

Притуляк Н.М.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів підприємств
ДВНЗ “Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана”,
Інститут фінансово-інноваційних досліджень

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ СУБ'ЄКТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Досліджено основні підходи до визначення економічної сутності інтелектуального капіталу й інтелектуальних активів. На основі отриманих результатів запропонована та обґрунтована концепція щодо змісту і складу даних цінностей, що є обов'язковим при розв'язанні проблем обліку, аналізу, управління невідчутними економічними активами, які є вирішальними для активізації інноваційної діяльності, підвищення конкурентоспроможності та ринкової вартості підприємства.

Investigated are the main approaches to determining the economic substance of intellectual capital and intellectual assets, based on the results proposes and justify its own concept the content and structure of this phenomenon, which is important in solution of accounting problems, analysis, control of non-standard economic values, which are crucial for fostering innovation activity, increase competitiveness and market value.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, інтелектуальні активи, людський капітал, людський потенціал, інноваційний капітал, інноваційна діяльність, організаційний капітал.

В умовах глобальної економіки діяльність підприємств являє собою складну систему взаємовідносин різних суб'єктів ринку, включаючи постачальників ресурсів і споживачів продукції, фінансово-кредитні і страхові установи, акціонерів та ін. У даній системі виникає досить багато факторів, котрі визначають як конкурентоспроможні позиції підприємства, так і динаміку зростання його вартості. Частина цих факторів має матеріальну основу, оскільки зумовлена впровадженням нового обладнання й технології, управлінням матеріальними й фінансовими активами. У процесі фінансової діагностики підприємства зазначені фактори добре піддаються кількісній оцінці та управлінню.

Фактори нематеріального характеру не мають фізичної сутності й конкретного чисельного вираження. Це знання та досвід співробітників, ділові зв'язки підприємства, бренд тощо. В інноваційній економіці саме нематеріальні активи, причому більшою мірою, ніж матеріальні, впливають на формування кінцевих фінансово-економічних результатів діяльності компанії, її конкурентоспроможність та вартість бізнесу.

В умовах глобалізації ринку досягти стійких конкурентних переваг тільки за рахунок підвищення ефективності використання матеріальних активів практично неможливо. Сьогодні конкурентні переваги отримують лише ті організації, які гнучко реагують на зміни зовнішнього середовища та здатні перетворити свої матеріальні й інтелектуальні активи на стабільне джерело доходів. У першу чергу

це стосується суб'єктів інноваційної діяльності¹. В наукомістких компаніях значна частина додаткової вартості створюється шляхом залучення в господарський оборот ресурсів нематеріального характеру, котрі становлять основу так званого інтелектуального капіталу².

Ставку на інтелектуальний капітал як головну перевагу в конкурентній боротьбі в останні десятиліття минулого століття зробили провідні компанії в усіх галузях бізнесу, справедливо вважаючи його основою свого успіху у створенні інноваційної продукції. Так, за 1998 р. частка інтелектуального капіталу в передових американських компаніях, зайнятих у сфері високих технологій, становила 69 % від усього капіталу, а на початок 2001-го вона вже перевищувала 80 %.

Активізація інноваційних процесів тісно пов'язана з проблемами формування й використання інтелектуальних ресурсів, а інноваційна діяльність, орієнтована на створення і впровадження у виробництво нових видів техніки, технології, продукції, потребує не лише витрат ресурсів, а й використання спеціальних організаційно-економічних інструментів. У зв'язку з цим інтелектуальний капітал, який включає науково-виробничий, інформаційно-технологічний, маркетинговий та інші інтелектуальні активи, стає не тільки необхідним ресурсом для реалізації нововведень, а й ефективним організаційно-управлінським інструментом розвитку компанії, підвищення її конкурентоспроможності. Тому сучасні підприємства, що прагнуть отримати додатковий дохід за рахунок унікальних конкурентних переваг, обумовлених використанням інтелектуального капіталу, потребують серйозних, поглиблених знань щодо його економічної сутності, складу, особливостей формування й розвитку, ефективності використання, методології обліку та аналізу тощо.

Втім, незважаючи на значну кількість досліджень, проведених зарубіжними (Г. Беккер, Е. Брукінг, С. Вінер, Я. Мінцер, Р. Нельсон, М. Полані, П. Ромер, П. Салліван, П. Самуельсон, Т. Стюарт, І. Фішер, Т. Шульц), російськими (Г. Бромберг, Л. Вигорський, В. Зінов, В. Іноземцев, С. Клімов, Б. Леонтьєв, Л. Лукічева, Т. Орлова, А. Проскураков) та вітчизняними (А. Гальчинський, В. Геєць, А. Грищенко, Б. Данилишин, Є. Лібанова, А. Покритан, Л. Федулова, Г. Швиданенко) вченими, багато теоретичних, методологічних, методичних аспектів теорії інтелектуального капіталу розкриті не повною мірою або перебувають у початковому стані.

Не претендуючи на вичерпне наукове дослідження ключових питань даної проблематики, маємо на меті здійснити аналіз існуючих у літературі підходів до визначення економічної сутності інтелектуального капіталу та його активів, запропонувати на основі отриманих результатів власну концепцію його економічного змісту і складу та спробувати теоретично обґрунтувати її.

¹ До них зазвичай відносять підприємницькі структури, що здійснюють діяльність на кожному етапі інноваційного процесу — від зародження наукової ідеї до її комерційного використання та поширення на ринку у вигляді нового або вдосконаленого продукту чи процесу.

² *Іванов И.В., Баранов В.В.* Финансовый менеджмент: Стоимостной подход: Учеб. пособ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. — С. 298.

Поняття інтелектуального капіталу в науковий обіг увів видатний економіст ХХ ст. Дж. Гелбрейт, що в 1969 р. у своєму листі до М. Калецькі вжив цей термін у значенні “інтелектуальна діяльність”³. Поширився цей термін у першій половині 1990-х. У 1993 р. шведська страхова компанія “Scandia” оприлюднила в річному звіті дані про належний їй інтелектуальний капітал⁴.

Вирішальну роль у популяризації цього терміна відіграла стаття Т. Стюарта “Сила інтелекту: як інтелектуальний капітал стає найціннішим активом Америки”, в якій такий капітал визначено як сукупність усього того, що знають робітники компанії й що надає їй конкурентні переваги на ринку (патенти, процеси, управлінські навички, технології, досвід та інформація про споживачів і постачальників)⁵. Подальші дослідження сутності інтелектуального капіталу пов’язують із іменами П. Саллівана, Д. Тіса, К. Свейбі, П. Друкера, Т. Форґ’юна, котрі погоджуються з Т. Стюартом і під інтелектуальним капіталом розуміють суму всіх знань співробітників, що надають компанії перевагу на ринку. Цієї ж думки дотримуються деякі вітчизняні й російські вчені, зокрема І. Петрова, В. Іноземцев, К. Багріновський та ін.

Однак це не єдиний підхід до тлумачення даного поняття. Так, відомий американський економіст Л. Едвінссон розглядає інтелектуальний капітал як знання, котре можна конвертувати у власність⁶. За визначенням Д. Клейн і Л. Прусак (компанія ІВМ) він являє собою інтелектуальний матеріал, котрий формалізується, фіксується, обробляється та використовується для збільшення вартості активів компанії⁷. Професор міжнародного менеджменту в Школі бізнесу Відкритого університету Великобританії К. Бредлі називає інтелектуальний капітал “процесом перетворення знань і невідчутних активів на корисні ресурси, які надають конкурентні переваги індивідуумам, фірмам, націям”⁸.

Штатний співробітник компанії “Fujitsu” Х. Мак-Дональд надає функціональне визначення інтелектуального капіталу, згідно з яким останній розглядається як знання, котрими володіє організація та які може використовувати, щоби

³ *Sullivan P.H. Profiting from Intellectual Capital: Extracting Value from Innovation.* — John Wiley & Sons, Inc., 1998. — 366 p.

⁴ Таке рішення було прийняте компанією у відповідь на зниження цін на ринку нерухомості, що призвело до зменшення вартості її активів та могло негативно вплинути на інвесторів. Тоді “Scandia”, маючи в своєму розпорядженні цінніші ресурси, ніж земля й офіс (персонал, клієнти, налагоджена система бізнес-процесів), які реально створювали основу її вартості, але не могли бути відображені в традиційній фінансовій звітності, розробила спеціальний додаток до неї, де представила свій інтелектуальний потенціал (див.: *Управление интеллектуальным капиталом: Учеб. пособ. / Л.И. Лукичева.* — 2-е изд., стер. — М.: Омега-Л, 2008. — С. 106).

⁵ *Stewart T. Brainpower // Fortune.* — 1991. — June 3. — P. 42—60.

⁶ *Sullivan P.H.* Зазнач. праця.

⁷ *Климов С.М.* Интеллектуальные ресурсы общества. — Спб.: ИВЭСЭП; Знание, 2002. — С. 114.

⁸ *Орлова Т.* Интеллектуальный капитал: понятия, сущность, виды // Проблемы теории и практики управления. — 2008. — № 4. — С. 109.

здобути різного роду переваги над конкурентами⁹. До речі, один із перших російських дослідників цієї проблеми В. Єфремов також розглядає інтелектуальний капітал як знання, що є в розпорядженні організації та виражені в якісній формі й легко передаються (наприклад, у формі програмного забезпечення)¹⁰.

У своїй праці “Інтелектуальний капітал” Е. Брукінг наводить таке тлумачення: “...інтелектуальний капітал визначається як термін для позначення нематеріальних активів, без яких підприємство нині не може існувати”¹¹. Б. Мільнер інтелектуальний капітал також ототожнює із сукупними інтелектуальними активами¹². Такий підхід підтримується Організацією економічного співробітництва й розвитку (ОЕСР), за визначенням якої “інтелектуальний капітал — це економічна цінність двох категорій майна компанії: організаційного (структурного) й людського капіталів”¹³.

Хоча наведений перелік підходів до визначення економічної сутності досліджуваної категорії є далеко не повним, його достатньо для того, щоб зробити перші висновки. Отже, теорія інтелектуального капіталу виникла зовсім недавно, в результаті усвідомлення виняткової ролі, яку відіграють знання, компетентність, професіоналізм працівників у активізації інноваційної діяльності, підвищенні конкурентоспроможності, ринкової вартості й дохідності бізнесу, у відкритті нових перспектив його динамічного зростання й розвитку¹⁴.

Хоча останнім часом з'являється дедалі більше праць, присвячених дослідженню інтелектуального капіталу, різноманітність точок зору щодо визначення його сутності вказує на те, що ця категорія досі залишається неідентифікованою. Оскільки дослідження інтелектуального капіталу перебуває на початковій стадії, в законодавстві жодної країни визначення даного поняття юридично не закріплено. Це, з одного боку, ускладнює управління формуванням і розвитком інтелектуальних активів компанії, а з другого — зумовлює необхідність здійснення подальшого наукового пошуку їх сутності, складу й методів обліку.

Пильна увага до інтелектуального капіталу в сучасному світі не випадкова. Адже з переходом до постіндустріальної економіки він перетворюється на ключовий фактор зростання й розвитку, виступаючи генератором науково-технічного

⁹ Петюх І. Теоретико-методологічні аспекти визначення соціально-економічної природи інтелектуального капіталу // Формування ринкової економіки. Спец. вип.: У 3-х т. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. — К.: КНЕУ, 2010. — С. 245.

¹⁰ Орлова Т. Знач. праця.

¹¹ Брукінг Э. Интеллектуальный капитал: Пер. с англ. / Под ред. Л.Н. Ковалик. — СПб.: Питер, 2001. — С. 30.

¹² Мильнер Б. Управление знаниями. — М.: Инфра-М, 2003. — С. 112.

¹³ Petty P., Guthrie J. Intellectual Capital Literature Review. Measurement, reporting and management // Journal of Intellectual Capital. — 2000. — Vol. 1, № 2. — P. 155—176.

¹⁴ Сказане не означає, що такого явища, як інтелектуальний капітал, не існувало раніше. І компетенція персоналу, і внутрішня організація, і клієнти в компанії були, просто вони не розглядалися як ключові фактори зростання та не потребували особливих підходів для вивчення.

прогресу. Якщо на початку минулого століття більшість конкурентних переваг можна було отримати через доступ до обмежених природних ресурсів, то наприкінці нього компанії-лідери почали демонструвати можливості перемагати за рахунок технологічних, управлінських, фінансових новацій, розроблених і втілених у виробництво завдяки розумовим здібностям людини. Втім, без знань людський розум охоплює лише основні інстинкти та розв'язує функціональні завдання.

В сучасному світі знання являють собою інформацію, що має практичну цінність і слугує для отримання конкретних результатів, які проявляються поза людиною в економіці й суспільстві. Як справедливо зазначає П. Друкер, знання стали головним, а не просто одним із видів ресурсів, вони створюють нові рушійні сили соціального й економічного розвитку¹⁵.

В науковому термінологічному обігу знання — це перевірений практикою результат пізнання дійсності, правильне відображення реального світу в мисленні людини, система здобутих із допомогою пізнання понять про дійсність. Знання складаються з істин, уявлень, поглядів, концепцій, суджень, пропозицій, методологій, ноу-хау. Отримання знань (через освіту, внутрішньокорпоративне навчання) є складною за своєю сутністю й функціональним призначенням інтелектуальною діяльністю, результати якої позначаються на рівні компетентності й кваліфікаційно-професійній підготовці та залежать від природних здібностей, особистих трудових зусиль і мотивації людини.

Особистісні (внутрішні чи неявні) знання (знання в голові у співробітників компанії) є набутком індивідууму, його фаховими знаннями, навичками, здібностями й уміннями. Доки ці знання не будуть оприлюднені, висловлені, продемонстровані чи передані, вони є власністю окремої людини та їх неможливо від неї відділити й передати іншому власнику. Ця частина інтелектуального капіталу не є власністю компанії. Останній не належать знання, що їх співробітники забирають із собою, коли йдуть із компанії. (За оцінками “Delphi Group”, 42 % знань “закриті” в головах співробітників і лише 24 % існують у формалізованому вигляді — у формі паперових документів¹⁶.) Разом із тим особистісні знання кожного працівника є основним, хоча й не єдиним джерелом формування корпоративних знань, котрі існують у явному вигляді та можуть бути подані у звітах, інструкціях, проектах. Корпоративні знання, на відміну від особистісних, формалізовані, систематизовані, описані й належать компанії. За Т. Стюартом, “розум стає майном, коли під впливом вільно діючої сили мозку створюється щось корисне, що має певну форму: перелік відомостей, база даних, опис процесу та ін.”¹⁷.

¹⁵ Друкер П. Эффективное управление. — М.: ГРАНД, 2001. — С. 61.

¹⁶ Построение системы управления знаниями на предприятии: Учеб. пособ. / В.А. Дресвянников. — М.: КНОРУС, 2008. — С. 211.

¹⁷ Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организации: Пер. с англ. — М.: Поколение, 2007. — С. 54.

Отже, інтелектуальний капітал, базовою складовою якого є знання, не можна ототожнювати з інтелектуальними активами, оскільки вони являють собою сукупність майнових цінностей компанії та повністю належать їй на правах власності. “Інтелектуальний капітал” є ширшим поняттям, ніж “інтелектуальні активи”, та крім явних (кодифікованих) знань включає приховані (некодифіковані) знання¹⁸.

Таким чином, інтелектуальні активи — це явні інтелектуальні ресурси, явні знання в різних формах, що належать компанії. Вони є лише частиною інтелектуального капіталу. До того ж такі активи мають двоїтий характер: вони використовуються і як ресурс, необхідний при створенні наукомісткої продукції, і як кінцевий продукт, котрий може бути реалізований на ринку або використаний у внутрішньогосподарській діяльності компанії¹⁹. Це дає підстави стверджувати, що формування інтелектуальних активів можливе за рахунок інтелектуальних продуктів, створених (кодифікованих) як фахівцями компанії, так і спеціалістами інших контрагентів, що вирішили використати свій нематеріальний актив не для внутрішнього споживання (або не лише для нього), а для продажу.

В контексті викладеного проблема управління інтелектуальними активами включає два ключових напрями: управління створенням та управління використанням інтелектуальних ресурсів. Ефективне виконання цих завдань великою мірою залежить від того, наскільки масштабно компанія може організувати дослідження й розробки, концентрувати необхідні інтелектуальні, матеріальні й фінансові ресурси. Однак лише цього не достатньо. При формуванні механізму управління інтелектуальними активами варто враховувати, що ці активи функціонують у відповідному організаційно-економічному середовищі.

Для того щоб знання, практичний досвід, творчі й розумові здібності людини сприяли підвищенню конкурентоспроможності компанії, потрібні відповідна організаційна структура, система мотивації персоналу й налагоджені відносини зі споживачами й постачальниками. Лише взаємодія названих компонентів формує інтелектуальний капітал, який у сукупності з фінансовим створює додаткову вартість, а в кінцевому підсумку збільшує ринкову вартість підприємства. Тому в багатьох публікаціях інтелектуальний капітал розглядають як складну структуру, елементами якої є людський капітал, організаційний капітал, клієнтський капітал.

Людський капітал становить найбільшу цінність компанії, оскільки включає запас знань, освіти, практичні навички, творчі й розумові здібності працівників, їхні моральні цінності, культурний рівень, що використовуються ними в процесі

¹⁸ Соціально-гуманітарний аспект інноваційно-технологічного розвитку економіки України: Монографія / Л.І. Федуллова, С.В. Захарін, М.С. Данько, І.А. Шовкун та ін. — К.: Ін-т екон. та прогноз., 2007. — С. 94.

¹⁹ Управление интеллектуальным капиталом: Учеб. пособ. / Л.И. Лукичева. — 2-е изд., стер. — М.: Омега-Л, 2008. — С. 112.

діяльності для отримання доходу²⁰. На відміну від деяких дослідників, котрі отожднюють людський капітал лише з “тією частиною інтелектуального капіталу, яка залишає компанію разом із робітниками після завершення робочого дня”²¹, ми вважаємо, що людський капітал (оскільки він охоплює всю сукупність знань, котрим володіють співробітники компанії) складається з людського потенціалу (некодифікованих знань), тобто тих знань і вмінь, що ними володіє людина, але які нею ще не використані в господарському процесі, та інтелектуальних активів (кодифікованих знань), до котрих належать інструкції, програми, методики, пропозиції, стандарти, звіти, правила, патенти, ліцензії, авторські права, наукові дослідження й розробки.

На наше переконання, такий підхід до розуміння людського капіталу є виправданим, оскільки:

а) не відокремлює не проявлені знання від проявлених, адже й ті й інші є сукупністю знань людини та формують однойменний капітал;

б) робить очевидною нетотожність понять “людський капітал” і “людські активи”, адже працівник, на відміну від майнових цінностей, не належить компанії²²;

в) приховані знання, що “в головах співробітників компанії”, самі по собі не приносять їй прибутку. Вони цікавлять роботодавців лише тому, що з часом здатні трансформуватися з неявної в явну форму, тобто ту, якою може розпоряджатися компанія та отримувати додаткові вигоди.

Емпіричні дослідження показують, що в разі підвищення рівня освіти на 10 % продуктивність зростає на 8,6 %, тоді як за аналогічного збільшення акціонерного капіталу — лише на 3—4 %²³. Саме тому в прогресивному світі інвестиції в знання розглядаються як одна з найвигідніших форм вкладення капіталу.

Є ще один аргумент на користь даного підходу. Це те, що головним призначенням людського капіталу є створення й поширення інновацій²⁴, використання яких надає компанії справжні конкурентні переваги. Оскільки без висловлення (оприлюднення) новаторської ідеї (тобто без формалізації оригінальних, нестандартних знань і рішень) реалізація науково-технічної діяльності в компанії неможлива, вважаємо цілком доцільним розглядати інтелектуальні активи як сукупність інноваційного капіталу (активів), що включає винаходи, розробки, вдосконалення, та

²⁰ Орлова Т. Знач. праця.

²¹ Просвирина И.И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы // Финансовый менеджмент. — 2004. — № 4. — С. 104.

²² Т. Девенпорт коментує це так: “Люди мають природжені здібності, знання, навички... І саме працівники, а не їх роботодавці, володіють цим капіталом та вирішують, як, де й куди вони будуть його вкладати” (див.: *Davenport T. Know What You Know // CIO Magazine. — 1998. — February 15*).

²³ Орлова Т. Знач. праця.

²⁴ Крутий И., Новикова Ю. Механизм приращения интеллектуального капитала личности и компании // Проблемы теории и практики управления. — 2006. — № 9. — С. 45.

перспективного капіталу (активів) у вигляді інтелектуальних напрацювань (програм, проєктів, пропозицій, методик), які в майбутньому, за умов ефективного використання людського потенціалу, можуть створити основу для генерації нових ідей.

Зважаючи на виняткове значення людського капіталу для життєдіяльності будь-якої компанії, більшість його дослідників справедливо зауважує, що основною проблемою в управлінні ним є трансформація неявних (некодифікованих) знань у явні (кодифіковані)²⁵. Оскільки особистісні знання неможливо відділити від людини, важливим завданням менеджерів є створення умов не лише для їх нарощення, а й для стимулювання працівника використовувати їх у своїй діяльності. Мова йде не про базові, елементарні, фахові знання, котрими володіють усі спеціалісти відповідного профілю та без яких не можливе виконання ними професійних обов'язків, а про щось більше, що робить працю ініціативною, творчою, продуктивною. Саме такого ставлення працівника до своєї роботи очікують роботодавці, адже саме завдяки йому робота є джерелом процвітання й розвитку компанії.

Виконання цього завдання покладене на *організаційний капітал (активи)*, котрий є складовою інтелектуального капіталу та визначається передусім корпоративною культурою, загальною культурою взаємин у колективі, творчою атмосферою, що сприяє наполегливій праці, прагненню досягти успіху, максимально застосувати знання і здібності, зробити свою роботу краще та якісніше. До організаційного капіталу відносять також інформаційні системи, бази даних, організаційну структуру, процедури перетворення неявних знань на явні.

Такий капітал накопичується в процесі формування й розвитку інформаційних систем шляхом обробки організаційних і управлінських заходів в умовах позитивної корпоративної культури. Примітно, що організаційний капітал, який є результатом використання людського капіталу, водночас відповідає за міру розкриття останнього, можливість його вдосконалення й розвитку.

Практикою функціонування підприємницьких структур доведено: компанії, що прагнуть досягти успіху в конкурентній боротьбі шляхом вироблення нової продукції, мають створити особливий, так званий інноваційний клімат, за якого працівник почувався б вільним, повністю мотивованим і готовим до творчої роботи. Саме тому корпоративну культуру розглядають як основний фактор забезпечення ефективності інноваційної діяльності. Вона, як і всі інші елементи організаційного капіталу, повністю відповідає його основній функції, свого часу сформульованій Т. Стюартом, — утримати й зберегти знання, зробити так, щоб вони стали власністю компанії²⁶.

Сказане дає всі підстави не погодитися з деякими дослідниками, котрі в ролі складових організаційного капіталу розглядають авторські права, патенти,

²⁵ Дресвянников В., Лосева О. Использование неявных знаний личности при управлении интеллектуальным капиталом организации // Проблемы теории и практики управления. — 2006. — № 10. — С. 25.

²⁶ Стюарт Т. Знач. праця.

програмне забезпечення тощо²⁷. На наш погляд, ці елементи не відповідають головному призначенню організаційного капіталу, а отже, не можуть йому належати.

Останніми роками особлива увага приділяється формуванню й використанню *клієнтського капіталу (активів)*. Проводяться численні дослідження з маркетингу й “паблік рілейшенз”, створюються спеціальні управлінські технології, інформаційні засоби, спрямовані на оптимізацію взаємодії зі споживачем продукції, розробляються методи й підходи, які дають змогу краще розуміти потреби клієнтів, шукати нереалізовані можливості в обслуговуванні та на цій основі розвивати подальші відносини з ними.

Майже всі дослідники структури інтелектуального капіталу вважають, що клієнтський капітал є ще однією його складовою, котра включає в першу чергу зв'язки компанії зі споживачами її продукції, що базується на історії цих взаємовідносин, на накопиченні й постійному оновленні інформації про клієнтів. Зміст таких зв'язків передається через відносини зі споживачами, постачальниками, конкурентами, а також бренди, торгові марки, імідж організації²⁸. Ця складова інтелектуального капіталу характеризується глибиною (ступенем) проникнення, масштабами поширення, сталістю, впевненістю в тому, що споживачі й надалі надаватимуть перевагу даній компанії²⁹.

Як бачимо, кожна з трьох складових інтелектуального капіталу є важливою і значущою. Втім, інтелектуальний капітал не є аддитивним. Він формується не простим додаванням однієї його частини до іншої, а на основі взаємодії цих частин, за рахунок синергетичного ефекту. Досягти такого ефекту можливо виключно в результаті взаємодії, взаємопідтримки, взаємовпливу всіх трьох складових. Наприклад, за умов, коли підвищуються вимоги споживачів до продукції, загострюється конкурентна боротьба та скорочується життєвий цикл продукту, тобто коли відбуваються зміни в клієнтському капіталі, підприємству необхідно оновлювати свою продукцію, модернізувати виробничий процес, проводити активну інноваційну діяльність, що можливо лише на основі успішного продукування знань, тобто нарощення людського капіталу. При цьому модель використання людських ресурсів може бути ефективною тільки в тому разі, якщо вона ґрунтується на виробничій культурі, котра орієнтована на людину, та існує в умовах творчої атмосфери в колективі, що підкреслює важливість динамічного розвитку організаційного капіталу.

Разом із тим, незважаючи на унікальну роль кожного зі структурних елементів інтелектуального капіталу, вважаємо, що людський, організаційний і клієнтський капітали не можна розглядати як його однопорядкові частини. Людський капітал є базовим, оскільки саме він створює всі інші складові досліджуваного феномену. Так, завдяки знанням, компетенції, професійному рівню й напрацюванням спеціалістів

²⁷ Орлова Т. Зазнач. праця; Дресвянников В., Лосева О. Зазнач. праця.

²⁸ Орлова Т. Зазнач. праця.

²⁹ Згідно зі співвідношенням Парето, постійні клієнти, частка яких у сукупній клієнтурі становить 20 %, приносять 80 % прибутку (див.: Орлова Т. Зазнач. праця).

відбувається вдосконалення системи управління, формування стійких, взаємовигідних ділових зв'язків із партнерами, здійснюються дослідження ринку та розробка й виготовлення інноваційної продукції, стабільно висока якість якої формує позитивний імідж, працює на збільшення прихильності споживачів до даної компанії. З огляду на це при схематичному відображенні інтелектуального капіталу всі його складові не можуть бути розміщені на одному рівні з людським капіталом, який є джерелом їх створення. В авторському розумінні структура інтелектуального капіталу повинна мати такий вигляд (рис.)³⁰.

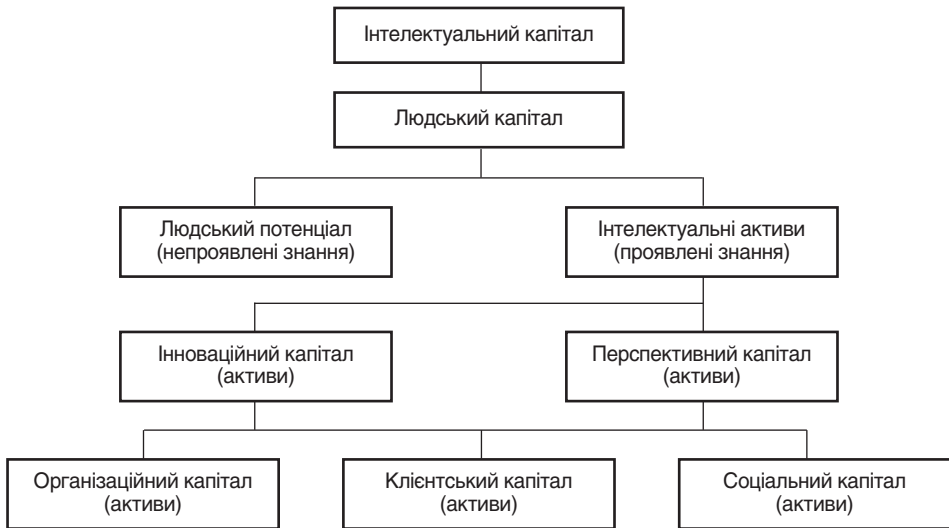


Рис. Структура інтелектуального капіталу

Очевидно, що частина інтелектуального капіталу належить до інтелектуальних активів. У широкому розумінні це специфічні активи, що значно прискорюють приріст маси прибутку за рахунок формування й реалізації необхідних підприємству систем знань, проектів і відносин, котрі, у свою чергу, забезпечують його ефективну діяльність. Для інтелектуальних активів характерні відсутність матеріальної форми (для більшості з них), довготривалість використання, орієнтованість на майбутнє, здатність до генерування доходу та самозростання. Ще однією складовою інтелектуального капіталу, на яку він перевищує інтелектуальні активи, є людський потенціал (див. рис.). Останній являє собою невикористані резерви, прихований потенціал організації, котрий може бути реалізований за умов відповідного підходу до управління інтелектуальним капіталом та в разі зацікавленості керівництва в

³⁰ У сучасній літературі з'являються думки про необхідність включення до складу інтелектуального капіталу знань із захисту навколишнього середовища, оскільки несприятливе, агресивне оточення згубно впливає на працездатність людини (див.: *Теплова Т.* Влияние интеллектуального капитала на политику компании // Проблемы теории и практики управления. — 2006. — № 1. — С. 94).

додатковому доходу, підвищенні конкурентоспроможності й ефективності діяльності в цілому.

Між тим управління інтелектуальним капіталом, який поряд із фізичним, землею і працею увійшов до складу факторів виробництва, породжує проблему його оцінки, обліку й перенесення вартості на вартість виготовленої продукції. Саме тому в умовах глобальної конкуренції, коли цінність інтелектуального капіталу як джерела інноваційного розвитку компанії істотно зростає, багато авторитетних учених зазначають, що настає час фінансової революції, коли всі невідчутні активи, що надають їх власнику конкурентні переваги, мають бути включені до складу нематеріальних цінностей компанії.

Л. Едвінссон і М. Мелоун зазначають: “До кінця поточного десятиліття й у недалекому майбутньому сотні тисяч великих і малих компаній у всьому світі візьмуть на озброєння теорію інтелектуального капіталу як засіб виміру, конкретизації й відображення реальної вартості своїх активів. Вони зроблять це тому, що бухгалтерський облік, котрий ґрунтуватиметься на інтелектуальному капіталі, надасть їм унікальну можливість комплексного використання всього того, без чого не можлива сучасна економіка динамічних і високотехнологічних корпорацій”³¹.

Підсумовуючи, хочемо наголосити: без з’ясування сутності і структури інтелектуального капіталу проблема обліку й оцінки інтелектуальних активів не може бути розв’язана. В цьому ми й вбачаємо практичну користь викладеного матеріалу.

³¹ *Edvinsson L., Malone M.S. Intellectual Capital: Realizing Your Company’s True Value by Finding Its Hedden Brainpower.* — N.Y.: Happer Business, 1997. — 240 p.