

УДК

К. А. АНДРЮЩЕНКО,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства,
ДВНЗ "Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана"

Інтелектуальний капітал підприємства: сучасні тенденції оцінювання та управління

Стаття містить результати системного дослідження інтелектуального капіталу підприємства. Проаналізовано еволюцію змісту поняття "інтелектуальний капітал", його структуру, підходи до його оцінювання та стратегії управління інтелектуальним капіталом на рівні підприємства. Запропоновано робоче визначення інтелектуального капіталу, його структуризацію та окремі елементи, а також ефективну програму управління інтелектуальним капіталом підприємства, побудовану на результатах оцінювання його елементів. Розглянуто модель управління інтелектуальним капіталом підприємства.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, підприємство, модель управління, ефективність функціонування підприємства, оцінювання, показник.

Постановка проблеми. Ефективність функціонування підприємства значною мірою визначається його інноваційним рівнем, який безпосередньо пов'язаний із якістю інтелектуального капіталу (ІК) як одного з важливих стратегічних факторів економічного зростання. Основною проблемою будь-якого підприємства є формування точок зростання та розвитку на факторах іншого, нематеріального, порядку.

Такими точками В. С. Катькало вважає створення і розвиток власних компетенцій і ресурсів (інтелектуального капіталу), які важко копіюються іншими підприємствами, особливо здатності генерувати нові знання, а також формування унікальності компанії як основи пропозиції нею споживачам унікальних товарів і послуг [1, с. 333]. Тому надзвичайно актуальним є розроблення не тільки механізмів та інститутів відтворення ІК на рівні підприємства, а й механізмів його включення в процес створення нової вартості. Сучасні дослідники приділяють велику увагу аналізу методик оцінювання ІК та управління ним. Це пояснюється тим, що ІК є якісно новою формою капіталу, яка необхідна для створення конкретних видів корисного продукту (інтелектуального продукту, послуг) і необхідного доходу.

Сучасна практика бізнесу сформувала розуміння людського ресурсу як одного з найбільш важливих. Але одного лише розуміння цього факту недостатньо для того, щоб побудувати ефективну систему управління людським ресурсом на підприємстві. Побудова ефективної системи управління починається з чіткого розуміння предмета, яким ми хочемо управляти. ІК найбільш повно представляє природу і механізми використання людського ресурсу на підприємстві. Іншими словами, співробітник представляє для підприємства інтерес не стільки з фізичної точки зору, скільки з точки зору знань, досвіду, навичок, здібностей, відносин і зв'язків. У сукупності всі представлені категорії у той чи інший спосіб формують інтелектуальний капітал підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суттєвий внесок у дослідження вказаної проблематики внесли такі вітчизняні вчені як Н. Бердяєв, Д. Богиня, І. Бондар, А. Богуцький, В. Вернадський, О. Гришнова, М. Долішній, Т. Заяць, Е. Капустін, Т. Кир'ян, А. Колот, С. Мочерний, В. Онікієнко, О. Рудченко, М. Туган-Барановський, М. Чумаченко, А. Чухно, М. Шмельов та інші.

© К. А. Андрищенко, 2015

Метою дослідження є визначення сучасних тенденцій в оцінюванні ІК та управлінні ІК за допомогою положень концепції управління знаннями, а також розроблення програми управління інтелектуалізацією ІК підприємства.

Виклад основного матеріалу. Розглянуте нами поняття ІК є більш широким, ніж більш звичні поняття “інтелектуальна власність” і “нематеріальні активи”. Разом із тим воно близьке за змістом до поняття “нематеріальний капітал”, використовованого в роботах з економічної теорії та економетрики з початку 70-х років ХХ століття. Наведемо простий приклад: розрив між балансовою вартістю фірми Microsoft та її ринковою капіталізацією в 1999 році доходив до двох порядків (100 разів) [2, с. 515]. Причиною для такого розриву є насамперед інтелектуальні активи, основна частина яких безпосередньо пов’язана із персоналом підприємства. Тому ситуація, коли компанія не вживає жодних заходів для керування таким видом активів, на перший погляд здається дуже неоднозначною.

У сучасному розумінні ІК – це ясні, недвозначні, передані знання, якими володіє організація; знання, які можуть бути конвертовані у вартість. ІК можна давати різні визначення залежно від того, який його аспект розглядається. Так, економісти визначають ІК як форму капіталізації інтелектуального потенціалу, в діловій пресі ІК часто називають патенти, управлінські навички, процеси, технології, досвід, зв’язки зі споживачами та постачальниками і знання про них. У практиці бізнесу ІК часто вважають сукупність нематеріальних активів організації, які можуть бути об’єктом оцінювання та управління, хоча і не зафіксовані формально в документації.

Отже, ІК можна визначити як основані на зв’язках структуровані знання і здібності, що мають потенціал розвитку та створення вартості. ІК підприємства – це кваліфікація, досвід, мотивація персоналу, знання, технології та канали комунікації, здатні створити додану вартість і забезпечити підприємству конкурентні переваги на ринку.

ІК є видом капіталу в тому сенсі, що поряд з іншими видами капіталу він є фактором виробництва. Подібно фізичному капіталу він також виникає в результаті вкладень різних ресурсів і так само може знецінюватися і застарівати. Основна відмінність ІК від фізичного капіталу полягає в його нематеріальній природі та притаманній їй властивості. Тому досить складно знайти засоби вимірювання ІК, оскільки важко уявити собі одиницю вимірювання, за допомогою якою можна точно та об’єктивно оцінити такі речі як досвід, знання, інтуїція окремих співробітників, їхній колективний досвід тощо. Крім того, на відміну від фізичного капіталу, який оцінюється у вартісних одиницях, ІК оцінюється як у вартісних, так і у неwartісних одиницях. Ще одна його відмінність від фізичного капіталу полягає в тому, що він не може повністю перебувати у власності підприємства. ІК націлений на майбутнє, в той час як фізичний капітал являє собою результат дій, виконаних у минулому [3, с. 245].

Підприємство, що докладає зусиль для розвитку свого ІК, багато ресурсів вкладає в дослідження, навчання, розробки. При цьому ринкова капіталізація такого підприємства завдяки розвинутому ІК вище, ніж бухгалтерська вартість його матеріальних активів і фондів. ІК – це синергетичний феномен, тобто такий, що формується не шляхом простого складання його окремих елементів, а внаслідок їх взаємодії. Носії ІК підприємства – це його співробітники, організаційні елементи та споживачі. Структурно ІК підприємства складається з його людського, організаційного та клієнтського капіталів.

Людський капітал – це знання, творчий та інтелектуальний потенціал, особисті якості, моральні цінності, уміння і навички, лідерство, культура праці, які використовуються для отримання доходу організацією або індивідом. Причому це не проста сукупність знань і якостей кожного конкретного співробітника: в колективній роботі проявляється синергетичний ефект, багаторазово збільшується ефективність індивідуальних рішень. Людський капітал принципово не може бути власністю підприємства, оскільки він є невід’ємною частиною особистостей співробітників. Підприємство може лише прагнути до отримання максимального

можливої вигоди від праці кожного співробітника, поки він на ньому працює. Для досягнення цієї мети вкрай важливе значення мають такі аспекти управління як ефективне лідерство, мотивація співробітників, управління змінами тощо.

Організаційний капітал включає технології, процедури, системи управління, культуру, технічне і програмне забезпечення, патенти, організаційні форми і структури. Іншими словами, це здатність організації відповідати вимогам ринку і рівень ефективності використання наявного в неї людського капіталу. Організаційний капітал переважно знаходиться у власності підприємства і може бути об'єктом купівлі-продажу. Бажаючи залишатися успішною, організація потребує регулярного перегляду свого організаційного капіталу. Це передбачає як масштабну дослідницьку діяльність, так і постійний розвиток корпоративної культури, яка також є елементом ІК. Основою корпоративної культури є певна сукупність понять, відомих всім співробітникам: це цінності, місія, бачення, норми поведінки і комунікації, символи, способи ведення справ тощо. Наявність цього створює загальний вектор руху підприємства в майбутнє відповідно до системи його цілей, створює унікальне обличчя підприємства. Саме такий вигляд підприємства визначає вигляд його постійних клієнтів і партнерів, ту нішу, яку воно займає на ринку [4, с. 121].

Клієнтський капітал – це система стійких зв'язків і відносин підприємства з його клієнтами. Клієнтський капітал забезпечує клієнтам можливість продуктивного спілкування і взаємодії з персоналом підприємства. Клієнтський капітал часто розглядається як “капітал відносин”. У цьому сенсі він включає контракти та угоди, репутацію, бренд, товарні знаки, канали реалізації продукції та портфель замовлень, відносини зі споживачами. Так, ділова репутація підприємства, яка складається з його етичних норм і норм поведінки, соціальної відповідальності, являє собою ринкову категорію. Якщо підприємство користується довірою, воно може продавати продукти за більш високими цінами, збільшувати обсяги продажів, мати високу лояльність клієнтів і співробітників, залучати для працевлаштування кращих фахівців. Символом ділової репутації часто виступають товарні знаки і бренди. Маркетингова стратегія – це також частина клієнтського капіталу підприємства, яка охоплює вибір цільових ринків, створення переваг, стимулювання лояльності клієнтів, створення бази даних про клієнтів та їх аналіз, а також call-центрів для клієнтів.

У сучасній вітчизняній практиці ставлення до інтелектуальних активів як до капіталу, який потребує управління, на жаль, зустрічається дуже рідко. Можна сказати, що управління ІК досить рідко визначається вітчизняним бізнесом як пріоритет стратегічного розвитку. Це означає, що ІК вітчизняних компаній в основному залишається без цілеспрямованого управління або взагалі не використовується, тобто перебуває у стані “простою” за аналогією з виробничими потужностями. Невикористання виробничих потужностей означає невикористані товарно-матеріальні запаси, надлишок готівкових коштів. Приблизно теж саме відбувається у ситуації, коли відсутній менеджмент ІК. І якщо будь-яка організація оцінить усю сукупність невикористовуваних нею активів (як нематеріальних, так і матеріальних) і залучить їх усі в економічну діяльність, вона може отримати істотний приріст доходів.

Розглядаючи окремі елементи цих активів з точки зору їх вузької утилітарності, ми тим самим обмежуємо свої можливості щодо збільшення їхньої цінності. Краще навчитися бачити цілісну картину, сприймати всі активи як єдине ціле, елементи якого можна переробити, удосконалити і вжити для досягнення нових цілей.

Управління ІК цілком може стати успішною стратегією в майбутньому. Менеджери нового тисячоліття повинні будуть розуміти як матеріальні, так і нематеріальні компоненти ІК. Свою діяльність вони повинні будуть спрямовувати таким чином, щоб вона забезпечувала “збір врожаю знань” [5, с. 67]. Від цих менеджерів вимагатиметься така поведінкова лінія, яка необхідна для того, щоб знайти і оцінити ІК і потім управляти ІК як активом підприємства.

Тепер ми можемо зробити висновок, що ефективна програма управління інтелектуальними активами ґрунтується на використанні навичок і досвіду для реалізації його функцій. У відповідності з цією програмою функції управління інтелектуальними активами включають декілька критично важливих аспектів:

- фахівці фінансового відділу повинні мати необхідні джерела, щоб оцінити ІК і ефективність його використання;
- фахівці кадрової служби повинні вміти розробляти програми з моніторингу нематеріальних активів, а також кадрову стратегію, що сприяє виробленню відповідної поведінкової лінії в організації (компанії).

Нагадаємо, що у складі ІК зазвичай виділяють три основних компоненти: людський капітал, який включає соціальний капітал; організаційний капітал, який включає інтелектуальну власність; клієнтський (або “ринковий”) капітал. Розглянемо більш детально кожен з них у контексті управління персоналом компанії.

Основною ідеєю концепції управління ІК підприємства є створення системи управління інтелектуальними активами підприємства, зрозумілої для менеджменту підприємства.

Інтелектуальні активи підприємства є невід’ємним елементом процесу створення додаткової вартості. У зв’язку з цим ІК підприємства потребує ефективного менеджменту, як і будь-яка інша група активів.

ІК розглядається як інтегральна складова і передбачає комплексне управління всіма його складовими активами. Спроба керувати окремим інтелектуальним активом у відриві від інших призведе до низького рівня ефективності управління.

Основною метою управління ІК підприємства є інтелектуальне забезпечення бізнес-процесу на підприємстві, постійний розвиток і збільшення вартості інтелектуальних активів підприємства.

Говорити про ІК як про ключовий ресурс сучасних фірм і корпорацій стало модно відносно недавно, після публікації в 1993 і 1994 роках звітів фірми “Skandia” про фактори, що визначають справжню вартість компаній [6, с. 75].

Автори цих звітів не тільки викладають нові методи соціально-економічних вимірювань, а й порівнюють ІК компанії з її корінням, внутрішніми умовами розвитку, прихованими за зовнішнім фасадом. Вартість ІК вони визначають як різницю між акціонерною вартістю компанії та вартістю її чистих активів, що дуже близько за змістом до визначення вартості “невловимого” капіталу в економетричних роботах, хоча повного збігу тут немає.

Звіти про ІК, які готуються і публікуються деякими підприємствами, являють собою додаток до традиційних бухгалтерських звітів. Звіт про ІК розглядається як інструмент для його вимірювання, управління ним і для демонстрації привабливості підприємства для інвестицій. Існує два види таких звітів. Більш докладний звіт готується для внутрішніх потреб, насамперед для менеджменту та для демонстрації персоналу підприємства з метою консолідації зусиль колективу. Скорочений звіт містить інформацію, яка не підлягає вільному розповсюдженню, а також може бути підготовлений для публікації з метою залучення інвестицій або для роздачі потенційним інвесторам.

Для досліджень доступні в основному опубліковані звіти. Вони основані на різних моделях подання інформації і мають різні назви. Всі ці звіти можна розглядати як звіти про ІК: усі вони повинні показувати інвестору, як рухається компанія в напрямку досягнення його мети, якою вона може і повинна бути. Розділ “Що маємо” (поточна ситуація) зазвичай містить візуалізовану інформацію про наявні ресурси компанії. Значна частина цієї інформації має нефінансовий характер. Відомості про людські ресурси, клієнтів, технології представлені в цьому розділі у вигляді графіків, діаграм і т. д. Розділ “Що робимо” (поточна діяльність) містить в основному нефінансову інформацію про зусилля менеджменту з розвитку ІК компанії. Спеціальна увага приділяється розвитку людського капіталу, роботі з клієнтами, забезпечення доступу до технологій. Нарешті, розділ “Чого досягаємо” (результати поточної діяльності) демонструє рух до наміченої мети. У цьому розділі використовуються деталізовані фінансові показники, щоб показати,

як ІК компанії дозволяє отримати доход через появу нових товарів або послуг, необхідних клієнтам.

Звіти про ІК не можна розглядати ізольовано, бо вони мають сенс тільки в контексті. Контекст – це бачення системи управління та форми конкуренції. Звіти про ІК підприємства вносять нову реальність у цей контекст, даючи більш адекватне уявлення про інтелектуальний капітал підприємства, ніж традиційні звіти. Досить глибокий сенс криється в розмежуванні компонентів ІК підприємства, тобто у виокремленні людського капіталу, організаційного капіталу, ринкового капіталу [7, с. 121].

Згідно з концепцією ІК, якщо підприємство втрачає один з його компонентів, від цього знецінюється весь його ІК, а відтак і сама фірма. Тут має місце явне порушення принципу, відомого в теорії корпоративних фінансів як закон збереження вартостей. Згідно з цим принципом вартість цілісної одиниці дорівнює сумі вартостей її частин. У випадку з компонентами ІК цей принцип можна використовувати тільки для того, щоб приписати кожній з частин ІК деяку вартість. Однак для прийняття практичних рішень він не тільки нічого не дає, а, навпаки, вводить в оману. Ця обставина має дуже важливе значення, і щоб звернути на неї увагу, Л. Едвінссон навіть заявляє, що вартість компонентів ІК треба не складати, а множити. Тоді очевидно, що перетворення вартості одного з них в нуль призводить до перетворення в нуль вартості всього ІК. Звіт про ІК якраз і показує відносно слабкі місця в діяльності менеджменту щодо управління ІК і надає менеджменту дієвий інструмент підвищення сукупної вартості бізнесу.

У сучасних умовах зростання вартості підприємств (компаній) багато в чому визначається приростом ІК. Однак методи бухгалтерського обліку є малоприматними для адекватного оцінювання ІК підприємства. Наприклад, бухгалтерські методи оцінювання торгової марки розглядають її як актив, який втрачає свою вартість у міру використання, водночас як насправді все відбувається цілком навпаки – її вартість зростає.

Патенти, ліцензії враховуються в бухгалтерській документації підприємств відповідно до вартості їх реєстрації, а не реальної вартості. Крім того, здійснюється помилковий поділ інвестицій і витрат, наприклад, витрати на навчання персоналу і рекламу вважаються витратами, хоча вони фактично є довгостроковими інвестиціями. Великі обсяги сукупного капіталу підприємств взагалі ніколи не значаться у бухгалтерських балансах, наприклад, зв'язки зі споживачами, бази знань, кваліфікація персоналу.

В цілому, метод бухгалтерського обліку оснований на принципі адитивності всіх величин, водночас як елементи інтелектуального капіталу мають неадитивну природу. Зважаючи на це традиційні методи бухгалтерського обліку не можуть ефективно застосовуватися для оцінювання ІК підприємства, що вимагає переосмислення можливостей традиційних методів і застосування нових.

Для фінансового оцінювання ІК підприємства може застосовуватися коефіцієнт Тобіна – відношення ринкової ціни підприємства (компанії) до ціни його реальних активів (будівель, споруд, обладнання та запасів). Якщо ціна підприємства (компанії) істотно більше ціни її матеріальних активів, це означає правильну оцінку нематеріальних активів.

Купуючи підприємство, покупець платить не стільки за його матеріальні активи, скільки за ІК. На успішних підприємствах коефіцієнт Тобіна високий і має тенденцію до зростання. Його високе значення вказує на можливість отримання достовірної оцінки економічного ефекту інновацій та продажів на ранній стадії інноваційного циклу. Значення коефіцієнта Тобіна менше одиниці свідчить про проблеми в підприємстві: це може бути його неадекватна оцінка або його низька конкурентоспроможність [8, с. 40].

Однак нефінансова оцінка ІК підприємства має не менше значення, ніж фінансова. Така оцінка потрібна як для керівників і власників підприємства, так і для його клієнтів та інвесторів. Вона визначає конкурентоспроможність підприємства та його інвестиційну привабливість, формує стратегію його розвитку.

Отже, показники ІК підприємства зрівнялися у важливості з його традиційними економічними показниками.

Складові ІК підприємства зручно оцінювати за окремими показниками. Людський капітал може бути оцінений за показниками:

- Склад персоналу підприємства і управління ним;
- Задоволеність працівників;
- Додана вартість та продажі на одного зайнятого;
- Досвід роботи персоналу в певній професії, кількість опрацьованих років;
- Витрати на навчання на кожного співробітника;
- Число робочих днів за рік, відведених на підвищення кваліфікації;
- Плинність персоналу.

Зовнішні структури можуть бути проаналізовані і оцінені за показниками:

- Кількість клієнтів та тривалість їхніх клієнтських зв'язків з підприємством;
- Прибуток у розрахунку на клієнта;
- Склад клієнтів, зв'язки з ними, ступінь їх задоволеності;
- Продажі на одного клієнта;
- Іміджеві клієнти організації;
- Повторюваність клієнтських замовлень.

Завдання такого аналізу – визначити та оцінити ключові сегменти ринку для підприємства, а також фактори ефективності цих сегментів. До таких факторів належать стабільність складу клієнтів, задоволеність клієнтів, прибутковість клієнтів, лояльність клієнтів; приплив нових клієнтів, частка ринку в цільових сегментах.

Внутрішні структури підприємства також можуть бути оцінені низкою показників:

- Інформаційні системи, їх застосування, функції, масштаб;
- Обладнання, склад і ефективність адміністративних систем і організаційних структур;
- Інвестиції в нові методи управління і філії, в дослідження та розробки, в інформаційні системи і технології;
- Корпоративна культура, цінності, традиції, символи;
- Стабільність підприємства: термін його існування, частка персоналу з невеликим стажем роботи, плинність управлінських кадрів.

Найбільш ефективний метод оцінювання ІК передбачає використання збалансованої системи показників. Він також дозволяє здійснити інформування всіх підрозділів підприємства щодо орієнтирів та стратегії його діяльності.

Збалансована система показників включає 4 групи показників: показники клієнтської складової, фінансові показники, показники навчання і розвитку персоналу, показники внутрішніх бізнес-процесів.

Показники клієнтської складової характеризують взаємодію підприємства з клієнтами: задоволення їхніх потреб, збереження старих клієнтів і залучення нових, доходи у розрахунку на клієнта, сегмент цільового ринку. Використовуються для формування стратегії, орієнтованої на клієнтів, і забезпечують інформаційно-аналітичну базу для прийняття рішень щодо зростання прибутковості підприємства.

Фінансові показники відображають економічні наслідки вжитих підприємством дій, оцінюють відповідність реалізованої стратегії підприємства загальному плану його розвитку. Це показники прибутку, прибутковості робочого капіталу, доданої вартості; продажів.

Показники навчання та розвитку персоналу оцінюють інфраструктуру, яка повинна бути створена для довготривалого зростання. Це загальні показники (оцінюють задоволеність роботою, плинність кадрів, навчання, підвищення кваліфікації) і специфічні показники (оцінюють конкретний і детальний набір навичок, потрібних у певній діяльності і в певних умовах конкуренції).

Цей метод оцінювання не претендує на універсальність, але орієнтований на адаптацію оцінюваних показників до конкретних випадків. Він оснований на комплексному підході до розрахунку фінансової та нефінансової оцінки активів підприємства і забезпечує можливість для довгострокового планування прибуткової діяльності і розвитку підприємства.

Висновки. Специфіка інтелектуального капіталу підприємства визначає вектор його успішного стратегічного розвитку. ІК підприємства складається з трьох основних елементів – людського, структурного та клієнтського капіталу. Тільки в сукупності і у взаємодії компоненти ІК підприємства можуть сприяти створенню системи стійких конкурентних переваг підприємства. Для підвищення вартості та досягнення стійких конкурентних переваг підприємство повинно орієнтуватися на ефективне управління своїми унікальними ключовими компетенціями.

Для ефективного управління ІК підприємства необхідний комплексний підхід, пов'язаний з управлінням всіма видами нематеріальних активів. Сучасний високотехнологічний бізнес буде ефективним, якщо його менеджмент управляє всіма трьома видами капіталу: матеріальним, фінансовим та інтелектуальним. Це вимагає інтеграції управління ІК у загальну систему управління підприємством. Тільки побудова повнофункціональної системи оцінювання ІК та управління ним призведе до максимізації вартості та життєздатності підприємства.

Список використаних джерел

1. Катькало В. С. Эволюция теории стратегического управления / В. С. Катькало. – СПб : Издат. дом С.-Петербург. гос.ун-та, 2006. – С. 333–334.
2. Седова Т. В. Интеллектуальный менеджмент в современной организации / Т. В. Седова, Л. В. Фоменко // Труды международных научно-технических конференций «Интеллектуальные системы» (AIS'05) и «Интеллектуальные САПР» (СФВ-2005). – М. : Физматлит, 2005. – Т. 2. – С. 513–516.
3. Мильнер Б. З. Управление знаниями в корпорациях : [учебное пособие] / Б. З. Мильнер, З. П. Румянцева, В. Г. Смирнова, А. В. Блинникова ; Под ред. д-ра эконом. наук, проф. Б. З. Мильнера. – М. : Дело, 2006. – 304 с.
4. Мильнер Б. З. Теория организации : [учебник] / Б. З. Мильнер. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 480 с.
5. Багов В. П. Управление интеллектуальным капиталом / В. П. Багов, Е. Н. Селезнев, В. С. Ступаков. – М. : ИД «Камерон», 2006. – 108 с.
6. Баранов В. В. Стратегическое управление интеллектуальным капиталом высокотехнологического предприятия / В. В. Баранов, А. В. Зайцев // Креативная экономика. – 2009. – № 2 (36). – С. 72–86.
7. Зинов В. Г. Инновационное развитие компании: управление интеллектуальными ресурсами : [учебное пособие] / В. Г. Зинов, Т. Я. Лебедева, С. А. Цыганов ; Под ред. В. Г. Зинова. – М. : Изд-во «Дело» АНХ, 2009. – 248 с.
8. Яковлева Е. В. Интеллектуализация персонала как основа экономического роста в условиях инновационной экономики / Е. В. Яковлева // Омский научный вестник. – 2011. – № 2 (96). – С. 38–44.

К. А. АНДРЮЩЕНКО,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики предприятия,
ГВНУ «Киевский национальный экономический
университет им. В. Гетьмана»

Интеллектуальный капитал предприятия: современные тенденции оценивания и управления

Статья содержит результаты системного исследования интеллектуального капитала предприятия. Проанализированы эволюция содержания понятия «интеллектуальный капитал», его структура, подходы к его оцениванию и стратегия управления интеллектуальным капиталом на уровне предприятия. Предложены

рабочее определение интеллектуального капитала, его структуризация и отдельные элементы, а также эффективная программа управления интеллектуальным капиталом предприятия, построенная на результатах оценивания его элементов. Рассмотрена модель управления интеллектуальным капиталом предприятия.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, предприятие, модель управления, эффективность функционирования предприятия, оценивание, показатель.

K. A. ANDRYUSCHENKO,
PhD (Economics),
Dean of Business Economics Department,
Kyiv National Economic University, named after Vadim Hetman

Intellectual Capital of an Enterprise: Current Tendencies in Evaluation and Management

The article contains results of the systemic study of intellectual capital (IC) at enterprise level. The analysis covers evolution of the meaning of the notion "intellectual capital", IC structure, approaches to IC evaluation and strategies for IC management at enterprise level. An operative definition and structuring of IC, an effective program for IC management at enterprise level, based on the results is its components evaluation, are proposed. A model for IC management at enterprise level is constructed.

IC is defined as structured competencies and skills that have capabilities for development and value creation. IC of an enterprise covers personnel's qualifications, experiences, motivations and competencies, technologies and communication channels, capable for creating value added and competitive advantages at the market. An enterprise striving to develop its IC makes heavy investments in internal R&D and training. The market capitalization of this enterprise will be higher than its value in the accounts. The IC carriers at an enterprise are its personnel, organization components and clients; IC is, accordingly, structured as human, organization and client capitals.

The central idea of the guidelines for IC management at enterprise level is in creating a system for management of its intellectual assets, clear for enterprise managers. Intellectual assets are an integral component in creating value added. They, therefore, require effective management like any other category of assets. An attempt to manage IC separately from the other assets will decrease the overall management performance at an enterprise.

Tobin's Q ratio is proposed for IC evaluation at enterprise level. When the enterprise's value is considerably higher than the value of its tangible assets, it means that its intangible assets are properly valued. Tobin's Q ratio is high and tends to increase at successful enterprises. Its high value is an evidence of correct measurement of economic effects from innovations and sales at the early phase of the innovation cycle.

Keywords: intellectual capital, enterprise, model for management, enterprise performance, evaluation, indicator.

