

Формування системи показників оцінки
структури інтелектуального капіталу

Василенко Юлія Вікторівна,
аспірант кафедри державного управління,
публічного адміністрування та регіональної економіки
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

На сучасному етапі українського державотворення особливої гостроти набуває інтеграція в світову інформаційну економіку. Неодмінною умовою цього процесу є розвиток інтелектуального потенціалу і його реалізація у вигляді окремого виду капіталу – інтелектуального. Він сьогодні становить основну цінність усіх суб'єктів господарювання від держави до найнижчого рівня. Для вітчизняних підприємств, які виходять на міжнародний ринок, формування сильної інтелектуальної складової є запорукою конкурентоспроможності. Першим кроком в управлінні є визначення об'єкта управління, тобто його оцінка. Для інтелектуального капіталу це питання є дуже гострим, оскільки він є нематеріальним, має складну природу, виміряти його важко. Тому оцінка інтелектуального капіталу набуває великого значення. Це зумовлює актуальність дослідження.

Мета роботи – сформувати систему показників оцінки структури інтелектуального капіталу.

Питання оцінки інтелектуального капіталу викликає інтерес у науковців. Серед вчених, що його досліджували можна назвати Білоус-Сергєєву С., Бонті Н., Василенко В., Гава Ю., Горового Д., Ілляшенко С., Кравчука Н., Чуприну О.

Розроблена автором структура інтелектуального капіталу складається з шести компонентів: людський інтелектуальний капітал, маркетинговий ІК, споживчий ІК, об'єкти інтелектуальної власності, електронні мережі та інформаційні системи, організаційно-управлінські підсистеми. Така структура відрізняється від існуючої однорідністю складових, відповідно, краще адаптується до управлінського впливу структурою інтелектуального капіталу.

Оскільки елементів вказаних підсистем мають спільну природу, їх вимірювання, експлуатація а також управління можуть бути здійснені подібними інструментами.

Далі потрібно виявити співвідношення між інтелектуальним капіталом підприємства в цілому та його складовими (елементами). Одні дослідники вважають, що загальна вартість інтелектуального капіталу дорівнює сумі вартостей його складових. Інші наголошують на відсутності подібного лінійного зв'язку, бо окремі складові інтелектуального капіталу перетинаються, перетікають з однієї форми в іншу. Інші звертають увагу на існування синергетичного ефекту від взаємодії різних структурних елементів інтелектуального капіталу, який призводить до перевищення його загальної вартості над вартістю його складових [1]. Інтелектуальний капітал є неоднорідним за своєю структурою. Визначити вартість одних складових, наприклад, патентів, знаків для товарів і послуг, відносно просто. Оцінити інші, зокрема, організаційну структуру, здібності та знання працівників, набагато складніше. Тому для оцінювання його окремих елементів доцільно використовувати різні методики та підходи.

Автори Ілляшенко С. [2], Кравчук Н. [3], Чуприна О. [4] аналізували показники оцінки структури інтелектуального капіталу для структури у складі ринкового, організаційного та людського капіталу. Розглянуті показники суттєво відрізняються. У таблиці 1 представлені кількісні показники оцінки шестикомпонентної структури.

Таблиця 1

Кількісні показники оцінки структури інтелектуального капіталу

Підсистема інтелектуального капіталу	Кількісні показники оцінки
Об'єкти інтелектуальної власності	вартість нематеріальних активів підприємства, коефіцієнт амортизації нематеріальних активів, коефіцієнт придатності НМА, коефіцієнт вибуття, коефіцієнт введення в дію нових НМА, коефіцієнт оновлення НМА, коефіцієнт рентабельності НМА, коефіцієнт виробничої віддачі НМА
Електронні мережі,	забезпечення інформаційними технологіями

інформаційні системи	
Організаційно-управлінські підсистеми	обсяг інвестицій у вдосконалення менеджменту, рентабельність організаційного капіталу
Споживчий інтелектуальний капітал	кількість клієнтів , частка продукції, що реалізується постійним споживачам, частка одержуваного від цього прибутку , середній прибуток на одного клієнта протягом року, у тому числі на постійного, частка різних способів взаємодії з клієнтами (роздрібна, оптова торгівля, система multilevel marketing, інтернет-торгівля тощо) у загальній кількості та вартості покупок
Маркетинговий інтелектуальний капітал	частка продукції, що випускається з використанням знаків фірми для товарів і послуг, індекс конкурентоспроможності продукції, обсяг витрат на маркетингові заходи із залучення нових та утримання старих клієнтів, темп росту частки ринку частка ринку
Людський інтелектуальний капітал	середній стаж роботи, середній рівень спеціальної освіти, індекс рівня загальної освіти, середній рівень витрат на підвищення кваліфікації робочих, обсяг продажу/виробництва в середньому на одного працівника, додана вартість в середньому на одного працівника, кількість працівників на підприємстві, у тому числі адміністративного персоналу і персоналу, зайнятого в створенні інтелектуального капіталу підприємства, середній рівень зарплати, індекс стабільності кадрів індекс матеріального заохочення співробітників частка витрат на оплату праці в загальному обсязі витрат середній вік працівників

Джерело: розроблено автором з використанням [2], [3], [4].

Об'єкти інтелектуальної власності складаються з технічного і програмного забезпечення, авторських прав, патентів, ліцензій, баз даних та ноу-хау. Якісними показниками їх оцінки є наявність права власності на патенти, промислові зразки, ноу-хау, товарні знаки, що свідчить про високий рівень організаційного капіталу і ступені його правової захищеності. Найбільш репрезентативними при оцінці об'єктів інтелектуальної власності є доходні показники, зокрема рентабельності нематеріальних активів і виробничої віддачі.

До складу електронних мереж та інформаційних систем входять інформаційні ресурси, електронні мережі, комп'ютерні програми, інформаційні системи і технології. Їх оцінка може проводитись витратним методом. А також 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 і визначення коефіцієнтів прогресивності, оновлюваності.

Організаційно-управлінські підсистеми складаються з організаційної структури, системи керування, системи організації роботи, інструкції та методики роботи, концепції, культури організації, корпоративної культури, процедур. Для цієї складової інтелектуального капіталу якісні показники мають більшу репрезентативність, ніж кількісні. До них належать сертифікати якості. Рівень організаційної структури управління підприємством можна оцінити шляхом побудови матриці аналізу й розподілу функцій, прав і обов'язків між підрозділами підприємства. Стан соціально-психологічного клімату у колективі працівників підприємства і його структурних підрозділів, корпоративної культури оцінюють за допомогою методів і показників соціології й психології. Стан системи мотивації можна оцінити показниками результативності творчої праці (наприклад, частка технічних, технологічних, організаційних інновацій у загальній кількості розробок тощо) [2].

До складових споживчого капіталу, тобто капіталу взаємодії з клієнтами, належать договори, угоди, інформація про клієнтів, історія відносин з економічними контрагентами, ділові зв'язки з економічними контрагентами. На високий рівень розвитку споживчого капіталу вказує наявність добре налагодженої й перевіреної часом збутової мережі й системи товароруху, сталі контакти з постачальниками, посередниками, контактними аудиторіями, тривалість контактів, ступінь зацікавленості економічних контрагентів у співробітництві, умови співробітництва та ін.

Маркетинговий інтелектуальний капітал направлений на залучення нових клієнтів, просування на ринку. Його складові - це інформація про економічних контрагентів, умотивованість економічних контрагентів, імідж, репутація, товарні знаки, торгівельні марки, бренди, канали розподілу система комунікацій. Оцінити маркетинговий капітал складно. На них впливають правова захищеність, володіння часовим пріоритетом на ринку, унікальність, адекватність торговельної марки (міра відповідності продукції, що випускається під даною торговельною маркою, запитам споживачів), сила домінування ("глибина" марочного проникнення, частка ринку), масштабність

(темпи марочної експансії), споживацька лояльність (середня кількість товарних марок-конкурентів, які розглядає для себе як можливі альтернативи усереднений споживач, але від яких відмовляється, демонструючи прихильність до даної торговельної марки) [5]. Складові людського інтелектуального капіталу - робоча (фізична, мускульна) сила інтелектуальні здібності знання уміння навички творчі здібності розумові здібності культура праці моральні цінності рівень підприємницької культури запас здоров'я мотивація здатність діяти в різноманітних ситуаціях освіта кваліфікація досвід ставлення до роботи ставлення до клієнтів рівень загальної культури особисті якості лідерські якості креативне мислення підприємницькі та управлінські навички сукупність колективних знань співробітників.

Існує велика кількість показників оцінки людського капіталу. До якісних показників можуть відноситись: фірмі, виготовлення продукції на експорт, проходження персоналом курсів підвищення кваліфікації рівень освіти, кваліфікації, виробничого стажу (загального й відповідно до профілю діяльності підприємства) та ін.

Науковий керівник: проф., д.е.н. Гавкалова Н.Л.

Література:

1. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э.Брукинг; пер. с англ, под ред. Л. Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2001. - 288 с.
2. Ілляшенко С.М. Актуальні проблеми управління інтелектуальним капіталом підприємства / С.М. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 2. – С. 91 – 101.
3. Кравчук Н. О. Підходи до оцінки інтелектуального капіталу підприємства / Н. О. Кравчук // Інноваційна економіка. - 2013. - № 8. - С. 117-120. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_8_25
4. Чуприна О. О. Методологічні підходи до оцінювання інтелектуального капіталу / О. О. Чуприна, К. С. Чуприн // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія : Економічна теорія та право. - 2013. - № 3. - С. 22-34. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vnyua_etp_2013_3_5.pdf.
5. Ілляшенко С. Сущность, структура и методические основы оценки интеллектуального капитала предприятия / С. Ильяшенко // Экономика Украины. – 2008. – № 11. – С. 16 – 26.