

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) [www. economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua) | № 8, 2020 | 27.08.2020 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2020.8.12](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.8.12)

УДК 005.336.4

*К. А. Андрющенко,  
д. е. н., професор,  
професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»  
ORCID ID: 0000-0002-6274-5310*

## **ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ОСНОВА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ КОМПАНІЇ**

*К. Andriushchenko  
Doctor of Economic Sciences, Professor ,  
Professor of the Department of business economics and entrepreneurship,  
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine*

### **INTELLECTUAL CAPITAL AS THE BASIS OF COMPANIES COMMERCIALISATION**

*Визначено основні проблеми щодо еволюції поглядів на поняття «інтелектуальний капітал», а також його структурних елементів; узагальнено ознаки інтелектуального капіталу як економічної категорії; досліджено компоненти і елементи структурного, клієнтського, людського капіталів; розглянуто сукупність відносно стійких інтелектуального капіталу, що визначає здатність людей генерувати ефективні рішення і дозволяє створювати і поширювати інновації в навколишньому середовищі; приділено увагу вартісної характеристики інтелектуального капіталу, яка дозволяє багато в чому виявити і визначити найбільш ефективні і раціональні напрямки введення інтелектуального капіталу в економічний оборот з метою максимізації вартості компанії; запропоновано створення філософсько-економічної концепції інтелектуального капіталу, яка розглядає інтелектуальний капітал з різних сторін з урахуванням його багатоаспектності; обґрунтовано мотиваційні властивості впливу на інтелектуальний капітал; визначено конкурентні переваги створення і використання компонентів інтелектуального капіталу.*

*The main problems as to evolution of "intellectual capital" concept and its structural elements are determined, and the characteristics of intellectual capital as an economic category are generalised. The author analyses the components and elements of structural, client, and human capital. The attention is paid to the value characteristics of intellectual capital that allow to identify and determine the most effective and efficient introduction of intellectual capital in the economic turnover of a company to maximise the business value. The author proposes to create philosophical and economic concept of intellectual capital considering its multidimensional character. Motivational properties of impact on intellectual capital are substantiated, and competitive advantages of creation and use of intellectual capital components are defined.*

*It is noted that as a result of the introduction of products with the best quality characteristics, a client base (client capital) is formed, which in the case of effective development of structural capital can become permanent. In general, the model of value factors is a single system that describes all*

*the factors that significantly affect the value of the business. The value factor model is a description of how the value of a business is created, what the company's potential is to maximize it, and how it can be maximized through the implementation of strategic initiatives. When intellectual capital acts as a source of added value, the mechanism of its impact on the value of the company is based on ways to create added value and obtain various benefits from the introduction of intellectual products.*

*It is determined that the main prerequisite for the formation of the concept of doing business is to maximize the return on invested capital to increase the value of the company as an integrated indicator of its activities. The increase in the value of the economic entity is possible through the impact on the objects of management in order to create economic added value, when the return on invested capital exceeds the cost of attracting it. The cost factor is variable, which affects the value of the company. Factors that can affect the value of the firm are divided into external (which are not subject to influence by the company's management) and internal (subject to management). They characterize the external environment of the economic entity (competitor behavior, customer preferences, macroeconomic situation), internal business processes (supply, production, sales) and potential (staff, management system, information technology, assets).*

**Ключові слова:** *інтелектуальний капітал; продукти інтелектуальної праці; компоненти інтелектуального капіталу; інтелектуальна власність; нематеріальні активи.*

**Keywords:** *intellectual capital; products of intellectual activity; components of intellectual capital; intellectual property; intangible assets.*

#### **Постановка проблеми.**

В сучасних умовах інтелектуальний капітал визнаний в якості провідного економічного ресурсу, який володіє вельми специфічними властивостями (можливості неодноразового використання і застосування одночасно необмеженим колом осіб, накопиченість у вигляді знань, умінь та тощо). Облік даних особливостей у процесах управління результатами інтелектуальної діяльності може зробити істотний вплив на вартість будь-якої компанії, що здається важливим для всіх учасників економічних відносин.

Для ефективного і раціонального введення інтелектуального капіталу в господарський (економічний) оборот компанії вельми важливою залишається проблема визначення даної економічної категорії. Необхідно відзначити, що це питання в даний час є одним з невирішених як у вітчизняній, так і в зарубіжній науці. Незважаючи на наявність досить великої кількості досліджень з даної проблеми, категорія «інтелектуальний капітал» як і раніше залишається однією з невизначених і найбільш рухливих.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

У зв'язку з тим, що ми розглядаємо, економічний ресурс, який є якісно новою формою капіталу, необхідної для створення конкретних корисних речей (інтелектуального продукту, послуги) і необхідного доходу, вчені і практики приділяють велику увагу дослідженню сутності категорії "інтелектуальний капітал". Це широко відомі розробки зарубіжних авторів Е. Брукінга, Л.Едвінсона, Р. Каплана, Т.Стюарта, К. Свейбі та ін. Серед вітчизняних учених, які зробили значний внесок у розвиток теорії інтелектуального капіталу, слід зазначити и Г. Білова, О. Кендюхова, О. Малишка, А. Чухна, П. Цибульова та ін.

#### **Мета і завдання дослідження.**

Метою статті є дослідження компонентів структури інтелектуального капіталу, які складають основу комерціалізації компанії. Більшість визначень спирається на головну роль інтелекту і знань в розвитку економіки. Аналіз існуючих думок про структуру інтелектуального капіталу дозволяє зробити висновок про те, що даний економічний ресурс ґрунтується, перш за все на знаннях, уміннях і навичках індивідів, а також інших властивих їм якостях (здібностях, кваліфікацію, досвід та тощо.), які дозволяють якісно змінювати навколишню дійсність і створювати надлишкову додаткову вартість шляхом використання продуктів творчої праці. Створені завдяки людському капіталу, інші компоненти інтелектуального капіталу (структурний, клієнтський) сприяють отриманню в результаті використання продуктів творчої праці компаніями фінансових, конкурентних та інших переваг, які покликані зміцнити репутацію економічного суб'єкта на ринку.

#### **Виклад основного матеріалу.**

Досягнення конкурентних переваг відбувається за рахунок використання у зовнішньому середовищі компанії створених людським капіталом і відповідних, завдяки структурному капіталу, вимогам ринку товарів, робіт або послуг. Через створення і реалізацію нових продуктів відбувається формування нових ринкових ніш. Завдяки структурному капіталу досягається відповідність якостей продуктів останнім вимогам ринку. В результаті впровадження продуктів з кращими якісними характеристиками формується клієнтська база

(клієнтський капітал), яка в разі ефективного розвитку структурного капіталу може набути постійного характеру. Крім того, виняткові права на результати інтелектуальної діяльності дають можливість захистити свій сегмент ринку, не допустивши на нього конкурентів, а також отримати цінові премії. Наприклад, як показує світова практика, ціна продуктів з товарним знаком у середньому на 15-20% вище ціни анонімних товарів [1]. Також, наприклад, у виробництві комп'ютерів торгової марки з найбільш розвиненим іміджем можуть розраховувати, що продукти нового покоління будуть прийняті покупцями на 3-6 місяців швидше.

Необхідно відзначити, що в даний час докорінно змінилися форми конкуренції. Якщо до недавнього часу переважала цінова конкуренція, то тепер особливу роль стала грати її нецінова форма. В умовах сучасної високорозвиненої економіки різко ускладнюються запити споживачів, в результаті чого на ринку досить просто розмістити численні і різноманітні варіації товарів. Відповідно необхідним стає залучення споживачів шляхом поліпшення якості продукції. Витрати на нецінову конкуренцію при правильному підході обходяться фірмі набагато дешевше, ніж витрати на цінову форму. Як показує практика, в реальності зниження цін нижче оптимального рівня призводить до зниження прибутку. Взаємозв'язок між нецінковою конкуренцією і прибутком виявляється більш складною. Наприклад, дріб'язкова і недорога зміна конструкції товару може підвищити його зручність для споживача, що в свою чергу може сприяти зростанню конкурентоспроможності. Форми нецінкової конкуренції різноманітніші, і в цьому простір для людського капіталу. В цілому реалізація нецінкової конкуренції здійснюється завдяки інтелектуальному капіталу, особливо його людському компоненту.

Основна передумова формування концепції ведення бізнесу полягає в максимізації доходу на вкладений капітал для зростання вартості компанії як інтегрованого показника її діяльності. Збільшення вартості економічного суб'єкта можливо через здійснення впливу на об'єкти управління з метою створення економічної доданої вартості, коли віддача від інвестованого капіталу перевищує витрати на його залучення.

Фактор вартості є змінним, чим і впливає на вартість компанії. Фактори, які можуть впливати на вартість фірми, поділяються на зовнішні (які не підлягають впливу з боку управління компанією) і внутрішні (підвладні управлінню). Вони характеризують зовнішнє оточення економічного суб'єкта (поведінку конкурентів, переваги клієнтів, макроекономічна ситуація), внутрішні бізнес-процеси (постачання, виробництво, збут) і потенціал (персонал, управлінська система, інформаційні технології, активи) [2, с.81].

Кожна компанія характеризується власним набором факторів, що істотно впливає на її вартість. Ці фактори можуть сприяти створенню вартості або, навпаки, бути джерелом її руйнування. Ухвалення якісного управлінського рішення вимагає обліку всієї сукупності даних факторів. Ситуація ускладнюється тим, що інформація, пов'язана з факторами вартості вельми різноманітна. До неї відносяться дані фінансової звітності, технологічні та виробничі нормативи, результати маркетингових досліджень, характеристики бізнес-процесів, а також знання і уявлення фахівців самих різних областей.

В цілому модель факторів вартості представляє собою єдину систему, в рамках якої описуються всі фактори, які істотно впливають на вартість бізнесу. Модель факторів вартості - це опис того, яким чином створюється вартість бізнесу, який потенціал компанії по її максимізації, і яким чином можна забезпечити її максимізацію за рахунок здійснення стратегічних ініціатив.

Коли інтелектуальний капітал виступає в якості джерела доданої вартості, механізм його впливу на вартість компанії базується на способах створення доданої вартості та отримання різних переваг від запровадження в господарський оборот продуктів інтелектуальної діяльності. Серед основних способів формування доданої вартості можна виділити наступні [3, с.165]:

1. створення нових напрямків бізнесу.

З метою ефективного функціонування компанії необхідно постійно шукати вільні ринкові ніші, формувати у власних інтересах нові сегменти ринку, напрямки бізнесу. Особливу роль покликаний зіграти в даному процесі інтелектуальний капітал. Людський капітал як джерело оновлення і прогресу економічних суб'єктів створює нові продукти інтелектуальної діяльності, які, як правило, є більш досконалішими в порівнянні з наявними продуктами і покликані задовольнити нові потреби клієнтів або якісно спростити будь-який процес. Завдяки новим продуктам, компанія не тільки формує нові ринкові ніші і напрямки бізнесу, але і закріплює певний сегмент ринку за собою. Структурний капітал є сполучною ланкою між виробництвом і реалізацією нової продукції на ринку. В результаті його функціонування нові продукти знаходять форму, відповідну вимогам ринку. Клієнтський капітал дозволяє фірмі знайти споживачів, реалізувати продукцію, що сприяє поліпшенню, перш за все, фінансових результатів діяльності компанії.

Таким чином, людський капітал сприяє створенню нових напрямків бізнесу, сегментів ринку, а структурний і клієнтський капітал дозволяє фірмі закріпити певний сегмент ринку за собою, утримати його і ефективно функціонувати на ньому. Дані процеси сприяють зростанню, генеруються завдяки грошовим потокам компанії і зниження ризиків, властивих їх діяльності, що може позитивно вплинути на зростання вартості компанії;

2. висновок ринкових угод.

Компанія буде прагнути до виявлення і здійснення потенційних угод за рахунок власної інтуїції щодо своєї справжньої вартості або за рахунок глибокого розуміння особливостей конкретної галузі, напрямку діяльності. Людський капітал виступає в даному випадку як творець об'єкта угоди (наприклад, нового продукту) [4, с. 13]. Структурний капітал покликаний довести об'єкт угоди до товарного вигляду таким чином, щоб він відповідав більшості вимог ринку. Клієнтський капітал - основа для укладання ринкових угод, оскільки з його допомогою відбувається формування особливих взаємовигідних і довірчих відносин між економічними

суб'єктами. Здійснення ринкових угод, як правило, спрямоване на поліпшення фінансових результатів діяльності фірм (збільшення прибутку, зниження витрат та тощо), що може сприяти зростанню вартості через збільшення генерування грошових потоків;

### 3. розподіл обмежених ресурсів.

Компанія повинна ефективно розподіляти по різних бізнес-напрямах матеріальні активи, грошові кошти, талановиті кадри та тощо. Особливу роль в цьому процесі покликаний зіграти людський капітал [5, с.8]. Він покликаний знайти оптимальне співвідношення між юридично можливим, фінансово доцільним і технічно здійсненним варіантом використання наявних ресурсів, який дозволив би збільшити прибуток і знизити собівартість, що відбивається на величині грошового потоку;

### 4. забезпечення ефективності.

Компаніям необхідно прищеплювати уявлення про етичну цінності ефективної роботи, використовуючи при цьому відповідні системи заохочення і контролю всередині підрозділів. Завдяки людському капіталу відбувається визначення та досягнення результативності діяльності. Він також капітал виступає як розробник системи заохочення і контролю всередині підрозділів компанії. Ефективність ведення бізнесу відбивається в зростанні вартості компанії і визначається в результаті аналізу динаміки її зміни;

### 5. поширення цінних навичок та інноваційний розвиток різних напрямків бізнесу.

Будь-яка компанія повинна прагнути до безперервного поширення цінних навичок з цілі досягнення переваги в інноваційній діяльності одночасно за кількома напрямками. Створені завдяки людському капіталу, доведення до товарного вигляду завдяки структурному капіталу і реалізовані за допомогою клієнтського капіталу, нові продукти творчої праці дозволяють компанії отримати фінансові, конкурентні переваги, які знаходять відображення в зростанні грошових потоків і зниження ризиків діяльності економічних суб'єктів [6, с.73],

В цілому розглянуті вище способи створення доданої вартості спрямовані на поліпшення насамперед фінансових результатів фінансово-господарської діяльності компанії (збільшення прибутку, зниження витрат за рахунок збільшення обсягів реалізації) і зниження ризиків за рахунок отримання різних видів конкурентних, фінансових та інших переваг від використання продуктів інтелектуальної діяльності [7, с.337]. У підсумку це повинно сприяти збільшенню вартості компанії за рахунок зростання величини грошових потоків і зниження величини ставки дисконтування, що відображає рівень ризиків діяльності економічного суб'єкта.

При реалізації фінансово-економічних механізмів, коли інтелектуальний капітал виступає як джерело формування доданої вартості, коефіцієнт вартості, доданої інтелектуальним капіталом, виступає як обмеження показника вартості бізнесу [8, с.84]. Його позитивне значення свідчить про те, що економічні механізми реалізовані раціонально, вартість компанії збільшується.

### **Висновки.**

Створення доданої вартості за рахунок ефективного використання інтелектуального капіталу може відбуватися на кожному етапі життєвого циклу компанії, оскільки даний економічний ресурс допомагає вирішити основні проблеми, що виникають перед фірмами. При цьому необхідно відзначити, що в залежності від життєвого циклу компанія може використовувати різні засоби максимізації віддачі на вкладені кошти, вони сприяли підвищенню її вартості.

На етапі зародження економічного суб'єкта особливу роль відіграє людський капітал, оскільки він виступає в якості суб'єкта інтелектуальної праці, тобто створює всі основи (організаційні, фінансові та ін.) для подальшої ефективної фінансово-господарської діяльності. На даному етапі життєвого циклу людський капітал створює структурний і клієнтський капітал, які необхідні для продовження функціонування компанії. Від якісних характеристик персоналу (його здібностей, досвіду, знань та тощо) і результатів його діяльності залежить, чи зможе компанія перейти до наступного етапу свого життєвого циклу або воно відразу припинить своє існування [9].

На етапі зростання ділової активності та фінансово-економічної особливо значущий клієнтський капітал, оскільки його створення і підтримання дозволяє підвищити прибутковість компанії, змінити фінансову структуру капіталу (зниження позикових джерел та тощо). Базовим елементом для зростання вартості є структурний капітал, оскільки саме він відповідає рівню розвитку людського капіталу і являє собою основу діяльності економічного суб'єкта (фінансову, організаційну та ін.). Раціональне використання клієнтського і структурного капіталу, їх підтримка дозволяють фірмі отримати конкурентні переваги, завоювати частку ринку і перейти до наступного етапу життєвого циклу.

На етапі зрілості особливу роль у вирішенні проблем, що виникли у компанії, грає структурний капітал. Удосконалення, створення або придбання його елементів компанією, а також їх використання покликані знизити собівартість продукції, збільшити обсяги виробництва, тобто підвищити рентабельність капіталу, активів, продажів. В якості базового елементу зростання вартості компанії можна розглядати клієнтський капітал. Політика фірми спрямована на використання зайованих раніше позицій на ринку, на розвиток клієнтських відносин шляхом створення нових технологій по залученню і закріпленню споживачів.

На етапі спаду змінити ситуацію покликані всі компоненти інтелектуального капіталу. У цей момент відбувається інформаційне старіння людського, структурного та клієнтського капіталів, коли потрібно оновити знання, створити нові системи, що відповідають сучасним вимогам ринку. Людський капітал повинен виступити як творець нових об'єктів структурного і клієнтського капіталу для освіти і підтримки нових конкурентних і фінансових переваг на основі розробки нових продуктів, робіт, послуг, виходу на новий сегмент

ринку, залучення нових споживачів. В результаті своєчасного і успішного реагування інтелектуальним капіталом фірма зможе уникнути банкрутства і вийти на новий етап свого розвитку.

В цілому основні механізми впливу інтелектуального капіталу на зростання вартості компанії на будь-якому етапі життєвого циклу полягають у створенні чи придбанні різних компонентів даного економічного ресурсу, в їх ефективному введенні в господарський оборот для створення, отримання та підтримки різних вигод і переваг у майбутньому.

### **Література.**

1. Прокопенко І.В. Сутність і структура інтелектуального капіталу підприємств / І.В. Прокопенко, А.О. Босак // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2016.- №851. – с.82-93. – Режим доступу [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM\\_2016\\_851\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2016_851_13).

2. Ковтуненко К.В. Особливості формування інтелектуального капіталу підприємства/ К.В. Ковтуненко, Ю.В. Гутарева, Я.В. Шаповал // Економіка: реалії часу – 2012. - № 3-4 (4-5) - с.78-83.

3. Мельник Л. Г. Экономика информации и информационные системы предприятия: учеб. пособ. / Л. Г. Мельник, С. Н.Ильашенко, В. А.Касьяненко. – Сумы: ИТД “Университетская книга”, 2004. – 400 с.

4. Кендюхов О. В. Організаційно-економічний механізм управління інтелектуальним капіталом підприємства: автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.00.04 / О. В. Кендюхов; НАН України. Ін-т економіки промсті. – Донецьк, 2007. – 31 с.

5. Колот А. М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань / А. М. Колот // Економічна теорія. – 2007. – № 2. – С. 3–13.

6. Школа В. Ю. Економічне обґрунтування ролі інтелектуального капіталу у формуванні інноваційної економічної системи / В. Ю. Школа, В. О. Щербаченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3, Т. 1. – С. 72–78.

7. Ситник Й. С. Інтелектуалізація капіталу організації та його структурування / Й. С. Ситник // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ “Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”. – К.: КНЕУ, 2012. – Спец. вип.: у 2 ч. – Ч. 1: Стратегічні імперативи сучасного менеджменту / відп. за вип. С. М. Соболев. – С. 332–342.

8. Філіппова С.В., Інтелектуальний потенціал як головний чинник формування інтелектуального капіталу / С.В. Філіппова, К.В. Ковтуненко// Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. -№776.- с.81-86.

9. Андрущенко К.А. Вартісна характеристика інтелектуального капіталу компанії / К.А. Андрущенко [Електронний ресурс]. -2015. – №3.- Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4361>

### **References.**

1. Prokopenko, I.V. and Bosak, A.O. (2016), "The essence and structure of intellectual capital of enterprises", Visnyk Natsionalnoho universytetu “Lvivska politehnika”. Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku, vol. 851, pp. 82-93, [Online], available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM\\_2016\\_851\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2016_851_13) (Accessed 20 Aug 2020).

2. Kovtunenکو, K.V. Hutareva, Yu.V. and Shapoval, Ya.V. (2012), "Features of formation of intellectual capital of the enterprise", Ekonomika: realii chasu, vol. 3-4 (4-5), pp.78-83.

3. Mel'nik, L. G. Il'jashenko, S. N. and Kas'janenko, V. A. (2004), Jekonomika informacii i informacionnye sistemy predprijatija [Economics of information and enterprise information systems], ITD “Universitetskaja kniga”, Sumy, Ukraine.

4. Kendiukhov, O. V. (2007), "Organizational and economic mechanism of intellectual capital management of the enterprise", Ph.D. Thesis, Economy, NAN Ukraine, In-t ekonomiky prom-sti, Donetsk, Ukraine.

5. Kolot, A. M. (2007), "Innovative work and intellectual capital in the system of factors of knowledge economy formation", Ekonomichna teoriia, vol. 2, pp. 3–13.

6. Shkola, V. Yu. and Shcherbachenko, V. O. (2011), "Economic justification of the role of intellectual capital in the formation of the innovative economic system", Marketynh i menedzhment innovatsii, vol. 3, no. 1, pp. 72–78.

7. Sytnyk, Y. S. (2012), "Intellectualization of the capital of the organization and its structuring", Formuvannia rynkovoї ekonomiky: zb. nauk. pr., Special issue in 2 vol., vol. 1, pp. 332–342.

8. Filippova, S.V. and Kovtunenکو, K.V. (2013), "Intellectual potential as the main factor in the formation of intellectual capital", Visnyk Natsionalnoho universytetu “Lvivska politehnika”. Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku, vol. 776, pp.81-86.

9. Andriushchenko, K. (2015). “Value characteristic of intellectual capital of the company”, “Efektyvna ekonomika”, vol. 3, [Online], available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4361> (Accessed 20 Aug 2020).

*Стаття надійшла до редакції 20.08.2020 р.*