші теоретичні узагальнення, що базуються на ретельному вивченні праць провідних українських та закордонних вчених, будучи включеними у лекційні курси «Управління інтелектуальним капіталом підприємства», «Управління вартістю фірми», «Економіка і організація інноваційної діяльності» «Управління якістю», «Управління конкурентоспроможністю фірми» ефективно використовуються у навчально-виховному процесі кафедри економіки підприємств і корпорацій Тернопільського національного економічного університету.

Перший проректор  
Тернопільського національного  
економічного університету



М. І. Шинкарик

ТНЕУ

№ 126-02/340 від 24.02.2017

