

Посилання на статтю

Ляшенко Н.Є. Сутність і склад нематеріального компоненту вартості підприємства / Н.Є. Ляшенко// Управління проектами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2010. – № 4(36). – С. 96-104. - Режим доступу: <http://www.pmdp.org.ua/images/Journal/36/10Inekvp.pdf>

УДК 330.131.5

Н.Є. Ляшенко

СУТНІСТЬ І СКЛАД НЕМАТЕРІАЛЬНОГО КОМПОНЕНТУ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Визначено, що сутність формування нематеріального компоненту вартості підприємства полягає у вартісній оцінці його інтелектуальних активів. З'ясовано склад і структуру інтелектуальних активів для цілей оцінки. Рис. 3, дж. 19.

Ключові слова: формалізовані інтелектуальні активи, неформалізовані інтелектуальні активи, об'єкти права інтелектуальної власності, інтелектуальний капітал, нематеріальні активи.

Н.Е. Ляшенко

СУЩНОСТЬ И СОСТАВ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Определено, что сущность формирования нематериального компонента стоимости предприятия состоит в стоимостной оценке его интеллектуальных активов. Приведены состав и структура интеллектуальных активов для целей оценки. Рис. 3, ист. 19.

N.E. Lyashenko

ESSENCE AND STRUCTURE OF THE ENTERPRISE'S VALUE INTANGIBLE COMPONENT

It is determined that essence of forming the intangible component of the enterprise's value is in estimation of its intellectual assets. Composition and structure of intellectual assets are determined for purpose of their further estimation.

Постановка проблеми. У сучасній економіці більша частина ринкової вартості підприємства складається із вартості її нематеріального компоненту. Наприклад, ринкова вартість українських брендів (UMC, Roshen, Nemiroff, Оболонь та ін.) оцінюється в мільярди доларів. Вважається, що близько 75% ринкової вартості компанії Coca-Cola визначається сукупною вартістю торговельних марок, які їй належать. Приблизно 85% в інвестованому капіталі складає частка нематеріальних активів таких загальновідомих компаній, як Procter & Gamble, Microsoft, Johnson & Johnson, Heinz тощо [1].

Нематеріальний компонент вартості складається не тільки з вартості інтелектуального капіталу. Нематеріальні активи та інтелектуальна власність також мають схожу природу. Більшість науковців вважає, що об'єкти інтелектуальної власності – це складові інтелектуального капіталу підприємства [4], [5], [6]. А перелік прав на об'єкти інтелектуальної власності співпадає з

назвами груп нематеріальних активів у бухгалтерському обліку. Таким чином, нематеріальний компонент вартості виражається у перевищенні ринкової вартості компанії над балансовою вартістю її активів за винятком вартості нематеріальних активів.

Для відчутних ресурсів – фізичних активів – розроблені чіткі методики обліку й оцінки, процес їх ідентифікації не визиває великих труднощів. Для інтелектуальної власності і нематеріальних активів в Україні також існує достатньо розроблена законодавча база, що ґрунтується на міжнародних стандартах. Але це не вирішує проблем, які виникають у практичному їх обліку й оцінці. Інтелектуальна складова вартості підприємства у вигляді нематеріальних активів, інтелектуальної власності та інших «невловимих» (intangible) об'єктів не піддається традиційним підходам і правилам, що діють у відношенні матеріальної складової. Відмінності з'являються ще на етапі ідентифікації. Так, часто процес виявлення нематеріальних об'єктів у структурі капіталу підприємства нагадує висловлювання з дитячої казки: «Піди туди – не знаю куди, принеси те – не знаю що».

Науковий підхід до справи дозволив би сформуванню сучасний погляд керівництва на переваги й необхідність управління вартістю підприємства, зокрема, її нематеріальною складовою.

Метою статті є визначення сутності і складу інтелектуальних активів підприємства для цілей їх подальшої оцінки.

Основна частина. Для цілей управління інтелектуальним ресурсом необхідно оцінити його інтелектуальні активи – активи, що представляють собою нематеріальний компонент вартості бізнесу.

Інтелектуальні активи – це ресурси, що не мають матеріальної форми, підконтрольні підприємству в результаті минулих подій, використання яких, як очікується, приведе до отримання економічних вигод у майбутньому завдяки ознакам оригінальності, унікальності, новизни [2]. До складу інтелектуальних активів відносять об'єкти інтелектуального капіталу, прав інтелектуальної власності і нематеріальних активів.

Поняття інтелектуального капіталу і питання його оцінки не зустрічаються ні в податковому, ні в бухгалтерському законодавстві, ні в законодавстві про інтелектуальну власність. Проте для нематеріальних активів та об'єктів прав інтелектуальної власності існує достатньо розроблена нормативно-правова база. Так, книга 4 Цивільного кодексу України повністю присвячена питанням регулювання відносин в області інтелектуальної власності, існують окремі закони з охорони прав на винаходи і корисні моделі, промислові зразки, знаки для товарів і послуг тощо. Розроблено національний стандарт з оцінки майнових прав інтелектуальної власності, що є логічним продовження національного стандарту з оцінки майна. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи», затверджений Міністерством фінансів України від 18.10.1999 року № 242 із змінами і доповненнями, розроблений з урахуванням міжнародного досвіду у сфері обліку і встановлення вартості нематеріальних активів. Також існує багато допоміжних методик.

Вищезазначене дозволяє розділити інтелектуальні активи на формалізовані і неформалізовані. Формалізовані інтелектуальні активи, як вже було зазначено, представляють собою визнані законом об'єкти майнового права інтелектуальної власності. На відміну від них, неформалізовані інтелектуальні активи не мають юридичного статусу і представляють собою об'єктивно існуючі компоненти інтелектуального капіталу. Об'єкти майнового права інтелектуальної власності (формалізовані інтелектуальні активи) можуть бути оцінені окремо один від одного, тоді як компоненти інтелектуального капіталу (неформалізовані

інтелектуальні активи) тільки в сукупності утворюють унікальне сполучення, яке може бути вартісно оцінене.

Існує багато класифікацій інтелектуальних активів за різними ознаками. Особливу увагу слід приділити тим із них, що вказують на функціональні особливості об'єктів, тому що саме вони мають бути оцінені.

Орієнтовний перелік об'єктів права інтелектуальної власності наведений у статті 420 Цивільного кодексу України. Це літературні і художні твори; комп'ютерні програми; компіляції даних (бази даних); виконання; фонограми, відеограми, передачі (програми) організації мовлення; наукові відкриття; винаходи, корисні моделі, промислові зразки; компоновання (топографії) інтегральних мікросхем; раціоналізаторські пропозиції; сорти рослин, породи тварин; комерційні (фірмові) найменування, торгові марки (знаки для товарів і послуг), географічні вказівки; комерційні таємниці. Перераховані об'єкти права інтелектуальної власності умовно ділять на чотири групи: об'єкти авторського права (до цієї ж групи входять об'єкти суміжних прав); об'єкти патентного права; засоби індивідуалізації; нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності. Підстава для такого розподілу – існування певної специфіки в охороні і використанні об'єктів кожної з названих груп [3, с. 7-12].

До першої групи включають: твори у галузі науки, літератури і мистецтва; комп'ютерні програми; компіляції (бази) даних, якщо вони за добром або упорядкуванням їх складових частин є результатом інтелектуальної діяльності; об'єкти суміжних прав (виконання, фонограми, відеограми, програми (передачі) організації мовлення).

Для того, щоб твір отримав охорону як об'єкт авторського права, достатньо його зовнішнього виразу в оригінальній формі, тобто такій, що не повторює вже існуючу раніше форму. Це означає, що написана або публічно вимовлена лекція (тобто лекція, що отримала зовнішній вираз) вже не може бути оприлюдненою або опублікованою без дозволу її автора або інших осіб, які придбали права на неї. Інакше матиме місце порушення авторських прав. Аналогічний приклад можна навести з опублікованою статтею або іншим літературним твором. Обов'язкової реєстрації не вимагають ні об'єкти авторського права, ні об'єкти суміжних прав.

До другої групи об'єктів інтелектуальної власності включені об'єкти патентного права: винаходи; корисні моделі; промислові зразки. Їх об'єднання в одну групу пояснюється тим, що всі вони охороняються шляхом видачі патенту – документу, що засвідчує майнове право на ці об'єкти.

Винаходи, корисні моделі, промислові зразки з об'єктами авторського права об'єднує те, що всі вони є результатами розумової діяльності. Якщо в авторському праві йдеться про об'єктивну новизну (тобто кожний об'єкт авторського права є унікальним, оскільки не може бути двох творів, що повністю співпадають за внутрішньою і зовнішньою формами), то в патентному праві новизна суб'єктивна, тобто та розробка одержує охорону патентного права, яка містить в собі щось нове у відношенні до рівня розвитку науки і техніки на дату створення розробки. При цьому до одного і того ж результату можуть прийти декілька осіб одночасно.

Третя група – засоби індивідуалізації – включає комерційні (фірмові) найменування; торгові марки (знаки для товарів і послуг); географічні найменування (найменування місць походження товарів).

Комерційне найменування – засіб індивідуалізації особи з поміж інших осіб стосовно її діяльності. Реєстрація для комерційних найменувань не обов'язкова. Цей об'єкт права інтелектуальної власності може бути частиною торгової марки.

Майнові права на комерційне найменування невід'ємні від цілісного майнового комплексу особи та існують протягом її життя.

Торговельна марка – засіб індивідуалізації товарів або послуг особи на ринку. Майнові права на торговельну марку засвідчуються свідоцтвом, яке видається на 10 років від дати подання заявки.

Географічне зазначення вказує на місце походження товару або послуги. Державна реєстрація для цього об'єкта прав інтелектуальної власності обов'язкова і охороняється безстроково.

До четвертої групи відносяться результати інтелектуальної діяльності, що отримали умовну назву нетрадиційних об'єктів інтелектуальної власності: наукові відкриття; компоновання (топографії) інтегральних мікросхем; раціоналізаторські пропозиції; сорти рослин, породи тварин; комерційні таємниці. Об'єднання вказаних об'єктів в рамках однієї групи обумовлено не ідентичністю в їх правовому регулюванні, а їх значними особливостями відносно до інших об'єктів інтелектуальної власності.

На основі класифікації об'єктів права інтелектуальної власності, як вона наведена у Цивільному кодексі та законах, науковці розробили свої класифікації, які дещо відрізняються одна від одної.

Так, Л. Городянська відокремлює три групи об'єктів інтелектуальної власності: група прав на об'єкти промислової власності, куди включено об'єкти патентного права і нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності; група об'єктів авторського права і суміжних з ним прав; група об'єктів права на знаки для товарів і послуг. До того ж, замість комерційної таємниці застосовується вужче за змістом поняття ноу-хау і такий об'єкт, як захист від несумлінної конкуренції [4].

П.М. Цибульов об'єднує в одну групу «Об'єкти промислової власності» об'єкти патентного права і засоби індивідуалізації. До нетрадиційних об'єктів він відносить сорти рослин, породи тварин, компоновання (топографії) інтегральних мікросхем, комерційні таємниці, наукові відкриття та раціоналізаторські пропозиції. Останню групу «Об'єкти авторського права і суміжних прав» складають: літературні, художні твори, комп'ютерні програми, компіляції даних, виконання, фонограми та відеограми, програми організації мовлення [5. с. 28].

Існує ще одна схожа класифікація, де авторами була зроблено спроба об'єднати об'єкти патентного права із нетрадиційними об'єктами інтелектуальної власності у одну групу «Результати науково-технічної творчості» [6. с. 17].

Значну увагу українські вчені приділяють також питанню класифікації нематеріальних активів. Наприклад, І. Тарасова вважає, що права користування надрами, іншими ресурсами природного середовища не можна включати до складу нематеріальних активів, тому що природні ресурси - це матеріальний об'єкт, а право користування ними - це лише дозвіл органів державної влади, який сам по собі не може бути використаний у виробництві, торгівлі, в адміністративних цілях чи для надання в оренду іншим особам, а тому не може бути активом [7, с. 39]. До нематеріальних активів вона відносить: право на користування геологічною і іншою інформацією про природне середовище; право на знаки для товарів і послуг (товарні знаки, торгові марки, фірмові найменування); право на об'єкти промислової власності (право на винахід, корисну модель, промисловий зразок, сорт рослини, ноу-хау); авторські і суміжні з ними права (право на літературні і музичні твори, програми для ЕОМ, бази даних).

Н.Г. Лук'янюк пропонує слово «право» вилучити, оскільки нематеріальними активами є об'єкти інтелектуальної власності, а не права. Також автор пропонує таку класифікацію нематеріальних активів: рахунок 121 «Винахід», 122 «Корисна модель», 123 «Промисловий взірєць», 124 «Сорт рослин», 125 «Засоби індивідуалізації», 126 «Об'єкти авторських та суміжні з ними права», 127

«Компонування (топографія) інтегральних мікросхем», 128 «Раціоналізаторські пропозиції», 129 «Комерційні таємниці» [8, с. 177].

На основі вищезазначеного можна сформулювати класифікацію за групами прав інтелектуальної власності для формалізованих інтелектуальних активів (рис. 1).

Один із об'єктів права інтелектуальної власності відсутній в наведеній класифікації. Це наукове відкриття. Законодавством не передбачено майнове право на наукове відкриття, тому воно не відноситься до формалізованих інтелектуальних активів.

Як вже було зазначено, до неформалізованих інтелектуальних активів відносять компоненти інтелектуального капіталу. Але відносно складу неформалізованих інтелектуальних активів думки науковців відрізняються одна від одної. Так, Г. Нашкерська окрім ідентифікованих нематеріальних активів (склад яких співпадає із групами нематеріальних активів згідно Положенню (стандарту) 8 «Нематеріальні активи»), виділяє неідентифіковані нематеріальні активи: внутрішньогенерований гудвіл, який визначає переваги підприємства на ринку і дозволяє одержувати більші прибутки, ніж у конкурентів; кваліфікація, чесність і точність працівників при виконанні службових обов'язків; наявність унікальної стратегії розвитку підприємства; наявність менеджменту, який може реалізувати і розвивати певну стратегію; проведені підприємством маркетингові дослідження ринку, які дають можливість успішно просувати продукцію на ринку; надійність зв'язків з покупцями і постачальниками; незапатентовані винаходи, які дозволяють удосконалити процес виробництва і скоротити витрати; таємниці передпродажної підготовки товарів, які дозволяють успішно просувати їх на ринку тощо [9, с. 23].

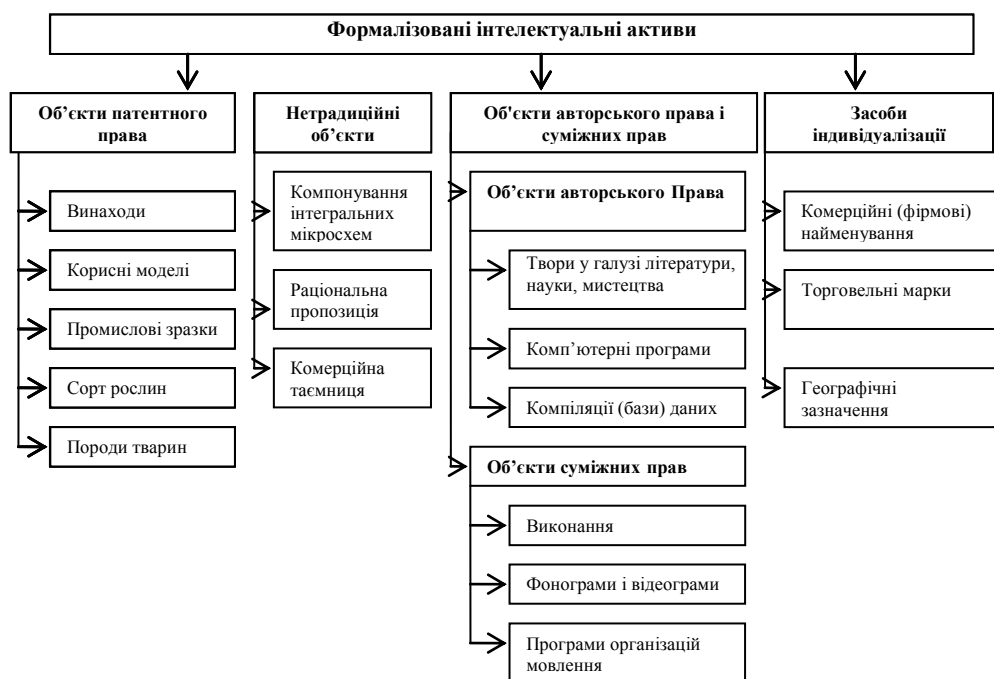


Рис. 1. Класифікація формалізованих інтелектуальних активів за групами прав інтелектуальної власності

Зазначені неідентифіковані нематеріальні активи власне і є компонентами інтелектуального капіталу.

Першими, хто спробував систематизувати складові інтелектуального капіталу, були Л. Едвінсон і М. Мелоун. У складі інтелектуального капіталу вони виділили людський капітал і структурний. Перший втілюється у працівниках у вигляді досвіду та знань, здібностей до нововведень, критичного сприйняття навколишнього світу, тобто це людський інтелект.

Структурний капітал (або технологічний) – технічне і програмне забезпечення, патенти, торговельні марки, зв'язки, тобто те, що дає працівникам можливість продуктивно працювати. Він нерозривно пов'язаний з підприємством [10].

А. Чухно також стверджує, що на відміну від людського капіталу, структурний капітал може бути об'єктом купівлі-продажу [11].

Дещо інший розподіл складових інтелектуального капіталу наводить П.Цибульов, який вважає, що інтелектуальний капітал розподіляється на три складові: людський, структурний капітал та об'єкти інтелектуальної власності. До третьої групи належать нематеріальні активи, які можуть бути оцінені та поставлені на бухгалтерський облік: винаходи, корисні моделі, промислові зразки, торговельні марки, комп'ютерні програми [12].

Т.Стюарт розділяє інтелектуальний капітал на три складові: людський, структурний та споживчий. Клієнтський (споживчий) капітал включає ділову репутацію та зв'язки із споживачами, який характеризується такими якостями, як ступінь проникнення, розповсюдження, постійність, упевненість у тому, що споживачі і надалі віддаватимуть перевагу цьому підприємству [13].

Одним з підходів дослідження сутності інтелектуального капіталу є виділення в його складі чотирьох основних елементів: людський капітал; інтелектуальна власність; капітал відносин і активи інфраструктури [14, с. 80-81].

Капітал відносин безпосередньо пов'язаний із зовнішнім середовищем організації і визначається лояльністю клієнтів, репутацією, зв'язками з постачальниками тощо. Інтелектуальна власність і активи інфраструктури в сукупності складають організаційний капітал, який відображає знання, втілені в структурі, процесах і культурі організації.

Схожої точки зору дотримується Е. Брукінг. Він більш глибоко аналізує ту частину інтелектуального капіталу, яка подана у роботах Л. Едвінсона і М. Мелоуна як структурний капітал. Поряд із людськими активами Е. Брукінг виділяє ринкові активи, інтелектуальну власність та інфраструктурні активи [15].

В інтерпретації Е. Брукінга «ринкові активи – це той потенціал, який забезпечується нематеріальними активами, пов'язаними із ринковими операціями» [15, с. 31]. А інфраструктурні активи – «це своєрідні кристалічні ґрати організації та «цементуюча речовина», що забезпечує єдність працюючих у ній людей і процесів, які відбуваються» [15, с. 101].

Сучасні дослідники в області теорії інтелектуального капіталу виділяють в ньому наступні складові частини:

1. Людський капітал.
2. Структурний капітал.
 - 2.1. Організаційний капітал.
 - 2.2. Клієнтський капітал.

До організаційного капіталу тут можна віднести інтелектуальну власність (авторські права, технології, технічне та програмне забезпечення, комп'ютерні програми тощо), інформаційні ресурси, організаційна структура, ефективне управління та інше. Клієнтського капітал - все те, що сприяє успішної реалізації продуктів і послуг, у тому числі: ділові зв'язки з постачальниками, комерційна

мережа розповсюдження продукції, товарів, робіт, послуг, популярність клієнтів, угоди технологічного і маркетингового партнерства тощо [16, с. 149-151].

За функціональним змістом О.В. Кендюхов виділяє такі типи інтелектуального капіталу: персоніфікований, техніко-технологічний, інфраструктурний, клієнтський, марочний. Кожен тип містить у собі відповідні види інтелектуального капіталу.

Персоніфікований – пов'язані з роботою знання й уміння, творчі здібності, освіта, професійна кваліфікація, лояльність, ціннісні установки персоналу, психометричні характеристики.

Техніко-технологічний – винаходи, корисні моделі, промислові взірці, патенти, виробничі секрети (ноу-хау), права на дизайн.

Інфраструктурний – інформаційні технології, бази даних, організаційна структура, філософія управління, корпоративна культура, ділове співробітництво.

Клієнтський капітал – відносини з покупцями, контракти, портфель замовлень, франшизи, ліцензійні угоди.

Марочний капітал – торговельні марки, товарні знаки, корпоративна марка (ім'я), марки обслуговування. Сюди ж можна віднести імідж підприємства або його ділову репутацію [17].

Усі типи інтелектуального капіталу знаходяться в тісному діалектичному взаємозв'язку, проте ключовим є персоніфікований інтелектуальний капітал. Наявність і ефективність використання саме даного ресурсу визначає формування і можливості використання інших типів інтелектуального капіталу, оскільки в основі створення нових технологій, винаходів, нових бренд-проектів лежить перш за все людський інтелект [18].

На нашу думку, розподіл інтелектуального капіталу таким чином, як його наводять К.О. Бояринова і Т.М. Бацалай найбільш наглядно ілюструє його складові (рис. 2).

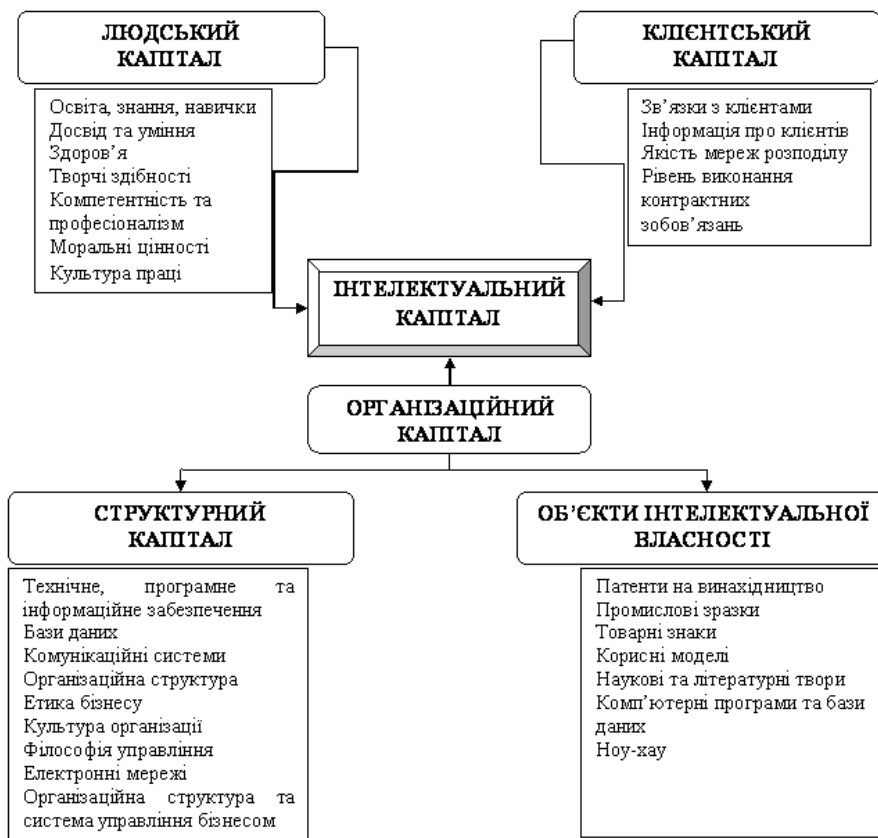


Рис. 2. Структура інтелектуального капіталу [19]

Враховуючи вищезазначене, можна виділити такі складові неформалізованих інтелектуальних активів: персоніфіковані інтелектуальні активи, структурні інтелектуальні активи і брендові активи (за винятком прав на комерційні позначення).

Персоніфіковані інтелектуальні активи – ресурси, пов'язані із знаннями й уміннями, творчими здібностями, освітою, професійною кваліфікацією, лояльністю, ціннісними установками персоналу, психометричними характеристиками.

Структурні інтелектуальні активи – це ресурси, що представляють собою технічне, програмне та інформаційне забезпечення, комунікаційні системи, організаційну структуру, культуру організації тощо.

Брендові активи (за винятком прав на комерційні позначення) – ресурси, що виражають вартість ділової репутації фірми, вартість відносин з партнерами і суспільством.

Отже, нематеріальний компонент вартості підприємства складається з оцінки двох складових: формалізованих інтелектуальних активів і неформалізованих інтелектуальних активів (рис. 3).



Рис. 3. Нематеріальний компонент вартості підприємства

Всі зазначені об'єкти мають вплив на управління вартістю підприємства, тому кожному з них необхідно надати вартісну оцінку.

Висновки. Формування нематеріальної компоненти вартості підприємства полягає у вартісній оцінці його інтелектуальних активів, до яких відносяться всі об'єкти, що мають інтелектуальну природу і можуть бути вартісно оцінені. Це об'єкти інтелектуального капіталу, об'єкти прав інтелектуальної власності і нематеріальні активи, щодо яких на українських підприємствах вже існує практика обліку. Помічено, що всі інтелектуальні активи можна розділити за ознакою формалізації у законодавстві на формалізовані і неформалізовані інтелектуальні активи. До перших відносять об'єкти права інтелектуальної власності, що за складом співпадають з назвами груп нематеріальних активів у бухгалтерському обліку. До неформалізованих інтелектуальних активів віднесено об'єкти інтелектуального капіталу. На основі класифікацій за функціональною ознакою розроблена єдина класифікація інтелектуальних активів з метою подальшої їх вартісної оцінки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Уманців Г. Проблеми ідентифікації, оцінки та обліку інтелектуального капіталу підприємства / Галина Уманців // Інтелектуальна власність. – 2007. – №3. – С. 29-33.
2. Проблеми підготовки фахівців з питань інтелектуальної власності, інформаційно-аналітичної та інноваційної діяльності в Україні / Матеріали XI Всеукраїнської науково-методичної конференції. – К.: Інститут інтелектуальної власності Одеської національної юридичної академії в м. Києві, 2010. – 376 с. – С. 287-296.
3. Уварова Є. Об'єкти інтелектуальної власності / Є. Уварова, А. Іванченко // Податки і бухгалтерський облік. – 2008. – №2 (158). – С. 6-19.
4. Городянська Л. Інтелектуальна власність як нематеріальний об'єкт обліку на підприємстві / Л. Городянська // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. – №4. – С. 41-46.
5. Цибульов П.М. Основи інтелектуальної власності / П.М. Цибульов / Навч. посібник. – К.: «Інститут інтелектуальної власності і права», 2005. – 108 с.
6. Управління інтелектуальною власністю / П.М. Цибульов, В.П. Чеботарьов, В.Г. Зінов, Ю. Суніні / Монографія. – К.: К.І.С., 2005. – 448с. – ISBN 966-8039-88-2.

7. Тарасова І. Пропозиції щодо вдосконалення класифікації нематеріальних активів у Плані рахунків та П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» / І.Тарасова // Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. – №4. – С. 38-41.
8. Лук'янюк Н.Г. Удосконалення обліку нематеріальних активів / Н.Г. Лук'янюк // Сучасні проблеми фінансово-господарського контролю: Матеріали Першої всеукраїнської науково-правничої конференції. – Кривий Ріг, 2005. – С. 176-178.
9. Нашкерська Г. Оцінка нематеріальних активів / Г. Нашкерська // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – №11. – С. 23-30.
10. Edvinsson L. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower / L. Edvinsson, M.S. Malone / New York: Harper Business, 1997.
11. Чухно А.А. Інтелектуальний капітал: сутність, форми та закономірності розвитку / А.А. Чухно // Економіка України, 2002. – №11.
12. Цивільний кодекс України. – Х.: Одисей, 2005. – 400 с.
13. Стюарт Томас А. Інтелектуальний капітал. Новий источник богатства организации / Томас А. Стюарт / Пер. с англ. В.Ноздриной. – М.: Поколение, 2007. – 368с.
14. Голов С.Ф. Інтелектуальні активи – ключовий фактор конкурентоспособності і об'єкт бухгалтерського учёта / С.Ф. Голов / Тезиси доповіді міжнародної науково-практичної конференції президента ФПБАУ, канд. екон. наук. – К.: КНЕУ. – 2006. – 200 с.
15. Брукинг Э. Інтелектуальний капітал / Э. Брукинг / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.
16. Булыга Р.П. Использование концепции интеллектуального капитала в методологии и оценке бизнеса / Р.П. Булыга // Аудит и финансовый анализ. – 2003. – №3. – С. 145-155.
17. Иванов А. Деловая репутация как фактор повышения конкурентоспособности компании / А. Иванов // Журнал для акционеров. – 2005. – №5-6. – С. 15-19.
18. Кендюхов О.В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом: Монографія / О.В. Кендюхов / НАН України. Інститут економіки промисловості, ДонУЕП. – Донецьк: ДонУЕП, 2008. – 363 с.
19. Бояринова К.О. Інтелектуальний капітал як інструмент інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / К.О. Бояринова, Т.М. Бацалай. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/1_KAND_2010/Economics/6_57982.doc.htm.

Стаття надійшла до редакції 28.10.2010 р.