

Тема . Роль інтелектуального капіталу у організації наукових досліджень

1. Поняття та структура інтелектуального капіталу

В умовах сучасної інформаційної економіки однією з наймогутніших рушійних сил розвитку цивілізації є творча діяльність людини. Від обсягу накопичених суспільством знань та ефективності використання інтелектуальних ресурсів нації залежать ефективність економіки, науково-технічний рівень виробництва, соціально-економічний прогрес. Світовий досвід підтверджує ефективність інноваційної моделі розвитку на основі використання результатів інтелектуальної діяльності. Науковці, підприємці, менеджери, фінансисти, висококваліфіковані інженери, інші фахівці, зайняті у сфері високих технологій, поширення інформації та нових знань, – це нова інтелектуальна еліта, яка і є основним суспільним багатством розвинутих країн. Адже саме вони формують середній клас, який є основою соціальної стабільності і рушієм прогресу.

Сутність інтелектуального капіталу як економічної категорії визначається як система відносин різних економічних суб'єктів щодо раціонального стійкого його відтворення на основі прогресивного розвитку науки для конкурентоспроможного виробництва конкретних товарів, послуг, доходу, підвищення життєвого рівня працівників, вирішення проблеми нерівномірності світового та регіонального розвитку на основі персоніфікованих економічних інтересів суб'єктів.

Тісно пов'язаними з поняттям інтелектуального капіталу є категорії нематеріальних активів та гудволу.

Інтелектуальний капітал – активи, що представляють собою знання не віддільні від персоналу, і знання, втілені в результатах розумової діяльності (інтелектуальній власності, клієнтах та ін.). При цьому не має значення, придбаний об'єкт інтелектуальної власності (наприклад, патент) у третіх осіб або створений підприємством, оскільки основною ознакою є те, що він є результатом розумової діяльності.

Нематеріальні активи – сукупність активів, що не мають матеріальної форми, до яких відносяться інтелектуальний капітал і активи, що не є результатом інтелектуальної діяльності і представлені майновими правами.

Гудвіл – перевищення ціни придбання фірми над вартістю відображених у її балансі чистих активів або перевищення частки придбання над справедливою вартістю ідентифікованих активів і зобов'язань на дату придбання. Приблизний зміст цього значення передають терміни ділова репутація, бренд компанії.

Інтелектуальний капітал – це сума знань, досвід, професійна підготовка та інтуїція всіх працівників підприємства, установи (або держави). До цього слід додати напрацьовані людські зв'язки, інформацію у вигляді баз даних,

комп'ютерну мережу, що миттєво опрацьовує і передає інформацію всім працівникам відповідної структури тощо, завдяки чому вдається швидко й адекватно реагувати на зміни.

До ключових ознак інтелектуального капіталу прийнято відносити наступні:

1. Предметна. Нематеріальні активи, які є нематеріальними речами, а саме безтілесними ідеями, результатами творчої (інтелектуальної) діяльності.
2. Економічна. Цінність (вартість) для суспільства і здатність приносити дохід.
3. Правова. Можливість використання, завдяки системі правових норм, які регулюють відносини в суспільстві у зв'язку зі створенням і використанням об'єктів інтелектуальної власності.

Структуру інтелектуального капіталу наведено на рис. 1.



Рис. 1. Структура інтелектуального капіталу

Більшість дослідників сходиться на думці, що на рівні організації інтелектуальний капітал є сумою трьох складових:

1) людський капітал – капітал, втілений у працівниках організації у вигляді досвіду, знань, навичок, здатностей до нововведень, а також у загальній культурі, філософії організації; іншими його складовими є моральні цінності організації, культура праці і культура управління, загальний підхід до справи;

2) структурний капітал – найбільш різномісна частина інтелектуального капіталу; сюди відносять технічне і програмне забезпечення, організаційну структуру, патенти і все те, що дає змогу працівникам компанії реалізувати свій виробничий потенціал;

3) споживчий, або ринковий, капітал – капітал, до якого прийнято відносити товарні знаки і знаки обслуговування, фірмові найменування, ділову репутацію, присутність «своїх людей» в організаціях-партнерах або організаціях-клієнтах, наявність постійних споживачів, повторні контракти зі споживачами тощо.

Інтелектуальний капітал структурно сформований людськими та ринковими активами, інтелектуальною власністю, інфраструктурними активами (рис. 2), тобто формується як людськими здібностями та можливостями, так і результатами їх творчої діяльності.

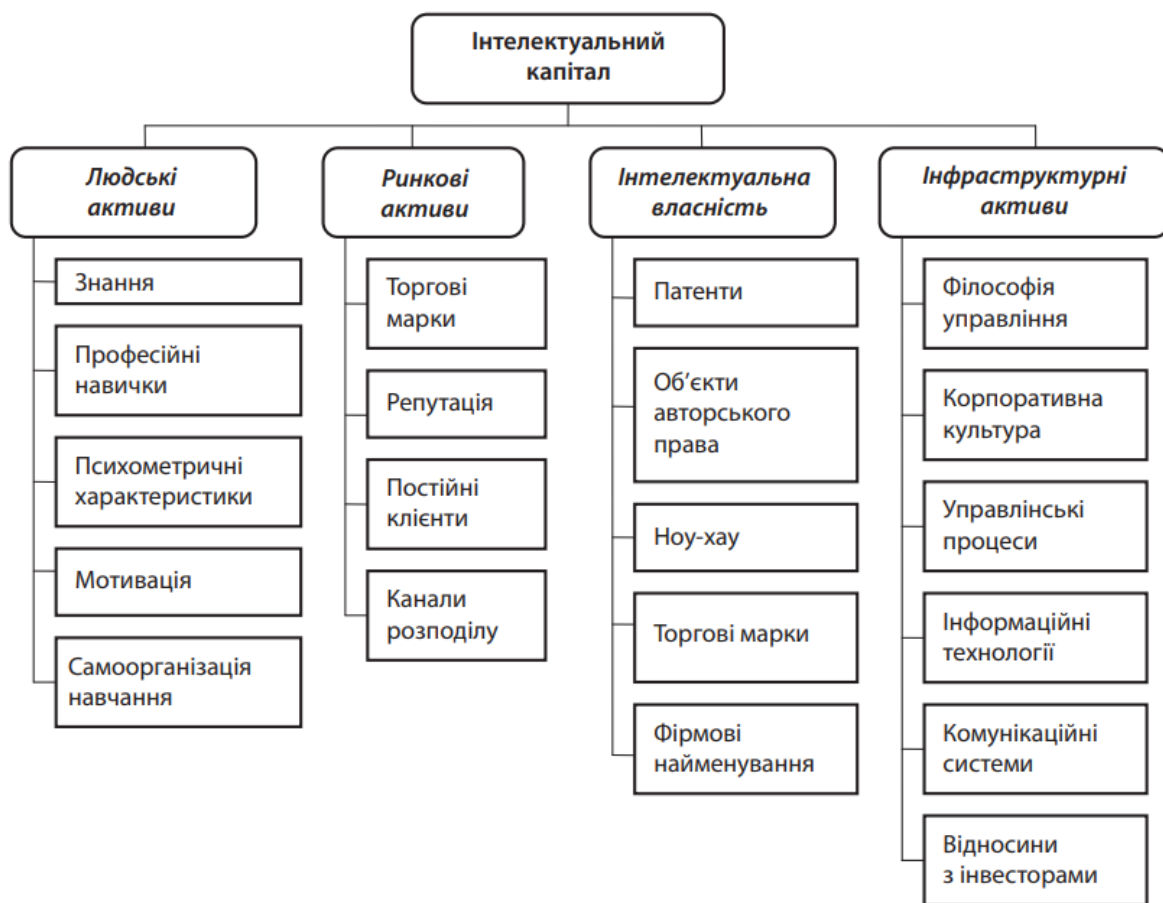


Рис. 2. Складові інтелектуального капіталу (модель Е. Брукінга)

За іншим підходом, інтелектуальний капітал є пірамідою нематеріальних активів, в якій активи розташовані за рівнями: спочатку творча складова – люди, потім системи, що підтримують творчість, потім результати творчості, далі – результати їх захисту, нарешті, результати задоволення споживачів – репутація організацій. Таким чином, піраміда інтелектуального капіталу має такі складові: людські ресурси; активи, що містяться в корпоративній і інноваційній культурі; організаційно-управлінські активи в навичках за функцією «організація» та іншими функціями; продуктово-технологічні (інноваційні) активи; стратегічні активи; репутаційні активи (рис. 3).

Інтелектуальна праця (ІП)

1. Людські ресурси:
компетенція співробітників
організації, їх знання, уміння
та навички

Культура як основна умова ІП

2. Активи, що містяться в
корпоративній і інноваційній
культурі: цінності та традиції

Організаційно-управлінські
інновації як підтримка ІП

3. Організаційно-управлінські активи в
навичках за функцією «організація» та
іншими функціями управління: організація
процесів, структури і управління

Новації та інновації –
результати ІП

4. Продуктово-технологічні (інноваційні)
активи: інноваційний портфель продукції,
патенти, авторські права, виробничі секрети,
спеціальні ноу-хау

Захист на ринку
результатів ІП

5. Стратегічні активи: ліцензії, природна монополія,
інші майнові права, що обмежують конкуренцію

Реалізація результатів
ІП на ринку

6. Репутаційні активи: назва та історія компанії та її
торговельні марки-бренди: авторитет у постачальників та
споживачів, держави та населення, у партнерів

Рис. 3. Піраміда інтелектуального капіталу

За функціональним змістом можна виділити 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.

Інтелектуальний капітал відіграє вкрай важливу роль у всіх напрямках продуктивної людської діяльності. Вплив інтелектуального на бізнес та наукову діяльність відображено на рис. 4.



Рис. 4. Роль інтелектуального капіталу

2. Методи управління інтелектуальним капіталом

В організаційно-економічному механізмі управління інтелектуальним капіталом існують такі методи управління: організаційні (розпорядчі); економічні; соціально-психологічні; правові (рис. 5).

При виборі методів управління у сфері інтелектуального капіталу необхідно враховувати тип інтелектуального капіталу і підрозділ організації, в якій здійснюється управління (науково-дослідне, виробниче, фінансове, маркетингове тощо).

Жоден із названих методів управління не може претендувати на універсальність і винятковість. Більш того, специфіка інтелектуального капіталу як об'єкта управління зумовлює необхідність і доцільність використання

комбінованих прийомів, що припускають залучення одночасно декількох методів управління.

Методи управління інтелектуальним капіталом підприємства			
Організаційні	Економічні	Соціально-психологічні	Правові
- визначення структури, цілей, задач та функцій органів управління ІК; - затвердження адміністративних норм та нормативів у сфері управління ІК; - видання наказів та розпоряджень; - інструктування; - відбір, підбір та розставлення кадрів управління ІК; - розробка посадових інструкцій; - затвердження методик та рекомендацій; - розробка іншої регламентуючої документації; - встановлення адміністративних санкцій та заохочень	- інвестування в інтелектуальний капітал; - ринкові завдання з використання ІК; - виробничі завдання з використання ІК; - обмеження з використання ресурсів; - ціноутворення на інтелектуальні ресурси; - матеріальне стимулювання праці суб'єктів управління інтелектуальним капіталом; - витрати на просування торговельних марок; - витрати на матеріальне стимулювання лояльності тощо.	- формування корпоративних цінностей, принципів та норм поведінки з метою підвищення творчої активності; - створення творчої атмосфери у колективі ; - позиціонування та іміджеве рекламування торговельної марки (по відношенню до марочного капіталу); - психологічний вплив на клієнтів з метою їх утримання (по відношенню до клієнтського капіталу); - заходи PR тощо.	- застосування законів та інших нормативно-правових актів із захисту авторських прав, прав інтелектуальної власності на торговельні знаки, промислові зразки, винаходи тощо; - застосування правових актів їх захисту прав інтелектуальної власності до регламентації відносин між суб'єктами управління інтелектуальним капіталом і його власниками, а також до захисту від недобросовісної конкуренції та інтелектуального

Рис. 5. Методи управління інтелектуальним капіталом

Одним з найважливіших етапів управління є визначення ефективності менеджменту у даній сфері.

Вартісний підхід до оцінки ефективності управління інтелектуальним капіталом підприємства ряд дослідників розглядають як основний.

Крім оцінки ефективності управління інтелектуальним капіталом, на практиці необхідність у вартісній оцінці інтелектуального капіталу виникає у таких випадках:

- 1) має відбутися угода із продажу чи покупки оцінюваної власності;
- 2) має відбутися розподіл майна між власниками підприємства;

- 3) має відбутися виділення із великого підприємства невеликої життєздатної фірми;
- 4) планується поглинання одного підприємства іншим;
- 5) очікується реорганізація фірми (наприклад, перехід від товариства з обмеженою відповідальністю до відкритого акціонерного товариства);
- 6) надійшло попередження про відчуження активу державою;
- 7) виникла необхідність включити нематеріальний актив до статутного капіталу;
- 8) очікується укладання ліцензійного договору і необхідно обґрунтувати розрахунок плати за користування активом;
- 9) необхідно визначити розмір авторської винагороди;
- 10) планується одержати банківський кредит під заставу виключних прав власника інтелектуального капіталу;
- 11) складається бізнес-план з метою залучення інвестицій;
- 12) визначається розмір податку на майно при його даруванні чи спадкуванні;
- 13) здійснюється страхування інтелектуального капіталу;
- 14) здійснюється розрахунок компенсації за збиток, завданий, наприклад, порушником виключних прав.

Вартісна оцінка інтелектуального капіталу в цілому та його окремих видів є головним чинником формування ринку інтелектуальної власності.

Досить показовою є оцінка інтелектуального капіталу підприємства за допомогою індикаторного методу. Сутність цього методу полягає в розробці системи показників, які характеризують основні елементи інтелектуального капіталу та ефективність їх використання. Таким чином, для оцінки інтелектуального капіталу підприємства необхідно сформувати систему показників, які повною мірою характеризують її людський, організаційний капітал і капітал взаємодії. Науковцями пропонуються використовувати такі показники для оцінки інтелектуального капіталу підприємства:

- індекс рівня освіти співробітників – відношення працівників з вищою освітою до середньоспискової чисельності працівників підприємства;
- індекс розвитку співробітників – відношення чисельності співробітників, що пройшли перепідготовку до середньоспискової чисельності працівників підприємства;
- індекс творчої активності – відношення кількості співробітників, які виявили творчу активність до середньоспискової чисельності працівників підприємства;
- індекс стабільності кадрів – відношення кількості звільнених працівників до середньоспискової чисельності працівників підприємства;

- індекс матеріального заохочення співробітників – відношення витрат на матеріальне заохочення працівників до фонду оплати праці підприємства;
- індекс оновлення асортименту – відношення нової продукції (послуги) до загального обсягу виробництва (надання послуг);
- частка затрат на оплату праці в загальному обсязі затрат;
- частка інтелектуальної власності і нематеріальних активів у вартості активів підприємства;
- частка прибутку, що припадає на інтелектуальну власність і нематеріальні активи у загальному прибутку підприємства;
- рентабельність організаційного капіталу – відношення додаткового доходу, що був генерований організаційним капіталом до витрат на формування та підтримку організаційного капіталу;
- ступінь зацікавленості контрагентів у співпраці – відношення кількості довгострокових та повторно заключених контрактів до заключених контрактів за звітний період;
- частка клієнтів, які повторно скористалися продукцією підприємства.

У цілому оцінка вартості інтелектуального капіталу викликає інтерес не тільки для керівників, інвесторів та акціонерів, але і для інших сторін (рис. 6).



Рис. 6. Сторони, зацікавлені в оцінці інтелектуального капіталу

Однією з провідних методик оцінювання інтелектуального капіталу є методика інтелектуальної доданої вартості.

Показник інтелектуальної доданої вартості є базовим елементом в методиці інтелектуальної доданої вартості (VAICTM), розробленої у 1998 р. дослідником австрійського дослідницького центру інтелектуального капіталу А. Пулічем.

Перевагою даної методики є простота, універсальність її застосування для суб'єктів господарювання різних форм власності чи розміру бізнесу, а також високий рівень об'єктивності (базується на показниках, доступних у фінансовій звітності) (рис. 7).

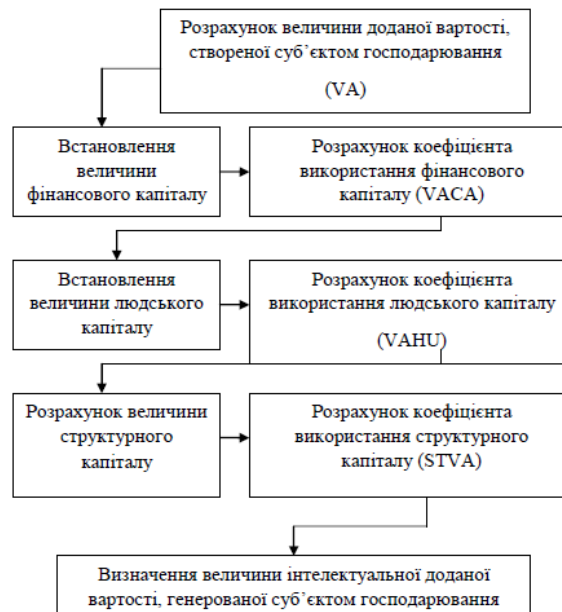


Рис. 7. Методика визначення інтелектуальної доданої вартості