

ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУ ІННОВАЦІЙНОЇ КОМПАНІЇ: ВАРТІСНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ

ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕЛЛЕКТА ИННОВАЦИОННОЙ КОМПАНИИ: СТОИМОСТНОЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ

FORMATION OF OF INTELLECT INNOVATION: THE VALUE APPROACH TO MANAGING INTELLECTUAL CAPITAL

Анотація. Розглянуто фінансово-економічні властивості інтелектуального капіталу і його компонентів, які являють собою приховані можливості і умови для зростання вартості компаній і їх розвитку. Виділяють інтелектуальну діяльність, яка трансформує створену інформацію і знання в економічні і правові відносини для отримання вигоди від цінностей, які в них містяться.

Аннотация. Рассмотрено финансово-экономические свойства интеллектуального капитала и его компонентов, которые представляют собой скрытые возможности и условия для роста стоимости компаний и их развития. Выделяют интеллектуальную деятельность, которая трансформирует созданную информацию и знания в экономические и правовые отношения для получения выгоды от ценностей, которые в них содержатся.

Abstract. Considered the financial and economic characteristics of intellectual capital and its components, which are hidden opportunities and conditions for growth in the value of companies and their development. There are intellectual activity that transforms the created information and knowledge in economic and legal relationship to benefit from the values that they contain.

В умовах інформаційної економіки інтелектуальний капітал визнається провідним економічним ресурсом, наявність і використання якого є основою діяльності будь-якої компанії і впливає на її ефективне функціонування. Значимість даного фактора виробництва зростає з кожним днем, оскільки в сучасному світі пріоритет віддається інтелектуальній (творчій) діяльності індивідів і компаній. Основою суспільного розвитку людства визнано «розумовий запас», тому проблема формування інтелекту інноваційної компанії, який безпосередньо впливає на результати фінансово-господарської діяльності компанії є досить актуальною у даний час.

Зростання вартості компанії може бути здійснено в результаті реалізації ряду фінансово-економічних механізмів. З одного боку, збільшення вартості інтелектуального капіталу як частини вартості компанії у цілому, що призведе до зростання вартості бізнесу. Для кожного компонента інтелектуального капіталу можна виділити фактори, що підвищують його якісні характеристики і збільшують таким чином вартість інтелектуального капіталу (зростання професіоналізму персоналу, вдосконалення інфраструктурних активів тощо), а також індикатори, що свідчать про зростання вартості даного економічного ресурсу (наявність конкурентних переваг, зростання ступеня задоволення клієнтів продукцією компанії тощо). Збільшення вартості інтелектуального капіталу має у своїй основі взаємодію усіх компонентів і створення синергетичного ефекту, що знаходить своє відображення у зростанні вартості бізнесу. Інтелектуальний капітал також може виступати в якості джерела формування доданої вартості. У цьому випадку механізм його впливу на вартість компанії базується на способах створення доданої вартості (створення нових напрямків бізнесу, розподіл обмежених ресурсів тощо) і отримання фінансових, конкурентних та інших переваг у результаті введення компаніями продуктів інтелектуальної діяльності в економічний простір [1, с. 42].

Таким чином, створення інтелектуальним капіталом конкурентних, фінансових та інших переваг формує потенційні можливості його використання в якості найважливішого чинника зростання вартості компанії, виявлення яких здійснюється у результаті якісної оцінки даного економічного ресурсу.

Наявність і використання усіх названих системних складових інтелекту, який забезпечує людині успішність життєдіяльності і, навпаки, відсутність навіть однієї складової призводить до появи проблем.

Застосування процесного підходу дозволяє визначити функціональну взаємодію окремих підсистем інтелекту в його загальній інтелектуальній діяльності:

1. Інтелект сприйняття забезпечує інформацією логічний і емоційний інтелект.
2. Логічний і емоційний інтелект створює інструментальні механізми творчої діяльності людини, що використовує сприйняту інформацію.
3. Соціально-культурний інтелект визначає контекст діяльності людини, її спрямованість, формує внутрішнє правове поле, що містить критерії і обмеження, створює сприятливі зовнішні соціальні умови діяльності.

4. Підприємницький інтелект є завершальною ланкою в інтелектуальній діяльності людини, визначаючи економічну доцільність існування людини, його успіхи, ефективність життєдіяльності.

Відповідно, компанії, що є соціальною системою, також як і людині буде притаманне в специфічному вираженні всі зазначені види інтелекту:

1. Інтелект сприйняття — це здатність компанії сприймати (бачити) зовнішню і внутрішню середовище, представляти отриману інформацію у певному виді і формі (формалізація інформації), створювати відповідні інформаційні моделі. Інтелект сприйняття діє як система збору маркетингової інформації, виконавцями якої є служби маркетингу і внутрішнього фірмового аудиту.

2. Логічний інтелект — це здатність компанії на основі отриманої інформації будувати логіку своєї господарської діяльності, систематизувати, упорядкувати, регламентувати її. Він реалізується за допомогою управлінської діяльності через систему управління, організаційну структуру.

3. Емоційний інтелект — це здатність компанії створювати свій внутрішній естетичний світ, своєрідну емоційну ауру, реагувати на емоційні сплески суспільства. Він реалізується через неформальне середовище у компанії, взаємовідносини між співробітниками і суспільством. Видимим проявом емоційного інтелекту компанії є зовнішні артефакти — дизайнерські рішення в оформленні інтер'єру, стиль одягу співробітників, характер їх реакцій на події, що несуть емоційне забарвлення, особливості індивідуальних стилів керівників.

4. Креативний інтелект реалізується через творчу інтелектуальну організаційну діяльність і визначає науково-дослідні (пізнавальні) здібності компанії, здатність створювати нові знання у вигляді технічних, виробничих, управлінських та інших рішень. Носіями креативного інтелекту є підрозділи науково-дослідні, аналітичні служби компанії, творчі групи. Потенціал креативного інтелекту компанії становить весь її персонал, що володіє індивідуальним креативним інтелектом.

5. Компанія має соціально-культурний інтелект, якщо вона приймає і виконує концепцію соціально-етичного маркетингу, використовує соціальні підходи в управлінні своєю господарською діяльністю і поведінкою у навколишньому середовищі. Результатом цього є особливе визнання і вдячність з боку суб'єктів маркетингового середовища компанії, тобто її високий імідж, ділова репутація (гудвіл).

6. Підприємницький інтелект — це економічна квінтесенція інтелекту компанії, він визначає результат її діяльності як господарюючого суб'єкта, здатність виживання, вдосконалення і розвитку в конкурентному ринковому середовищі. Підприємницький інтелект реалізується через інтелектуально-інноваційну діяльність. Результатом його прояву є створений інтелектуальний капітал компанії.

Компанія, як соціальна система, має відповідний рівень інтелекту («розумовою віком»), що визначає загальну ефективність її господарської діяльності. Оцінка рівня інтелекту конкретної компанії є важливим науково-практичним завданням управління, вирішення якої дозволить більш ефективно здійснювати її стратегічний розвиток.

Література

1. Андрющенко К.А. Інтелектуальний капітал підприємства: сучасні тенденції оцінювання та управління / К.А. Андрющенко // Науковий вісник національної академії статистики, обліку та аудиту щоквартального збірника наукових праць. — № 2 (45). — 2015. — С. 39—47.

2. Бояринова К. О. Інтелектуальний капітал як інструмент інноваційного розвитку підприємства / К. О. Бояринова, Т. М. Бацалай // Проблеми системного підходу в економіці. — 2009. — № 4 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_4/Bacalay_409.htm

3. Бриль І. В. Стратегія управління інтелектуальним капіталом підприємств : автореф. дис. канд. екон. наук / І. В. Бриль. — Донецьк, 2012. — 24 с.

Андрющенко Катерина,

д-р е.н., професор кафедри економіки підприємств

ДВНЗ «Київський економічний університет імені Вадима Гетьмана», katya373@i.ua,

Гаврилюк Ганна,

студентка 2 курсу, МЕІМ, гр.201,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана», anya_gavrulyk@i.ua

МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН