

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ВОРОБЕЙ ЮЛІЯ МИКОЛАЇВНА

УДК 339.92: 005.336.4

ДИСЕРТАЦІЯ

**УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ
МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ**

08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини
економічні науки

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело
_____ Ю. М. Воробей

Науковий керівник

Онищенко Володимир Пилипович
доктор економічних наук, професор

Київ – 2019

АНОТАЦІЯ

Воробей Ю.М. Управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – Київський національний торговельно-економічний університет. – Київ, 2019.

Дисертація є комплексним дослідженням теоретичних, методичних та практичних аспектів, тенденцій управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії.

У роботі досліджено еволюцію поглядів на сутність та структуру інтелектуального капіталу міжнародної компанії, систематизовано та узагальнено підходи до управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії.

Наукова новизна одержаних в дисертаційній роботі результатів полягає у розробці автором концепції управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії та інструментарію її реалізації на основі запропонованих стандартів звітності, рекомендацій щодо стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності та захисту інтелектуального капіталу міжнародних компаній.

Запропонований авторський підхід до розроблення концепції управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії, яка ґрунтується на розумінні інтелектуального капіталу компанії як інтегровального прояву результату взаємодії трьох його складових (людського, структурного та клієнтського капіталу) передбачає об'єднання методичних підходів (облікового, класифікаційного, маркетингового, соціологічного, комунікаційного, інноваційного та системного) до управління інтелектуальним капіталом та базується на вартісній оцінці ролі клієнтського капіталу у забезпеченні ринкової капіталізації з урахуванням секторальної специфіки діяльності міжнародної компанії.

Здійснено аналіз підходів до визначення поняття «інтелектуальний капітал», що дозволив констатувати комплексний характер інтелектуального капіталу, синергетичний ефект взаємодії складових якого є підґрунтям для створення конкурентних переваг міжнародної компанії. Запропоновано авторське розуміння систематизації підходів до управління інтелектуальним капіталом компанії, критерієм для виокремлення яких є ключові управлінські акценти та досягнуті результати. Визначено, що ключовими комплексними концепціями управління інтелектуальним капіталом, які ґрунтуються на принципових відмінностях у розумінні його внеску в забезпечення капіталізації компанії, є ресурсна та вартісна концепції.

Здійснено аналіз наявних підходів до оцінювання інтелектуального капіталу, в результаті якого визначено теоретичну й емпіричну обґрунтованість показника співвідношення ринкової та балансової вартості (MV/BV), коефіцієнта Тобіна (Tobin's q) та коефіцієнта доданої вартості інтелектуального капіталу (VAIC) як індикаторів ефективного використання інтелектуального капіталу в умовах економіки знань та критеріїв компаративного аналізу обсягів інтелектуального капіталу у розрізі окремих видів економічної діяльності.

У другому розділі дисертаційного дослідження розглянуто глобальні та національні стандарти управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній, секторальний вимір та оцінювання ефективності систем управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній.

Визначено, що широкі можливості для формування адекватного уявлення щодо стану та перспектив розвитку інтелектуального капіталу компанії створює звітування відповідно до стандарту Європейської інструкції з відображення інтелектуального капіталу (Intellectual Capital Statement, InCaS). З метою адаптації методології стандарту InCaS до використання в діяльності міжнародних компаній обґрунтовано доцільність вибору як Y-координати експертної оцінки впливу інтелектуального капіталу на капіталізацію компанії. З урахуванням наданих пропозицій розроблено морфологічну матрицю звітування про інтелектуальний капітал на основі стандарту InCaS та

модифіковану матрицю стратегій управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії.

Аналіз показників діяльності провідних міжнародних компаній дав змогу дійти висновку, що управління інтелектуальним капіталом з огляду на сферу економічної діяльності вирізняється певною специфікою та диференціацією внеску різних його складових у підвищення рівня капіталізації підприємства. З метою виявлення секторальної специфіки та загальної оцінки ефективності управління інтелектуальним капіталом обчислено показники для низки провідних міжнародних компаній у розрізі окремих видів економічної діяльності.

Для розрахунку коефіцієнта Тобіна (Tobin's q), було використано інформацію рейтингу найбільших публічних компаній Forbes – 2018. Агрегування компаній за видами діяльності здійснювалося з метою виявлення секторальних особливостей результатів розрахунку q -Тобіна, який по суті є індикатором наявності у підприємства невидимих активів, котрі не знайшли відображення в бухгалтерській звітності. Проведені розрахунки ефективності управління інтелектуальним капіталом за допомогою коефіцієнта Тобіна було доповнено використанням методу співвідношення ринкової та балансової вартості (MV/BV), результати якого підтвердили гіпотезу про пріоритетність інтелектуального капіталу для міжнародних компаній, які представляють сферу надання комп'ютерних послуг, інтернет-торгівлю та дещо менше – програмне забезпечення. Розрахунок вартості інтелектуального капіталу провідних міжнародних компаній методом доданої вартості (VAIC) також підтвердив найбільшу вартість інтелектуального капіталу для інформаційно- та наукоємних компаній.

З метою формалізації взаємозв'язку між інтелектуальним капіталом та результатами діяльності міжнародної компанії висунуто гіпотезу про позитивно значущий вплив показників, що характеризують ефективність використання інтелектуального капіталу на ринкову капіталізацію міжнародної компанії. Аналіз міцності взаємозв'язку факторів моделі з результативним показником

дав змогу зробити висновок про сильний вплив на ринкову капіталізацію рентабельності діяльності та темпів приросту витрат на НДДКР. Для визначення взаємозалежності між вартістю бренду та фінансовими коефіцієнтами було перевірено гіпотезу про суттєвий вплив фінансових коефіцієнтів на вартість бренду міжнародної компанії з використанням методики Interbrand.

Визначено пріоритети стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії, до яких віднесено необхідність урахування таких аспектів: визначальна роль гудвілу як уособлення нематеріальних активів; різний ступень значущості нематеріальних активів залежно від форми та рівня присутності компанії на регіональних ринках. З урахуванням визначених пріоритетів в роботі запропоновано процедуру стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії. Ключовим результатом використання процедури стратегічного управління є розроблення стратегічної карти об'єктів інтелектуальної власності міжнародної компанії. З метою апробації запропонованого методичного підходу до стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії розроблено стратегічну карту портфеля брендів корпорації Nestle, яка є одним із світових лідерів за кількістю зареєстрованих об'єктів інтелектуальної власності.

Ефективним інструментом інформаційної підтримки захисту інтелектуального капіталу міжнародних компаній є використання інформаційних ресурсів Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ, World Intellectual Property Organization, WIPO). На основі аналізу та систематизації інформаційних послуг ВОІВ запропоновано їх поділ на дві групи – превентивні та корекційні. З метою вдосконалення інформаційної підтримки управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії на основі використання ресурсів ВОІВ застосовано DFD-стандарт інформаційного моделювання (Data Flow Diagramming) та розроблено діаграму потоків даних (DFD-діаграму) процедур отримання компанією патенту в межах Договору про

патентну кооперацію РСТ та міжнародної реєстрації товарного знаку компанії в Мадридській системі.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що сформульовані в дисертації теоретико-методичні підходи, прикладні рекомендації можуть бути використані як основа для формування засад управління інтелектуальним капіталом компаній у міжнародному бізнесі.

Найвагомішими положеннями дисертації, що мають практичне значення є наступні: удосконалений стандарт представлення звітності про наявний інтелектуальний капітал міжнародної компанії; методичні засади стратегічного управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії; результати інформаційного моделювання використання компанією ресурсів Всесвітньої організації інтелектуальної власності з метою захисту її інтелектуального капіталу.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, міжнародна компанія, стандарт звітності, капіталізація, об'єкт інтелектуальної власності, морфологічна матриця, інформаційне моделювання.

ABSTRACT

Y. Vorobei. Management of international capital of an international company. – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

Dissertation of obtaining a scientific degree of candidate of economic science, 08.00.02 – World Economy and International Economic Relations. – Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv. – 2019.

The dissertation is a comprehensive study of theoretical, methodological and practical aspects, trends in the management of intellectual capital of an international company.

The paper examines the evolution of views on the essence and structuring of the intellectual capital of an international company, systematized and generalized approaches to managing the intellectual capital of an international company.

The scientific novelty of the results obtained in the dissertation is to develop the author of the concept of management of the intellectual capital of an international company and its implementation tools based on the proposed reporting standards, recommendations on strategic management of intellectual property objects and protection of intellectual capital of international companies.

The proposed author's approach to the development of the concept of intellectual capital management of an international company involves the combination of methodological approaches to the management of intellectual capital and is based on the value assessment of the role of client capital in ensuring, market capitalization, and taking into account the sector specificity of the activities of an international company.

The analysis of the approaches to the definition of the concept «intellectual capital» has been carried out, which shows a number of visues on its interpretation.

The author's understanding of systematization of approaches to intellectual capital management of the company has been proposed, the criterion for distinguishing them is the key management accents on the achieved results.

It is determined that the key integrated concepts of intellectual capital management, based on the fundamental differences in the sense of its contribution to the capitalization of the company are resource and value concept.

The analysis of existing approaches to the assessment of intellectual capital has been carried out. As a result of which the theoretical and empirical validity of the indicator of the ratio of market and balancing value (MV/BV), Tobin's q. and VAIC as indicators of the effective use of intellectual capital in the knowledge economy and the criteria for comparative analysis of the volume of intellectual capital in the context of certain types of economic activity are determined.

In the second section of the dissertation research the global and national standards of intellectual capital management of international companies, sectoral dimension and the evaluation of the efficiency of intellectual capital management systems of international companies are considered.

It is defined that wide opportunities for the formation of an adequate understanding of the state and prospects of the development of intellectual capital of the company generates the reporting in accordance with the European instruction – Intellectual Capital Statement (In Cas). In order to adapt the standard In Cas methodology to use in the activities of international companies the expediency of choosing the Y-coordinate of the expert assessment of the influence of intellectual capital on the company's capitalization is substantiated. Taking into account the submitted proposals, the morphological matrix of intellectual capital reporting on the basis of the standard In Cas and the modified matrix of intellectual capital management strategies of an intellectual company have been developed.

The analysis of the performance of leading international companies has made it possible to come to a conclusion that company's capitalization is substantiated. Taking into account the submitted proposals, the morphological matrix of intellectual capital reporting on the basis of the standard In Cas and the modified matrix of intellectual capital management strategies of an international company have been developed.

The analysis of the performance of leading international companies has made it possible to come to a conclusion that the management of intellectual capital in terms of economic activity differs in a certain specificity and differentiation of the contribution of its various components in raising the level of capitalization of the enterprise. In order to identify the sector specificity and the overall assessment of the efficiency of intellectual capital management, the indicators for a number of the leading international companies in the context of the certain types of economic activity have been calculated.

To calculate the Tobin's q, the information rating of the largest public companies Forbes-2018 was used. The aggregation of the companies by the type of activity was carried out in order to identify the sectoral peculiarities of the calculation results, which is essentially an indicator of the existence of the invisible assets in the enterprise that were not reflected in the financial statements. The concluded calculations of the efficiency of intellectual capital management with the help of the

Tobin's q . was supplemented using the MV/BV. The results of the method confirmed the hypothesis of the priority of intellectual capital for the international companies representing the sphere of providing computer services, Internet commerce and software. The calculation of the value of intellectual capital of the leading international companies by the value added method (VAIC) has also confirmed the highest value of intellectual capital for the information and knowledge-intensive companies.

In order to formalize the relationship between intellectual capital and the results of the international company the hypothesis of positively significant influence of the indicators characterizing the efficiency of the use of international capital on the market capitalization of the international company is put forward. The analysis of the strength of the interconnection of the factors of the model with the result indicator has led to the conclusion that the strong influence on the market capitalization of profitability and growth rates costs on «Research & Development». To determine the interdependence between brand value and financial ratios, the hypothesis about the significant impact of financial ratios on the value of an international company brand using a methodology Interbrand was tested.

The priorities of strategic management of objects of intellectual property of an international company are defined which include the necessity to consider such aspects: the determining role of goodwill as the personification of intangible assets: different degree of significance of intangible assets depending on the form and level of the company's presence on regional markets.

Taking into account the determined priorities in the work a procedure for strategic management of intellectual property objects of an international company is proposed. The key result of the use of the strategic management process is the development of a strategic map of the intellectual property of an international company. With the purpose of approbation of the proposed methodological approach to the strategic management of intellectual property objects of the international company a strategic map of the portfolio of brands of the corporation Nestle, which is one of the world leaders in the number of registered intellectual property objects, is developed.

The effective tool for informational support for the protection of intellectual capital of international companies is the use of information resources of WIPO (World Intellectual Property Organization). On the basis of analysis and systematization of information services of WIPO, their division into two groups of preventive and correctional ones was proposed. In order to improve the information support of the management of intellectual capital of an international company based on the use of resources of WIPO are applied Data Flow Diagramming and a data flow diagram has been developed (DFD-diagram), a procedure for obtaining a patent campaign within the framework of the Patent Cooperation Treaty and the international registration of the company's trademark in the Madrid system.

The practical significance of the results obtained is that the theoretical and methodical approaches formulated in the dissertation, applied recommendations can be implemented as a methodological basis for the management of the intellectual capital of an international company. The most practical significance lies in the following results of the dissertation: the methodological principles of strategic management of the intellectual capital of an international company and the results of information modeling of the use by the company of resources of the World Intellectual Property Organization in order to protect its intellectual capital.

Keywords: intellectual capital, international company, reporting standard, capitalization, object of intellectual property, morphological matrix, informational modeling.

Список публікацій здобувача за темою дисертації:

1. Воробей Ю. М. Адаптація стандарту звітування з інтелектуального капіталу InCas до використання в діяльності міжнародних компаній / Ю. М. Воробей // Економіка. Фінанси. Право. – 2018. – № 7/1. – С. 4–8 (0,48 друк. арк.).
2. Воробей Ю. М. Методи оцінки інтелектуального капіталу міжнародної компанії / Ю. М. Воробей // Інфраструктура ринку. – 2018. – № 21. – С. 8–12 (0,56 друк. арк.).

3. Воробей Ю. М. Національні стандарти управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній / Ю. М. Воробей // Бізнес-навігатор. – 2018. – № 5 (48). – С. 9–12 (0,61 друк. арк.).
4. Воробей Ю. М. Інформаційна підтримка захисту інтелектуального капіталу міжнародної компанії / Ю. М. Воробей // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2018. – № 6 (101). – С. 62-71 (0,59 друк. арк.).
5. Воробей Ю. М. Технології управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній / Ю. М. Воробей, В.П. Онищенко // 36. наук. праць «Економічний простір». – 2017. – № 127. – С. 35–47 (0,69 друк. арк.).
6. Воробей Ю. М. Сутність, структура та функції інтелектуального капіталу компанії / Ю. М. Воробей // Молодий вчений. – 2016. – № 4. – С. 39–43 (0,67 друк. арк.).
7. Воробей Ю. М. Проблемы в оценке стоимости интеллектуального капитала в Международных компаниях / Ю. М. Воробей // East European Science Journal. – 2018. – № 9 (37). – С. 9–13 (0,40 друк. арк.).
8. Воробей Ю. М. Сутність управління інтелектуальним капіталом компанії та основні стратегії / Ю. М. Воробей // Перший незалежний наук. вісник. – 2016. – № 14. – С. 35–38 (0,40 друк. арк.).
9. Воробей Ю. М. Основні проблеми управління інтелектуальним капіталом та шляхи їх вирішення / Ю. М. Воробей // Інноваційний розвиток економіки: проблеми та перспективи : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Умань, 29 вересня 2016 р.) – Умань : ВПЦ «Візаві». – 2016. – С. 178–181 (0,14 друк. арк.).
10. Воробей Ю. М. Підходи до визначення сутності та структури інтелектуального капіталу компанії / Ю. М. Воробей // Актуальні наукові дослідження в сучасному світі : матеріали XVI Міжнар. наук.-практ. конф. (Переяслав-Хмельницький, 26–27 вересня 2016 р.). – Переяслав-Хмельницький, 2016. – Вип. 9 (17). – Ч. 5 – С. 10–15 (0,29 друк. арк.).
11. Воробей Ю. М. Управління інтелектуальним капіталом компанії: сутність, зміст та основні стратегії / Ю. М. Воробей // Новий погляд на

розвиток економіки країни : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 25–26 березня 2016 р.). — Херсон : Гельветика, 2016. – С. 142–145 (0,19 друк. арк.).

12. Воробей Ю. М. Підходи до звітування про інтелектуальний капітал міжнародних компаній: переваги та недоліки / Ю. М. Воробей // Сучасні наукові дослідження на шляху до вдосконалення економічного потенціалу країни : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Дніпро, 22 вересня 2018 р.). – Дніпро : НО «Перспектива», 2018. – С. 9–12 (0,15 друк. арк.).

13. Воробей Ю. М. Управління інтелектуальним капіталом в умовах економіки знань / Ю. М. Воробей // Механізми, стратегії, моделі та технології управління економічними системами за умов інтеграційних процесів: теорія, методологія, практика : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (Мукачеве, 5–7 жовтня 2018 р.). – Хмельницький, 2018. – С. 27–28 (0,11 друк. арк.).

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ	14
ВСТУП	15
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ	24
1.1. Еволюція поглядів щодо розкриття змісту та структури інтелектуального капіталу міжнародної компанії	24
1.2. Концептуальні підходи до управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії	40
1.3. Методичний інструментарій оцінювання ефективності системи управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії	58
Висновки до розділу 1	76
РОЗДІЛ 2. УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ	80
2.1. Глобальні та національні стандарти управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній	80
2.2. Секторальний вимір систем управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній	96
2.3. Оцінка ефективності управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній	116
Висновки до розділу 2	133
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ	137
3.1. Моделювання впливу ефективності систем управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній на посилення їх конкурентних переваг	137
3.2. Стратегічне управління об'єктами інтелектуальної власності як уособленням інтелектуального капіталу міжнародної компанії	155
3.3. Інформаційна підтримка захисту інтелектуального капіталу міжнародної компанії	175
Висновки до розділу 3	192
ВИСНОВКИ	195
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	199
ДОДАТКИ	221

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ВВП – валовий внутрішній продукт.

ВДВ – валова додана вартість.

ВЕФ – Всесвітній економічний форум.

ВНД – валовий національний дохід.

ЄС – Європейський Союз.

ІК – інтелектуальний капітал.

МЕРТ – Міністерство економічного розвитку і торгівлі України.

НДДКР – науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи.

НТП – науково-технічний прогрес.

ОЕСР – Організація економічного співробітництва та розвитку.

ООН – Організація Об'єднаних Націй.

СОТ – Світова організація торгівлі.

ТНК – транснаціональна корпорація.

ЮНКТАД – Конференція ООН з торгівлі та розвитку.

ВСТУП

Актуальність теми. На сучасному етапі розвитку світової економічної системи успішність міжнародних компаній все більшою мірою асоціюється з дієвістю управління їхнім інтелектуальним капіталом. За оцінками експертів, в економіці сьогодення співвідношення матеріальних ресурсів до нематеріальних складає 30:70 відсотків, тоді як на початку ХХ ст. ця пропорція становила 63:37 відсотків, а ринкова вартість деяких міжнародних компаній, конкурентні переваги яких базуються на нематеріальних активах, майже у 6 разів перевищує їх балансову вартість. Формування сучасних підходів до управління інтелектуальним капіталом відбувається в умовах постіндустріальної доби, коли передумовою розвитку суспільства та компаній стає ефективність використання нематеріальних активів. Визнання ключової ролі нематеріальної складової у забезпеченні капіталізації міжнародних компаній обумовлює активізацію наукових досліджень у напрямі розроблення теоретичних та практичних аспектів управління їхнім інтелектуальним капіталом.

Теоретичне підґрунтя дослідження ролі інтелектуального капіталу у забезпеченні конкурентоспроможності міжнародних компаній становлять класичні праці Ф. Махлупа, Дж. Бела, Дж. Гелбрейта, Р. Хола, Ф. Самуельсона, а практичний інструментарій його оцінювання запропоновано К. Свейбі, Р. Капланом, Е. Брукінг. Серед вітчизняних вчених проблематику управління інтелектуальним капіталом в умовах інноваційного розвитку економічної системи розглядали С. Ілляшенко, Д. Ільницький, О. Кендюхов, А. Колот, В. Онищенко, М. Рубцова, А. Чухно, Г. Уманців, Л. Федулова та ін. Попри значну кількість наукових розробок у предметній царині дослідження, сьогодні управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній не становить цілісної та комплексної концепції. Основні труднощі в контексті її практичної реалізації полягають у відсутності єдиних методологічних засад оцінювання як власне інтелектуального капіталу, так і його внеску в капіталізацію міжнародної компанії. З урахуванням багатовекторності розуміння сутності, джерел формування та складових інтелектуального капіталу міжнародної

компанії, розроблення теоретичних засад та комплексного адекватного інструментарію визначення його ролі у капіталізації компанії набуває очевидної актуальності, що зумовило вибір теми дисертаційної роботи, мету, завдання та напрями дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано відповідно до тематики науково-дослідних робіт Київського національного торговельно-економічного університету Міністерства освіти і науки України (м. Київ). За темою 665/20 "Експорт-промоушн України в умовах дестабілізації глобальних торговельних регуляторів" (номер держреєстрації 0117U007173, 2017-2019 рр.) здобувачем розроблено рекомендації щодо вдосконалення стандартів звітування з використання інтелектуального капіталу міжнародних компаній та визначено заходи щодо стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародних компаній. Результати дисертаційної роботи щодо реалізації пріоритетів міждержавного співробітництва у сфері лібералізації торгівлі та захисту інтелектуальної власності знайшли своє відображення у НДР на тему «Пріоритети міждержавного співробітництва у сфері лібералізації торгівлі та захисту інтелектуальної власності», яка виконувалась на замовлення товариства з обмеженою відповідальністю «ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА» (номер державної реєстрації НДР - 0119U101469).

Метою дисертаційної роботи є розроблення теоретичних засад і обґрунтування практичних рекомендацій щодо управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішено такі наукові та практичні завдання:

досліджено еволюцію поглядів на сутність та структурізацію інтелектуального капіталу міжнародної компанії;

систематизовано та узагальнено підходи до управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії;

проаналізовано методи фінансового та нефінансового оцінювання інтелектуального капіталу компаній;

розглянуто національні та міжнародні стандарти звітності з використання інтелектуального капіталу міжнародних компаній;

досліджено секторальні особливості управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній;

здійснено оцінку ефективності управління інтелектуальним капіталом провідних міжнародних компаній різної секторальної приналежності;

обґрунтовано вплив ефективності систем управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній на посилення їх конкурентних переваг;

розроблено пропозиції щодо стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії як уособленням її інтелектуального капіталу;

обґрунтовано рекомендації щодо інформаційної підтримки захисту інтелектуального капіталу міжнародної компанії.

Об'єктом дослідження є процес управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії. Предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні аспекти управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є сукупність способів наукового пізнання, методів, прийомів і принципів проведення наукового дослідження. Теоретичною основою дисертації послуговували положення концепцій економічного розвитку, теорій управління інтелектуальним капіталом, управління знаннями, наукові праці та методичні розробки вітчизняних і зарубіжних учених у галузі міжнародного менеджменту та управління нематеріальними активами. Правове поле дослідження склали чинні законодавчі та нормативні документи, що регламентують управління об'єктами інтелектуальної власності. Інформаційною базою дослідження є матеріали Всесвітньої організації інтелектуальної власності, Всесвітнього економічного форуму, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України,

Світової організації торгівлі, Організації економічного співробітництва та розвитку, Світового банку, Інтернет-ресурси, звітність міжнародних корпорацій у відкритому доступі, результати власних досліджень.

У процесі дослідження використано методи: діалектичної єдності історичного і логічного (при дослідженні еволюціонування теорій і концепцій управління інтелектуальним капіталом); науковий аналіз і синтез (при систематизації підходів до управління інтелектуальним капіталом); метод компаративного аналізу (при обґрунтуванні специфіки управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії у розрізі видів економічної діяльності); процесний і функціональний підходи (при розробленні процедури стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії); метод морфологічного аналізу (при розробці морфологічної матриці звітування з інтелектуального капіталу міжнародної компанії на основі стандарту InCaS); метод графічного моделювання (при розробці стратегічної карти об'єктів інтелектуальної власності міжнародної компанії); кореляційно-регресійний аналіз (при визначенні та оцінці сили взаємозв'язку між: витратами на НДККР та обсягом реалізації міжнародних компаній; показниками ефективності використання інтелектуального капіталу міжнародних компаній та їх ринковою капіталізацією); індексний метод (при розрахунку коефіцієнтів Тобіна міжнародних компаній); метод інформаційного моделювання (при побудові DFD-діаграм управління захистом об'єктів інтелектуальної власності міжнародної компанії).

Наукова новизна одержаних результатів. Основний науковий результат дисертаційної роботи полягає у розробці концепції управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії та інструментарію її реалізації на основі запропонованих стандартів звітності, рекомендацій щодо стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності та захисту інтелектуального капіталу міжнародних компаній.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в такому:

уперше:

- розроблено якісні та кількісні критерії ідентифікації складових концептуальної моделі управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії, які розкривають її як складну систему, що характеризується множинністю, ієрархічністю та структурністю, охоплюючи: по-перше, синергійну взаємодію ключових функцій (організації, планування, мотивування та контролю); по-друге, мотивації та дії процесу управління (започаткування, використання та розширене відтворення інтелектуального капіталу); по-третє, джерела (людський, структурний та клієнтський капітали) та ефекти продукування (універсальні та специфічні галузеві, міжгалузеві, кластерні, мережеві); по-четверте, методичні підходи до розробки управлінських заходів (обліковий, класифікаційний, маркетинговий, соціологічний, комунікаційний, інноваційний та системний); по-п'яте, детермінанти реконфігурації складових (асиметрія технологічного розвитку країн та окремих регіонів світу, загострення міжнародної конкуренції на основі нематеріальних активів, міжкраїнні відмінності в інституційних механізмах захисту інтелектуальної власності, динамічні зрушення в технологічних укладах та споживчих трендах під впливом четвертої промислової революції); це дозволяє поглибити теоретичні засади дослідження середовища їхнього формування, структурувати умови досягнення та трансформації з метою розробки комплексу управлінських заходів задля посилення міжнародних конкурентних позицій компанії в турбулентних умовах постіндустріальної доби;

удосконалено:

методичні засади стратегічного управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії за рахунок обґрунтування доцільності розгляду об'єктів інтелектуальної власності компанії (патентів, брендів, авторських прав) як інтегруючого результату ефективності використання її інтелектуального капіталу; запропоновано процедуру стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії, дотримання якої дозволяє оцінити стратегічну значущість об'єктів інтелектуальної власності для забезпечення ефективного функціонування міжнародної компанії, створює

підґрунтя для вибору стратегій конкуренції та комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на регіональних ринках, та передбачає розробку стратегічної карти об'єктів інтелектуальної власності міжнародної компанії; побудова стратегічної карти дозволяє визначити оптимальні стратегії конкуренції (мультиплікація, концентрація, інтеграція) та комерціалізації (пасивна, реактивна, проактивна) з урахуванням належності об'єктів інтелектуальної власності до певного портфелю (патенти, бренди, авторські права) та їх віднесення до певної категорії стратегічної значущості (стратегічні, цінні, незначущі);

інструментарій оцінювання впливу виду економічної діяльності на частку інтелектуального капіталу в нематеріальних активах міжнародної компанії; на основі тестування багаточисельних емпіричних та статистичних даних доведено гіпотезу про пріоритетність та вагомість інтелектуального капіталу для міжнародних компаній, які представляють високотехнологічні виробництва та види діяльності із рівнем технологічності виробництв вище середнього в розрізі всіх його складових (людського, структурного та клієнтського); для видів економічної діяльності, що відносяться до середньо- та низькотехнологічних виробництв гіпотеза мала підтвердження в частині більшої вагомості людського та клієнтського капіталів;

дістало подальшого розвитку:

методика формування стандартів звітності щодо використання інтелектуального капіталу міжнародних компаній за рахунок вдосконалення стандарту Європейської інструкції з відображення інтелектуального капіталу (Intellectual Capital Statement, InCaS), яка визначає стратегію управління компонентами інтелектуального капіталу компанії (людський, структурний, клієнтський капітал) залежно від сполучення експертної оцінки потенціалу їх покращення (X-координата) та впливу на фінансові результати компанії (Y-координата); у контексті адаптації методології стандарту InCaS до використання в діяльності міжнародних компаній обґрунтовано доцільність використання в якості Y-координати експертної оцінки впливу

інтелектуального капіталу на капіталізацію компанії та розроблено морфологічну матрицю звітування з інтелектуального капіталу міжнародної компанії на основі стандарту InCaS;

підходи до класифікації методів оцінювання ефективності управління інтелектуальним капіталом, що дозволило констатувати теоретичну й емпіричну обґрунтованість показника співвідношення ринкової та балансової вартості (MV/BV), коефіцієнта Тобіна (Tobin's q) та коефіцієнта доданої вартості інтелектуального капіталу (VAIC) як індикаторів ефективності використання інтелектуального капіталу в умовах економіки знань та критеріїв компаративного аналізу міжнародних компаній різних видів економічної діяльності у частині впливу інтелектуального капіталу на результати їх фінансово-господарської діяльності;

обґрунтування секторальних детермінант управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній, що поряд з спільними та відмінними рисами у розрізі окремих видів економічної діяльності, дало змогу виявити тенденцію поступового посилення ролі клієнтського капіталу в загальній системі генерації доданої вартості і відповідно нарощення інвестиції на його формування, у т.ч. інвестиції в розвиток бренда компанії, вивчення уподобань клієнтів, заходи для залучення нових та утримання існуючих клієнтів тощо;

економічний зміст взаємозв'язку між ефективністю використання інтелектуального капіталу міжнародної компанії та результатами її фінансово-господарської діяльності за рахунок побудови багатофакторної кореляційно-регресійної моделі взаємозв'язку між показниками ефективності використання інтелектуального капіталу та ринковою капіталізацією міжнародних компаній; аналіз щільності взаємозв'язку факторів моделі з результируючим показником дозволив підтвердити гіпотезу щодо позитивного значущого впливу показників, що характеризують ефективність використання інтелектуального капіталу на ринкову капіталізацію міжнародної компанії.

Практичне значення одержаних результатів. Результати та рекомендації дисертації є методичною основою управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії. До результатів, що мають найбільше практичне значення, належать: стандарт звітування про інтелектуальний капітал міжнародної компанії на основі рекомендацій Європейської інструкції з відображення інтелектуального капіталу, методичні засади стратегічного управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії та результати інформаційного моделювання використання компанією ресурсів Всесвітньої організації інтелектуальної власності з метою захисту її інтелектуального капіталу, що можуть бути використані у діяльності вітчизняних та міжнародних компаній.

Розробки та рекомендації стосовно удосконалення методології формування стандартів звітності щодо використання інтелектуального капіталу використано в роботі ТОВ «ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА» (довідка № 13/18 від 28.11.2018).

Рекомендації щодо удосконалення методичних засад стратегічного управління інтелектуальним капіталом компанії використовуються в роботі ТОВ «Спектр-Агро» (довідка № 14/18 від 11.11.2018).

Теоретичні положення і методичні розробки дисертаційної роботи використані в освітньому процесі Київського національного торговельно-економічного університету для підготовки програми та робочої програми дисципліни «Міжнародна безпека» для студентів освітнього рівня «бакалавр» спеціалізації «Міжнародний бізнес» (довідка № 429/22 від 20.02.2019).

Особистий внесок здобувача. Наукові положення, розробки та висновки дисертаційної роботи є результатом самостійно проведеного автором дослідження щодо управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній. Особистий внесок автора конкретизовано у списку публікацій.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та висновки дисертації доповідалися й одержали схвалення на Всеукраїнській науково-практичній конференції "Інноваційний розвиток економіки: проблеми та

перспективи" (м. Умань, 2016 р.), Міжнародній науково-практичній конференції "Новий погляд на розвиток економіки країни" (м. Львів, 2016 р.), XVI Міжнародній науково-практичній конференції "Актуальні наукові дослідження в сучасному світі" (м. Переяслав-Хмельницький, 2016 р.), Міжнародній науково-практичній конференції "Сучасні наукові дослідження на шляху до вдосконалення економічного потенціалу країни" (м. Дніпро, 2018 р.), V Міжнародній науково-практичній конференції "Механізми, стратегії, моделі та технології управління економічними системами за умов інтеграційних процесів: теорія, методологія, практика" (м. Мукачеве, 2018 р.).

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 13 наукових праць, з них 1 стаття – у закордонному науковому виданні, 6 статей – у наукових фахових виданнях та виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз, 6 публікацій – в інших виданнях. Загальний обсяг публікацій – 5,28 д. а., з яких автору належить 4,89 д. а.

Структура й обсяг роботи. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів і висновків, викладених на 185 сторінках друкованого тексту. Матеріали дисертації містять 41 таблицю і 16 рисунків, які подано на 57 сторінках. Список використаних джерел із 220 найменувань уміщено на 22 сторінках, 8 додатків – на 19 сторінках.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

1.1. Еволюція поглядів щодо розкриття змісту та структури інтелектуального капіталу міжнародної компанії

Здійснюючи ретроспективний аналіз підходів щодо розкриття змісту інтелектуального капіталу міжнародної компанії, доречно окреслити кілька тез, які визначають їх особливість.

По-перше, вітчизняні та зарубіжні дослідники в ході аналізу окресленої проблематики рухались від *загального* (на рівні підприємства/компанії як суб'єкта господарювання мікрорівня) до *специфічного* (на рівні підприємств/кластерів компаній, котрі здійснюють міжнародну діяльність у певних секторах і сферах господарської діяльності, на різних регіональних ринках [163; 149]. При цьому розглядається кілька напрямів аналізу: вплив інтелектуального капіталу на результати діяльності компанії [109] та перехресний вплив, у тому числі на інтелектуальний капітал шляхом спільної взаємодії компаній [190].

По-друге, вагомим поштовхом для окресленого напрямку дослідження стали методологічні розробки щодо нового типу підприємств в епоху постіндустріальної доби та трансформації національних економічних систем країн світового авангарду в інформаційні економіки, що висувало нові вимоги до організаційної структури та системи прямих та зворотних зв'язків між підрозділами компаній мережевого типу і на внутрішніх, і на зовнішніх ринках, а відтак актуалізувалося у розробленні відповідного напрямку досліджень.

По-третє, додаткового імпульсу у вивченні проблематики надало ускладнення конкурентних умов діяльності компаній на міжнародних ринках, урізноманітнення інструментарію досягнення та закріплення конкурентних переваг у розрізі взаємин як зі споживачами, так і з іншими контрагентами (постачальниками, ритейлом, партнерами по спільних інвестиційних, науково-

дослідних, маркетингових тощо проектах) [165]. Переорієнтація міжнародної конкуренції у сферу нематеріальних активів змушує компанії дотримуватися проактивної стратегії та здійснювати перманентні трансформації. Для багатьох фірм цінність навичок персоналу, інформаційних систем та організаційної культури значно перевищує вартість матеріальних ресурсів. Таким компаніям вдається підтримувати динамічну рентабельність, оскільки вони керуються модернізаційним підходом до створення унікальних ключових компетенцій і активізації динамічних можливостей зовнішньої експансії. Для успішної реалізації внутрішньофірмових джерел конкурентних переваг (окрім компетенцій) пріоритетними в інформаційну епоху стають динамічні можливості компанії, що передбачають особливу діяльність фірми з управління активами та компетенціями (знаннями) в умовах перманентної трансформації зовнішнього середовища.

По-четверте, на сьогодні попри значний спектр досліджень окресленої проблематики немає єдиного підходу до розкриття змісту та структури інтелектуального капіталу, що свідчить про наявність потенціалу наукового пошуку і в подальшому. Дослідження напрямів та змісту наукових напрацювань учених у царині інтелектуального капіталу здійснюється шляхом активізації міждисциплінарних розвідок, які враховують багатофакторність походження самого явища інтелектуального капіталу та мультиканальний спектр його впливу на різні сектори економічних систем та напрями економічної діяльності.

По-п'яте, питання природи, джерел формування та структури інтелектуального капіталу стали об'єктом розробок не лише науковців-теоретиків, а й епіцентром уваги практиків-управлінців, експертів у галузі державного управління, оскільки безпосередньо стосуються формування інституційних умов сприяння інноваційно-комунікаційній діяльності міжнародних та національних компаній. Конкурентна перевага країни як суб'єкта світогосподарських процесів прямо залежить від локації глобальних інвестиційних, інтелектуальних, виробничих ресурсів на її економічній

території. Особливий напрям макроекономічних аспектів формування інтелектуального капіталу розкривають дослідження передумов та джерел фінансування освітньої сфери як середовища формування глобальних конкурентних переваг країни в інформаційну епоху [115; 92].

Перші розробки в царині інтелектуального капіталу здійснено ще представниками неокласики в 60-х рр. ХХ століття. Так, М. Фрідман, окреслюючи потенціал проблематики та структуру інтелектуального капіталу, виділив у складі активів підприємства так званий гуманітарний капітал, виокремивши його особливості порівняно з іншими складовими частинами капіталу [127]. У подальшому цей підхід трансформувалася в концепцію людського капіталу, котра презентує аналіз знань людини, які сприяють творчій праці.

У концепції ж інтелектуального капіталу з самого початку був представлений більш широкий спектр факторів, що формують цінність компанії, розглядаючи не тільки знання людини, а й накопичені наукові знання в нових технологіях, методиках виробництва, базах даних, програмному забезпеченні, а також відносинах з іншими економічними суб'єктами (споживачами, постачальниками, конкурентами) [38].

Певний дослідницький прорив в розвитку проблематики інтелектуального капіталу можемо відмітити в 90-х рр. ХХ століття. Значний внесок у розвиток питання стосовно уточнення змісту інтелектуального капіталу як об'єкта дослідження і виділення його структурних елементів здійснили такі зарубіжні вчені і практики, як Л. Прусак, Д. Русс, К. Свейбі, Т. Стюарт, Е. Тоффлер, Т. Форт'юн, І. Хіроякі, Л. Едвінссон, а також вітчизняні дослідники: О. Корнух, В.Порохня, О. Кендюхова, А. Чухно та інші.

У цілому генезис понять «інтелектуальний капітал» та «інтелектуальний актив» в економічній теорії пов'язаний з прагненням науковців оцінити роль і специфіку нематеріальних активів як однієї з ключових детермінант розвитку міжнародних компаній. У міру вивчення характеру і вектору впливу НТП на розвиток виробництва, у межах різноманітних концепцій і теорій економістами

формулювались різні трактування цього поняття, як-от невидимі активи, знання, базисна компетенція, стратегічні активи та ін., що зумовлено відсутністю єдиного розуміння цього терміну. Його можна розглядати у широкому (як втілення всього нематеріального, чим володіє компанія) або вузькому сенсі (як обсяг нематеріальних активів, відображених у бухгалтерській звітності). На нашу думку, на практиці, під інтелектуальним капіталом варто розуміти обсяг нематеріальних активів та гудвілу, які оприлюднюються міжнародними компаніями у фінансовій звітності, а також ті активи, що не відображені у звітності через недосконалість системи обліку нематеріальних активів, але які не можна ігнорувати в умовах економіки знань.

На основі аналізу фахових монографічних та публіцистичних джерел можна виділити такі підходи до розкриття проблематики інтелектуального капіталу:

- мікро- і макроекономічний підхід;
- термінологічний підхід;
- морфологічний підхід;
- підхід з огляду ресурсної (Resource-Based View) та витратної концепцій.

У вимірі *мікроекономічного аналізу* учені під інтелектуальним капіталом розуміють не тільки наукові кадри (інтелектуальну еліту), а й заводські марки, товарні знаки і навіть деякі матеріальні активи, занесені в бухгалтерський облік із зазначенням їх вартості [82, 12]. В роботах деяких авторів зустрічається ще ширше тлумачення інтелектуального капіталу, що включає такі чинники, як провідні позиції в галузі використання нових технологій, безперервне підвищення кваліфікації персоналу і навіть оперативність виконання заявок клієнтів [116]. Як і будь-який інший фактор виробництва з позицій мікроекономіки, інтелектуальний капітал є важливим джерелом доданої вартості і прибутку підприємства. Додана вартість розглядається в контексті результату використання нових можливостей бізнесу, нових ринків, виробництва нової продукції, підвищення ефективності застосування наявних

активів, економії витрат. Головна функція інтелектуального капіталу полягає в тому, щоб істотно прискорити приріст маси прибутку шляхом формування і реалізації необхідних підприємству систем знань, що забезпечують його діяльність із високим рівнем продуктивності. Одні дослідники називають це «додатковою вартістю інформації», інші – «рентою знань», «інтелектуальної рентою» [164].

З огляду *макроекономіки*, знання як інтелектуальний капітал визначають рівень розвитку економіки країни в майбутньому, стаючи рушієм економічного зростання. Вагому роль у цьому відіграють новітні підходи до розуміння концепції інтелектуального капіталу в державному секторі [132]. Окремі вітчизняні науковці безпосередньо пов'язують рівень розвитку та масштаби інтелектуального капіталу зі станом економічної безпеки країни [26]. Зокрема, зазначається, що вихід із системної кризи і підвищення конкурентоспроможності країн із групи держав із трансформаційною економікою можливий у разі ефективної реалізації інтелектуального потенціалу і формування інтелектуального капіталу. При цьому доводиться, що потенційний та інтелектуальний капітал створюють позитивну різницю потенціалу держави, що є джерелом економічного зростання збалансованих показників діяльності країни, а їх співвідношення визначає його темпи розвитку і, відповідно, рівень соціально-економічної безпеки. Інший аспект розвитку інтелектуального капіталу на макrorівні аналізують білоруські вчені [74], котрі зокрема оцінюють роль інформації та процеси формування інформаційного суспільства з огляду їх впливу на інтелектуальний капітал нації. Досить цікавим є також напрям, що характеризує особливості реалізації інтелектуального капіталу на рівні державного сектора економіки [132].

На наше переконання, мікро- та макроекономічні підходи щодо розкриття змісту інтелектуального капіталу не суперечать один одному, радше можна вести мову про можливість досягнення синергійного ефекту у разі накладання базових передумов формування складових інтелектуального капіталу на мікрорівні зі сприятливими інституційними умовами нарощування

інноваційного потенціалу економіки на рівні країни у цілому [89, 150]. Тому, на нашу думку, інтелектуальний капітал можна охарактеризувати як певний різновид суспільних відносин, що виражає соціально-економічну форму нематеріальної вартості, носієм якої є цінності інтелектуального характеру. Такі інтелектуальні цінності в умовах певних прав власності здатні накопичуватися за рахунок інвестицій, продуктивно використовуватися з метою отримання поточного доходу чи доходу у майбутньому.

Термінологічний підхід передбачає варіативність розгляду самого поняття інтелектуального капіталу, при цьому теоретичні розвідки здійснюються у напрямків визначення тотожностей чи відмінностей між низкою термінів, які розкривають суть інтелектуального капіталу. Для його визначення, вчені використовують широкий ряд синонімів, наприклад, нематеріальні активи, інтелектуальні ресурси, інтелектуальна власність, інтелектуальні активи тощо [150]. Поява безлічі термінів пояснюється, як справедливо стверджують Н. Бонтіс і Д. Крістандл, великою кількістю науковців, які вивчають цю тему, й хочуть закріпити саме свою термінологію [150, 151]. Наприклад, дослідник К. Сьюбінг взагалі ототожнював поняття інтелектуального капіталу та нематеріальних активів, до якого зводив набір індивідуальних компетенцій, внутрішню структуру фірми та її зовнішню структуру. Разом з тим помітно, що той перелік складових інтелектуального капіталу, що розглядається автором з позицій його сутнісних ознак, виходить за межі нематеріальних активів фірми. Всебічний аналіз підходів щодо взаємозв'язку між інтелектуальними ресурсами та інтелектуальним капіталом підприємства здійснено вітчизняними дослідниками Г. Швиданенко та І. Гусевою [80], які довели, що за своїм змістом інтелектуальні ресурси є більш широким поняттям і включають також інтелектуальний капітал, вміщуючи ще й інші нематеріальні активи. Інтелектуальний капітал у тлумаченні Л. Едвінссона та М. Малоуна ідентифікується як похідний від інтелектуальних ресурсів. При цьому дослідники зазначають умови трансформації інтелектуальних ресурсів в інтелектуальний капітал – їх включення у господарський обіг, місце їх

споживання, а відтак створюються продукти, що мають інтелектуальну складову [112].

В основі *ресурсної* (Resource-Based View) *концепції* тлумачення інтелектуального капіталу, окремі аспекти якої розробляли Дж. Тіс, Г. Пізано, Е. Шуен [73], Н. Бонтіс [98; 95], враховується той чинник, що в сучасній економіці, побудованій на знаннях (knowledge-based economy), компанії стикаються з новими умовами ведення бізнесу і функціонування галузей. Капітали переміщуються в ті галузі, які базуються на створенні знань, де збільшується частка інтелектуального капіталу в створенні доданої вартості товару, ринкова вартість компанії в результаті оцінюється з урахуванням якості її інтелектуальних ресурсів. Для досягнення бажаних параметрів економічного зростання організаціям доводиться розкривати все нові форми капіталу й ті компоненти ресурсної бази, які можуть стати їх конкурентними перевагами при ефективному управлінні разом з іншими складовими, а також компетентностями компанії. Інтелектуальний капітал як ресурс повинен мати такі властивості VRIN:

- цінність (valuable) – ресурси мають створювати вартість для компанії;
- рідкісність (rare) – ресурси повинні бути відносно непоширеними, унікальними й важкодоступними для конкурентів;
- неімітованість (inimitable) – ризик копіювання ресурсів конкурентами має бути мінімальним;
- незамінність (non-transferable) – конкуренти не повинні володіти аналогічними ресурсами.

Таким чином, інтелектуальний капітал – це стратегічний ресурс підприємства, що володіє властивостями VRIN і дає змогу створювати стійку цінність [150].

Нині в умовах як внутрішньої, так і міжнародної конкуренції компанія може досягати успіхів лише у разі активного вдосконалення інтелектуальної компоненти свого ресурсного портфеля, а саме: безперервно акумулюючи організаційні знання (корпоративний інтелект), трансформуючи досвід і

навички співробітників шляхом упровадження нових технологій, продукції та послуг, бізнес-процесів і рішень, організаційних структур тощо. Відтак з позицій ресурсного підходу інтелектуальний капітал можна розглядати як унікальний ресурс, від ефективного управління яким компанія очікує отримувати надприбуток.

Вартісний підхід (Т. Стюарт [71], К-Е. Свейбі [201], Л. Едвінссон [112], М. Малоун [112]) пропонує розглядати інтелектуальний капітал з позицій кінцевих вигод, які фірми можуть отримати від його використання. При цьому інтелектуальний капітал не має самостійної цінності, але є фактором виробництва, що здатен таку цінність продукувати. Інтелектуальний капітал з цієї точки зору породжує більш високу вартість, а компанія, що володіє інтелектуальними ресурсами, отримує шляхом ефективного використання її інтелектуальних ресурсів приріст вартості. Водночас досить багато вчених, у т.ч. Л. Едвінссон, розуміли під цим терміном різницю між ринковою і балансовою вартістю компанії [81, 152]. У подальших дослідженнях було доведено, що нарощування вартості може бути зумовлено чинниками, не пов'язаними з інтелектуальним капіталом, зокрема викривленням вартісної оцінки матеріальних активів підприємства, зміною суверенного кредитного рейтингу тієї чи іншої країни, що відбивається на зміні рейтингу, а відтак і вартості активів, у тому числі матеріальних, підприємств та компаній, що підпадають під відповідну національну юрисдикцію.

Морфологічний підхід ґрунтується на розкритті змісту інтелектуального капіталу через його структуру. На сьогодні найбільш поширеними є структури, запропоновані Е. Брукінг і Т. Стюартом. Згідно з пропозиціями, представленими в книзі Е. Брукінг [4], він ділиться на чотири компоненти: ринкові активи, людські активи, інтелектуальна власність як актив та інфраструктурні активи. Ринковий актив – це певне бачення ринком та його представниками нематеріальних активів компанії. Наприклад, відданість споживачів бренду компанії. Людські активи – це сукупність досвіду, навиків та знань усіх працівників організації.

Інтелектуальна власність у найбільш поширеному вигляді уособлюється в патенти, ліцензії, авторські права та под. Інфраструктурні активи – це ті активи, за рахунок яких в організації здійснюються бізнес-процеси, комунікація між співробітниками, відділами. До них також належить корпоративна культура та бази даних.

Структура інтелектуального капіталу, запропонована Т. Стюартом [71, 89] складається з трьох компонентів: людського, структурного та споживчого (клієнтського) капіталів. Людський та структурний капітал є аналогічними щодо відповідних компонент людського та інфраструктурного активів, запропонованих у класифікації Е. Брукінг. Споживчий (клієнтський) капітал автор тлумачить як відносини з різними групами агентів, наприклад, споживачами, кредиторами, постачальниками, власниками тощо.

У подальшому, більшість дослідників керувались саме таким підходом, акцентуючи увагу на людському капіталі, а також внутрішніх та зовнішніх інтелектуальних ресурсах фірми (Л. Едвінсон, М. Малоун, Е. Брукінг, А. Мотта та ін.).

У більш систематизованому вигляді схема інтелектуального капіталу розроблена Л. Едвінсоном і М. Малоун [112]. Так, в інтелектуальному капіталі вони чітко розмежовують дві великі складові частини: людський капітал та структурний капітал, що визначають їх зміст. В економічній літературі така структура інтелектуального капіталу визнається найбільш фундаментальною. Перший елемент втілений у працівників компанії або їх колективів у вигляді знань, досвіду, навиків, конкурентних властивостей, можливостей до нововведень персоналу, а також у загальній культурі, філософії фірми, її внутрішніх цінностей. Людський капітал, за Л. Едвінсоном, – це «сукупність знань, практичних навичок та творчих здібностей службовців компанії, застосована до виконання поточних завдань. Інші його складові – моральні цінності компанії, культура праці та обмін думкою» [112]. Водночас – це сукупна величина інвестицій у навчання, вміння співробітників. Друга складова, так званий структурний капітал, розкривається через організаційний

капітал (всі ресурси, які підтримують поточну діяльність компанії) і капітал відносин (відносини з клієнтами, постачальниками та іншими контрагентами фірми). Організаційний і капітал відносин спільно формують структурний капітал, причому ці компоненти безпосередньо й невід’ємно належать підприємству, у тоді як людський капітал йому не належить, тобто його носії (персонал) можуть в будь-який момент залишити підприємство. Структурний же капітал (організаційна стратегія і культура) є більш сталим та у цілому незалежним від робочої сили. На сьогодні морфологічний підхід до розкриття змісту інтелектуального капіталу має значне коло послідовників. Узагальнення найбільш вагомих розвідок з питань структури інтелектуального капіталу можна представити у вигляді табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Класифікація інтелектуального капіталу в межах морфологічного підходу

Автор	Класифікація
Л. Едвінсон, М. Малоун [112]	- людський капітал; - структурний капітал
М. Адамс [82] Л. Головова [26] Н.Тихомирова [74]	- інтелектуальний капітал підприємства; - інтелектуальний капітал країни
Н. Бонтіс [98, 95] Т. Стюарт [71]	- людський капітал; - структурний капітал; - клієнтський капітал
Г. Сент-Ондр [183] Й. Руус [180]	- людський капітал; - структурний капітал; - капітал відносин
К. Свейбі [201]	- компетенції персоналу; - внутрішня структура; - зовнішня структура
С. Ліана, Х. Ван Бюрен [154]	- людський капітал; - інновацій капітал; - процесний капітал; - клієнтський капітал
Д. О’Доннел, П. О’Реган, Б. Коутс [170]	- людський капітал; - внутрішня структура; - зовнішня структура

Джерело: складено автором на основі джерел, наведених в табл. 1.1

Важливо зазначити, що, попри формальні відмінності в назвах елементів інтелектуального капіталу, погляди дослідників збігаються у тому, що кожен

компонент може бути оцінений і пристосований для інвестицій. Згадувані нами вище науковці Й. Руус, С. Пайк і Л. Фернстрем представили це як взаємодію компонентів у вигляді ресурсного дерева, виділивши капітал відносин (клієнти, постачальники, партнери, об'єднання, ринкові канали, джерела нових знань), організаційний капітал і людський капітал (освіта, кваліфікація, компетенції співробітників, установки, інтелектуальна гнучкість). Організаційний капітал формують складові, спрямовані всередину (управлінські бізнес-процеси, організаційна структура, системи інформації в базах даних, програмне забезпечення), а також компоненти, спрямовані назовні (бренди, торговельні знаки, сервісні пропозиції, продуктові концепції, патенти, авторські права).

Саме загострення конкурентної боротьби компаній за клієнтів, розширення своєї експансії з внутрішніх ринків на зовнішні, спонукали науковців і практиків до теоретичного узагальнення окреслених процесів. Сам термін «клієнтський капітал» був уперше введений Г. Сент-Ондром у науковий обіг в 1993 р. [183, 37]. Клієнтський капітал інтерпретувався ним як сукупність всіх взаємовідносин з клієнтами, визначених глибиною (частка у виручці компанії), шириною (охоплення і частка ринку) і рентабельністю взаємин організації з усіма її клієнтами. Оскільки дослідник розглядав клієнтський капітал як частину інтелектуального капіталу поряд зі структурним і людським капіталом, він стверджував, що розвиток і збільшення кожного з елементів інтелектуального капіталу неможливі окремо один від одного. На його думку, вивчаючи процеси формування клієнтського капіталу, необхідно враховувати принципи функціонування структурного і людського капіталу [183, 36]. У подальшому цей напрям досліджень інтелектуального капіталу компаній отримав розвиток в роботах таких зарубіжних вчених, як Ч. Амстронг, Г. Гетс, Ж. Томас, Р. Раст, В. Цайтамл, К. Лемон, Д. Хассенс, Дж. Вілануевал, С. Гупта, Е. Пейн. Зокрема, Е. Пейн одним з перших ідентифікував та систематизував основні джерела формування клієнтського капіталу, описавши процес створення цінностей, одержуваних клієнтом і фірмою. На його думку,

продукування доданої вартості може відбуватися лише у разі ефективного і взаємовигідного трансферу цінностями між клієнтом і компанією [61, 103-104].

Важливий, на наш погляд, аспект клієнтського капіталу в контексті діяльності саме міжнародних компаній був ідентифікований у 1996 р Р.Блаттбергом і Д. Дейтеном як маркетинговий актив. Дослідження цих авторів мали радше прикладну, ніж теоретичну спрямованість, та орієнтувалися на аналіз клієнтського капіталу з позиції визначення оптимальних інвестицій у придбання й утримання клієнтів. Ними започаткована методологія оцінки та обліку клієнтського капіталу [94, 136-144]. Упродовж 2000-2005 рр., вивчаючи й розвиваючи теорію клієнтського капіталу, Р. Раст, В. Цайтамл і К. Лемон [151] виділили і обґрунтували його складові (ціннісний, марочний капітал і капітал відносин) [143].

Оцінюючи внесок зазначених дослідників у поглиблення теорії інтелектуального капіталу, окреслимо виокремлені ними ключові аспекти формування стійких конкурентних переваг підприємств на зовнішніх ринках з використанням окремих компонентів інтелектуального капіталу.

Прихильність зарубіжного споживача до відповідного бренду чи продукту підприємства, що не є резидентом країни походження, ґрунтується на розвитку таких ключових компетенцій міжнародної компанії, як:

- системи взаємнини з клієнтами як ресурсного компоненту капіталу відносин, що поєднується зі спроможністю компанії щодо забезпечення високого рівня обслуговування за умов її присутності на зарубіжному ринку або передання відповідних функцій/повноважень місцевому оператору ринку, котрий презентує інтереси міжнародної компанії, а також сукупності ринкових каналів, що забезпечує доступ до іноземного споживача;

- продуктові концепції компанії і сервісні пропозиції як ресурсні складові структурного капіталу в поєднанні зі спроможністю пропозиції диференційованого продукту, який задовольняє запити та вимоги споживачів релевантного зарубіжного ринку.

Репутаційна перевага міжнародної компанії може бути досягнута шляхом:

- вдосконалення такого ресурсного компоненту структурного капіталу, як бренд (глобальний, регіональний, локальний), а також спроможності компанії забезпечити високий рівень лояльності до її міжнародного бренду за допомогою поведінкових і організаційних процесів, як-от взаємини з суспільством, підтримання стабільного рівня споживчої цінності продукту, екологічності виробництва, соціальної відповідальності тощо;

- встановлення довірчих і взаємовигідних відносин фірми зі своїми власниками (акціонерами), інвесторами, страховиками, клієнтами, працівниками, посередниками, постачальниками та іншими партнерами, тобто мова має йти про розвиток ресурсів, що ґрунтуються на зазначених відносинах і формують додаткові можливості підприємства [151].

Міжнародне маркетингове середовище, в якому функціонують компанії, вирізняються невизначеністю та асиметрією інформації про ринок, разом з тим компанії здатні мінімізувати ризики, пов'язані з турбулентністю та невизначеністю. Так, високий рівень невизначеності споживачів щодо якості певних груп товарів може стимулювати підприємство до розширення спектру надання конкретних гарантій, які, в свою чергу, впливають на невизначеність реакцій споживачів конкретного зарубіжного ринку. Такою ключовою гарантією та сигналом для ринку і слугує бренд. Надійність сигналу особливо є важливим в умовах невизначеності саме міжнародного середовища, адже це підвищує сприйняття споживачем якості продукту, який походить з іншого національного середовища та знижує очікувані ним ризики (функціональні, фінансові, фізичні, психологічні, соціальні).

Інноваційність як стійка конкурентна перевага компанії в умовах турбулентності міжнародного бізнес-середовища досягається шляхом вдосконалення таких організаційних (структурних) ресурсів і можливостей підприємства, як інноваційні організаційні процеси, патентний захист, інформаційні та організаційні системи в поєднанні зі спроможністю фірми

успішно впроваджувати технологічні та організаційні інновації і проводити організаційне навчання в компанії.

Краща операційна ефективність, а саме нижча вартісна складова продукту, менші витрати, зниження ціни за порівнянної якості, досягають шляхом:

- розвитку компонентів людського капіталу, зокрема компетентності персоналу – розумових здібностей і здібностей до обробки інформації, а також інтелектуальної гнучкості – здатності до інновацій, імітації та адаптації;

- підвищення ефективності організаційних процесів і ефективної структури компанії, тобто шляхом вдосконалення ресурсних складових структурного капіталу.

Умови функціонування міжнародних компаній у XXI ст. знайшли відображення в теоретичних розвідках цілої низки дослідників щодо прискореного зростання персоналізації корпоративних товарів і послуг порівняно з ціною конкуренцією [191; 180]. Підприємства змушені формувати тісніші відносини зі споживачами, щоб завоювати якомога більше прихильників і зберегти їхню лояльність. Науковці зазначають, що посилення конкуренції, вдосконалення мережевих технологій і глобальний аутсорсинг стимулюють подальшу спеціалізацію бізнесу [118]. Мережі постачальників і партнерів стають все більш складними і комплексними, підвищуючи значення ефективної співпраці як між компаніями, так і всередині них [152]. Автори формулюють теоретичні висновки на основі узагальнення успішного досвіду використання глобального аутсорсингу завдяки інформаційним технологіям (ІТО) та аутсорсингу бізнес-процесів (ВРО). Це дає підстави для прогнозування тенденцій щодо розміру та зростання ринку ІТО та ВРО на глобальному рівні, посилення ролі постачальників, що інтегровані в глобальні виробничо-збутові ланцюги, та поглиблення спеціалізації окремих ланок шляхом диференціації моделей співпраці.

Цікавим аспектом у розвитку теорії інтелектуального капіталу є ті новітні дослідження, які розглядають потенціал вдосконалення ресурсних складових

структурного капіталу у напрямі трансформації конкурентних відносин між компаніями [146], посилення координації між прямими конкурентами з огляду їх спільної зацікавленості в розвитку інфраструктурних та інституційних передумов функціонування бізнесу [155]. Найбільш виразно виявляється в інноваційно орієнтованих високотехнологічних секторах, коли фірми, що конкурують, часто зобов'язані співпрацювати між собою на великих мультифірмових форумах для розроблення технічних стандартів, які забезпечують сумісність їхніх продуктів [175]. Товари та технологічні процеси легко відтворювані; широкого поширення набула автоматизація простих операцій і транзакцій. Компанії вже намагаються диференціювати свої функції за допомогою персональної взаємодії, йдучи назустріч споживачам і партнерам. Такі традиційні функції, як якісні інвестиційні консультації фінансових інститутів, підвищення енергоефективності, якості товарів і послуг матимуть менше значення порівняно з різними формами взаємодії. Таким чином, розвиток співробітництва стане відмітною рисою підприємств уже в найближчій перспективі, а відтак ще більш актуалізується проблема формування та управління клієнтським капіталом компанії.

Взаємодія постачальників і продавців, продавців і покупців, співробітників компанії один з одним, компаній та їхніх партнерів стає все більш важливим джерелом конкурентних переваг. Така трансформація в практиці управління інтелектуальним капіталом знайшла своє відображення і в теоретичних дослідженнях науковців. Якщо раніше в системі менеджменту інвестицій та інтелектуального капіталу акцент робили на підвищенні управлінської, адміністративної ефективності, то нині, на думку експертів та науковців, він все більше зміщується саме в напрямі управління знаннями, оскільки потреби компаній в інфраструктурних інвестиціях (автоматизація основних управлінських і адміністративних операцій, безпека та ін.) в основному вже задоволені. І науковці, і безпосередньо керівники організацій вважають, що вдосконалення технологій управління знаннями є найбільш важливим засобом підвищення продуктивності в найближчі 15-20 років.

Такі технології концентруються в трьох галузях: нових способах взаємодії й комунікації; нових засобах зберігання, фільтрації і відновлення інформаційних даних; коштах для забезпечення прийняття рішень, що розширюють можливості співробітників, які володіють спеціальними знаннями [139].

Ще одним важливим аспектом у теоретичних розробках щодо змісту, структури та детермінант розвитку інтелектуального капіталу компаній є визнання вагомості мультиплікаційного ефекту від поєднання власне корпоративних та інституційних передумов їх реалізації. У цілій низці досліджень науковці, розглядаючи динаміку конкурентних переваг національного бізнесу на міжнародних ринках, доходять висновку про прямий зв'язок між драйверами нарощування нематеріальних активів на рівні компаній та нації у цілому й політики, завдяки чому досягається розвиток їх конкурентоспроможності [136]. Зауважимо також, що дослідники, аналізуючи роль інституційного фактору в розвитку інтелектуального капіталу на мікро- та макрорівнях, акцентують увагу і на зворотному впливі ролі інтелектуального капіталу, котрий динамічно розвивається, на конкурентне середовище бізнесу, досягнення додаткових позитивних зовнішніх ефектів щодо добробуту тощо. Тому існує нагальна потреба поєднання управління трансформацією інтелектуальних і структурних змін як передумови посилення конкурентних переваг бізнесу та країни у цілому [180].

Аналіз еволюції підходів до розкриття змісту та природи інтелектуального капіталу, що здійснювався на основі розробок вітчизняних та зарубіжних науковців, засвідчує, що:

- дослідження мали міждисциплінарний характер, зокрема стосувалися проблематики поведінки компаній в умовах невизначеності та турбулентності зовнішнього середовища, посилення значення конкурентних переваг на основі інтелектуальних ресурсів, оцінки інтелектуальних ресурсів як витрат чи фактору нарощування доданої

вартості, маркетингових аспектів діяльності компаній на зовнішніх ринках тощо;

- логіка аналізу окремих складових інтелектуального капіталу та їх взаємодії дозволила більшості дослідникам дійти висновку, що тільки в сукупності і своїй взаємодії ресурсні компоненти інтелектуального капіталу можуть сприяти створенню системи стійких конкурентних переваг.

Узагальненим висновком, який випливає з проаналізованих підходів щодо механізму взаємодії, пріоритетності та субординації між окремими структурними компонентами інтелектуального капіталу, є також твердження про те, що комбінаторність ключових компетенцій базується на взаємодії людського та організаційного капіталів. Це зумовлено тим, що носіями ключових компетенцій є персонал, а умовою їх розвитку – взаємозв'язок знань і навичок співробітників та інноваційних технологій, інформаційних систем, корпоративної культури та інших факторів. Критерієм ефективності їх використання є якість капіталу відносин, оскільки індикаторами розвитку ключових компетенцій є задоволеність і лояльність стейкхолдерів компанії та її інвестиційна привабливість.

1.2. Концептуальні підходи до управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній

На сучасному етапі розвитку світової економічної системи успішність міжнародних компаній все більшою мірою асоціюється з дієвістю управління їх інтелектуальним капіталом. Дж. Кендрік наголошує, що в економіці сьогодення співвідношення матеріальних ресурсів до нематеріальних складає 30:70 відсотків, тоді як на початку ХХ ст. ця пропорція становила 63:37 відсотків [147], а результати досліджень науковців Малайзійського університету (MMU University, Malaysia) засвідчили, що ринкова вартість деяких міжнародних компаній майже у 6 разів перевищує їх балансову вартість [189].

Управління інтелектуальним капіталом є концепцією, яка ґрунтується на ідентифікації нематеріальних активів та оцінці їх зв'язку з поточною й майбутньою вартістю компанії. Вирішення цього завдання передбачає системний перегляд та вдосконалення сукупності нематеріальних активів з точки зору визначення пріоритетних складових у контексті максимізації цінності компанії.

На цей час управління інтелектуальним капіталом не становить цілісної, комплексної системи поглядів. Витоки формування сучасних концепцій управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній, безумовно, потрібно розглядати як результат еволюціонування та синтезу численних підходів до визначення сутності та структуризації інтелектуального капіталу (див. 1.1). Визначимо, яким чином розвиток уявлень про сутність та складові інтелектуальних активів сприяла виникненню й структуризації концептуальних підходів до управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній [77].

Не зважаючи на те, що термін «інтелектуальний капітал» став усталеним не так давно, в науковій літературі протягом сторіч використовували еквівалентні або наближені термінологічні одиниці, пов'язані з бажанням визначити роль людини у розвитку суспільства та економіки і встановити оптимальні напрями управлінського впливу на розвиток людського потенціалу. Так, Вільям Петі ще у 1662 р. констатував перевищення на 70% вартості людського капіталу над вартістю рухомого і нерухомого нематеріального майна країни [171], а Йоган Г. Тюнен в межах теорії граничної продуктивності створив підґрунтя для оцінки вартості інтелектуального капіталу шляхом розроблення адекватної математичної моделі співвідношення заробітної плати та продуктивності праці осіб залежно від рівня їхньої кваліфікації [212]. Теза щодо необхідності інвестування в розвиток людського капіталу як ключового чинника управління була розвинута видатним представником класичної економіки А. Смітом [193, 68] та підтримана його послідовником Джоном С. Мілем [49]. Також, вчені акцентували увагу на ролі знань та вмінь працівників у створенні продукції високої якості та обґрунтували значущість

кваліфікації працівників у створенні матеріального багатства країни. Жан Б. Сей уперше в межах класичної економіки наголосив на доцільності трактування навчання та механізмів розповсюдження наукового знання у категоріях продуктивності праці [186].

Подальша трансформація уявлень щодо сутності людського капіталу, його ролі у розвитку суспільства пов'язується з представником історичної школи Ф. Лістом [130], який підкреслював важливість знань людини у формуванні виробничого потенціалу держави. Згодом уявлення про джерела формування людського капіталу розвинули представники неокласичної економічної школи, зокрема А. Маршал [45, 46, 160] розглядав виховання, освіту та родинне навчання як ключові чинники створення знань людини. Наближені до сучасності теорії людського капіталу, які зосереджуються на дослідженні його ролі у суспільному та економічному розвитку, наголошують на невіддільності знання від його носія – людини (І. Фішер [121]), необхідності інвестування у створення суспільних благ з метою розвитку людського капіталу (М. Блауг [3]), асоціюванні людського капіталу виключно з набутими людськими здібностями (знання, вміння, навички) та необхідності інвестування в їх розвиток (Т. Шульц [187, 188]).

Зміні уявлень про джерела формування людського капіталу та його ролі у суспільному й економічному розвитку відповідає трансформація підходів до управління людським капіталом. Як видно з табл. 1.2, пріоритетом управлінського впливу, не залежно від історичного контексту, є усвідомлення необхідності інвестування в розвиток людського капіталу за принципом вибірковості. Передусім на фінансову підтримку цілком обґрунтовано заслуговують знання та вміння кваліфікованих працівників, результат праці яких є передумовою створення продукції високої якості та розвитку виробничого потенціалу держави.

Інтенсивність дослідження доктрини людського капіталу на мікроекономічному рівні значно збільшується у другій половині ХХ ст. Це пов'язано зі становленням в розвинених країнах інформаційно-технологічних

секторів економіки та зміщенням акцентів з ролі людського капіталу в розвитку держави на визначення його у ролі у розвитку великих корпорацій як ключових суб'єктів міжнародної підприємницької діяльності.

Здійснено систематизацію теорій та концепцій управління інтелектуальним капіталом, які зосереджувалися на мікроекономічному рівні дослідження (табл. 1.3). Окремо потрібно зазначити важливість та результативність досліджень Генрі С. Беккера [90, 91], який обґрунтував доцільність розгляду людського капіталу як невід'ємного компоненту концепції інтелектуального капіталу та постулював необхідність інвестування підприємством у підвищення кваліфікації працівників, якщо його керівництво хоче домогтися збільшення прибутковості діяльності. В умовах посилення конкуренції на ринку праці не втрачають актуальності та набувають нового осмислення ідеї М. Блауга [3], В. Самуельсона, С. Маркса [185] та Х. Варіана [217].

Таблиця 1.2

Еволюція уявлень про джерела формування людського капіталу та його ролі у суспільному й економічному розвитку (макроекономічний рівень)

Течія економічної думки	Дослідники	Ключові ідеї та напрями управлінського впливу у їх контексті
Меркантилізм (XVI ст. – перша половина XVIII ст.)	Томас Манн [130]	Значущість знань і умінь людей у забезпеченні зростання продуктивності праці
	Вільям Петі [171]	Людина сама по собі є капіталом
Теорія граничної продуктивності і факторів виробництва	Йоган Г. Тюнен [212]	Доцільність створення системи винагороди за витрати на розвиток і навчання. Доцільність запровадження диференційованої оплати праці кваліфікованої та некваліфікованої особи пропорційно до витрат на підвищення кваліфікації
Класична економіка	Адам Сміт [193,68], Джон Міль [49]	Роль знань та умінь працівників у створенні продукції високої якості. Системне інвестування в людський капітал як передумова його розвитку. Належність навичок кваліфікованого працівника як до його особистісного майна, так і до суспільного багатства.
	Жан Б. Сей [186]	Уявлення про людський капітал як про вміння людини, що використовуються у матеріальному та нематеріальному виробництві. Акцентування уваги на нематеріальному ефекті наукових знань у продуктивності праці

Продовження табл. 1.2

Історична школа (середина XIX ст.)	Фрідріх Ліст [130]	Роль знань людини у формуванні національних можливостей виробництва та розвитку її виробничого потенціалу
Неокласична економічна теорія	Альфред Маршал [45, 46,160]	Родина як першоджерело формування людського капіталу. Роль виховання, освіти та родинного навчання у формуванні знань людини. Поділ навчання на загальне та спеціальне
Сучасні теорії людського капіталу	Ірвінг Фішер [121]	Невіддільність людського капіталу від власника – особистості його носія
	Марк Блауг [3]	Розгляд витрат на створення суспільних благ як інвестицій у розвиток людського капіталу
	Теодор Шульц [187,188]	Виокремлення генетичних та набутих здібностей у структурі людського капіталу, останні з яких мають властивість до саморозвитку за умови інвестування. Необхідність інвестування у забезпечення якісних характеристик людського капіталу (вмінь, знань, навичок). Засвідчення ефективності освітніх інвестицій у розвиток людського капіталу на макрорівні

Джерело: складено автором на основі джерел, наведених в табл. 1.2

Підбиваючи підсумки еволюції ідей щодо управління інтелектуальним капіталом на мікрорівні (рівні суб'єктів господарювання), можемо зробити такі висновки:

- інтелектуальний капітал, незалежно від деталей та аспектів, розглядається як ключовий чинник забезпечення ефективності функціонування компаній та переймає роль нематеріальних актив у створенні доданої вартості, забезпеченні конкурентоспроможності та зростанні ринкової капіталізації компанії;
- невпинно зростає роль науково-технічного прогресу та інформаційних технологій у підвищенні значущості інтелектуального капіталу та формуванні механізмів накопичення й зберігання корпоративного знання;
- поступова трансформація уявлень щодо важливості знань особистості та корпоративних знань (тобто співвідношення індивідуальної та загальної знаннєвої компоненти) у діяльності компанії, за умови тяжіння до зменшення значущості знань особистості на користь важливості ефективних механізмів його перетворення на корпоративне знання;

Умовні етапи еволюції підходів до управління інтелектуальним капіталом компанії

Автори, роки досліджень	Ключові категорії	Передумови становлення підходу	Управлінські аспекти
Ф. Махул, 1966 р. [47]	Індустрія знань (<i>knowledge industry</i>)	Становлення у розвинених країнах «нової економіки»	Ключова роль знань у задоволенні інтелектуальних потреб суспільства
Д. Белл, 1973 р. [2]	Постіндустріальне суспільство (<i>postindustrial society</i>)	Забезпечення сталого розвитку в умовах постіндустріалізації	Розвиток та фінансова підтримка наукових кадрів Розуміння соціальної основи прогресу суспільства
Геррі С. Бейкер, 1962-1964 рр. [90, 91]	Людський капітал (<i>human capital</i>)	Пошук джерел збільшення прибутків підприємств	Людський капітал як невід'ємний компонент концепції інтелектуального капіталу, що потребує інвестування. Роль індивідуальності особистості у формуванні та розвитку людського капіталу
Джон К., 1967-1979 рр. Гелбрейт [30, 31]	Інтелектуальні здібності та можливості (<i>Intellectual abilities and opportunities</i>), організовані та спеціальні знання (<i>organized and specialized knowledge</i>)	Функціонування корпорацій з потужним технологічним апаратом в умовах індустріального суспільства та науково-технічного прогресу	Інтелектуальні здібності як детермінанта інтелектуального капіталу особистості Зниження ролі індивідуальних знань на користь механізмів створення та координації корпоративного знання Необхідність опрацювання та накопичення «спеціальних знань» з метою їх трансформації в «організовані знання»
Ігамі Хіроюмі, 1980 р. [138]	Невидимі активи (<i>invisible assets</i>)	Пошук джерел підвищення ефективності функціонування японських корпорацій	Базування невидимих активів корпорації на інформації (технологія, довіра клієнтів, марка, організаційна культура, менеджерські вміння) та потреба інвестування в їх розвиток
Карл Ерік Свейбі, 1980-1997 рр. [202-206]	Капітал знань (<i>knowledge capital</i>), менеджмент знань (<i>knowledge management</i>)	Пошук засобів обліку та структуризації нематеріальних активів компанії	Розроблення підходу до структуризації та відтворення нематеріальних активів у фінансовій звітності підприємства («Репорт Кограда»)
Роберт Каплан і Томас Джонсон, 1987 [37,144]	Нематеріальні активи (<i>intangible assets</i>)	Пошук засобів когнітивного моделювання нематеріальних активів компанії	Візуалізація структури бізнес-процесів компанії та обґрунтування зниження впливу на їх ефективність фінансових активів компанії порівняно з нематеріальними
Р. Холл, 1993 р. [133, 134]	Інтелектуальні нематеріальні активи (<i>intellectual intangible assets</i>)	Визначення ролі нематеріальних засобів у створенні вартості компанії	Поділ інтелектуальних нематеріальних засобів на такі, що пов'язані з інтелектуальною власністю, та засоби знань і вмінь, що не перебувають у безпосередньому розпорядженні підприємства Вплив на ключові компетенції аюу-жау, технічних знань, креативності, вміння вирішувати проблеми, освіти, познати
М. Блаут, В. Самуельсон та С. Марк, 1990-ті рр. [3; 185]	Асиметрія інформації (<i>information asymmetry</i>)	Інвестування у розвиток інтелектуального капіталу підприємства як передумова вирішення проблем у комунікативно-інформаційній сфері	Зниження продуктивності праці внаслідок комунікаційних проблем при передаванні інформації від менеджерів до підлеглих
Холл Варіан, 1990-ті рр. [217]	Самоселекція (<i>self-selection</i>)		Зниження ефективності функціонування компанії внаслідок пристосування потенційних кандидатів до вимог підприємства та свідомого викривлення ними інформації

Джерело: побудовано автором на основі джерел, наведених в табл. 1.3

– визнання необхідності інвестування у формування та розвиток інтелектуального капіталу компанії, в тому числі – у комунікативно-інформаційній сфері.

Таким чином, як видно з табл. 1.3, усі дослідники усвідомлюють потребу інвестування у створення та оптимізацію використання інтелектуального капіталу компанії – як у загальному сенсі, так і з метою вирішення вузькоспеціалізованих проблем. На основі цієї ідеї відбувається формування конкретних концепцій управління інтелектуальним капіталом організацій в умовах, коли ключову роль у розвитку суспільства та компаній відіграють нематеріальні активи і вони є джерелом капіталізації.

Визнання інтелектуального капіталу як ключового чинника забезпечення високої ринкової капіталізації підприємства створило передумови для формування сучасних теорій та концепцій управління інтелектуальним капіталом, які спрямовані як на ідентифікацію його структури та ефективності використання, так і на визначення внеску в капіталізацію компанії. Аналіз літературних джерел дає змогу запропонувати авторський погляд щодо систематизації підходів до управління інтелектуальним капіталом компанії, критерієм для виокремлення яких є ключові управлінські акценти та досягнуті результати (табл. 1.4).

Метод фінансової звітності (обліковий підхід). Першим практичним втіленням концепції управління інтелектуальним капіталом можна вважати створений у 1980 р. шведськими науковцями під керівництвом Карла Еріка Свейбі формат фінансової звітності (так зв. «Рапорт Конрада») [202, 203]. У запропонованому форматі звітності структуровано капітал компанії (фінансовий та інтелектуальний) та, поряд з фінансовими та нефінансовими показниками діяльності компанії, використано показники ідентифікації стану нематеріальних активів («ноу-хау»). Додатковим здобутком можна вважати поділ дослідниками інтелектуального капіталу підприємства на індивідуальний (особисті знання та вміння) та структурний (пов'язаний з функціонуванням підприємства).

Подальший розвиток управлінських підходів відбувався у напрямі структуризації інтелектуального капіталу (класифікаційний підхід) з метою визначення його складових та взаємозв'язку з іншими активами компанії. Найбільше поширення отримали підходи до структуризації у працях Т. Стюарта, 1991, США (людський, структурний, споживчий, інтелектуальний капітал компанії) [71, 198]; Б. Лева, 2001, США (фізичні, фінансові, нематеріальні активи компанії) [42, 156]; Е. Брукінг, 1996, Великобританія (ринкові, інтелектуальні, людські, інфраструктурні активи у структурі інтелектуального капіталу) [103, 102] та ін. Основним результатом у межах цього підходу можна вважати емпіричне підтвердження залежності формування вартості суб'єкта господарювання від раціональності взаємозв'язків між його фінансовими та нефінансовими активами [156], що зумовило активізацію досліджень щодо визначення впливу саме нематеріальних активів на капіталізацію компанії.

Маркетинговий підхід на підставі структуризації активів компанії. Виникнення маркетингового підходу дослідники пов'язують зі створенням Карлом Е. Свейбі так званого «Репорту Конрада» – методики вимірювання та оцінки нематеріальних активів підприємства. На нашу думку, більшою мірою дослідження К. Свейбі та його однодумців асоціюються зі спробами кількісно оцінити ефективність використання інтелектуального капіталу, тож є підґрунтям для виникнення у майбутньому облікових концепцій та концепцій вартісного управління.

Суто маркетинговий підхід, на наш погляд, найкраще проаналізовано в дослідженнях Г. Сент-Ондржа, 1996, Канада [182], який структурував банківський інтелектуальний капітал (людський, клієнтський, структурний) та довів значущість клієнтського капіталу у розвитку банківської індустрії. Виділення як структурного елементу інтелектуального капіталу його клієнтської та/або марочної складової також знайшло відображення у роботах Р. Пайка та Г. Руса [172], Л. Ліна та П. Даллімора [158], О. Бутнік-Сіверського [6], О. Кендюхова [38], С. Ілляшенка [36] та ін.

Систематизація підходів до управління інтелектуальним капіталом компанії

Назва підходу	Сутність	Результати
Метод фінансової звітності (обліковий підхід)	Ідентифікація та облік інтелектуального капіталу у фінансовій звітності компанії	Розробка першого формату фінансової звітності для обліку інтелектуального капіталу («Rapport Korrada») Перша публікація в матеріалах річної звітності додатка про інтелектуальний капітал («WM-Data», Швеція, 1989 р.) Введення посади директора з питань інтелектуального капіталу («Skandia-AFS», 1991 р., Швеція, «The Dom Chemical Company», 1994 р., США)
Метод структуризації (класифікаційний підхід)	Ідентифікація структури інтелектуального капіталу компанії	Розвиток термінологічного апарату та поширення його використання у сфері практичної діяльності компанії, стрімке збільшення кількості та державна підтримка у розвинених країнах досліджень за тематикою інтелектуального капіталу
Маркетинговий підхід	Ідентифікація ролі інтелектуального капіталу у задоволенні інтересів споживачів	Підтвердження залежності формування вартості суб'єктів господарювання від раціональності взаємозв'язків між його фінансовими та нефінансовими активами Визнання пріоритету задоволення потреб клієнта в умовах соціально орієнтованої ринкової економіки Обґрунтування значущості клієнтського капіталу у розвитку банківської індустрії (Канадський імперський банк)
Соціологічний підхід	Ідентифікація «вартості» взаємодіючих компаній з іншими суб'єктами господарювання та стейкхолдерами	Включення до складу інтелектуального капіталу компанії його соціальної складової Пошук механізмів активізації використання інтелектуального капіталу у капіталізації компанії Обґрунтування ролі колективних відносин у забезпеченні ефективності використання інтелектуального капіталу
Комунікаційний підхід	Ідентифікація ефективності архітектури зовнішніх та внутрішніх контактів компанії	Включення до складу інтелектуального капіталу компанії складової реляційного капіталу Обґрунтування необхідності оптимізації інформаційних процесів в управлінні інтелектуальним капіталом та спрощення доступу до нових знань
Інноваційний підхід	Ідентифікація ролі інтелектуального капіталу у стимулюванні інноваційного розвитку компанії	Врачування впливу наукових досліджень на формування інтелектуального капіталу компанії
Системний підхід	Ідентифікація інтелектуального капіталу як системи взаємопов'язаних елементів	Розгляд інтелектуального капіталу як системи, що акумулює взаємопов'язані елементи та є залежною від стану зовнішнього середовища Пошук джерел забезпечення емерджентності системи управління інтелектуальним капіталом

Джерело: авторська розробка

Підхід до управління інтелектуальним капіталом компаній на засадах соціологічних критеріїв розроблявся такими науковцями, як М. Мак-Ітрой [162], Я. Нахапет [166], Г. Рус [181], М. Братницький [99,100], котрі акцентують увагу на включенні до складу інтелектуального капіталу компанії його соціальної складової, яка розуміється як «вартість взаємовідносин підприємства з іншими суб'єктами господарювання» [162]. Інтеграційним проявом наявності соціального капіталу та ефективності його використання є виникнення категорії «інтелігентних компаній» як компаній з високим рівнем інтелектуального капіталу. У межах цього підходу вчені також наголошують на важливості колективних відносин та необхідності забезпечення відповідності між цілями управління людським капіталом і корпоративною стратегією [181].

На нашу думку, доцільним є розгляд як окремого підходу (комунікаційного), що базується на заміні у структурі інтелектуального капіталу такої її складової, як клієнтський капітал та його аналоги, на реляційний капітал [145, 95, 98]. Під реляційним капіталом дослідники розуміють «архітектуру» зовнішніх та внутрішніх контактів компанії, критерієм ефективності якої вважається оптимізація інформаційних процесів в управлінні інтелектуальним капіталом та спрощення доступу до нових знань.

Становлення інноваційного підходу до управління інтелектуальним капіталом компаній обумовлено поштовхом науково-технічного прогресу та активізацією глобалізаційних тенденцій у світовій економіці наприкінці 1990-х рр. Цей метод управління інтелектуальним капіталом компанії спрямований на стимулювання інноваційного розвитку з метою підвищення конкурентоспроможності як національної економіки, так і суб'єктів господарювання. Розробниками ідей інноваційного підходу є Л. Едвінсон [113; 114], С. Пайк [172] та ін.

Логічним результатом виникнення теорії систем та її активного застосування в управлінні підприємствами є розроблення системних засад управління інтелектуальним капіталом компанії. Ключовими тезами у межах цього підходу можна вважати розгляд інтелектуального капіталу як системи,

що акумулює взаємопов'язані елементи та є залежною від стану зовнішнього середовища [23, 34, 67]. Унаслідок емерджентної властивості систем, ефективність системи управління інтелектуальним капіталом з точки зору системного підходу може розглядатися як результат взаємодії та взаємопроникнення його складових.

Значним є також внесок вітчизняних науковців в розроблення підходів до управління інтелектуальним капіталом. Попри те, що дослідження українських вчених не зосереджені на управлінні інтелектуальним капіталом саме міжнародних компаній, все ж варто зазначити здобутки, які мають загальне методологічне значення. Визнаними дослідниками проблематики управління інтелектуальним капіталом підприємств є О. Бутнік-Сіверський [6], В. Врублевський [23], О. Грішнова [28], В. Геєць [34], С. Ілляшенко [37], А. Колот [40], І. Зеліско [78], О. Кендюхов [39], В. Сопко [71], Г. Уманців [77], А. Чухно [80] та ін. На підставі запропонованої класифікації можна вважати, що дослідження науковців були зосереджені на розробленні маркетингових [6, 39, 37], соціальних [28], інноваційних [34, 40], облікових [71, 77] та системних [68] засад управління інтелектуальним капіталом підприємств.

На нашу думку, усі наведені підходи, за аналогією до методів управління в їх загальному сенсі, створюють загальну методичну базу управління інтелектуальним капіталом компаній, можуть використовуватися одночасно та забезпечувати синергетичний ефект від їх дотримання. Зміщення управлінських акцентів у певний момент часу залежно від цілей та проблемних аспектів діяльності компанії дозволяє оптимізувати процес управління інтелектуальним капіталом у динамічному вимірі. Водночас, треба наголосити на існуванні окремих комплексних концепцій управління інтелектуальним капіталом, які базуються на принципових відмінностях у розумінні його внеску в забезпечення ефективності функціонування компанії: ресурсній [103, 102, 95, 98,209] та вартісній [113, 114, 112, 206, 204,71] концепціях.

З точки зору ресурсної концепції інтелектуальний капітал розуміється як унікальний ресурс, від раціональності використання якого залежить можливість

компанії отримувати надприбутки. Джерелом конкурентних переваг у такому разі є унікальність ресурсів та відмінність у рівні ресурсного забезпечення порівняно з конкурентами. Вважаємо слушною думку Д. Тіса [209], що в умовах глобалізації та інформатизації міжнародної підприємницької діяльності факт володіння компанією важко відтворювальними нематеріальними активами може розглядатися лише як джерело короткострокових переваг, оскільки будь-яка унікальна ключова компетенція з часом може бути відтворена конкурентами. Опосередкованим підтвердженням цієї тези можна вважати висновки Ч. Нікербокера [53], який вивчав міжнародну діяльність американських корпорацій у 1948-1967 рр. За результатами цих досліджень було підтверджено, що в олігополістичних галузях за лідерами, які інвестують за кордон, автоматично слідують їх «домашні» конкуренти – у 45% випадків протягом трьох років з моменту первинного закордонного інвестування, у 75% – протягом семи років.

Ресурсна концепція має статичний характер, оскільки зосереджується на аналізі наявної комбінації нематеріальних активів компанії, а не оптимізації процесів створення їх вартості у часовому вимірі. Статичний характер ресурсної концепції обмежує доцільність її використання як підґрунтя управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній. Очевидні переваги у цьому контексті має, на наш погляд, дотримання вартісної концепції управління інтелектуальним капіталом.

Вартісна концепція розглядає інтелектуальний капітал як один із визначальних чинників виробництва, який характеризується двома стандартними вартісними параметрами – витратами та прибутковістю. Вартісна система поглядів ґрунтується на усвідомленні ролі інтелектуального капіталу у забезпеченні різниці між ринковою та балансовою вартістю компанії. Витоками вартісної концепції можна вважати обліковий підхід Карла Е. Свейбі [204, 203], під керівництвом якого вперше були створені засади вимірювання інтелектуального капіталу та оцінки його внеску в капіталізацію компанії.

Серед активних розробників ідей вартісної концепції потрібно назвати також М. Армстронга [1, 85], Л. Едвінсона [113; 114; 112], Т. Стюарта [71] та ін.

Ключову тезу вартісної концепції можна сформулювати як створення вартості на основі інтелектуального капіталу компанії завдяки наявності інтерактивних зв'язків між його структурними елементами та ефективністю їх використання. Традиційно прибічники вартісної концепції виділяють у складі інтелектуального капіталу такі компоненти, як людський, організаційний та клієнтський, та наголошують на пріоритеті людського капіталу у формуванні інших складових і забезпеченні синергетичного ефекту. Вартісну модель інтелектуального капіталу компанії можна представити у такому вигляді (рис. 1.1):

$$V_{IC} = V_C - (V_A - V_{IA}), \quad (1.1)$$

де V_{IC} – вартість інтелектуального капіталу; V_C – ринкова вартість компанії; V_A – балансова вартість компанії; V_{IA} – вартість нематеріальних активів у складі балансової вартості.

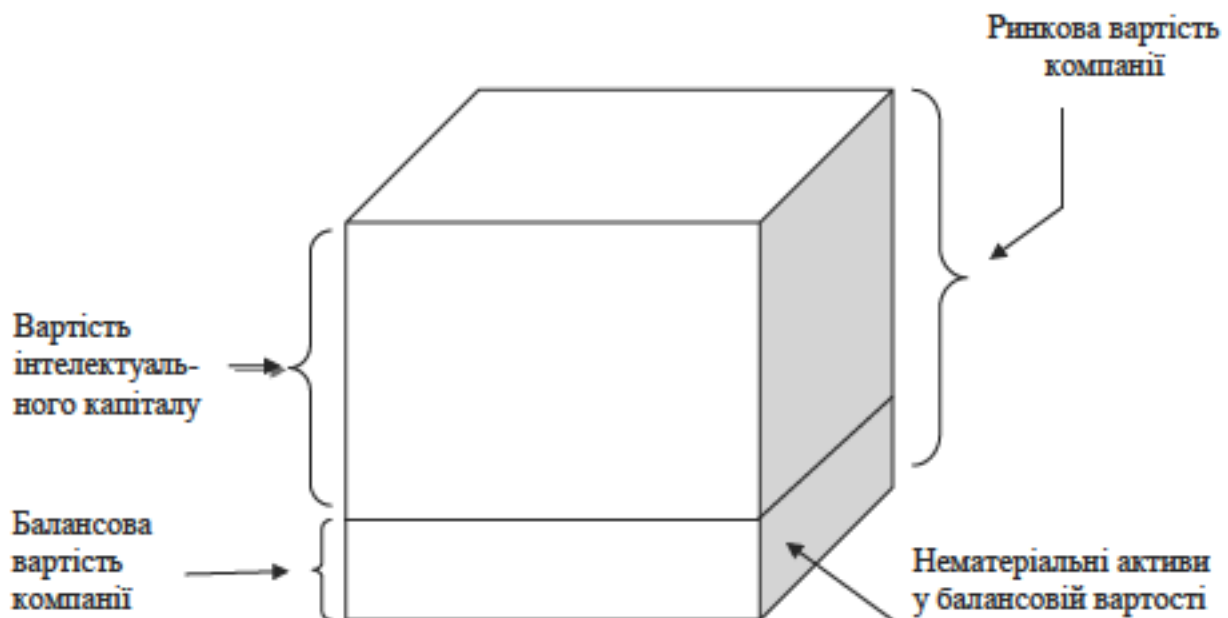


Рис. 1.1. Модель формування ринкової вартості інтелектуального капіталу

Джерело: побудовано автором

За оцінками експертів, на міжнародні компанії, які входять до зведеного індексу Standard and Poor's 500, припадає близько 80% фондового ринку США. У середньому співвідношення ринкової та балансової вартості компаній, за якими розраховується індекс Dow Jones, дорівнює 5,3, а у багатьох високотехнологічних підприємств це значення перевищує 10. Можна зробити висновок, що матеріальні активи становлять лише наочну, досить невелику частку вартості компаній, а для зовнішніх інвесторів та ринку в цілому інформація про нематеріальні активи компанії є більш релевантною, ніж дані про доходи та грошові потоки, відображені у фінансовій звітності.

Свідченням на користь тези щодо ролі інтелектуального капіталу у забезпеченні ринкової капіталізації провідних міжнародних компаній є дані, які підтверджують тенденцію перевищення їх ринкової вартості над балансовою (таблиця А.1). Переважання ролі нематеріальних активів над матеріальними у забезпеченні ефективного функціонування міжнародних компаній є актуальною тенденцією сьогодення, що підтверджується аналізом інтеграційних показників їх інтелектуального капіталу у 2017 році (точніше, його клієнтської складової) – бренду та гудвілу. Як видно з табл. 1.4, практично всі компанії – світові лідери, за рідким винятком, покращили свої позиції у рейтингу брендів Global 500. Для деяких покращення позицій в рейтингу мало вражаючі масштаби: так, на 94%, 82% та 124% покращили свої позиції відповідно Alibaba (Китай), Facebook (США), Tencent (США). Показово, що всі ці організації належать до інформаційного сектора, діяльність в якому апріорі передбачає визначальну роль нематеріальних активів у забезпеченні прибутковості. Зниження ж ринкової капіталізації відбувається у тих міжнародних компаній, нематеріальні активи яких, базовані на ключових компетенціях, втрачають значущість, найчастіше – внаслідок бурхливого розвитку технологій та посилення глобальної конкуренції, або зниження довіри споживачів до брендів цих компаній. Також варто відзначити відсутність кореляції між розташуванням компаній у рейтингу Global 500 (за вартістю бренду) та Forbes 2000 (за обсягом активів) та наявність галузевої специфіки значень гудвілу компаній (позитивне

або негативне) як різниці між їх ринковою вартістю та активами. Так, бренди високотехнологічних підприємств мають найвищі позиції у рейтингу брендів, тоді як у рейтингу за вартістю активів перші місця посідають китайські транснаціональні банківські установи, що зумовлено інтенсивним розвитком та вагомістю клієнтської бази останніх. Очікувано, найцінніші світові бренди протягом останніх років працюють у галузі інформаційних технологій – зокрема, Google, Apple, Amazon.com, Microsoft, Facebook. Стисло підсумовуючи результати досліджень науковців у цьому напрямі, зазначимо, що:

- відношення ринкової вартості до балансової для компаній, конкурентні переваги яких базовані на нематеріальних активах, становить у середньому 2,8;

- від 36% (в машинобудуванні) до 87% (зв'язок) керівників міжнародних компаній, які брали участь у відповідному опитуванні, вважають маркетингову стратегію нематеріальним активом, котрий впливає на капіталізацію;

- за результатами дослідження Конференц-центру On conference та Співтовариства Executive, майже 2/3 керівників міжнародних компаній вважають, що інвестиції в клієнтську складову інтелектуального капіталу підвищують прибутковість компаній [52; 43].

Таким чином, можемо стверджувати, що ринкова (клієнтська) складова інтелектуального капіталу чинить визначальний вплив на капіталізацію міжнародних компаній, конкурентні переваги яких перебувають у площині нематеріальних активів (ІТ-сектор, телекомунікації, медіа, послуги та ін.). Для підприємств відповідних сфер діяльності ринковий капітал здебільшого формує інтелектуальний капітал і забезпечує капіталізацію шляхом реалізації ефективних маркетингових програм, поширення корпоративного бренду, зростання рівня лояльності клієнтів та ін. Натомість міжнародні компанії виробники матеріалізованої продукції та представники видобувного сектора переважно мають більш високу балансову вартість порівняно з ринковою, що свідчить про необхідність урахування секторальної специфіки при управлінні інтелектуальним капіталом міжнародних компаній.

Формування та збереження конкурентних переваг, які базуються на нематеріальних активах міжнародних компаній, потребує впровадження дієвої системи управління інтелектуальною власністю. Швидкість і планомірність дій щодо захисту ідей та ноу-хау, які становлять ядро компетенцій фірми, може виявитися критичною в умовах бурхливого розвитку інформаційних технологій та телекомунікацій. Глобалізація та лібералізація економічної діяльності зумовлює відсутність обмежень у доступі до ринкової інформації й можливість практичного одночасного виникнення конкурентоспроможних ідей або винаходу нових технологій двома або більше потужними компаніями, що є особливо типовим для компаній ІТ-сектора. Тільки впровадження належних заходів щодо захисту прав на інтелектуальну власність компанії може забезпечити та максимізувати її капіталізацію. Класичним прикладом запровадження ефективного менеджменту інтелектуалові власності є досвід ІВМ, яка перша серед великих корпорацій запровадила агресивну стратегію патентування винаходів незалежно від того, належать вони до ядра технологічних та інформаційних компетенцій компанії, чи ні. Окрім агресивного патентування, ця фірма запровадила систему відслідковування порушень власних патентних та ліцензійних прав з боку інших компаній.

Підсумовуючи результати дослідження загальної сутності управління інтелектуальним капіталом та враховуючи специфічні особливості цього процесу в діяльності міжнародних компаній, може бути запропонована концепція управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії (рис. 1.2), яка базується на таких положеннях:

- визнання ключової ролі людського капіталу в економічному розвитку як результат еволюції макроекономічних теорій управління нематеріальними активами;
- розуміння інтелектуального капіталу компанії як інтеграційного прояву результату взаємодії трьох його складових – людського, клієнтського (ринкового) та структурного капіталів;

- доцільність інтеграції підходів до управління інтелектуальним капіталом, до яких треба зарахувати обліковий, класифікаційний, маркетинговий, соціологічний, комунікаційний, інноваційний та системний підходи;
- необхідність забезпечення синергетичного ефекту складових інтелектуального капіталу (людської, структурної та клієнтської);
- дотримання вартісної концепції управління інтелектуальним капіталом, яка ґрунтується на усвідомленні ролі інтелектуального капіталу у забезпеченні різниці між ринковою та балансовою вартістю компанії;
- урахування специфічних особливостей управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії, якими визначено:
 - розгляд інтелектуального капіталу як ключового чинника забезпечення високої ринкової капіталізації міжнародної компанії;
 - необхідність розроблення ефективних механізмів захисту інтелектуального капіталу міжнародних компаній;
 - пріоритет клієнтської складової інтелектуального капіталу у формуванні ринкової вартості міжнародної компанії;
 - потреба урахування секторальної специфіки при визначенні ролі інтелектуального капіталу у створенні доданої вартості міжнародної компанії.

На підставі визначених загальних особливостей та специфічних характеристик управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії можемо вважати, що концепція управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії має передбачати інтеграцію методичних підходів до управління інтелектуальним капіталом та базуватися на вартісній оцінці ролі клієнтського капіталу у забезпеченні ринкової капіталізації з урахуванням секторальної специфіки діяльності міжнародної компанії.

Реалізація цієї концепції потребує створення дієвих механізмів захисту інтелектуального капіталу компанії та розумінні провідної ролі його людської компоненти у забезпеченні сталого функціонування та розвитку.

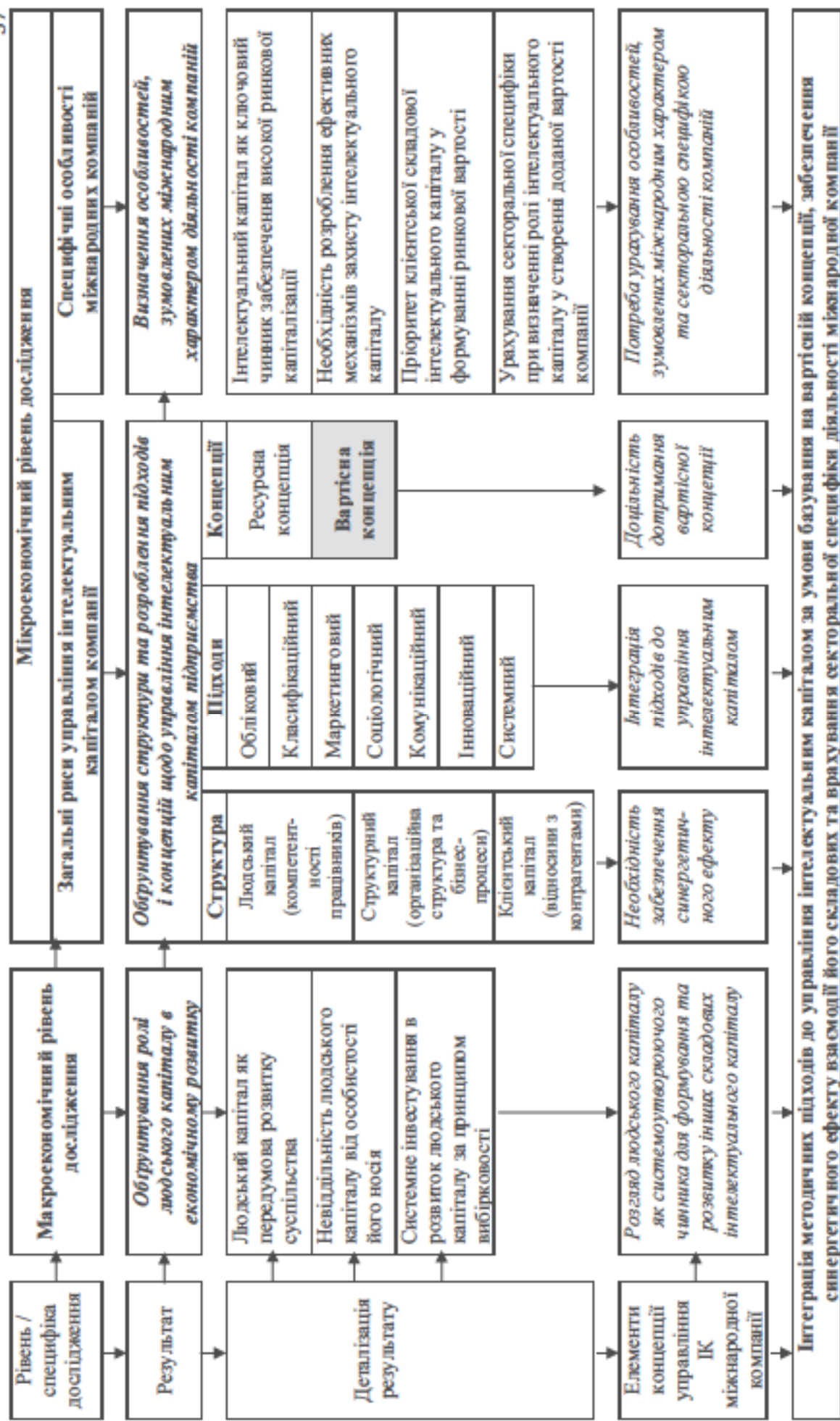


Рис. 1.2. Концептуальна модель управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії

Джерело: розроблено автором

Визнання ключової ролі нематеріальної складової у забезпеченні капіталізації міжнародних компаній обумовлює активізацію наукових досліджень у напрямі розвитку та вдосконалення вартісної концепції управління інтелектуальним капіталом. Основні труднощі в контексті практичної реалізації ідей вартісної концепції полягають у відсутності єдиних методологічних засад оцінювання як власне інтелектуального капіталу, так і його внеску в капіталізацію міжнародної компанії. З урахуванням багатовекторності розуміння сутності, джерел формування та складових інтелектуального капіталу міжнародної компанії розроблення комплексного адекватного інструментарію визначення його ролі у капіталізації підприємства набуває очевидної актуальності.

1.3. Методичний інструментарій оцінювання ефективності управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії

Усвідомлення значимості інтелектуального капіталу для формування вартості компанії є вкрай необхідним з точки зору можливості реалізації конкурентних переваг і отримання фінансового результату, який був би вищим за середньоринкові показники. В умовах економіки знань традиційні фактори формування конкурентних переваг, зокрема матеріальні ресурси, втрачають свою значимість [122, 29]. За умов, коли знання та інформація є двигуном розвитку, успіху досягають ті організації, яким вдається їх повною мірою використовувати з метою досягнення конкурентних переваг на внутрішньому та міжнародному ринках.

Нині ринкова вартість провідних міжнародних компаній значно вища за балансову вартість, що зумовлено наявністю інтелектуального капіталу, який не відображений у традиційному балансі підприємств [196]. Ця думка підтверджена також колективом науковців під керівництвом К. Янга [218], які стверджують, що традиційна фінансова звітність не може бути використана для оцінювання реальної вартості компанії. Відповідно до досліджень Л. Едвінсона

та М. Малоуна [112] , інтелектуальний капітал може бути оцінений як різниця між балансовою та ринковою вартістю фірми, а його зростання в останні роки актуалізує проблематку пошуку уніфікованого методу вимірювання вартості інтелектуального капіталу, у тому числі з метою інформування акціонерів. Підвищення інтересу до пошуку універсальних підходів до оцінки інтелектуального капіталу спостерігалось у 1997-2001 рр., - у період, коли було сформульовано понад 30 моделей оцінки, спроби систематизації яких здійснювали Н. Бонтіс [96; 97] та К. Свейбі [201]. Сучасні компанії, усвідомивши значимість інтелектуального капіталу як фактору стратегічної конкурентної переваги переважно орієнтуються на власні розробки системи індикаторів ефективності використання інтелектуального капіталу, що ґрунтуються на підходах збалансованої системи показників Р. Каплана і Д. Нортонa, навігатор Skandia та ін.

Варто водночас зазначити, що й досі недостатньо досліджені методи, які дозволяють провести компаративний аналіз успішних практик трансформації інтелектуального капіталу у конкурентні переваги міжнародної компанії, а також оцінку впливу інтелектуального капіталу на результати її діяльності. Специфічні властивості об'єкта дослідження, що ускладнюють його оцінку на основі кількісних характеристик, а також відсутність навіть у розвинених країнах вимог щодо відображення інтелектуального капіталу у публічній звітності, ускладнюють проведення емпіричних досліджень у цьому напрямі. Незважаючи на велику кількість ініціативних пропозицій як теоретиків, так і практиків, стандарти щодо оцінювання і відображення інтелектуального капіталу до цього часу не сформовані.

Водночас проблематика оцінювання інтелектуального капіталу є надзвичайно актуальною з огляду на:

- можливість більш точно оцінити вартість компанії, а також розгорнуто представити систему звітності;
- важливість його аналізу як вирішального чинника інвестування для потенційних інвесторів;

- зростання ефективності управління інтелектуальним капіталом, що забезпечує підвищення рейтингу компанії.

Потенціал інтелектуального капіталу створювати вартість зумовлений наявністю у нього таких властивостей, як ефект масштабу та мережеві ефекти [157]. У значній кількості наукових робіт стосовно оцінювання інтелектуального капіталу все частіше акцентується увага на доданій вартості як одного з основних показників результативності використання інтелектуального капіталу. Зокрема, результати досліджень Департаменту промисловості і торгівлі Великобританії свідчать про те, що успішні компанії пов'язують можливість створення продуктів і послуг (з високою доданою вартістю) з інвестиціями у основний капітал [220]. Деякі науковці вважають, що капітал, який складається з фінансових і матеріальних активів, нині не можна розглядати як найбільш значимий ресурс для реалізації успішної діяльності міжнародних компаній, на відміну від інтелектуального капіталу, що дозволяє сформувати додану вартість [177, 219]. У 2003 р. С. Файер та С. Вільямс [120] обґрунтували теорію корпоративної поведінки компаній, що ґрунтується на інтелектуальному капіталі підприємства і в межах якої обґрунтовується ідея про пріоритетність врахування усіх видів ресурсів у діяльності компанії, однак інтелектуальний капітал залишається єдиним стратегічно значимим активом, що дозволяє формувати додану вартість. Високий рівень кореляції між обсягом інтелектуального капіталу і доданою вартістю на прикладі австрійських банків було виявлено А. Пуличем [174]. Однак, на нашу думку, залишається дискусійною проблематика оцінювання процесу перетворення елементів інтелектуального капіталу на вартість з огляду на специфічні властивості цього виду нематеріальних активів. Основні проблемні аспекти такого перетворення були проаналізовані колективом науковців під керівництвом Дж. Діеза [110]. Статистичний аналіз дозволив ученим виявити значний кореляційний зв'язок між елементами інтелектуального капіталу і доданою вартістю, проте на практиці доволі важко оцінити вклад інвестованого й інтелектуального капіталу у її формування.

Однак ця проблематика нині набуває особливої актуальності з огляду на необхідність прийняття ефективних управлінських рішень. Таким чином, інтелектуальний капітал підвищує потенціал компанії щодо формування доданої вартості або ж є єдиним видом капіталу, що дає змогу її створювати. З метою прийняття економічно обґрунтованих рішень необхідно не лише правильно оцінювати кількість та якість залучених інтелектуальних ресурсів, а й визначати рівень їх внеску у формування доданої вартості.

Отже, можемо зробити висновок, що у переважній більшості наукових джерел інтелектуальний капітал розглядається як повноцінна компонента ресурсного портфеля компанії, а віддача від його використання повинна бути оцінена аналогічно до рентабельності фінансових і матеріальних активів міжнародної компанії.

Різноманіття методів оцінювання інтелектуального капіталу, їх постійне оновлення і розширення не дозволяють визначити єдину універсальну й стандартизовану методiku оцінювання інтелектуального капіталу міжнародних компаній, що зумовлено специфічним характером окремих елементів інтелектуального капіталу, які важко піддаються кількісному виміру.

Найбільш поширеною залишається класифікація К. Свейбі, який виділяє 4 групи методів: методи ринкової капіталізації, методи віддачі на активи, методи прямої оцінки інтелектуального капіталу, методи підрахунку балів (експертні методи) (табл. 1.5).

Запропонована К. Свейбі класифікація певною мірою корелює з раніше розробленою класифікацією Д. Люти [159], який виокремлює структурний (характеризується використанням різних одиниць виміру окремих елементів інтелектуального капіталу) і вартісний підходи (передбачає агреговану оцінку нематеріальних активів, не оцінюючи окремо їх компоненти) до оцінювання інтелектуального капіталу. На нашу думку, класифікація К. Свейбі не є всеохоплюючою й не передбачає розподіл методів оцінювання власне самого інтелектуального капіталу від створюваної ним вартості. Незважаючи на це, запропонована класифікація є найбільш широко застосовуваною у науковій

літературі й практиці. Розрахунки за допомогою методів MCM (методи ринкової капіталізації) та ROA (методи прибутковості активів), які передбачають грошову оцінку, часто використовуються при злитті компаній, а також при ринковому оцінюванні міжнародних компаній. Вони можуть застосовуватись для порівняння вартості нематеріальних активів у розрізі компаній одного виду діяльності. Перевага використання методів DIC (методи прямої оцінки інтелектуального капіталу) та SC (методи експертної оцінки) полягає у можливості застосування їх на будь-якому корпоративному рівні, у тому числі для компаній некомерційного спрямування.

Таблиця 1.5

Характеристика методів оцінювання інтелектуального капіталу міжнародної компанії

Метод оцінювання	Сутність методу	Переваги застосування	Недоліки застосування
Методи ринкової капіталізації (MCM)	ґрунтуються на ринковій цінності компанії, а величина інтелектуальних активів визначається як різниця між ринковою вартістю і балансовою вартістю компанії (власним капіталом акціонерів)	- обґрунтована фінансова оцінка підкріплена реальними фактами купівлі-продажу акцій компанії	- не застосовуються у некомерційних компаніях; - залежать від змін ринкової кон'юнктури, що може призвести до змін ІК протягом дня
Методи прибутковості активів (ROA)	ґрунтуються на оцінці рентабельності активів, за якої середня величина доходів компанії до вирахування податків ділиться на середню величину матеріальних активів	- простота розрахунку; - можливість порівняння результатів компаній у межах галузі; - можливість отримання інформації про нематеріальні активи; - застосовуються при злитті компаній	- обмеженість у застосуванні (лише для публічних компаній); - вірогідність допущення похибки при оцінці середньо ринкової прибутковості
Методи прямої оцінки інтелектуального капіталу (DIC)	поелементне грошове оцінювання за спеціальними методиками окремих елементів ІК з подальшим агрегуванням отриманих результатів у грошовому узагальнюючому оцінці	- враховують специфіку формування та використання окремих елементів ІК; - розробленість методичного інструментарію оцінювання окремих компонент ІК	- трудомісткість процесу оцінювання елементів інтелектуального капіталу

Закінчення таблиці 1.5

Методи експертної оцінки (SC)	оцінювання фінансових та нефінансових параметрів окремих елементів ІК з подальшим агрегуванням отриманих результатів методом рангів, що дає змогу сформувавши інтегральне негрошове оцінювання стану формування та використання ІК	- можливість для кожного підприємства самостійно розробити перелік оціночних показників та обрати механізм їх узагальнення; - ефективний інструмент управління процесами формування і використання ІК у межах компанії	- відсутність грошової оцінки; - суб'єктивізм при формуванні узагальнюючого висновку стосовно ефективності управління ІК; - неможливість проведення компаративного аналізу отриманих результатів для окремої компанії з конкурентами та середньогалузевими тенденціями.
-------------------------------	--	---	---

Джерело: авторська розробка

Нефінансові оцінювання інтелектуального капіталу здійснюються з метою визначення рівня міжнародної конкурентоспроможності компаній, а також факторів, що її визначають. З огляду на диференційований характер компонентів інтелектуального капіталу, виділяють окремі індикатори оцінювання інтелектуального капіталу у розрізі людського, структурного і ринкового капіталу (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Нефінансові індикатори оцінювання інтелектуального капіталу

№ п/п	Компонента інтелектуального капіталу	Індикатори оцінки
1	Людський капітал	<ul style="list-style-type: none"> - склад людських ресурсів; - рівень задоволеності персоналу; - рівень освіченості управлінського персоналу; - досвід роботи за профілем діяльності; - витрати на освіту у розрахунку на одного зайнятого; - кількість робочих днів у році, витрачених на підвищення кваліфікації й стажування
2	Структурний капітал	<ul style="list-style-type: none"> - функції й застосування інформаційних систем; - ефективність адміністративних систем; - витрати на НДДКР; - корпоративні цінності, культура
3	Ринковий капітал	<ul style="list-style-type: none"> - прибуток у розрахунку на одного клієнта; - склад клієнтів та способи взаємодії з ними; - кількість клієнтів, які визначають імідж компанії; - індикатори, що відображають лояльність клієнтів та ін.

Джерело: авторська розробка

Методи прибутковості активів (Return on Assets Methods – ROA), визначаються як співвідношення середнього доходу компанії до оподаткування за певний проміжок часу і середньої вартості її матеріальних активів. До способів оцінювання інтелектуального капіталу за допомогою методів ROA можна віднести чимало показників, однак найбільш поширеними є EVA, VAIC та CIV. У 1982 р. консалтинговою компанією Stern Stewart&Co була доопрацьована і зареєстрована концепція EVA (*economic value added*), що дає змогу оцінити прибутковість діяльності компанії. На відміну від традиційно використовуваних у бухгалтерській звітності показників (ЕБІТ, ЕБІТДА та ін.), EVA становить собою прибуток після вирахування прямих і непрямих витрат. Окремі науковці вважають, що EVA є допоміжним індикатором інтелектуального капіталу, виходячи з припущення, що нормальний економічний прибуток формується як матеріальними, так і фінансовими активами, тоді як надприбуток – винятково нефінансовими. Разом з тим, серед науковців і практиків цей індикатор неодноразово підлягав критиці з огляду на неспроможність останнього оцінити формування чи втрату вартості [119], а також внесок нематеріальних активів у формування вартості [96].

Коефіцієнт доданої вартості інтелектуального капіталу (VAIC) був запропонований А. Пуличем у 1997 р. Цей метод, відповідно до класифікації К. Свейбі, належить до способів розрахунку інтелектуального капіталу на основі рентабельності активів. Однак, на відміну від більшості методів оцінювання інтелектуального капіталу, основною його ідеєю є оцінка ефективності створення вартості компанії або її корпоративної інтелектуальної спроможності, а не розрахунок вартості нематеріальних активів як таких. Створення такого коефіцієнта було обумовлено потребою в розробленні показника, розрахунок якого може бути легко здійснений на основі даних фінансової звітності компанії. Коефіцієнт доданої вартості інтелектуального капіталу зазвичай розраховується як сума трьох доданків: СЕЕ (ефективність створення вартості компанії шляхом використовуваного фізичного і фінансового капіталу), НСЕ (ефективність створення вартості компанії шляхом

людського капіталу) та SCE (ефективність створення вартості компанії шляхом структурного капіталу). Чим вище значення VAIC, тим ефективніше фірма використовує свій інтелектуальний потенціал. Серед переваг використання цього підходу, описаних багатьма дослідниками, можна виокремити такі: підхід може бути застосований до компаній будь-якого розміру; результати вимірювання за допомогою VAIC можна використовувати для порівняння підприємств у різних галузях; може бути розрахований на основі даних бухгалтерської звітності, тобто не потребує інсайдерської інформації.

Однак цей метод розрахунку має і деякі недоліки, як-от неврахування специфічних властивостей інтелектуального капіталу у даних бухгалтерської звітності. Крім того, деякі дослідники також зазначають недосконалість цього методу [83], оскільки гіпотеза про кореляцію показника VAIC з ринковою ціною акцій компанії не підтвердилася, а це дає підстави стверджувати, що VAIC переважно вказує на ефективність використання трудових ресурсів компанії та інвестицій у капітал у цілому, тобто дещо відрізняється від визначення концепції інтелектуального капіталу.

Розроблений у 1997 р. Т. Стюартом метод CIV (Calculated Intangible Value) ґрунтується на припущенні про те, що інвестиції в фізичні активи можуть забезпечити винятково середньогалузевий дохід, і лише уміле використання нематеріальних активів може забезпечити вищу норму прибутковості. Збільшення показника CIV з часом стає індикатором здатності компанії до створення доходу у майбутньому, натомість зниження показника свідчить про те, що інвестиції в нематеріальні активи або структурні зміни в компанії не окуповуються [197]. Серед переваг цього методу дослідники відзначають: простоту розрахунків і доступність даних (отримати які можна безпосередньо з щорічних звітів публічних компаній на офіційних сайтах); потенціал використання для внутрішньогалузевих і міжгалузевих порівнянь; можливість моніторингу тенденцій формування інтелектуального капіталу компаній, що забезпечує розуміння проблематики оцінювання інтелектуального капіталу. Основним недоліком цього методу, на нашу думку,

є недеталізованість нематеріальних активів, що дає можливість зробити лише узагальнюючу оцінку без прив'язування до окремих його компонентів. В основі методу лежить показник рентабельності активів, який може бути переоцінений, недооцінений або ж негативним, а також схильним до впливу амортизаційної і податкової політики [83]. Можна піддати критиці також ключову ідею методу, за якої тільки компанії з прибутковістю вищою за середньогалузеву мають інтелектуальний капітал, однак на практиці у наукомістких галузях навіть невеликі компанії мають інтелектуальний капітал [168]. Та попри зазначені недоліки запропонована Т. Стюартом методика широко використовується науковцями для виявлення різного роду закономірностей впливу величини нематеріальних активів на результати діяльності компанії. Узагальнююча характеристика показників оцінювання інтелектуального капіталу за допомогою методів ROA відображено у табл. 1.7.

За допомогою методів ринкової капіталізації (Market Capitalization Methods – MCM) розраховується різниця між ринковою капіталізацією компанії і власним капіталом її акціонерів, а отримана величина розглядається як вартість її інтелектуального капіталу чи нематеріальних активів (табл. 1.8).

До цієї групи методів потрібно віднести розрахунок коефіцієнта Тобіна (Tobin's q), що відображає співвідношення між ринковою і балансовою оцінкою активів компанії. Якщо коефіцієнт більший за одиницю, то компанії доцільно емітувати акції, і навпаки. У своїх дослідженнях Дж. Тобін та В. Брейнард дійшли висновку, що коефіцієнт дійсно спроможний сприяти процесу формування інвестиційної політики компанії [213], однак дослідження інших науковців не змогли підтвердити наведені вище результати [93]. На практиці цей коефіцієнт спочатку розраховували як співвідношення ринкової вартості інвестованого капіталу до вартості заміщення активів. Однак з огляду на неможливість отримання достовірної інформації про вартість заміщення активів через існуючі стандарти обліку згодом було запропоновано використання альтернативного методу, що ґрунтується на даних фінансової звітності [107].

Характеристика основних показників оцінювання інтелектуального капіталу міжнародної компанії за допомогою методів рентабельності активів

Показник	Автор	Характеристика	Алгоритм розрахунку
Економічна додана цінність (Economic Value Added, EVA)	Т. Стюарт, 1997	Передбачає коректування прибутку, враховуючи витрати, пов'язані з необоротними активами; дозволяє визначити прошлий потік на основі аналізу бухгалтерського прибутку; передбачає розгляд персоналу не з точки зору вартості, а з точки зору активів. Зміна показника EVA дає змогу сформулювати висновки про продуктивність інтелектуального капіталу	$EVA = NOPAT - IC_0 \times WACC$ <p>де <i>NOPAT</i> (Net Operating Profit After Taxes) – чистий операційний прибуток поточного періоду; <i>WACC</i> – середньозважена вартість джерел капіталу поточного періоду; <i>IC₀</i> – інвестований капітал попереднього періоду</p>
Коефіцієнт доданої вартості інтелектуального капіталу (Value Added Intellectual Coefficient, VAIC)	А. Пуліч, 1997	Дає можливість визначити, наскільки ефективно компанія використовує власний інтелектуальний капітал на основі аналізу внеску у додану вартість матеріальних і нематеріальних активів (людський капітал, структурний капітал, залучений капітал)	$VAIC = ICE + CEE + CEE \cdot CEE = \frac{VA}{CE}$ $ICE = \frac{VA}{IC} + \frac{(VA-IC)}{VA}$ <p>де <i>VA</i> (Value Added) – додана вартість; <i>CE</i> (Capital Employed) – залічений або інвестований капітал; <i>ICE</i> (Intellectual Capital Efficiency) – ефективність інтелектуального капіталу, отримана шляхом сумування ефективності використання людського та структурного капіталу; <i>CEE</i> (Capital Employed Efficiency) – індикатор ефективності використання заліченого капіталу чи внеску заліченого капіталу у додану вартість</p>
Розрахункова цінність нематеріальних активів (Calculated Intangible Value, CIV)	Т. Стюарт, 1997, Д. Льов, 1998	Передбачає розрахунок надлишкової дохідності матеріальних активів, що являє собою основу при визначенні частки доходу, що припадає на нематеріальні активи. Вартість інтелектуального капіталу формується за рахунок його здатності генерувати додаткову (порівняно з середньогалузеву) рентабельність	$CIV = \sum_{t=1}^n \frac{F_t - E_t \cdot W_t}{(1+i)^t} \times (1-T)$ <p>де <i>F_t</i> – середній прибуток суб'єкта господарювання за 3 останні роки; <i>E_t</i> – середня рентабельність галузі за аналогічний період; <i>W_t</i> – середня балансова вартість суб'єкта господарювання за аналогічний період; <i>i</i> – номер року, за яким здійснюють розрахунок <i>n</i> – кількість років; <i>T</i> – ставка податку на прибуток; <i>i</i> – ставка дисконтування</p>
Дохід інтелектуального капіталу (Knowledge Capital Earnings, KCE)	Б. Лев, 1999	Передбачає використання дохідності матеріальних і фінансових активів як основу при розрахунку нематеріальних активів. Дохід від інтелектуального капіталу визначається як частка нормалізованих доходів, на яку перевищений отримуваний прибуток від балансових активів	$KCE = \sum_{t=1}^n \frac{(F_t - E_t \cdot W_t) \times (1-T)}{(1+i)^t}$ <p>де <i>F_t</i> – середній прибуток суб'єкта господарювання за 3 останні та 3 прогновні роки; <i>E_t</i> – середня рентабельність галузі за аналогічний період; <i>W_t</i> – середня балансова вартість суб'єкта господарювання за аналогічний період</p>

Джерело: побудовано автором на основі [159, 174, 157,71]

Характеристика основних показників оцінювання інтелектуального капіталу міжнародної компанії методами ринкової капіталізації

Показник	Автор	Характеристика	Алгоритм розрахунку
Коефіцієнт Тобіна (Tobin's q)	Дж. Тобін, 1969	Зміна цього показника певною мірою відображає ефективність використання інтелектуальних активів компанії	$q = \frac{MV}{RA}$ де MV (Market value) – ринкова вартість компанії; RA – вартість заміщення активів (відтворювальна вартість): якщо $q > 1$, це може свідчити про те, що фірма ефективно використовує інтелектуальний капітал і отримує за рахунок цього прибуток; якщо $q < 1$, то, можливо, компанія недооцінюється ринком або ж це свідчить про проблеми менеджменту та організаційної структури
Ринкова вартість, визначена інвестором (Investor assigned market value, IAMV)	К. Стенфілд, 1998	Сутність цього методу полягає у тому, що ринкова вартість компанії, визначена інвестором, приймається за її справжню цінність	Справжня вартість компанії = ринкова вартість її акцій Справжня вартість компанії = матеріальний капітал + реалізований інтелектуальний капітал + розвивання інтелектуального капіталу + стійка конкурентна перевага
Співвідношення ринкової та балансової вартості (Market-to-Book Value, MBV)	Т. Стюарт, 1997; Д. Люти, 1998	За цим методом відношення ринкової вартості капіталу організації до його балансової вартості розглядається з точки зору створення цінності інтелектуального капіталу	$IC = n \times (MV_s - BV_s)$, де MV_s – ринкова вартість підприємства на одну акцію; BV_s – балансова вартість на одну акцію; n – кількість акцій
Оцінювання нематеріальних активів фінансовими методами (FiMAM)	І. Родов, Ф. Леліаерт, 2002	Вартість інтелектуального капіталу створюється тільки незначною кількістю найбільш корисних активів, які обираються експертним методом та оцінюються на основі ринкового підходу	$V_{IC} = V_{HC} + V_{CC} + V_{SC}$, де V_{IC} – вартість інтелектуального капіталу; V_{HC} – вартість людського капіталу; V_{CC} – вартість клієнтського капіталу; V_{SC} – вартість структурного капіталу
Невидимий баланс активів і пасивів (Invisible Balance Sheet, IBS)	К. Свейбі та група «Конрад», 1997	Передбачає можливість коригування не тільки пасивів, а й активів балансу на інтелектуальні активи	Ринкова вартість акцій підприємства = балансова вартість + людський капітал + організаційний капітал + споживчий капітал

Джерело: побудовано автором на основі даних [213, 201, 179, 195,159]

Потім деякими науковцями [219] було зроблено припущення про рівність балансової вартості активів і вартості їх заміщення.

Значення коефіцієнта q-Тобіна для ефективних компаній може сягати 5-10 одиниць. Разом з тим у разі проведення розрахунків для компаній у наукомістких галузях чи у сфері інформаційних технологій досліджуваний коефіцієнт може зростати у рази [78, 24]. Це дає змогу стверджувати, що для таких компаній інтелектуальний капітал є ключовим виробничим чинником,

натомість матеріальні активи, практично не формуючи вартість, виконують роль інфраструктурного забезпечення.

Розрив між балансовою вартістю власного капіталу та її ринковою капіталізацією (MVA, market value added) суттєво зростає у міру використання компаніями знань. Спред між балансовою вартістю і капіталізацією може бути використаний як показник вартості, створеної інтелектуальним капіталом, або ж індикатором вагомості його застосування, однак не коректно його ототожнювати з вартістю інтелектуального капіталу міжнародної компанії з огляду на те, що частина різниці обґрунтована не впливом інтелектуального капіталу, а, наприклад, настроями інвесторів [179].

У 1998 р. К. Стенфілд розробив концепцію ринкової вартості, визначену інвестором (*investor-assigned market value*), для оцінювання вартості, створеної інтелектуальним капіталом. Запропонований ним показник враховував те, що ціна активів на фінансових ринках залежить від екзогенних детермінант (макроекономічна ситуація у країні, галузеві тенденції, поведінка інвесторів та ін.) [195]. Різниця між ринковою капіталізацією (ринковою вартістю, встановленою інвестором) і бухгалтерською вартістю компанії визначається як реалізований інтелектуальний капітал (*realized intellectual capital*). Однак проблема цієї моделі полягає у відсутності механізму оцінки ступеня розмивання інтелектуального капіталу і вартості, що може бути досягнуто шляхом стійких конкурентних переваг. Варто зазначити, що моделі, які ґрунтуються на IAMV, зокрема FiMIAM, також не описують алгоритм оцінювання цих величин.

Метод нематеріального балансу, запропонований К. Свейбі у 1997 р., є варіацією методу ринкової капіталізації і передбачає можливість коригування не тільки пасивів, а й активів балансу на інтелектуальні активи, що належать компанії. Різниця між капіталізацією компанії та балансовою вартістю його власного капіталу визначається як невидимий власний капітал, якому відповідають невидимі активи, що поділяються на внутрішні, зовнішні та індивідуальні компетенції. Водночас недоліком цього методу є те, що автор не

обґрунтовує механізм розподілення вартості нематеріального капіталу за типами активів, а відтак сам метод зводиться до визначення різниці між балансовою і ринковою вартістю власного капіталу.

До методів прямої оцінки інтелектуального капіталу (Direct Intellectual Capital Methods – DIC) належать ті, що ґрунтуються на ідентифікації й оцінці окремих активів чи елементів інтелектуального капіталу у грошовому вираженні. На їх основі у подальшому здійснюється інтегральна оцінка інтелектуального капіталу компанії (табл. 1.9).

В межах цього підходу частина моделей, згрупованих К. Свейбі, належить до оцінювання людського капіталу, як-от: вартість людських ресурсів і їх бухгалтерський облік, оцінювання інтелектуальних активів, динамічна монетарна модель, EVVICAЕ. На нашу думку, людський капітал потрібно розглядати як важливу складову інтелектуального капіталу, однак варто підкреслити нетотожність їх змістовного наповнення, оскільки за умови використання винятково моделей оцінювання людського капіталу ігноруються структурний і клієнтський капітал, що, зрештою, не дає змоги достовірно оцінити інтелектуальний капітал компанії.

Модель Н. Бонтіс, заснована на оцінюванні патентів (Citation Weighted Patents CWP) також не є всеохоплюючою, а лише характеризує окремі компоненти інтелектуального капіталу [95]. Аналогічний висновок справедливий і для методики, розробленої Мак Фесеном (Inclusive Valuation Methodology IVM), оскільки автор ототожнює нематеріальні активи з інтелектуальним капіталом.

У цілому потрібно зазначити, що методи прямого оцінювання інтелектуального капіталу розкривають у переважній більшості окремі види капіталу з високим рівнем зосередження уваги на людському капіталі, для якого розроблено безліч методик, що ефективно використовуються.

У той же час оцінювання структурного та клієнтського капіталів залишається вкрай малодослідженим через неспроможність виділити й оцінити їх за справедливою вартістю.

Характеристика основних інструментів оцінювання інтелектуального капіталу міжнародної компанії за допомогою прямих методів оцінки

Інструмент	Автор	Характеристика
Технологічний брокер (Technology Broker, TB)	Е. Брукінг, 1996	Передбачає оцінювання інтелектуального капіталу на основі аналізу відповідей компанії на питання, які стосуються 4-х елементів інтелектуального капіталу (людські ресурси, нематеріальні, ринкові, інфраструктурні активи)
Оцінювання патентів, зв'язаних з урахуванням цитування (Citation Weighted Patents, CWP)	Н. Бонтіс, 1996	Грунтується на оцінюванні інтелектуального капіталу шляхом впливу науково-дослідної роботи на індикатори, що характеризують патентну діяльність компанії (наприклад, співвідношення вартості патентів до обсягу продажів)
Дослідник цінності (The Value Explorer, TVE)	Д. Андріссен, Р. Тіссен, 2000	Передбачає облік у розрізі 5-ти елементів нематеріальних активів: наявні активи, неявні знання і навички, загальні (колективні) цінності, нові знання і технології, процеси (управлінський, виробничий)
Оцінювання інтелектуальних активів (Intellectual Asset Valuation, IAV)	П. Саліван, 2000	Грунтується на оцінюванні виключно інтелектуальної власності
Формування сукупної цінності (Total Value Creation, TVC)	Р. Андерсон, Р. Маклін, 2000	Передбачає розрахунок прогнозних грошових потоків з урахуванням дисконтування; дисконтована величина прогнозних грошових потоків дає змогу оцінити вплив окремих подій на заплановані заходи
Облік в ім'я майбутнього (Accounting for the Future, AFTF)	Г. Неш, 1998	Різниця між цінністю за методом AFTF на початок і кінець періоду становить цінність, додану протягом періоду
Вартість людських ресурсів і їх бухгалтерський облік (Human Resource Costing and Accounting, HRCA)	У. Йохансон, 1996, Е. Флемхолц, 1985	Враховує прихований вплив витрат, пов'язаних з людськими ресурсами, на скорочення прибутку підприємства. Інтелектуальний капітал вимірюється шляхом розрахунку внеску людських активів підприємства, поділеного на капіталізовані витрати на заробітну плату
Динамічна монетарна модель (Dynamic monetary model, DMM)	Ф. Мілост, 2007	Оцінювання співробітників здійснюється за аналогією з оцінюванням матеріальних активів. Вартість працівника відповідає сумі купівлі працівника й суми інвестицій у нього за винятком вартості його перенавчання
EVIICAE	Г. МакКучен, 2008	Метод, розроблений Центром інтелектуальних активів Шотландії як веб-інструментарій на основі методики П. Салівана
Методологія включеної оцінки (Inclusive Valuation Methodology, IVM)	П. Мак Фесон, 1996	Використання низки зв'язаних показників, що розраховуються на основі відносних показників. Комбінована додана вартість = валютна додана вартість + нематеріальна додана вартість

Джерело: побудовано автором

Проте, на нашу думку, такі методи є досить перспективними, оскільки передбачають фінансовий механізм оцінювання та забезпечують прозорість і обґрунтованість джерел формування вартості інтелектуального капіталу.

Методи підрахунку балів (Scorecard Methods – SC) передбачають ідентифікацію різних елементів нематеріальних активів чи інтелектуального капіталу у формі балів. Застосування методів SC не передбачає отримання інформації у грошовому вираженні, а є переважно як спосіб діагностики інформаційної системи (табл. 1.10).

Таблиця 1.10

Характеристика основних інструментів оцінювання інтелектуального капіталу міжнародної компанії за допомогою SC методів

Інструмент	Автор	Характеристика
Система збалансованих показників (Balanced Scorecard, BSC)	Р. Каплан, Д. Нортон, 1996	Основою моделі є досягнення цілей і виявлення нових способів підвищення ефективності діяльності компанії. Провідна ідея полягає у тому, що фінансова інформація не є достатньою для прийняття управлінських рішень, що зумовлено зростанням вартості нематеріальних активів. Модель охоплює такі 4 напрями, як клієнти, фінанси, внутрішні процеси і навчання
Інтелектуальна складова людського капіталу (Human Capital Itelegence)	Ж. Фітц-Енц, 1994	Передбачає аналіз індикаторів людського капіталу
Навігатор «Скандія» (Scandia Navigator)	Л. Едвінсон, М. Малоун, 1997	Дає змогу оцінити інтелектуальний капітал на основі параметрів, що характеризують такі складові, як клієнти, фінанси, процеси, оновлення і розвиток, персонал. Модель передбачає виокремлення таких видів інтелектуального капіталу, як людський капітал (знання, досвід, ноу-хау), структурний (організаційні процеси, інформаційні системи, бази даних) і капітал відносин (капітал стейкхолдерів і капітал клієнта)
Моніторинг інтелектуальних активів (Intangible Asset Monitor)	К. Свейбі, 1997	Передбачає оцінювання нематеріальних активів на основі вибору необхідних показників з урахуванням стратегічних цілей підприємства.
Індекс створення вартості (Value Creation Index)	К. Ітнер та ін., 2000	Фактори вартості визначаються на основі всебічного вивчення статистичних даних. Показники зважуються і комбінуються для отримання індексу створення вартості, який порівнюється потім з фінансовими показниками

Джерело: побудовано автором на основі [201, 122, 112]

Можна відмітити певну схожість між показниками DIC та SC методами, а також між MCM та ROA методами, адже у першому випадку оцінювання починається з ідентифікації окремих елементів інтелектуального капіталу, завершуючись визначенням інтегрального показника, і навпаки у межах MCM та ROA методів.

Основна ідея SC методів полягає в розумінні того, що часто неможливо оцінити джерела формування вартості компанії тільки у фінансових показниках. У межах цього підходу використовують комбіновані методи оцінювання як фінансові, так і нефінансові, що дозволяє виявити «приховані» у бухгалтерських рахунках фактори, котрі впливають на вартість компанії. Ці методи дають змогу виявити потенціал компанії, його здатність до розвитку, а також сприяють процесу стратегічного управління інтелектуальним капіталом.

Наведені вище методи оцінювання інтелектуального капіталу, систематизовані К. Свейбі, можна згрупувати за способом вираження результатів оцінювання (методи фінансового та нефінансового оцінювання) і за нормативним підходом (витратний і дохідний) (рис. 1.3).

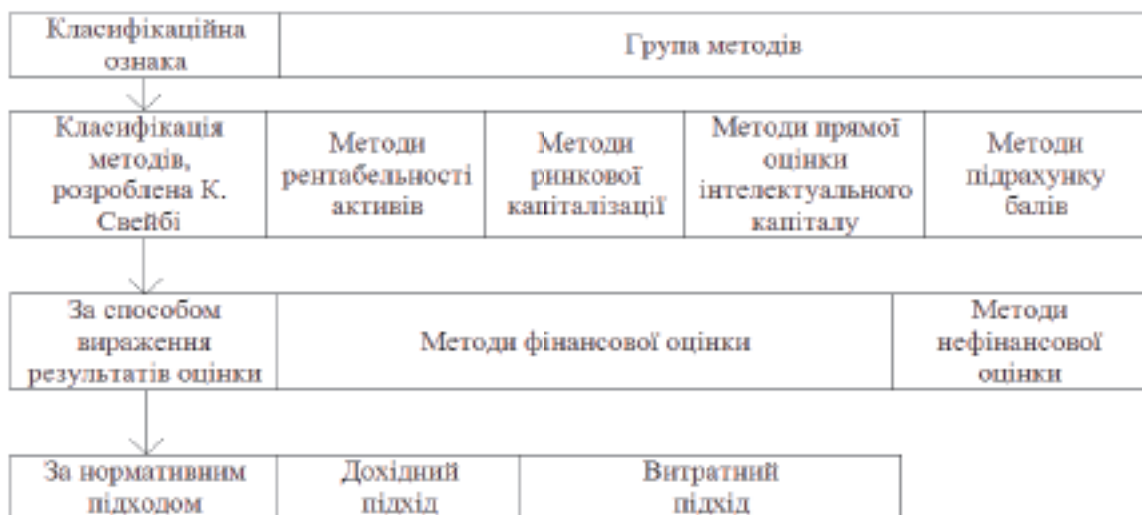


Рис. 1.3. Класифікація методів оцінки інтелектуального капіталу міжнародної компанії

Джерело: побудовано автором

З метою подальшого моделювання впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності компанії варто виокремити два принципово різних вектори аналізу: визначення складових інтелектуального капіталу і

використання індикатора, що відобразить його величину на організаційному рівні (табл. 1.11).

Таблиця 1.11

Класифікація методів оцінки інтелектуального капіталу міжнародної компанії

Методи оцінювання інтелектуального капіталу			
Визначення складових інтелектуального капіталу		Організаційний рівень	
Методи не використовуються в економетричному аналізі впливу на інтелектуальний капітал	Використовується публічна звітність компанії, внутрішньофірмова інформація і дані, отримані шляхом анкетування та експертних оцінок	Використовуються дані публічної звітності компанії	
Методи оцінки вартості	Методи вимірювання вартості	Методи, що ґрунтуються на ринковій оцінці	Методи, що ґрунтуються на доданій вартості
- оцінка інтелектуальних активів (IAV); - технологічний брокер (Technology Broker); - оцінка нематеріальних активів фінансовими методами (FiMIAM)	- навігатор Scandia; - система збалансованих показників; - показники ланцюга цінності; - моніторинг інтелектуальних активів (IAM); - індекс інтелектуального капіталу (IC-Index)	- коефіцієнт Тобіна (Tobin's Q); - співвідношення ринкової і балансової вартості (Market-to-Book Value)	- економічна додана вартість (EVA); - інтелектуальний коефіцієнт доданої вартості (VAIC)

Джерело: побудовано автором

В умовах інноваційної економіки застосування зазначених методів оцінювання інтелектуального капіталу дозволяє збільшити прибутковість, забезпечити зростання вартості компанії і створення конкурентоспроможної продукції. Міжнародна компанія з огляду на специфіку своєї діяльності застосовує ті чи інші показники для розрахунку вартості інтелектуального капіталу. Водночас комплексна оцінка інтелектуального капіталу ускладнена тим, що вплив різних чинників важко оцінити у вартісних показниках, тому у подальшому методи оцінювання інтелектуального капіталу необхідно

удосконалювати з метою отримання якісної і достовірної оцінки інтелектуального капіталу компанії.

Зростання значення інтелектуальної праці й креативних здібностей людини зумовило зміщення акценту з оцінювання впливу навичок і кваліфікації працівників на творчі можливості та механізм їх капіталізації. За рівнем досліджуваного об'єкта підходи до оцінювання розподіляють на мікрорівень (оцінка та ступені розвитку особистості і підприємства), мезорівень (у межах міжнародних компаній і регіонів), макрорівень (у межах національної економіки). На мікрорівні оцінювання людського капіталу певною мірою сконцентровано на оцінюванні вартості людського капіталу компанії, а також віддачі від вкладених інвестицій у людський капітал, що у подальшому може відігравати вагомий роль у визначенні вартості фірми під час продажу. Вивчення впливу персоналу на фінансові показники міжнародної компанії слугують основним елементом у процесі аналізу можливостей кар'єрного зростання, підвищення кваліфікації працівників.

Здатність підприємства створювати й ефективно використовувати інтелектуальний капітал дедалі більшою мірою визначає його сталий розвиток і конкурентоспроможність на ринку. Розвиваючи інтелектуальний капітал, підприємство має можливість підвищення ефективності його діяльності, а також збільшення вартості. Проте інтелектуальний капітал розглядається як одна з найбільш дієвих конкурентних переваг у ринковій економіці. У зв'язку з цим сучасні методи і підходи до оцінки інтелектуального капіталу в подальшому будуть тільки вдосконалюватися з метою отримання максимально адекватного оцінювання справжнього інтелектуального капіталу фірми.

На нашу думку, сьогодні вітчизняна і міжнародна спільнота не готова до того, щоб оцінити і визнати компоненти інтелектуального капіталу як повноцінний об'єкт бухгалтерського обліку, однак повне його ігнорування свідчить про регресивність в ефективному управлінні інтелектуальним капіталом.

Серед науковців панує думка про необхідність закріплення на законодавчому рівні методики оцінювання інтелектуального капіталу в межах компаній, що дає змогу виключити вплив спекулятивного чинника, уникнути маніпулювання інформацією і забезпечити компаративність даних. Розділяючи ідею щодо необхідності розроблення відповідних стандартів та рекомендацій на національному рівні, варто зазначити також і потребу у розробленні таких документів на організаційному рівні. Однак визнати інтелектуальний капітал як повноцінний об'єкт бухгалтерського обліку у цей час неможливо з огляду на те, що інтелектуальний капітал у цілому і частина його складових (за винятком нематеріальних активів і гудвілу) не відповідають критеріям (ідентифікованість і підконтрольність) визнання як об'єкта бухгалтерського обліку відповідно до МСФЗ.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

1. На сучасному етапі розвитку світової економічної системи успішність міжнародних компаній більшою мірою асоціюється з дієвістю управління їх інтелектуальним капіталом. Управління інтелектуальним капіталом є концепцією, яка містить у собі ідентифікацію нематеріальних активів та оцінку їх зв'язку з поточною та майбутньою вартістю компанії. Вирішення цього завдання передбачає системний перегляд та вдосконалення набору нематеріальних активів з точки зору визначення його пріоритетних складових у контексті максимізації цінності міжнародної компанії.

2. На сьогодні управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній не становить цілісної та комплексної концепції. Витоки формування сучасних систем поглядів щодо управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній безумовно потрібно розглядати як результат еволюціонування та синтезу численних підходів до визначення сутності та структуризації інтелектуального капіталу. Незважаючи на трансформацію уявлень про формування людського капіталу та його ролі у суспільному й

економічному розвитку, пріоритетом управлінського впливу, незалежно від історичного контексту, є усвідомлення необхідності інвестування в розвиток людського капіталу за принципом вибірковості.

3. Виникненню та структуризації концептуальних підходів до управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній сприяла передусім еволюція уявлень щодо сутності та складових інтелектуальних активів. Результати систематизації теорій та концепцій управління інтелектуальним капіталом, які зосереджувалися на мікроекономічному рівні дослідження, засвідчили потребу інвестування у створення та оптимізацію використання інтелектуального капіталу компанії. На основі цієї ідеї відбувається формування конкретних концепцій управління інтелектуальним капіталом компаній в умовах, коли ключову роль у розвитку суспільства загалом та компаній зокрема відіграють нематеріальні активи, котрі є джерелом капіталізації.

4. Визнання інтелектуального капіталу як ключового чинника забезпечення високої ринкової капіталізації компанії створило передумови для формування сучасних теорій та концепцій управління інтелектуальним капіталом, які спрямовані як на ідентифікацію його структури й ефективності використання, так і на визначення внеску в капіталізацію компанії. Аналіз літературних джерел дає змогу запропонувати авторський погляд щодо систематизації підходів до управління інтелектуальним капіталом компанії, критерієм для виокремлення яких є ключові управлінські акценти та досягнуті результати, а саме: метод фінансової звітності (обліковий підхід), класифікаційний підхід, маркетинговий підхід, соціологічний підхід, комунікаційний підхід, інноваційний підхід, системний підхід. На нашу думку, усі наведені підходи, за аналогією до підходів до управління в їх загальному сенсі, створюють загальну методичну базу управління інтелектуальним капіталом компаній, можуть використовуватися одночасно та забезпечувати синергетичний ефект від їх дотримання.

5. Зміщення управлінських акцентів у певний момент часу залежно від цілей та проблемних аспектів діяльності компанії дозволяє оптимізувати процес

управління інтелектуальним капіталом у динамічному вимірі. Водночас потрібно наголосити на існуванні окремих комплексних концепцій управління інтелектуальним капіталом, які базуються на принципових відмінностях у розумінні його внеску в забезпечення ефективності функціонування компанії, – це ресурсна та вартісна концепції. Ресурсна концепція розглядає інтелектуальний капітал як унікальний ресурс компанії та має статичний характер, оскільки зосереджується на аналізі наявної комбінації нематеріальних активів фірми, а не оптимізації процесів створення їх вартості у часовому вимірі. Вартісна концепція ґрунтується на усвідомленні ролі інтелектуального капіталу та його складових (людського, структурного та клієнтського капіталів) у забезпеченні різниці між ринковою та балансовою вартістю підприємства. Динамічний характер вартісної концепції та наявність тенденції до переважання ролі нематеріальних активів над матеріальними у забезпеченні ефективного функціонування провідних міжнародних компаній обумовлюють доцільність дотримання вартісної концепції в управлінні їх інтелектуальним капіталом.

6. На підставі визначених загальних особливостей та специфічних характеристик управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії, можемо вважати, що концепція управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії має передбачати інтеграцію методичних підходів до управління інтелектуальним капіталом та базуватися на вартісній оцінці ролі клієнтського капіталу у забезпеченні ринкової капіталізації з урахуванням секторальної специфіки діяльності міжнародної компанії. Реалізація цієї концепції потребує створення дієвих механізмів захисту інтелектуального капіталу компанії та розумінні провідної ролі його людської компоненти у забезпеченні сталого функціонування та розвитку.

7. Наявні методики й показники оцінювання інтелектуального капіталу мають низку недоліків щодо використання неприйнятної методології, залежності від ринкових коливань та передумов дослідження, існування різних підходів до визначення сутності інтелектуального ресурсу, а його

нематеріальна природа й унікальність окремих елементів призвели до відсутності єдиного і загальноприйнятого методу оцінювання.

8. Найбільш поширеною класифікацією методів оцінювання інтелектуального капіталу є класифікація на методи прямої оцінки інтелектуального капіталу, методи рентабельності активів, методи ринкової капіталізації та методи підрахунку балів, що ґрунтуються на спробі виявити взаємозв'язок між фінансовими показниками й окремими елементами інтелектуального капіталу. Зокрема за допомогою методів ROA DICM робиться акцент на оцінюванні ефективності інтелектуального капіталу шляхом аналізу фінансових показників, а у межах SC і MS методів виокремлюється оцінка людської компоненти ІК. Аналіз існуючих класифікацій використовуваних на практиці методів оцінювання інтелектуального капіталу дав змогу виявити теоретичну й емпіричну обґрунтованість показника MV/BV (відношення ринкової та балансової вартості), коефіцієнта Тобіна та методу VAIC як результат ефективного використання ІК в умовах економіки знань та з метою проведення компаративного аналізу обсягів інтелектуального капіталу у розрізі окремих видів економічної діяльності.

Основні положення цього розділу викладені у публікаціях автора [12, 20, 15, 17,21].

РОЗДІЛ 2.

УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

2.1. Глобальні та національні стандарти управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній

Питання підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу останніми роками перебувають у центрі уваги як учених, так і державних установ різних країн. Наукові розвідки стосовно ролі інтелектуального капіталу в діяльності міжнародних компаній мають широкую географію та різняться за секторальною специфікою досліджуваних компаній, масштабом статистичної вибірки, часовими періодами, використовуваними методами, інтерпретацією результатів та ін. Показово, що в абсолютній більшості результати досліджень підтверджують суттєвий вплив інтелектуального капіталу на результати діяльності компаній незалежно від їх національної приналежності та масштабів діяльності. Міжнародні компанії тією чи іншою мірою також докладають зусиль для підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу. Ідентифікація та управління інтелектуальним капіталом стає стратегічним завданням не лише окремих компаній, а й набуває загальнодержавного значення. Прикладами державної участі у цій діяльності є функціонування Центру інтелектуального капіталу в Шотландії, заходи японського міністерства торгівлі та промисловості, співробітництво міністерств США з Інститутом управління знаннями, розроблення національних стандартів управління інтелектуальним капіталом, як-от Датські [178], Європейські [140], Австралійські [87] інструкції та ін.

В умовах, коли нематеріальні ресурси формують до 80% вартості розвинених ринкових економік, формування стандартів звітності щодо використання інтелектуального капіталу набуває стратегічної значущості. На корпоративному рівні управління нестача уніфікованих стандартів звітування призводить до розпорошування інтелектуальних ресурсів та помилковості в

оцінюванні стратегічного потенціалу міжнародних компаній. Потрібно наголосити на існуванні думки щодо недоцільності відображення інтелектуального капіталу у звітності корпорацій, оскільки це може призвести до ризику його копіювання іншими конкурентами. На наш погляд, стандартизація (як на національному, так і на міжнародному) рівнях вимог до відображення інтелектуального капіталу у звітності корпорацій навпаки, сприяє суттєвому зменшенню таких ризиків. Компанії, які стають суб'єктами відображення уніфікованої інформації за однаковими стандартами, мають можливість документально підтвердити свої конкурентні нематеріальні переваги, сформувану ефективну модель комунікацій зі стейкхолдерами та довести свої права на інтелектуальну власність у разі виникнення відповідних суперечок. Тому не викликає сумнівів те, що звітування з інтелектуальних ресурсів, які становлять ядро ключових компетенцій компанії та є джерелом створення її доданої вартості, відповідає інтересам як самої компанії, так і національної економіки в цілому.

Однією з визначальних перепон на шляху до добровільного розкриття багатьма фірмами інформації про використання інтелектуального капіталу є застарілість наявного методичного забезпечення. Так, у США Комісія з цінних паперів та біржових операцій (Securities and Exchange Commission, SEC) та Рада зі стандартів фінансової звітності (Financial Accounting Standards Board, FASB) дійшли висновку, що уніфікації стандартів розкриття інформації про інтелектуальний капітал компаній має передувати осучаснення аналітичного інструментарію формування відповідної звітності.

Також вироблення єдиних стандартів звітності щодо інтелектуального капіталу ускладнюється наявністю двох підходів до її розроблення та представлення результатів. Перший підхід передбачає звітування про обмежені та регламентовані компоненти інтелектуального капіталу, інкорпоровані у загальну фінансову звітність компанії. Його очевидною перевагою є формалізація результатів використання інтелектуального капіталу, а недоліком – обмеженість звітної інформації та неможливість швидкого пристосування до

ринкових змін та запитів стейкхолдерів. Другий підхід базується на методиках, запропонованих науковцями, консалтинговими установами та самими компаніями. За своєю сутністю цей підхід є набагато адаптованішим до вимог ринку та конкретних секторів діяльності компаній, але має варіативний та нестандартизований характер.

Підхід до звітування про інтелектуальний капітал, інкорпорований у загальну фінансову звітність компаній, дає можливість надати інформацію про найбільш матеріалізовані («жорсткі», ідентифіковані) активи у складі інтелектуального капіталу – інтелектуальну власність та структурний капітал. Звітування про найбільш нематеріалізовані («м'які», неідентифіковані) активи реалізується шляхом надання інформації про ділову репутацію (acquired goodwill) фірми. Зміни, які відбулися у стандартах бухгалтерського обліку та фінансової звітності в 2001 році, зобов'язують компанії США не тільки звітувати про придбані нематеріальні активи та гудвіл, а й здійснювати їх регулярну переоцінку. Необхідність окремого визначення та оцінювання придбаного та внутрішньо розвиненого інтелектуального капіталу зумовлює основні труднощі у використанні інкорпорованої звітності про інтелектуальний капітал. Зміни, запроваджені у США 30.06.2001 Радою зі стандартів фінансової звітності щодо звітування про придбані нематеріальні активи, зобов'язують компанії звітувати про гудвіл окремо від ідентифікованих нематеріальних активів (бренди, патенти, контракти). Гудвіл розглядається як узагальнення інших неідентифікованих елементів, які асоціюються з потенціалом прибутковості компанії – зокрема, корпоративним іміджем та лояльністю споживачів.

Окремою проблемою в процесі формування інкорпорованої звітності про інтелектуальний капітал є питання відображення вартості людського капіталу та капіталу відносин. Саме у контексті спроби вирішення цієї проблеми отримав потужний розвиток другий підхід до звітування про управління інтелектуальним капіталом, який становить собою різноманітні системи його оцінювання та моніторингу. Це, зокрема, інструмент шведської компанії

Navigator Scandia [114], моніторинг нематеріальних активів К-Е. Свейбі [202], система збалансованих показників Р. Каплана та Д. Нортонна [144]. Попри те, що ці та подібні системи забезпечують транспарентність, актуальність та адекватність інформації, вони є далекими від єдиних стандартів оцінювання та вимірювання інтелектуального капіталу компанії. З іншого боку, такі системи мають широкі можливості персоналізації та адаптації під конкретні стратегічні цілі компанії, секторальну специфіку її діяльності та зміни ринкового середовища. Розглянемо досвід формування та використання систем звітування про інтелектуальний капітал у США, Швеції, Данії, Канаді, Австралії та Європі.

Досвід США щодо застосування стандартів звітування про управління інтелектуальним капіталом.

У діяльності американських компаній поширеним є використання системи наукових та технічних індикаторів Технологічного управління міністерства торгівлі (Science and Technology Indicators). Ці індикатори включають вхідні показники, які характеризують ефективність використання інтелектуального капіталу стосовно витрат на дослідні роботи, впровадження інновацій, патентування, наймання персоналу. Відкритість та публічність цих звітів забезпечує можливість узгодження цілей економічного розвитку окремих штатів, інформування потенційних інвесторів та всіх зацікавлених осіб.

Подібною до згаданої вище системи наукових та технічних індикаторів є розроблений Інститутом прогресивної політики США (Progressive Policy Institute) індекс нової економіки (New Economy Index), який створює базу для порівняння успішності політики окремих штатів щодо рівня освіти робочої сили, кількості працевлаштованих у високотехнологічному секторі, числа отриманих патентів та ін.

Також набув поширення інноваційний індекс приватної компанії СНІ Research, який визначається на основі індикаторів, що характеризують патенту політику компаній, середню тривалість технологічних циклів та ін. СНІ-індикатори використовуються багатьма аналітиками та інвесторами з метою

порівняння ефективності управління інтелектуальним капіталом різних компаній.

Канадський досвід звітування про управління інтелектуальним капіталом.

Метод створення загальної вартості (Total Value Creation Method, TVC), розроблений Канадським інститутом бухгалтерів, передбачає розрахунок поточної вартості з використанням техніки дисконтування майбутніх грошових потоків. Метод TVC передбачає чотири розділи звітності компаній щодо створення загальної вартості з використанням інтелектуального капіталу:

- 1) стратегія організація щодо створення та реалізації вартості;
- 2) дисконтований грошовий потік очікуваної майбутньої вартості;
- 3) звіт про потенціал компанії зі створення очікуваного грошового потоку (можливості, інфраструктура, мережа);
- 4) звіт стейкхолдерам про фінансові та нефінансові результати діяльності компанії.

Датська інструкція зі створення цінності для клієнтів на базі знань компанії. Датська інструкція, розроблена за результатами співпраці Датського міністерства торгівлі та промисловості з 17-ма датськими компаніями [178], рекомендує компаніям складати звітність про управління інтелектуальним капіталом, що складається з таких розділів:

- цілі та орієнтири управління знаннями – визначає, яку роль відіграє інтелектуальний капітал у створенні продукту компанії з урахуванням потреб споживачів, тенденцій ринку, особливих вимог до виробництва;
- управлінські виклики – довгострокові завдання та проблеми, що виникають у компанії у контексті управління інтелектуальним капіталом та впливу результатів цього управління на споживачів, працівників, процеси та технології;
- звітність – описує ініціативи та дії, які вживаються керівництвом компанії з метою вирішення поставлених завдань та подолання управлінських

викликів з використанням системи індикаторів, засобів графічного узагальнення та інтерпретації результатів.

Система індикаторів, яку застосовує Датське керівництво, є подібною до аналогічних систем Navigator Scandia та Celemi та забезпечує можливість звітування за двома стандартами (моделями). Модель А використовує узагальнюючі індикатори для звітування про управління інтелектуальним капіталом у контексті впливу на споживачів, працівників, процеси та технології. Модель В ілюструє прогрес, який досягнений компанією у контексті протидії управлінським викликам окремо за кожною з визначених компонент.

Австралійське керівництво з управління інтелектуальним капіталом.

Австралійське керівництво з управління на основі розширених показників результатів діяльності (Extended Performance Management, 2005), розроблене австралійським Товариством економіки знань (Society for Knowledge Economics) [87], передбачає згрупування показників діяльності компанії за такими категоріями:

- запаси, до яких включено показники, що характеризують величину та типи інтелектуальних ресурсів компанії;
- інвестиції, що містить як капітальні, так і ресурсні (часові, енергетичні, інформаційні та ін.) інвестиції;
- ефекти, куди включено показники, що характеризують можливі ефекти від інвестицій в інтелектуальний капітал стосовно клієнтів, працівників, стейкхолдерів та ін.

Визначення конкретних заходів щодо управління інтелектуальним капіталом на основі розширених показників діяльності здійснюється шляхом визначення співвідношення між стратегічними цілями компанії в цілому та стратегічними цілями відносно кожної складової інтелектуального капіталу (структурний капітал, людський капітал, капітал відносин). Очевидними недоліками запропонованого підходу варто вважати можливість конфлікту в ході визначення належності показників до груп запаси / інвестиції / ефекти, а також складність визначення ізольованого ефекту від конкретних дій. Так,

підвищення рівня задоволеності клієнтів може виявитися інтеграційним результатом декількох ініціатив (вдосконалення продукту, рекламна підтримка, інновації у просуванні та ін.), що утруднює завдання визначення пріоритетності інвестицій у ту чи іншу складову інтелектуального капіталу.

Європейська інструкція з відображення інтелектуального капіталу.

Проект Intellectual Capital Statement (InCaS, 2003 р.) був створений на партнерських засадах 25-ма європейськими компаніями, 6-ма бізнес-асоціаціями, науково-дослідними установами та незалежними експертами з метою зміцнення та розвитку інноваційного потенціалу європейських компаній [140]. Європейська інструкція щодо формування звітності базується на ідеї взаємозв'язку інтелектуального капіталу з корпоративними цілями, бізнес-процесами та результатами діяльності (рис. 2.1). Згідно зі структурною моделлю InCaS, ефективне використання інтелектуального капіталу відіграє провідну роль у системі управлінських рішень, спрямованих на реалізацію стратегії компанії.

Центральною категорією Європейської інструкції є «рівень зрілості компанії», який залежить від низки характеристик компанії (корпоративна культура, величина, стадія життєвого циклу та ін.) і впливає на вибір та ефективність застосування технік оцінювання інтелектуального капіталу.

Підбиваючи підсумки аналізу національних стандартів звітування про управління інтелектуальним капіталом, потрібно звернути увагу на існування глобальних ініціатив, дотичних цій галузі. Це передусім так звані стандарти соціального (нефінансового) звітування.

Практика складання соціальної звітності була введена провідними корпораціями з кінця 1970-х років з метою зміцнення ділового іміджу підприємства та підвищення його інвестиційної привабливості. Сучасні соціальні ініціативи поряд з цим, зумовлюють прибутковість компаній та їх комерційний успіх. У сучасній зарубіжній практиці соціальні звіти корпоративних структур створюються відповідно до міжнародних або

національних стандартів, які регламентують зміст звіту, його структуру, порядок збирання даних та їх оброблення.

Зовнішнє середовище (можливості та ризики)

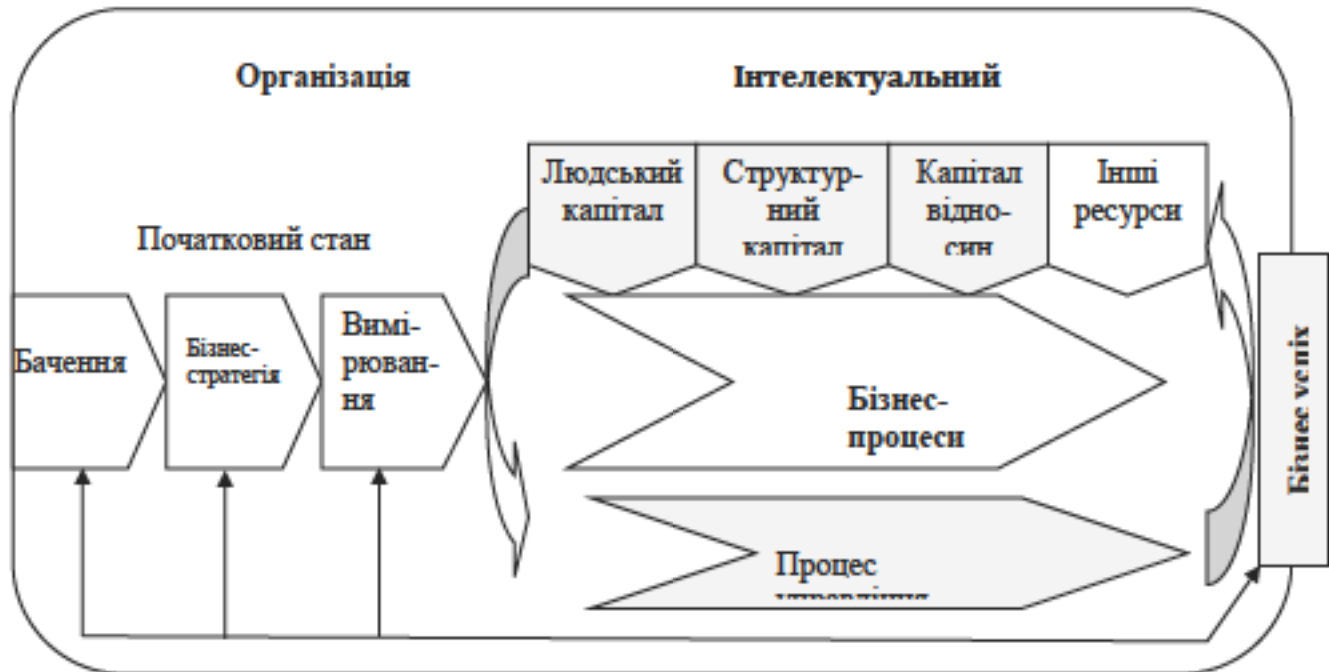


Рис. 2.1. Модель Intellectual Capital Statement (InCaS) [140]

Нині існує близько 20 різних стандартів нефінансової звітності. Найбільшого поширення набули чотири стандарти [9]: ISO 14000, SA 8000, AA 1000 і GRI. ISO 14000 є стандартом заходів з охорони і раціонального використання навколишнього середовища; SA 8000 – всесвітній стандарт, який акцентує увагу на трудових відносинах з урахуванням встановлених норм відповідальності роботодавця у галузі умов праці; AA 1000 спрямований на впорядкування соціальних ініціатив компанії і підвищення їх ефективності. Популярними в бізнес-співтоваристві є принципи соціальної відповідальності, розроблені міжнародною організацією «Глобальна ініціатива зі звітності» (Global Reporting Initiative, GRI) зі сталого розвитку, підготовлені за системою Глобальної ініціативи звітності (Global Reporting Initiative, GRI). Сьогодні GRI де-факто став стандартом у визначенні рамкових умов підготовки та показників нефінансової звітності. Система звітності GRI для компаній є основою

розкриття інформації про свої результати щодо забезпечення сталого розвитку. Ця система застосовується компаніями будь якого розміру, типу і місця розташування. Вона постійно вдосконалюється і розширюється в міру накопичення досвіду в звітуванні та змін як потреб компаній, які звітують, так і аудиторії звітів. І хоча звітність за стандартом GRI (як власне й інші стандарти нефінансової звітності) має передусім соціальне призначення та спрямованість, вона містить багато показників, які надають уявлення про стан управління інтелектуальним капіталом компанії (кваліфікаційний склад кадрів, взаємовідносини зі стейкхолдерами, рівень задоволеності працівників та клієнтів та ін.) [57].

Національні та глобальні стандарти звітування про використання інтелектуального капіталу на основі систем індикаторів систематизовано в табл. 2.1.

Зазначимо, що сучасною тенденцією є міждержавна інтеграція зусиль щодо перетворення інтелектуального капіталу на результати діяльності компаній, створення позитивних зовнішніх ефектів та забезпечення уніфікованих стандартів відображення інтелектуального капіталу у звітності компаній. На противагу інкорпорованій звітності про використання інтелектуального капіталу, значного поширення у сфері управління інтелектуальним капіталом набули різноманітні системи його оцінювання та моніторингу. Перевагою такого підходу є можливість оцінювання ефективності використання таких неосяжних та невимірних у фінансовому аспекті складових інтелектуального капіталу компанії, як людський капітал та капітал відносин. Його основними недоліками можна вважати застарілість, надмірну різноманітність та суб'єктивний характер методик. Попри те, що драйвери створення вартості на основі інтелектуального капіталу матимуть відмінності залежно від галузевої специфіки, національних особливостей, розміру компаній та ін., може бути визначений певний їх стандартний (універсальний) перелік.

Національні та глобальні стандарти звітування про використання інтелектуального капіталу на основі систем індикаторів

Стандарти	Країна (група країн)	Стандарти звітування
Національні стандарти звітування	США	Система наукових та технічних індикаторів Технологічного управління міністерства торгівлі (Science and Technology Indicators) Індекс нової економіки (New Economy Index) Інституту прогресивної політики США (Progressive Policy Institute) Інноваційний індекс приватної компанії CHI Research
	Канада	Метод створення загальної вартості (Total Value Creation Method, TVC)
	Швеція	Модель Skandia Navigator [114]
	Данія	Датська інструкція зі створення цінності для клієнтів на базі знань компанії [178]
	Австралія	Австралійське керівництво з управління на основі розширених показників результатів діяльності (Extended Performance Management, 2005) [87]
	ЄС	Проект Intellectual Capital Statement (InCaS, 2003) [140]
Глобальні ініціативи (стандарти нефінансової корпоративної звітності, дотичні питанням управління інтелектуальним капіталом)	SA 8000 –	всесвітній стандарт, який акцентує увагу на трудових відносинах з урахуванням встановлених норм відповідальності роботодавця у сфері умов праці
	AA 1000 –	стандарт, спрямований на впорядкування соціальних ініціатив компанії і підвищення їх ефективності
	ISO 14000 –	міжнародний стандарт, що містить вимоги до системи екологічного управління компанією
	GRI (Global Reporting Initiative) –	є для компаній основою розкриття інформації про свої результати щодо забезпечення сталого розвитку

Джерело: розроблено автором

До питання визначення таких універсальних об'єктивних індикаторів повернемося далі, а поки зазначимо, що загальними вимогами до стандартів звітування про інтелектуальний капітал на основі системи універсальних індикаторів можна вважати:

- можливість візуалізації взаємозв'язку між цінністю інтелектуального капіталу та результатами його використання в діяльності компанії;
- кількісний характер показників, що підлягають оцінюванню та вимірюванню;
- можливість забезпечення системного характеру спостережень за динамікою показників;

- подолання інформаційної асиметричності у формуванні взаємовідносин між внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами.

На нашу думку, найкращі можливості для дотримання визначених вимог створює використання Європейської інструкції з відображення інтелектуального капіталу (Intellectual Capital Statement, InCaS [140]). Алгоритм звітування згідно з європейським стандартом InCaS базується на класичному уявленні про структури інтелектуального капіталу компанії, згідно з яким компонентами інтелектуального капіталу є людський, структурний та капітал відносин. Компоненти інтелектуального капіталу оцінюються низкою атрибутів:

- людський капітал (ЛК): професійні компетенції (ЛК1), соціальна компетенція (ЛК2), мотивація співробітників (ЛК3);
- структурний капітал (СК): корпоративна культура (СК1), внутрішнє співробітництво та обмін знаннями (СК2), інформаційні технології та явні знання (СК3);
- капітал відносин (КВ): відносини з клієнтами (КВ1), відносини з інвесторами (КВ2).

Кожна із зазначених ознак характеризується кількістю, якістю та рівнем використання (наявність системного управління). Атрибути оцінюються експертами суб'єктивно, виходячи з їх уявлення про поточне (X %) та бажане значення (100 %) середньоарифметичного цих атрибутів. Результатом є визначення «потенціалу покращення» за кожним з атрибутів, який засвідчує, наскільки поточне значення відрізняється від бажаного. Після цього експертами заповнюється матриця «Вплив інтелектуального капіталу на результати діяльності компаній» (Impact scoring matrix), в якій ті ж самі атрибути інтелектуального капіталу оцінюються за ступенем їх впливу на досягнення стратегічних цілей компанії в діапазоні від 0 (відсутність впливу) до 3 (експонентний вплив). Останнім кроком на цьому етапі є побудова матриці в системі координат «Потенціал покращення – Вплив на результати діяльності», кожен з квадрантів якої визначає стратегію управління інтелектуальним

капіталом компанії залежно від поєднання цих характеристик (розвиток, стабілізація, аналіз та відсутність дій щодо управління інтелектуальним капіталом).

Питання оцінювання атрибутів інтелектуального капіталу вирішується шляхом вибору індикаторів, які найкращим чином їх описують, рекомендованою кількістю від 2 до 6 на кожний атрибут. Такими індикаторами можуть бути, наприклад, працівники з вищою освітою (характеристика атрибуту ЛК1), кількість лояльних клієнтів (характеристика атрибуту KB1) та ін. Загальною рекомендацією Європейського проекту InCaS є вибір індикаторів атрибутів інтелектуального капіталу, які можуть бути вбудовані в загальну систему показників діяльності компанії.

Детальні рекомендації щодо використання Європейського стандарту звітування про інтелектуальний капітал подано на сайті проекту InCaS [140], де також можна знайти зразки звітів за стандартом InCaS низки європейських компаній та організацій, як-от: *Busines and Development Learning Institute BDL* (освітня діяльність, Франція), *BGME* (аудит та консалтинг, Франція), *EBS Esperance* (рекрутинг, Франція), *PROJIRIS* (проектний та ризик-менеджмент, Франція), *Balance Technology Consulting* (кастомізоване програмне забезпечення, Німеччина), *Malergeschaft Bethel* (аутсорсинг, Німеччина), *Helmut Beyers* (електронне виробниче обслуговування, Німеччина), *JRC Capital Managemnet Consultancy and Research* (управлінський консалтинг, Німеччина), *Pass Stanztechnik AG* (виробництво інструментів, Німеччина), *ARR Dotacje I Szkolenia* (управлінський консалтинг, Польща), *Garten Polska Siec Sklepow Retro* (сезонні постачання, Польща), *NEXBAU mgr inz Roman Bauta* (виробництво вікон, Польща), *Blooming Technologies* (телекомунікаційні й інформаційні технології, Польща), *ZAK* (реклама та поліграфія, Польща), *Glotta Nova* (освітня діяльність, Словаччина), *INO Brezice* (сільське господарство, Словаччина), *Inter diskont* (торгівля непродовольчою продукцією, Словаччина), *Le-Technica* (програмне забезпечення, Словаччина), *Technological Institute of Optics, Colour and Imaging* (освітня діяльність, Іспанія), *Formacion Digital*

(управлінський консалтинг, Іспанія), SIDASA Engineering Business Unit (інжиніринг, Іспанія), SISTEPLANT (інжиніринг та програмне забезпечення, Іспанія), VERTISUB (дистрибуція промислової продукції, Іспанія). Варто звернути увагу на декілька загальних характеристик звітності європейських компаній, наведених на сайті проекту InCaS. По-перше, ця звітність переважно належить компаніям, які функціонують у секторах економічної діяльності, для яких питання ефективного управління інтелектуальним капіталом є визначально важливими: інформаційні технології та програмне забезпечення, управлінський консалтинг та аутсорсинг, освітня діяльність тощо. По-друге, наведена звітність є застарілою й має переважно ознайомчий (демонстраційний) характер. Нарешті, підприємства, звітність яких сформована за стандартом InCaS, здебільшого належить компаніям, що функціонують у секторі малого та середнього підприємництва й не мають статусу міжнародних. На наш погляд, стандарт надає широкі можливості для якісного та прозорого звітування з інтелектуального капіталу, в тому числі й міжнародних корпорацій, але необхідною є певна його адаптація та врахування специфічних характеристик діяльності міжнародних компаній.

У контексті розвитку методології стандарту InCaS та її адаптації до застосування в діяльності міжнародних компаній може бути запропоноване використання такого інструменту управлінського аналізу, як морфологічна матриця. Побудова морфологічної матриці є результатом використання методу морфологічного аналізу, який був запропонований швейцарським астрофізиком Фріцем Цвікі з метою віднаходження можливих рішень управлінської проблеми шляхом розподілу її на окремі атрибути та комбінації можливих реалізацій цих атрибутів [54]. Ідея морфологічного аналізу полягає у системному дослідженні всіх можливих варіантів вирішення певної управлінської проблеми та відборі критичних параметрів, які найбільше впливають на її розв'язання [7]. Морфологічну матрицю звітування про інтелектуальний капітал компанії на основі стандарту InCaS з урахуванням пропозицій автора наведено в таблиці Б.1.

Якщо підсумкову оцінку використання інтелектуального капіталу компанії позначити змінною ІК, то вона, згідно з вимогами Європейського стандарту InCaS, може бути охарактеризована оцінкою використання компонент інтелектуального капіталу за двома координатами – потенціалом покращення (Х-координата) та впливом на результати компанії (Y-координата):

$$IK = f(X_{IK}; Y_{IK}) = f(\{X_{ЛК}, Y_{ЛК}\}; \{X_{СК}, Y_{СК}\}; \{X_{КВ}, Y_{КВ}\}), \quad (2.1)$$

де $X_{ЛК}, Y_{ЛК}$ – оцінки людського капіталу компанії за Х-координатою та Y-координатою; $X_{СК}, Y_{СК}$ – оцінки структурного капіталу компанії за Х-координатою та Y-координатою; $X_{КВ}, Y_{КВ}$ – оцінки капіталу відносин компанії за Х-координатою та Y-координатою.

У свою чергу, кожна з компонент інтелектуального капіталу компанії може бути оцінена відповідними атрибутами за трьома характеристиками: кількістю, якістю та управлінням (див. табл. Б.1):

$$X_{IK} = \begin{cases} f(X_{ЛКi}) = f\left(\frac{1}{3} \sum_{j=1}^3 a_{ij}\right), & i = 1, \dots, 3 \\ f(X_{СКi}) = f\left(\frac{1}{3} \sum_{j=1}^3 b_{ij}\right), & i = 1, \dots, 3 \\ f(X_{КВi}) = f\left(\frac{1}{3} \sum_{j=1}^3 c_{ij}\right), & i = 1, \dots, 2 \end{cases}, \quad (2.2)$$

де a_{ij} – оцінки кількості ($j=1$), якості ($j=2$) та стану управління ($j=3$) за i -тою компонентою людського капіталу компанії; b_{ij} – оцінки кількості ($j=1$), якості ($j=2$) та стану управління ($j=3$) за i -тою компонентою структурного капіталу компанії; c_{ij} – оцінки кількості ($j=1$), якості ($j=2$) та стану управління ($j=3$) за i -тою компонентою капіталу відносин компанії.

Y-координата оцінки інтелектуального капіталу (вплив на результати діяльності компанії) вимірюється в балах та визначається експертами в

діапазоні від 0 (відсутність впливу) до 3 (експонентний вплив). На нашу думку, методологія звітування за стандартом InCaS потребує у цій частині адаптації у разі її застосування для оцінки управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії. Зокрема, використання як Y-координати оцінки інтелектуального капіталу його впливу на результати діяльності компанії не повною мірою відбиває специфіку управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії. Вважаємо, що значно більше інформації про роль нематеріальних активів у забезпеченні ефективного функціонування міжнародних компаній надає оцінка впливу його компонент (людського капіталу, структурного капіталу та капіталу відносин) на капіталізацію компанії. Як вже неодноразово зазначалося в роботі, визначальним є вплив насамперед клієнтської складової (КВІ) на капіталізацію міжнародних компаній, конкурентні переваги яких перебувають у площині нематеріальних активів (ІТ-сектор, телекомунікації, медіа, послуги та ін.). Натомість для міжнародних компаній-виробників матеріалізованої продукції або операторів видобувного сектора економіки цей вплив буде значно меншим, оскільки джерелом капіталізації таких структур є переважно матеріальні активи. Таким чином, використання як Y-координати експертної оцінки впливу інтелектуального капіталу на капіталізацію компанії дозволить більш повно оцінити роль інтелектуального капіталу у формуванні ринкової вартості міжнародної компанії залежно від галузевої специфіки її діяльності.

Підсумковим результатом звітування компаній згідно з методологією стандарту InCaS є визначення стратегії управління певною компонентою інтелектуального капіталу компанії залежно від поєднання значень її X-координати (потенціал покращення) та Y-координати (вплив на результати компанії).

Матрицю стратегій управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії з урахуванням пропонованих уточнень щодо сутності її Y-координати (вплив на капіталізацію компанії) наведено на рис. 2.2.

Y-координата – вплив компонент інтелектуального капіталу на капіталізацію компанії	Значний	Стабілізація компоненти інтелектуального капіталу	Розвиток компоненти інтелектуального капіталу
	Незначний	Відсутність дій щодо компоненти інтелектуального капіталу	Аналіз стану компоненти інтелектуального капіталу
		<i>Низький</i>	<i>Високий</i>
X-координата – потенціал покращення управління компонентами інтелектуального капіталу			

Рис. 2.2. Модифікована матриця стратегій управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії на основі стандарту InCaS

Джерело: авторська розробка

Підбиваючи підсумки, зазначимо, що звітування відповідно до стандарту Європейської інструкції InCaS з відображення інтелектуального капіталу створює широкі можливості для формування адекватного уявлення про стан та перспективи розвитку інтелектуального капіталу компанії, оскільки:

- базується на класичному уявленні про структуру інтелектуального капіталу компанії;
- з метою оцінювання компонент інтелектуального капіталу компанії використовує прозорі та зрозумілі атрибути, які або мають кількісний вимір, або можуть бути адекватно оцінені експертами;
- характеризується гнучкістю у виборі індикаторів оцінювання компонент інтелектуального капіталу компанії;
- дає змогу оцінити інтелектуальний потенціал компанії з точки зору досягнення її стратегічних цілей та впливу на результати її діяльності;
- за умови урахування наданих пропозицій (використання як Y-координати впливу інтелектуального капіталу на капіталізацію фірми) дозволяє більш повно оцінити роль інтелектуального капіталу у формуванні

ринкової вартості міжнародної компанії залежно від галузевої специфіки її діяльності.

Звітування про інтелектуальний капітал на основі стандарту InCaS з урахуванням наданих пропозицій забезпечить прозорість оцінювання інтелектуального капіталу міжнародної компанії та визначення стратегій управління його компонентами. Водночас не можна не зазначити очевидні складнощі, які виникають у разі застосування як стандарту InCaS, так й інших міжнародних стандартів звітності з інтелектуального капіталу. Певні ускладнення під час оцінювання інтелектуального капіталу та інтерпретації його результатів можуть бути зумовлені необхідністю застосування з метою оцінки компонент інтелектуального капіталу компанії таких індикаторів, інформація про які відсутня у відкритому доступі або не підлягає звітності. Це, зокрема, мотивація співробітників, корпоративна культура, соціальна компетенція та ін. Безумовно, оцінити стан таких складових інтелектуального капіталу можна оцінити опосередковано – через кількісні індикатори або методом експертного оцінювання: середній відсоток преміальних виплат (мотивація співробітників), відсоток лояльних до керівництва співробітників (корпоративна культура) та ін. Варто визнати, що у ході вирішення управлінських завдань певна невизначеність при розгляді кількісних характеристик процесів та необхідність вдаватися до експертного оцінювання є непереможною. Тому, на нашу думку, доцільно за найменшої можливості намагатися надати кількісну оцінку параметрам ситуації шляхом підбору відповідних індикаторів (передусім фінансових), які підлягають однозначному вимірюванню. Завдання кількісного вимірювання впливу інтелектуального капіталу на фінансові результати діяльності компанії розглянуто у третьому розділі роботи.

2.2. Секторальний вимір систем управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній

В умовах економіки знань набуває значимості завдання ефективного управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній. Незважаючи на

його роль у формуванні інноваційного потенціалу, перші спроби виокремлення управління ІК в окрему інформаційну підсистему і функціонування її на регулярних засадах були здійснені порівняно недавно. Міжнародні компанії - лідери галузей - не зуміли б досягнути отриманих результатів, ігноруючи прийняття управлінських рішень у сфері людських ресурсів і сучасних технологій. Такі фірми активно застосовують на практиці методи теорії управління знаннями з метою підвищення ефективності роботи підрозділів з розроблення нових видів продукції, виведенню її на ринок, аналізу ринку власної продукції, роботою з постачальниками та клієнтами тощо.

Щорічно Європейською комісією формується рейтинг 2500 компаній, які фінансують значну частку коштів у НДДКР. Результати 2016-2017 фінансового року показали, що ці компанії географічно розташовані у 43-х країнах і сумарно витрачають понад 741,6 млрд євро на дослідження і розробки, що складає майже 90% світового фонду НДДКР. У цей рейтинг увійшло 567 компаній з ЄС, 822 компанії з США, 365 - з Японії та 376 - з Китаю.

Аналіз динаміки витрат на НДДКР у 2007-2017 рр. дає змогу стверджувати, що частка країн ЄС у цьому процесі залишається стабільною і становить 26%, однак за останні роки відбулися секторальні зміни. Так, частка витрат у автомобільній промисловості зросла з 36% до 44%, натомість зменшилась у аерокосмічній сфері і обороні з 48% до 42%.

Секторальний аналіз інвестицій в НДДКР (рис. 2.3) свідчить про найбільший їх приріст у високотехнологічному секторі (56,3%), що відбувається на фоні одночасного зростання обсягів продажу та чисельності зайнятих на 43,5% та 27,6% відповідно. Високий показник витрат на НДДКР у низькотехнологічних видах діяльності (47,7%) можна пояснити прагненням підвищити їх економічну ефективність за рахунок новітніх розробок, однак середній обсяг у цьому секторі за 2007-2016 рр. зменшився на 6,9%. Незважаючи на глобальну економічну кризу та її наслідки період 2007-2016 рр. характеризувався суттєвим зростанням інвестицій у НДДКР за рівнем

технологічності у сектори вище та нижче від середнього на 41,6% та 33,6% відповідно.

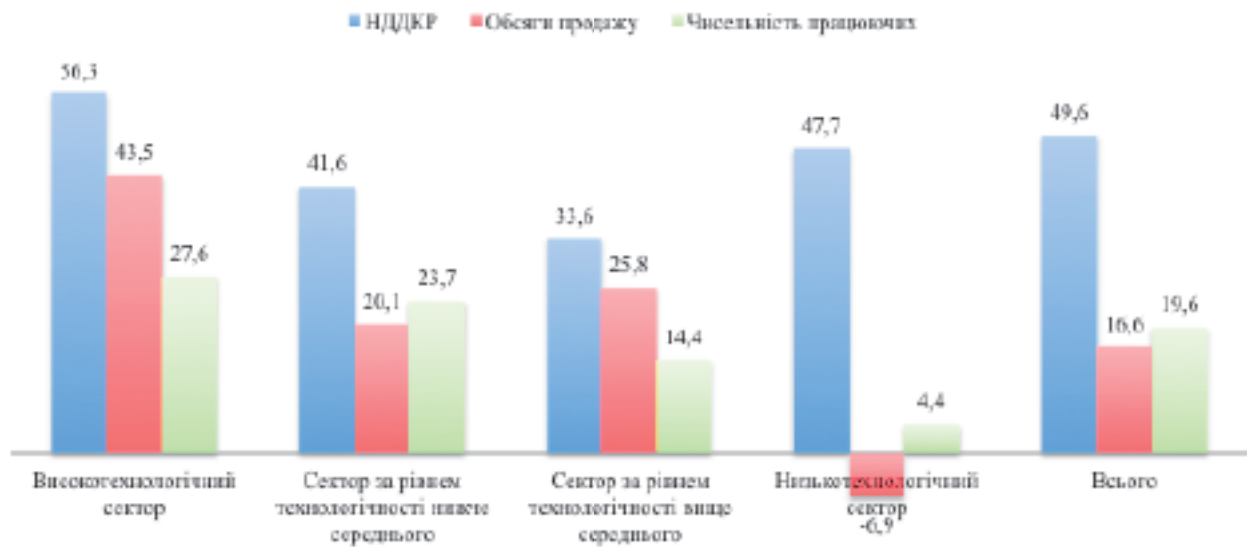


Рис. 2.3. Темпи зростання інвестицій у НДДКР, обсягів продажу та чисельності працюючих за секторами економіки у 2007-2016 рр., % [210]

Рейтинг топ-20 компаній світу за витратами на НДДКР у 2017 р. відображено у таблиці В.1. Як бачимо з отриманих даних, компанії у рейтингу представляють такі види діяльності, як автомобілебудування, програмне забезпечення і комп'ютерні послуги, технологічне забезпечення й устаткування, фармацевтичну промисловість та біотехнології. Першу позицію рейтингу займає компанія Volkswagen з показником інвестицій у НДДКР 13,6 млрд євро. Наступні 2 компанії з США представляють сектор програмного забезпечення і комп'ютерних послуг – Alphabet та Microsoft. Alphabet була створена у жовтні 2015 р. і стала материнською компанією для Google та кількох її дочірніх компаній.

Міжнародна компанія є системою, що складається з матеріальних, нематеріальних активів і мережі їх взаємодії. Ринкова капіталізація компанії залежить від очікувань майбутніх прибутків компанії, які можуть бути отримані шляхом ефективного використання наявних активів. Компанія, що працює у високотехнологічних видах діяльності, де інтелектуальна компонента,

а не фізичні активи відіграють домінуючу роль, привертає увагу інвесторів ресурсами, які впливають не тільки на поточну ситуацію компанії, але й на її перспективи. Такий висновок випливає із аналізу інформації, котру надають компанії щодо НДДКР та витрат на них, дані про обсяги яких відповідно впливають на волатильність котирувань акцій на фондових біржах.

Аналіз кореляційного зв'язку між витратами на НДДКР і рентабельністю діяльності для топ-100 компаній світу за витратами на НДДКР у 2017 р. дозволив виявити відсутність такого взаємозв'язку на статистично значимому рівні, однак між показниками витрат на НДДКР та обсягами продажу було виявлено коефіцієнт кореляції на рівні 0,601 (рис. 2.4).

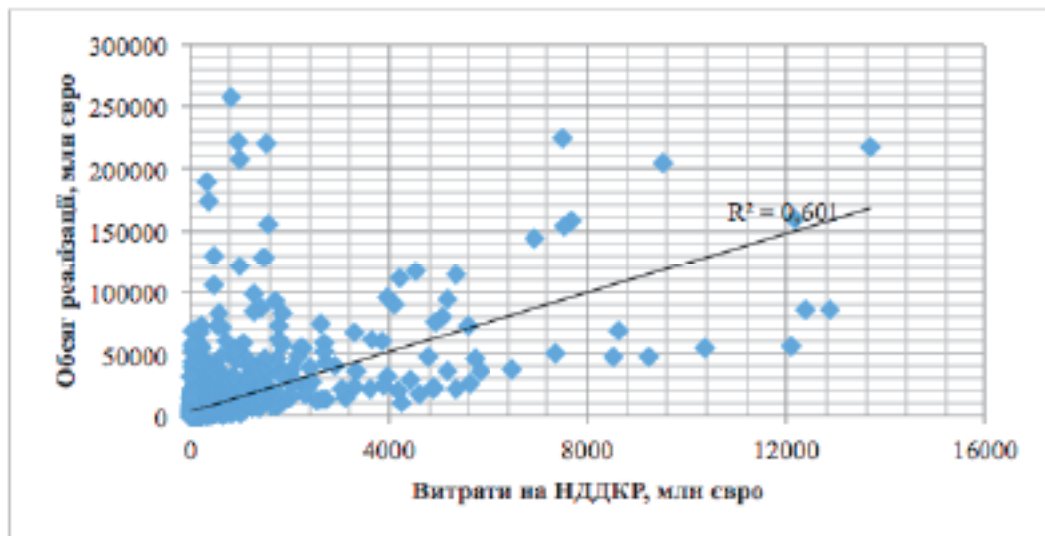


Рис. 2.4. Кореляційний взаємозв'язок витрат на НДДКР та обсягів реалізації для 100 міжнародних компаній у 2017 р. [210]

Аналогічний коефіцієнт кореляції, однак розрахований для 100 тільки європейських компаній, у 2017 р. склав 0,651, що свідчить про вагоміший внесок інвестицій в НДДКР для забезпечення стабільних обсягів продажу для компаній Європи (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Кореляційний взаємозв'язок витрат на НДДКР та обсягів реалізації 100 міжнародних компаній Європи у 2017 р. [210]

Дослідження витрат на НДДКР у розрізі виключно європейських компаній дає змогу виявити високу присутність автомобільних ТНК Німеччини, які займають перші три позиції досліджуваного рейтингу (таблиця В.2). Причому варто зазначити, що концерн Volkswagen за показником інвестицій у НДДКР займає першу позицію як у Європі, так і в цілому по світу, хоча темп їх приросту у 2017 р. становив лише 0,4%. Найвищими темпами приросту витрат на НДДКР характеризувались компанії Nokia (96%), Renault (19,9%), Daimler (15,4%). Варто також зауважити, що топ 20 компаній цього рейтингу забезпечують 45,8% витрат на НДДКР серед усіх досліджуваних організацій (перші 100 компаній забезпечують 77,1% витрат на НДДКР). На нашу думку, цілеспрямовані R&D інвестиції мають визначальне значення для забезпечення майбутнього зростання й утримання конкурентних позицій, а також прямо пов'язані з розробленням нових і технологічно передових продуктів, що є особливо актуальним для міжнародних компаній у сфері технологій. Цей факт підтверджується даними, згідно з якими у 2017 р. у топ-5 найбільших за капіталізацією публічних компаній увійшли компанії винятково технологічного спрямування: Alphabet (Google), Apple, Amazon, Microsoft,

Tencent (для порівняння: у 2006 р. у п'ятірку світових бізнес-лідерів входила лише одна технологічна компанія).

Економічні показники міжнародних компаній, що характеризуються високим інтелектуальним капіталом, суттєво відрізняються від параметрів тих компаній, що орієнтовані на традиційні принципи індустріальної економіки. У табл. 2.2 відображено компаративний аналіз міжнародних компаній у розрізі окремих показників балансу, чисельності працюючих та витрат на НДДКР в окремих сферах діяльності, що дає змогу стверджувати про значну частку витрат на НДДКР (у грошовому вираженні на одного зайнятого та у відсотках до обсягу продажів) для компаній, котрі представляють сферу комп'ютерних послуг та програмного забезпечення.

Таблиця 2.2

Аналіз окремих показників діяльності міжнародних компаній у розрізі окремих видів діяльності у 2017 р.

Компанія	Оборотні активи, млрд дол. США	Нематеріальні активи, млрд дол. США	Гудвіл, млрд дол. США	Чисельність працюючих, тис. осіб	Витрати на НДДКР, тис. дол. на одного зайнятого	Витрати на НДДКР, у % до обсягу продажів
Комп'ютерні послуги						
Alphabet	124,308	2,692	16,747	72,05	178,54	15,02
Microsoft	159,851	10,106	35,122	124,00	99,74	14,49
IBM	49,735	40,531	16,747	380,31	12,99	6,51
Facebook	48,563	1,884	18,221	17,0	329,38	21,42
Програмне забезпечення						
Apple	128,645	2,298	5,717	116,00	82,15	4,66
Intel	29,500	12,745	24,389	106,00	114,02	21,45
HP	22,318	-	5,622	49,00	23,41	2,51
Hewlett Packard Enterprise	21,444	1,042	17,372	195,00	11,18	4,58
Dell Technologies	38,957	28,754	39,920	138,0	19,51	4,60
Cisco Systems	83,703	2,539	29,766	72,90	78,85	12,62
Добування нафти і природного газу						
Royal Dutch Shell	95,404	10,518	13,662	92,00	10,46	0,43
ExxonMobile	47,134	-		71,10	14,12	0,48
Chevron	28,560	-	4,531	55,20	8,18	0,43
Total	84,948	13,160	1,427	102,17	9,75	0,82
PetroChina	425,162	17,666	41,934	508,76	3,01	0,69
BP	74,986	18,355	11,551	74,50	5,09	0,22

Продовження табл. 2.2.

Компанія	Оборотні активи, млрд дол. США	Нематеріальні активи, млрд дол. США	Гудвіл, млрд дол. США	Чисельність працюючих, тис. осіб	Витрати на НДДКР, тис. дол. на одного зайнятого	Витрати на НДДКР, у % до обсягу продажів
Виробництво автомобілів						
Toyota Motor	162,870	-	-	364,4	20,58	3,35
Volkswagen Group	160,112	19,004	23,443	626,7	21,82	6,29
Daimler	106,735	2,340	1,115	282,5	26,68	4,92
BMW Group	71,582	0,675	0,380	115,8	44,58	5,48
Honda Motor	62,13	1,28	-	211,9	25,29	4,71
Ford Motor	115,902	0,213	0,075	201,0	34,45	4,81
SAIC Motor	0,950	0,179	0,863	171,4	7,49	1,30
Nissan Motor	104,82	1,10	0,063	137,3	29,02	4,18
Fiat Chrysler Automobiles	41,845	5,582	11,992	234,5	17,99	3,80
Renault	67,509	0,409	1,114	124,8	21,55	5,25
Tesla	6,570	0,361	0,0602	17,78	44,52	11,92

Джерело: побудовано і розраховано автором на основі [125, 126, 211,200]

З огляду на неспроможність бухгалтерського обліку врахувати всі елементи інтелектуального капіталу, Т. МакГрайв та Л. Бреннер в межах роботи у консалтинговому агенстві Talent Growth Advisors запропонували такий показник, як індекс інтелектуального капіталу (intellectual capital index – ІСІ), який розраховується шляхом знаходження внутрішньо згенерованого інтелектуального капіталу на основі ринкової капіталізації та вартості нематеріальних активів, що публікуються в звітності компаній.

Результати розрахунків за 2016 р. були здійснені для 30 компаній індексу Доу-Джонса (DJ), однак згодом 5 компаній, що представляють нафтовидобувний сектор (Exxon Mobile, Chevron) та фінансовий сектори (Goldman Sachs, J.P. Morgan Chase, Travelers), були виключені з дослідження з огляду на специфіку активів компаній зазначених профілів (нафта і грошові кошти).

Чотири з проаналізованих компаній (Boeing, Pfizer, Apple, United Technologies) характеризувалися показником ІСІ вищим за одиницю, а це

означає, що вартість їх інтелектуального капіталу вища від вартості компанії. Серед усіх оцінених компаній (табл. 2.3) середнє значення ІСІ становило 0,86, а найнижчий показник був зафіксований для компанії American Express (0,53), Wal-Mart (0,58) та Cisco (0,64).

Таблиця 2.3

**Індекс інтелектуального капіталу міжнародних компаній
ДЖІ у 2016 р.**

Компанія	Позиція у рейтингу		Інтелектуальний капітал, млн дол. США	Індекс інтелектуального капіталу	
	2015	2016		2015	2016
Pfizer	2	1	245,411	1,04	1,11
Boeing	1	2	103,042	1,04	1,07
Apple	3	3	509,067	1,04	1,04
Visa	6	4	209,687	0,98	1,00
Johnson&Johnson	7	5	291,021	0,98	0,98
UnitedHealth	5	6	170,306	0,98	0,98
Procter& Gamble	8	7	236,878	0,97	0,97
United Technologies	4	8	102,257	1,01	0,97
Microsoft	9	9	349,143	0,93	0,93
3M	11	10	107,571	0,91	0,93
DuPont	10	11	61,066	0,93	0,93
Merck	13	12	156,934	0,89	0,91
Nike	12	13	81,034	0,91	0,91
IBM	15	14	179,522	0,86	0,87
Home Depot	14	15	164,171	0,86	0,87
Coca-Cola	16	16	172,012	0,85	0,85
McDonald's	18	17	104,230	0,83	0,84
General Electric	20	18	285,662	0,71	0,83
Disney	17	19	138,705	0,83	0,81
Verizon	21	20	229,700	0,70	0,71
Intel	19	21	128,924	0,72	0,70
Cisco	22	22	119,076	0,64	0,65
Caterpillar	25	23	49,502	0,48	0,59
Wal-Mart	23	24	139,926	0,57	0,58
American Express	24	25	50,262	0,52	0,53

Джерело: побудовано автором на основі [141]

Розробники індексу також розраховували значення вартості ІК на одного зайнятого, і за цим показником першу позицію зайняла компанія Visa (14,0 млн дол. США на особу), що зумовлено незначною чисельністю працюючих в цій компанії (11 тис. осіб) та незначними інвестиціями в матеріальні активи. Для порівняння: в компанії Apple ІК на одну особу становить 4,5 млн дол. США,

однак штат співробітників складає 116 тис. осіб, до того ж інвестиції у матеріальні активи також є значно вищими.

Аналіз секторальної структури отриманого значення ІК для 30-ти компаній (4,4 трлн дол. США) показав найвищу питому вагу сфери технологій (20,32%), що представлена 5-ма компаніями, охороною здоров'я (19,7% і 4 компанії), промисловістю (10,1% і 3 компанії).

Водночас управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії з огляду на сферу її діяльності вирізняється певною специфікою та диференціацією внеску різних його складових у підвищення рівня капіталізації. Розглянемо найбільш типові підходи до управління ІК на основі узагальнення емпіричної та статистичної інформації щодо практики діяльності міжнародних компаній в сегментах B2B та B2C.

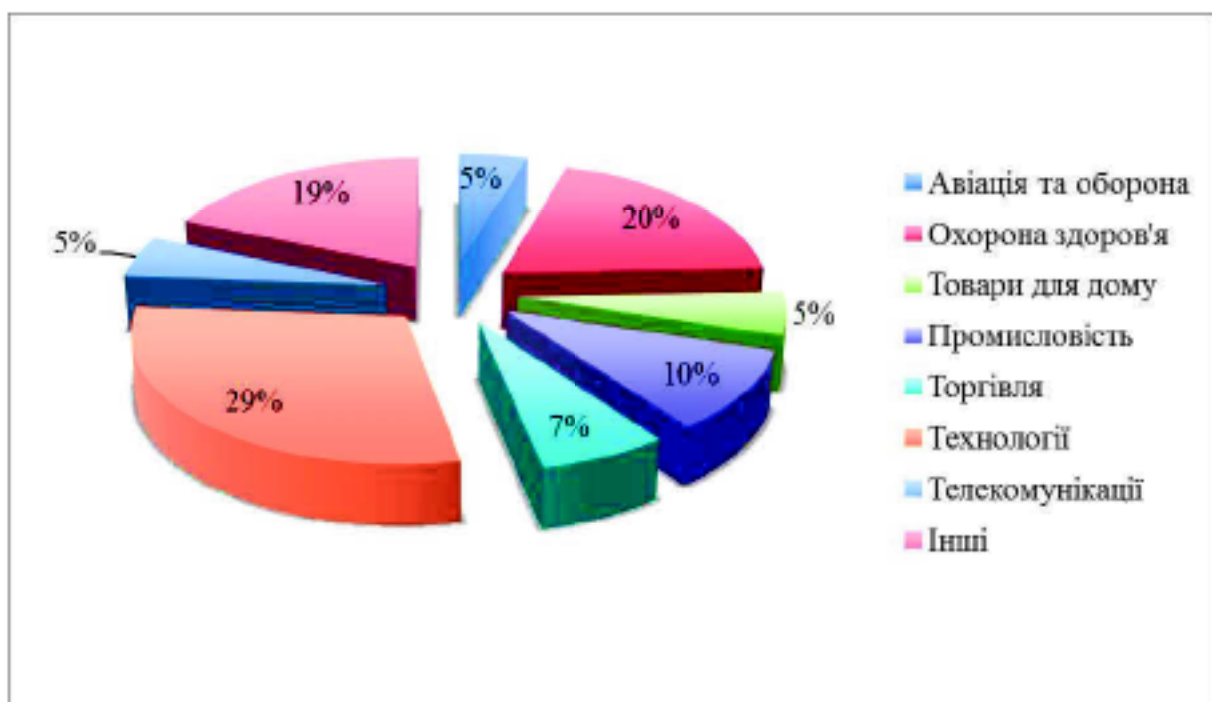


Рис. 2.6. Секторальна структура розподілу інтелектуального капіталу міжнародних компаній індексу Dow Jones у 2016 р. [141]

Результати досліджень, проведених американським центром продуктивності і якості APQC, показали, що в різних секторах глобальної економіки ТНК отримують два долари віддачі від витрат на кожен долар, інвестований в управління корпоративними знаннями та інтелектуальним капіталом [84]. За даними досліджень, проведених компанією Global Industry

Analysts, Inc., чистий дохід на глобальному ринку послуг у галузі управління знаннями в 2012 р. склав більше 170 млрд дол. США [128], понад 80% компаній, що входять у рейтинг «Fortune – 500», впровадили системи управління знаннями і продовжують активно розвивати цей напрям діяльності [126].

З метою оцінки сприйняття вагомості топ-менеджментом інтелектуального капіталу для підвищення рівня капіталізації їх компаній скористаємося даними дослідження, оприлюдненого в 2015 році, що проводилося одним із регіональних підрозділів асоціації KPMG International Cooperative («KPMG International», Швейцарія) [60]. Його метою було отримання відповіді на питання, чи відповідає зміст та спрямованість річних звітів компаній інформаційним потребам учасників ринків, у тому числі капіталів, та наскільки інформативними є річні звіти компаній з огляду на розуміння ключових новітніх джерел генерації доданої вартості.

Спектр завдань, які поставали у межах дослідження, є більш широким, ніж проблематика управління інтелектуальним капіталом, разом з тим завдяки йому можна отримати розуміння поточного стану щодо сприйняття топ-менеджментом компаній вагомості окремих складових інтелектуального капіталу (клієнтського, людського чи структурного) у забезпеченні доходів та доданої вартості компаній. Дослідження є репрезентативним, оскільки охоплювало 90 компаній із десяти країн світу протягом 5-ти років у розрізі п'яти найбільш потужних секторів економіки – машинобудування, роздрібна торгівля, фармацевтична промисловість, телекомунікації, енергетика та добування природних ресурсів. У межах кожного сектора було обрано одну з найбільших компаній у цій сфері і компанію з меншими параметрами господарської і фінансової діяльності (за критерієм мінімальної ринкової капіталізації 1 млрд дол. США). У процесі дослідження було вивчено річні звіти компаній, інформацію про корпоративну відповідальність в тому обсязі, в якому вона була представлена в річних звітах. Отже, в розрізі результатів дослідження, що стосуються управління інтелектуальним капіталом

- 56% опитаних компаній як один з трьох ключових факторів створення вартості визначають орієнтованість/якість обслуговування клієнтів (клієнтський капітал), при цьому 7% компаній надають у річній звітності дані про оцінку орієнтованості на потреби клієнтів або задоволеності клієнтів якістю обслуговування;

- 41% компаній–учасниць дослідження одним з трьох ключових факторів створення вартості називають інноваційну діяльність (людський та структурний капітал);

- 15% компаній надали об'єктивні критерії оцінки діяльності зі створення об'єктів інтелектуальної власності/інтелектуальних ресурсів (структурний капітал).

Узагальнюючі результати опитування щодо ідентифікації ключових джерел генерації доданої вартості та збільшення капіталізації компанії представлено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Результати опитування щодо ідентифікації ключових джерел збільшення капіталізації міжнародної компанії

№	Показник	Зазначено як один із трьох основних факторів, % згадувань	Компанії з числа опитаних, що надали відповідну інформацію за обраним фактором, %
1	Операційна ефективність	66	21
2	Орієнтованість на потреби клієнта	55	7
3	Ланцюг поставок	42	8
4	Бренд та корпоративна репутація	42	2
5	НДДКР	41	15
6	Культура	37	19
7	Управління кадровим потенціалом	12	17

Джерело: складено автором

Як свідчать дані табл. 2.4, найбільший відсоток згадувань (66%) щодо ключового джерела генерації прибутку – 21% компаній передбачувано назвали операційну ефективність. Разом з тим досить значна кількість згадувань безпосередньо стосуються різних аспектів управління інтелектуальним капіталом компанії, як-от орієнтованість на потреби клієнта, ланцюг постачань (клієнтський капітал та капітал відносин), бренд та корпоративна репутація, культура, НДДКР (структурний капітал), управління кадровим потенціалом (людський капітал). Той факт, що саме ці фактори найчастіше були названі як ключові для створення прибутку, свідчить про розуміння сучасним менеджментом їх значимості.

Натомість дослідження, проведені Європейським комітетом зі стандартизації (CEN) серед тих компаній Європи, що впроваджують управління знаннями, показали, що ключовими чинниками успіху для них стали корпоративна культура, структура і процеси, інформаційні технології, навички й мотивація, підтримка керівництва. Дані рис. 2.7 відображають показники, як часто компанії відмічали той чи інший фактор як домінуючий для власного виду діяльності.

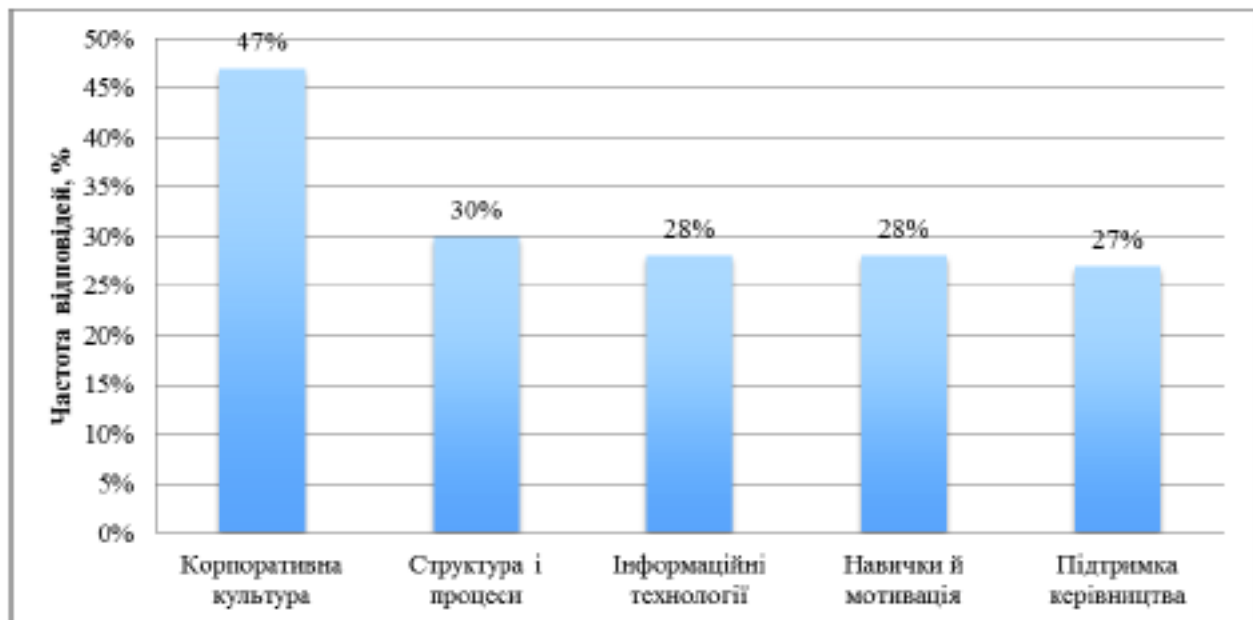


Рис. 2.7 Ключові фактори успіху впровадження управління знаннями

Джерело: авторська розробка

Якщо ж оцінювати змістовну частину річних звітів та їх складову у частині різних проявів інтелектуального капіталу, то можемо констатувати відмінності двох рівнів:

- обсяг наданої інформації щодо інтелектуального капіталу напряду залежить від виду галузі чи сектора глобальної економіки;
- має місце різна пріоритетність у структурі інтелектуального капіталу (в одних секторах пріоритетним є такий елемент як структурний капітал, в інших – клієнтський).

Узагальнення окремих галузевих/секторальних особливостей висвітлення річних звітів компаній представлено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Змістовна наповненість річних звітів міжнародних компаній у розрізі окремих складових інтелектуального капіталу

Сфера відображення інформації	Кількість компаній, які надали інформацію	Характеристика секторальної специфіки
Продукція	47%	Зазвичай більшістю компаній всіх галузей надається низка показників, що стосуються асортименту та обсягу продукції. При цьому 9% компаній надали інформацію про ціну за одиницю продукції, 8% компаній (у секторі телекомунікацій та природних ресурсів) - про якість продукції. Найменше такої інформації надали машинобудівні компанії: тільки 22% з них включили до звіту відомості про показники, що стосуються виробництва продукції
Клієнтська база (клієнтський капітал)	42%	Для телекомунікаційних компаній характерно публікувати дані про клієнтів, включаючи прибуток на одного клієнта та про лояльність клієнтів. Однак компанії інших секторів, як правило, таку інформацію не надають. Деякі компанії у сфері роздрібною торгівлі включають до річного звіту інформацію про порівняння продажів (ці дані зазвичай включаються в презентації для інвесторів). Відомості про трафік торгових майданчиків і про програми лояльності надано обмеженою кількістю компаній. Так, у машинобудівній індустрії деякі компанії надали дані про їх портфелі замовлень, важливі відомості про бізнес, що діє на контрактній основі, а деякі компанії надали також інформацію про склад клієнтської бази. У Великобританії та скандинавських країнах кілька компаній (близько 7%)

Продовження таблиці 2.5

Виробничі потужності	35%	Ця категорія включає показники ефективності виробничих потужностей компанії і вдосконалення цих потужностей. Найчастіше такі оцінки надаються компаніями сектора природних ресурсів, рідше – компаніями телекомунікаційної галузі попри важливість інвестицій в інфраструктуру для їх бізнесу, а також підприємствами машинобудівної галузі, де розробка успішної стратегії часто залежить від наявності необхідних виробничих потужностей на потрібних місцях
Ринок (клієнтський капітал)	24%	Значна кількість компаній з різних секторів включили в звітність показники частки або обсягу ринку (за якими можна розрахувати їх частку) на основі зовнішніх статистичних даних
Ефективність	21%	Майже половина компаній сектора природних ресурсів, включених у дослідження, надали відомості про виробничу ефективність, але компанії інших секторів, зокрема машинобудування, публікують такі дані досить рідко. Зовсім небагато компаній також відзвітували про рівень використання виробничих потужностей
Інтелектуальний капітал	15%	Зазвичай відомості про інтелектуальний капітал характерні для звітів фармацевтичних компаній, які особливу увагу приділяють портфолію нових препаратів на стадії розроблення. Компанії інших галузей, що залежать від інтелектуального капіталу в будь-якій формі, наприклад, у разі впровадження нових проектних рішень або технологій «ноу-хау», також оприлюднюють дані про ІК у звіті
Канали збуту (клієнтський капітал)	8%	Багато компаній залежать від посередників і дилерів в питаннях оцінювання всієї або частини своєї клієнтської бази. Продажі по цих каналах часто здійснюються шляхом різних механізмів досягнення прибутку і зростання продажів, а отже, перспективи бізнесу в кожному випадку треба оцінювати окремо. Інформацію для проведення такого оцінювання надають деякі компанії
Бренд (структурний капітал)	2%	Сьогодні обмежена кількість компаній надають інформацію про оцінювання бренду і про збільшення числа категорій фірмової продукції

Джерело: авторська розробка

Це допоможе у подальшому виокремити певні секторальні особливості управління інтелектуальним капіталом в діяльності міжнародних компаній.

Проведемо більш обґрунтований аналіз практики управління інтелектуальним капіталом у міжнародних компаніях в розрізі окремих галузей та секторів. Розпочнемо з високотехнологічних секторів глобальної економіки. Як об'єкт дослідження нами обрано транснаціональну компанію Hewlett-Packard (HP), адже її підходи слугують основою бенчмаркінгу інших компаній.

Система управління ІК цієї компанії створювалася впродовж значного періоду, хоча етапом започаткування можна вважати 1995-1997 рр., коли було визнано необхідність створення системи управління знаннями як однієї зі складових управління інтелектуальним капіталом [137].

Основною метою проекту з управління інтелектуальним капіталом, започаткованого компанією HP, стало збільшення кількості замовлень, виручки і прибутку. Цього, на думку розробників концепції, можна було досягти завдяки:

- можливості повторного використання в організації найкращого досвіду щодо вирішення проблем;
- повторного використання матеріалів та експертизи;
- врахування помилок;
- ефективного використання досвіду і знань;
- полегшення процесів пошуку інформації;
- стимулювання інновацій;
- забезпечення широкого доступу до найкращих практик;
- швидкого і великого поширення наявної інформації;
- демонстрації споживачам, як використовуються знання в їхніх інтересах;
- просування стандартних, повторюваних пропозицій послуг;
- пропозиції методів, інструментів, шаблонів, прикладів і даних.

Особливістю управління інтелектуальним капіталом в ТНК HP є те, що окреслені пріоритети формують певну послідовність дій: створення винаходу; захоплення; його повторне використання. Процес управління ІК охоплював три взаємозалежних елементи середовища генерації новацій, що стали матеріалізацією знань компанії у широкому сенсі, які згодом стали усталеною управлінською практикою і в інших компаніях: персонал, процеси та технології. До процесу створення знань (винаходу) в HP відносили: процес винаходу в широкому сенсі цього слова, авторство на програму вдосконалення, створення інтелектуальної власності, патентування.

Зазначені особливості створеної в корпорації HP системи управління знаннями сформували у наступне десятиріччя ключові переваги цієї компанії і дали змогу їй нині посісти провідні позиції у своїй ніші виробництва: ТНК HP займає 171-е місце в рейтингу 2000 компаній згідно з Forbes – 2017 з річним доходом в 48,8 млрд дол. США [211].

Проблемою не лише для НР, а й для інших потужних компаній, є механізми імплементації нових стратегічних ініціатив у сфері інновацій, які продукуються керівниками не вищих щаблів управління, а представниками середньої ієрархічної ланки, що створює потребу захисту їх від керівництва. Така поведінка, що називається розбіжною стратегічною поведінкою, створює нові стратегії і, таким чином, забезпечує одну з найважливіших складових стратегічного оновлення. Ця теза підтверджується даними опитування 123-х старших менеджерів середнього рівня, які працюють на підприємствах, що входять до Fortune 500 [208].

Визначимо особливості управління інтелектуальним капіталом у міжнародних компаніях, які здійснюють діяльність в енергетичному секторі глобальної економіки. Стратегію розвитку міжнародних компаній цього сегмента глобального ринку визначає концепція динамічних переваг, де корпоративні знання розглядаються як стратегічний ресурс, спрямований на формування ключових компетенцій, що забезпечують стійкі конкурентні переваги в сучасних соціально-економічних умовах [117]. Відповідно до цього підходу управління інтелектуальним капіталом як вид функціональної діяльності в структурі корпоративного управління спрямовується на формування інтелектуальних активів, включаючи організаційний, споживчий і людський капітал міжнародної компанії. Ефективне використання інтелектуальних активів забезпечує формування внутрішніх і зовнішніх компетенцій, поєднання яких призводить до створення ключових повноважень фірми. Наступним етапом в реалізації стратегії є формування споживчої цінності, що забезпечує стійку конкурентну перевагу на внутрішньому ринку країни походження та зарубіжних ринках. В результаті реалізації такого підходу відбувається трансформація ключових компетенцій в отримання економічного виграшу, що ідентифікується у зростанні ринкової капіталізації ТНК шляхом ефективного використання нематеріальних активів.

Узагальнення емпіричного матеріалу щодо практики діяльності ТНК енергетичного сектора дає змогу виокремити такі пріоритети в реалізації системи управління інтелектуальним капіталом:

- досягнення стратегічних цілей міжнародної компанії, спрямованих на стабільне і ефективне задоволення внутрішнього і зовнішнього попиту на енергоресурси і продуктів їх переробки;
- впровадження НТП та інновацій в усі напрями діяльності компаній, спрямованих на скорочення втрат на всіх стадіях технологічного процесу під час підготовки запасів, видобутку, транспортування та переробки енергоресурсів;
- зростання капіталізації компаній шляхом формування нематеріальних активів, що сприяє розширенню присутності компаній на зарубіжних ринках;
- мінімізація дублювання дій і втрат корпоративних знань, що забезпечує оптимізацію бізнес-процесів фірми в основних напрямках діяльності;
- підвищення продуктивності праці, скорочення часу на прийняття якісних виробничих і управлінських рішень;
- формування висококваліфікованого кадрового потенціалу міжнародних компаній, покращення взаємодії як всередині команд, так і між різними проектними групами.

Особливістю розвитку нафтовидобувного сектора світової економіки є формування глобального енергетичного простору, відтак завданням ключових операторів ринку є досягнення переваг саме на глобальному рівні. Без введення в управлінський арсенал міжнародної компанії технологій формування та впровадження інтелектуального капіталу досягнення конкурентоспроможності та сталого економічного розвитку на міжнародному енергетичному ринку є ускладненим. Виокремимо основні функціональні напрями реалізації системи управління інтелектуальним капіталом (СУІК): персонал, процеси, інфраструктура, ключові компетенції та конкурентні переваги компанії енергетичного сектора. Варто підкреслити, що структура СУІК і набір

інструментів, необхідних для функціонування системи, залежать від стратегічних цілей, що стоять перед міжнародною компанією. Результати впровадження СУІК в діяльність міжнародних компаній нафтовидобуваного сектора підтверджують практичну значимість управління інтелектуальним капіталом (таблиця Д.1).

Розглянемо особливості досвіду транснаціональної корпорації British Petroleum (BP) як провідної компанії енергетичного сектора глобальної економіки в управлінні інтелектуальним капіталом.

Основними цілями управління знаннями як історично першої складової управління інтелектуальним капіталом у BP і які були інкорпорованими згодом, були: виявлення знань, наявних в організації, їх фіксація й адаптація до потреб та запитів організації; застосування знань на практиці, організація процесів щодо їх тестування, передавання і повторного використання.

Модель управління знаннями, створену в BP, яку називають холістичною, в своїй основі містить стійкий взаємозв'язок трьох процесів: навчання; фіксації і передавання знань; а також застосування знань у поточній управлінській та організаційній діяльності. Певною мірою можна ідентифікувати цей синтез як аналог трьох стадій концепції управління знаннями в НР. Тут має місце так званий синергетичний ефект, коли кінцевий результат виявляється більшим, ніж просто сума складових, а процес навчання стає самопідтримуваним.

Перший етап СУІК – це так зване «навчання до», що спирається на наявний у компанії досвід, використання ресурсів пошукових систем корпоративної мережі або Інтернету, залучення колег. Наступний етап – «навчання в процесі» – спрямований на навчання на власному досвіді і досвіді колег. І останній етап – це «навчання після», відповідно до якого співробітники об'єднуються в команду, кінцевою метою якої є виокремлення найбільш цінного досвіду для подальшого використання в корпорації. Ще однією складовою окресленої вище холістичної моделі є так звані «зафіксовані знання», які потребують певного контексту і спеціального досвіду. Пройшовши

відбір, вони стають частиною портфеля – «інтелектуальних активів» [111]. Крім того, наступним етапом є створення системи відносин «між тими, хто хоче вчитися, і тими, хто хоче чогось навчити», тобто «мереж» або «спільнот». І на останній, заключній стадії зафіксовані знання проходять певний цикл щодо їх впровадження в виробничий процес корпорації. Також значущим елементом холістичної моделі є цикл з «повернення знань в організацію» шляхом їх ідентифікації та включення нових знань в «історію команди», аналіз і фіксацію, тестування й відсіювання, впровадження інструкцій у бізнес-процеси і подальше використання знань у бізнес-процесі.

Проблема відбору генерованих членами дослідницьких команд інновацій на відповідних етапах розроблення та комерціалізації знань є важливою не лише для компанії ВР. На основі узагальнення практики американських компаній, котрі здійснюють діяльність як на внутрішньому, так і міжнародних ринках, були отримані результати дослідження щодо унікального потенціалу і важливості різних форм дискурсу у формуванні стратегічного інноваційного процесу [167]. У межах дослідження було проведено 138 інтерв'ю з новаторами та їхніми керівниками у 14 компаніях, що розташовані у Силіконовій долині (США). Результати опитування показали, що успішні новатори формують історію, яка підтримує їхні інновації, використовуючи поточні та потенційні ресурси своєї компанії. Лише тоді на рівні топ-менеджменту приймають рішення щодо інновацій навіть без зовнішньої перевірки ринком, що можуть створити у перспективі унікальну конкурентну перевагу.

Таким чином, можемо констатувати, що система управління інтелектуальним капіталом щодо управління людським капіталом та організаційним капіталом в ТНК ВР включає три елементи:

- загальну технічну інфраструктуру для трансферу інформації;
- встановлення контактів між людьми, які володіють знаннями, та спонукання їх ставити запитання, слухати і ділитися досвідом;
- процес спрощення обміну знаннями за допомогою їх перевірки і відточування.

Особливу увагу системі управління інтелектуальним капіталом приділяють у міжнародних компаніях фармацевтичної галузі. Тут головний акцент зробиться на такі її структурні елементи, як структурний та клієнтський капітали. Зокрема, значна кількість компаній почали заохочувати вільний обмін корпоративними знаннями, створюючи для цього спеціальні портали і внутрішні корпоративні мережі, що відображає відповідне фінансування коштів на розвиток структурного капіталу. Так, фармацевтична компанія Glaxo Wellcome, що розташована у Великобританії, але має глобальну сферу своєї економічної експансії, докладає зусилля до вимірювання результативності витрат на НДДКР, вважаючи це ключем до успішної алокації ресурсів [192]. Інший гравець глобального фармацевтичного ринку, швейцарська компанія Hoffmann-LaRoche [29], була однією з перших серед міжнародних фармацевтичних компаній, що впровадила корпоративний інформаційний портал ще в 1993–1994 роках. Ґрунтуючись на корпоративній ініціативі з управління знаннями, ця фірма розробила процедури затвердження нових лікарських засобів державними і міжнародними інстанціями. Така практика отримала назву «програма вдалого першого разу» (Right first time programme, RFTP). В результаті впровадження цих процедур цілу низку нових продуктів компанії було виведено на ринок значно раніше від звичайного терміну, а кожен зекономлений день дозволив компанії зберегти близько 1 млн дол. США і отримати додатковий прибуток.

Отже, завдяки подібним інструментам з управління знаннями здійснюється системний аналіз декларативних знань і формується комплекс процедурних знань. Завдяки подібним ініціативам досягається підвищення продуктивності праці співробітників. Зокрема, на внутрішньокорпоративному порталі фіксується корисний досвід та інформація про будь-які проекти, дослідження, що проводилися в компанії. Завдяки такій практиці можна значно зменшити час і витрати на пошук потрібної інформації або досвіду тих співробітників, які вже працювали за подібним напрямом та зафіксували певні знання.

Функціонування корпоративних порталів, які є центрами накопичення передового досвіду, значно прискорює еволюційний процес формування метазнань, сприяючи розвитку інтелектуального капіталу компаній і водночас - саморозвитку знань. Використання менеджменту інтелектуального капіталу завжди має стратегічний характер. Його розвиток і впровадження в межах функціонування організації створює унікальну корпоративну культуру, сприяє систематизації інформації та забезпеченню єдиного процесу ведення бізнесу. Менеджмент інтелектуального капіталу виступає в ролі каталізатору інновацій і творчого підходу в діяльності компанії [29].

Узагальнення практики управління інтелектуального капіталу в різних сегментах світової економіки свідчить також про поступове посилення ролі клієнтського капіталу в загальній системі генерації доданої вартості. Відповідно компанії нарощують інвестиції на його формування, у т.ч. - інвестиції в розвиток бренду компанії, вивчення уподобань клієнтів, заходи для залучення нових та утримання наявних клієнтів тощо. Оскільки залучення нових клієнтів обходиться дорожче, ніж утримання наявних, то основна частка інвестицій у розвиток клієнтського капіталу припадає на пошук і залучення нових покупців.

2.3. Оцінка ефективності управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній

Наприкінці XX – на початку XXI ст. у зв'язку з активним проникненням в економіку сучасних інформаційних систем і IT-технологій зростає роль інтелектуального капіталу і нематеріальних активів у конкурентних перевагах підприємств. Реалії сучасних економічних процесів свідчать про неможливість компаній утримувати свої конкурентні позиції лише за рахунок матеріальних і фінансових ресурсів, а сучасні уявлення про нематеріальні активи набувають нового змістовного наповнення, ґрунтуючись на трактуванні інтелекту як капіталу. Ці процеси значною мірою трансформували наукові погляди на сутність капіталу і його структуру. Нині концепція інтелектуального капіталу є

досить розвиненою і застосовується багатьма компаніями (Cisco, BP, Scandia, PriceWaterhouseCoopers та ін.) для розроблення корпоративної стратегії й підготовки річних звітів про діяльність компанії. У сучасних умовах розвитку світової економіки інтелектуальні активи компанії, що відображені у фінансовій звітності, мають тенденцію до безпрецедентного зростання (рис. 2.9). Так, частка інтелектуальних активів компаній індексу S&P протягом 1975-2015 р. зростає майже у 5 разів.

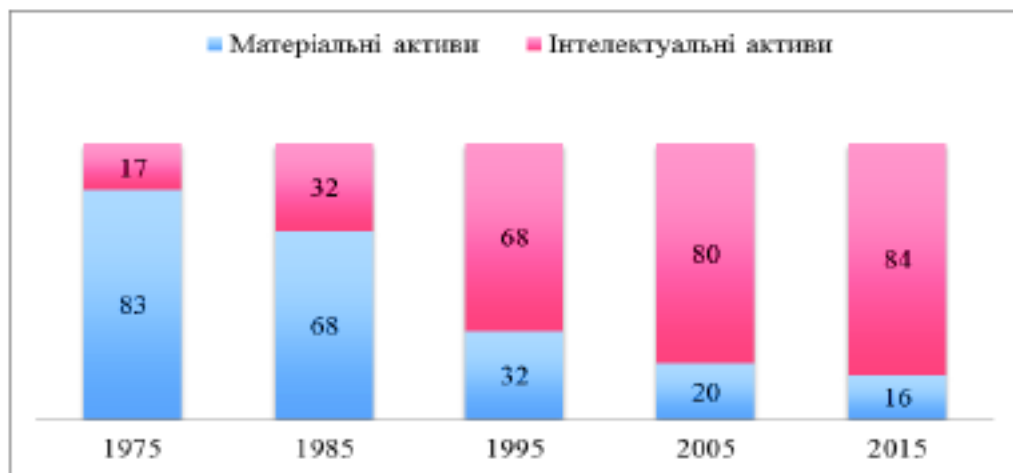


Рис. 2.9. Компоненти ринкової капіталізації компаній індексу S&P, % [194]

В оцінюванні усіх компонентів нематеріальних активів є певні труднощі стосовно індикаторів, методик розрахунку, універсальності застосовуваних підходів. Разом з тим, якщо за окремими показниками оцінювання людського й організаційного капіталу компанії досягнуто певного консенсусу і існують загальноприйнятні стандарти (показники людського потенціалу ООН, ОЕСР, патентна статистика, індикатори інноваційного потенціалу), то для окремих компонентів клієнтського капіталу, зокрема бренду, досі не сформовано загальноприйнятної системи оцінювання їх вартості.

Важливість інтелектуального капіталу обґрунтовано не лише на рівні компаній, а й на макrorівні. Згідно з даними Світового банку, добробут країни залежить від нематеріальних активів та вмілої координації дій уряду зі

стимулювання економічного зростання. З 1994 року Європейською комісією було створено низку проектів національного і міжнародного рівнів з метою координації зусиль у розробленні методології оцінювання ІК, зокрема MERITUM (Measuring Intangibles to understand and improve innovation management – оцінювання нематеріальних активів для розуміння і вдосконалення управління інноваціями) та MAGIC (Measuring and accounting intellectual capital – оцінювання й облік інтелектуального капіталу).

Однією з ключових проблем сучасної теорії інноваційного розвитку є обґрунтування детермінант зростання інноваційної активності, що розпочалась наприкінці XX ст. Підтвердженням цьому слугують дані про кількість нових продуктів в окремих секторах економіки США у 1990-х рр., що втричі перевищувала показник 1980-х рр. Основним фактором, що зумовив цей процес, можна вважати зміщення акцентів у ресурсній базі економіки з матеріальної на нематеріальну компоненту. Це зумовлює необхідність інтелектуалізації підприємницької діяльності, що може бути виражена у виробництві інтелектуального (ноу-хау, програмне забезпечення, інформаційні технології) і високотехнологічного продукту.

Суперечливість міжнародних компаній полягає у тому, що, з одного боку, вони нівелюють нерівномірність інноваційного розвитку між розвиненими країнами й рештою світу через механізм «офшоризації НДДКР», формування все більшої кількості дослідницьких центрів у країнах, що розвиваються, та спрямування у ці країни значних обсягів витрат на НДДКР. Однак, з іншого боку, за рахунок обмеженої географічної диверсифікації корпоративних витрат на НДДКР, що спрямовуються винятково у привабливі для міжнародних компаній країни, зберігається й навіть поглиблюється розрив між інноваційними лідерами й аутсайдерами інноваційного розвитку. До країн-лідерів за витратами на НДДКР у грошовому вираженні у 2016 р. потрібно віднести США (511,1 млрд дол. США) та Китай (451,2 млрд дол. США) (рис. 2.10).

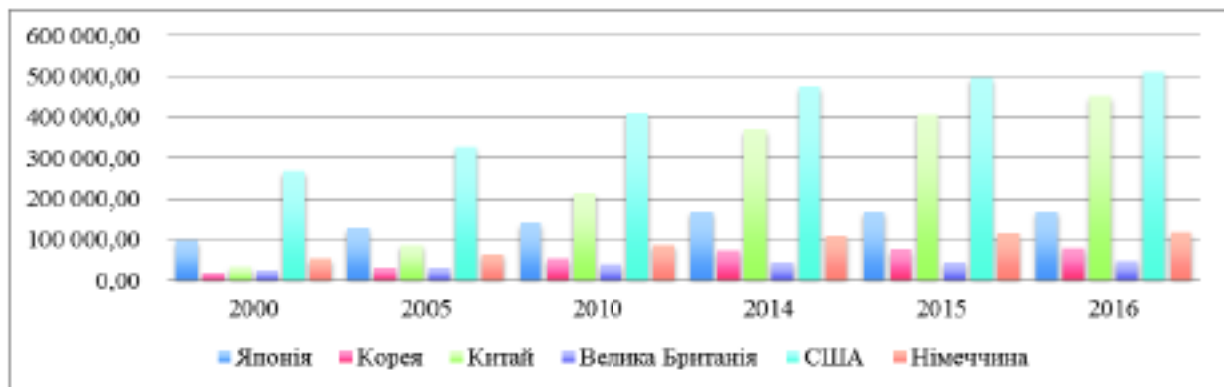


Рис. 2.10 Динаміка витрат на НДДКР окремих країн у 2000-2016 рр., млн дол. США [57]

Компаративний аналіз частки витрат на НДДКР у відсотках до ВВП свідчить про найбільш високий показник для Ізраїлю (4,25%), Республіки Корея (4,24%), Японії (3,14%), Австрії (3,09%) (таблиця 2.6).

Таблиця 2.6

Частка витрат на НДДКР окремих країн, % до ВВП

Країна	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Австрія	1,89	2,37	2,36	2,42	2,57	2,60	2,73	2,67	2,91	2,95	3,07	3,05	3,09
Бельгія	1,92	1,78	1,81	1,84	1,92	1,99	2,05	2,16	2,27	2,33	2,39	2,47	2,49
Канада	1,86	1,98	1,95	1,91	1,86	1,92	1,83	1,79	1,78	1,71	1,72	1,65	1,60
Чехія	1,11	1,17	1,23	1,30	1,24	1,29	1,34	1,56	1,78	1,90	1,97	1,93	1,68
Естонія	0,60	0,92	1,12	1,07	1,26	1,40	1,58	2,31	2,12	1,72	1,45	1,49	1,28
Фінляндія	3,25	3,33	3,34	3,35	3,55	3,75	3,73	3,64	3,42	3,29	3,17	2,90	2,75
Франція	2,08	2,04	2,05	2,02	2,06	2,21	2,18	2,19	2,23	2,24	2,28	2,27	2,25
Німеччина	2,39	2,42	2,46	2,45	2,60	2,73	2,71	2,80	2,87	2,82	2,87	2,92	2,94
Угорщина	0,79	0,92	0,98	0,96	0,98	1,13	1,14	1,19	1,26	1,39	1,35	1,36	1,21
Ізраїль	3,93	4,05	4,14	4,43	4,35	4,13	3,94	4,01	4,16	4,15	4,20	4,27	4,25
Італія	1,01	1,05	1,09	1,13	1,16	1,22	1,22	1,21	1,27	1,31	1,34	1,34	1,29
Японія	2,91	3,18	3,28	3,34	3,34	3,23	3,14	3,24	3,21	3,31	3,40	3,28	3,14
Корея	2,18	2,63	2,83	3,00	3,12	3,29	3,47	3,74	4,03	4,15	4,29	4,22	4,24
Латвія	0,44	0,53	0,65	0,55	0,58	0,45	0,61	0,70	0,66	0,61	0,69	0,62	0,44
Люксембург	1,58	1,57	1,67	1,59	1,62	1,68	1,50	1,46	1,27	1,30	1,26	1,27	1,24
Мексика	0,33	0,40	0,37	0,43	0,47	0,52	0,54	0,52	0,49	0,50	0,54	0,53	0,50
Нідерланди	1,81	1,79	1,76	1,69	1,64	1,69	1,72	1,90	1,94	1,95	2,00	2,00	2,03
Польща	0,64	0,56	0,55	0,56	0,60	0,66	0,72	0,75	0,88	0,87	0,94	1,00	*
Португалія	0,72	0,76	0,95	1,12	1,45	1,58	1,53	1,46	1,38	1,33	1,29	1,24	1,27
Словаччина	0,64	0,49	0,48	0,45	0,46	0,47	0,62	0,66	0,80	0,82	0,88	1,18	0,79
Словенія	1,36	1,41	1,53	1,42	1,63	1,82	2,06	2,42	2,57	2,58	2,37	2,20	2,00
Іспанія	0,88	1,10	1,17	1,23	1,32	1,35	1,35	1,33	1,29	1,27	1,24	1,22	1,19
Швеція		3,39	3,50	3,26	3,50	3,45	3,22	3,25	3,28	3,31	3,15	3,27	3,25
Туреччина	0,47	0,57	0,56	0,69	0,69	0,81	0,80	0,80	0,83	0,82	0,86	0,88	*
Великобританія	1,63	1,56	1,59	1,63	1,63	1,69	1,67	1,67	1,60	1,65	1,67	1,67	1,69
США	2,62	2,51	2,55	2,63	2,77	2,82	2,74	2,77	2,69	2,72	2,73	2,74	2,74
ЄС-28	1,67	1,66	1,68	1,69	1,76	1,84	1,84	1,88	1,91	1,92	1,95	1,96	1,94
ОЕСР	2,12	2,14	2,17	2,21	2,28	2,33	2,29	2,32	2,31	2,34	2,36	2,36	2,35

*Офіційні дані відсутні

Джерело: побудовано автором на основі [57]

Упродовж 1980-2016 рр. у країнах ОЕСР витрати на НДДКР зросли більш як утричі, кількість персоналу, зайнятого у сфері досліджень і розробок, – у понад 2 рази. Зазначені тенденції зростання значимості сфери досліджень і розробок призвели до появи концепції економки знань, тобто економіки, у якій, за визначенням Департаменту торгівлі і промисловості Великобританії, виробництво і споживання відіграє домінуючу роль.

Системні зміни глобалізаційно-інноваційної моделі варто розглядати у контексті концепції інноваційного розриву, що характеризується наявністю диспропорцій інноваційного розвитку країн і регіонів. У табл. 2.7 відображено частку країн найбільших експортерів інформаційних і комунікаційних товарів у відсотках до загального експорту. Можемо констатувати, що до країн-лідерів за цим показником належать Гонконг (50,0%), Філіппіни (43,2%), Тайвань (43,0%), Сингапур (33,6%) та В'єтнам (31,2%).

Таблиця 2.7

Частка інформаційних і комунікаційних товарів у експорті окремих країн, % до загального експорту

Країна	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Гонконг	24,8	38,3	39,9	40,4	40,9	43,1	44,2	42,5	42,2	41,5	45,5	48,6	50,0
Філіппіни	38,8	47,7	47,8	33,7	30,6	36,4	26,8	22,7	29,5	26,9	34,6	42,9	43,2
Тайвань	42,4	32,8	34,0	31,6	29,6	33,0	34,6	34,5	33,6	34,8	37,3	39,4	43,0
Сингапур	55,0	15,9	14,5	34,1	34,2	33,6	34,3	28,9	28,4	29,9	30,0	33,5	33,6
В'єтнам	5,4	2,8	3,3	4,9	4,7	5,8	7,9	11,6	18,2	24,5	24,0	29,4	31,2
Малайзія	52,7	43,4	42,7	39,4	24,5	36,5	34,0	29,4	27,9	28,2	28,7	30,0	30,5
Китай	17,7	30,7	30,7	29,3	27,7	29,7	29,1	26,8	27,1	27,4	25,9	26,6	26,5
Корея	34,5	30,0	26,5	25,5	21,4	21,9	21,4	18,0	17,2	19,1	19,8	21,7	22,3
Словаччина	3,3	9,4	12,6	14,6	16,8	20,8	19,1	16,1	16,7	17,6	17,6	16,6	16,6
Мексика	20,9	18,0	18,8	17,7	19,5	21,7	20,2	17,0	16,9	16,3	16,0	16,2	16,1
Таїланд	28,7	23,4	23,7	21,6	19,1	19,8	18,9	15,6	16,0	15,6	16,0	16,6	15,8
Мальта	63,6	45,2	48,6	46,2	43,2	42,3	30,9	22,9	20,2	18,8	15,2	14,9	13,2
Чехія	4,6	11,1	13,0	13,9	14,1	14,4	15,0	15,3	14,5	13,1	13,4	13,5	12,7
Естонія	25,3	17,0	13,0	6,2	5,4	4,7	8,0	11,5	10,9	11,6	12,8	11,9	12,5
Ізраїль	12,9	7,5	7,5	2,7	10,3	16,4	12,3	10,7	11,7	11,8	11,2	14,3	11,7
Угорщина	25,7	25,6	24,1	22,5	22,7	26,0	25,6	21,6	17,4	14,8	11,9	11,6	11,4
Нідерланди	17,9	16,8	15,5	14,2	11,6	12,4	12,5	11,9	10,5	10,3	10,8	10,9	11,3
Сент-Люсія	0,5	4,8	5,1	3,7	4,2	7,2	8,0	14,3	10,9	11,9	11,7	10,2	10,9
Латвія	0,9	2,0	2,8	3,4	4,6	5,6	5,8	5,4	6,1	7,7	9,8	11,5	10,5

Джерело: побудовано автором на основі [57]

Перша десятка країн-лідерів за часткою імпорту інформаційних і комунікаційних товарів у відсотках до загального імпорту практично є незмінною і представлена Гонконгом (50,3%), Сингапуром (29%), Малайзією

(24,7%), Філіппінами (24%), Китаєм (23,8%), Тайванем (23,5%), В'єтнамом (22,6%), Мексикою (16,5%), Кореєю (15,7%), Парагваєм (15,4%).

Нині спостерігається міжкраїнна інтеграція зусиль з питань трансформації інтелектуального капіталу у результати діяльності компанії і створення позитивних зовнішніх ефектів. Так, з метою посилення конкурентоспроможності й інноваційного потенціалу європейських компаній був створений проект Intellectual Capital Statement – Made in Europe (InCaS), партнерами якого є 25 європейських компаній, 6 бізнес-асоціацій, науково-дослідні установи та незалежні експерти. Ними було створено керівництво з оцінювання і стратегічного управління інтелектуальним капіталом компанії. Важливою метою цього документа є підтримка малих та середніх підприємств Європи, які активно залучені у наукові дослідження. Підвищення прозорості інформації про інтелектуальний капітал дозволяє вирішити проблему пошуку джерел фінансування для дослідницьких та інноваційних проектів, а відтак підвищити обсяг інвестицій у науку в цілому. Для того, щоб поширити практику відображення інтелектуального капіталу, Європейська комісія докладає значних зусиль до створення нормативної бази, яка б сприяла впровадженню такої звітності у різних країнах з огляду на:

- усвідомлення значимості інтелектуального капіталу для малих і середніх підприємств;
- вдосконалення власних компетенцій ведення звітності про інтелектуальний капітал;
- поширення практики відображення інтелектуального капіталу;
- закріплення стандартів ведення звітності про інтелектуальний капітал.

На ринкову вартість компанії значною мірою впливає вартість інновацій, котрі є нематеріальним активом і часто не відображаються в балансі компанії. Однак у сучасних умовах інновації є важливим фактором формування додаткового грошового потоку і максимізації вартості бізнесу. Будучи нематеріальним активом, інновації по-різному трактуються у фінансовому й

управлінському обліку і характеризують переважно перспективність компанії у негрошовому вираженні, хоча саме інновації спроможні генерувати грошовий потік у довгостроковому періоді.

Відповідно до результатів дослідження, проведеного The Boston Consulting Group (BCG) у 2018 р. серед керівників великих корпорацій із різних країн і галузей, рейтинг 50-ти найбільш інноваційних компаній очолюють компанії Apple, Google, Microsoft, Amazon та Samsung, причому компанія Apple з 2005 р. займає лідируючі позиції, а компанія Google – другу позицію з 2006 р. Звіт за результатами рейтингу отримав назву «Найбільш інноваційні компанії 2018 року: новатори роблять ставку на цифровізацію» з огляду на те, що 11 з 50-ти компаній рейтингу (у тому числі 7 - з першої десятки) належать до цифрових. У 2018 р. у топ-10 вперше увійшли ще 2 цифрові компанії – Alibaba та Uber. Така динаміка і результати звіту свідчать про те, що компанії почали приділяти увагу чотирьом компонентам цифрових інновацій: аналітиці великого масиву даних, швидкості впровадження нових технологій, мобільним продуктам і можливостям, а також цифровому проектуванню. Спостерігається також посилення розриву між провідними та іншими новаторами, що у подальшому може зростати і залежати від спроможності максимально ефективно використовувати цифрові технології. Так, про якісну цифровізацію інноваційних процесів заявило 79% компаній, які позиціонують себе як провідні новатори, тоді як серед інших новаторів ця цифра склала лише 29% [129].

Як інновації, так і інтелектуальний капітал значною мірою формують ділову репутацію компанії (goodwill). Наявність інновацій, що свідчать про збільшення виробничого потенціалу компанії, сприяє зростанню ціни на акцію, що призводить до зростання капіталізації, а відповідно і формує імідж. З іншого боку, інтелектуальний капітал, вартість якого залежить від рівня корпоративної соціальної відповідальності, за високого рівня організації ІК дає змогу генерувати додаткову вартість, що підвищує сукупну величину вартості бізнесу. Створюючи додатковий грошовий потік, підвищення ефективності інтелектуального капіталу сприяє зростанню лояльності наявних і потенційних

клієнтів та партнерів за умов покращення ділової репутації. Внаслідок цього компанія отримує драйвер зростання вартості компанії шляхом підвищення ефективності інтелектуального капіталу, впровадження наявних і розроблення нових інновацій [123].

Зазвичай під час розрахунку вартості компанії не враховується вартість бренду. Однак він по суті є основним доступним джерелом інформації, що характеризує імідж компанії, а відповідно формує ділову репутацію. Важливість бренду як ключового нематеріального активу зумовлює активізацію маркетингової та рекламної діяльності з метою зростання вартості бренду [135]. Розвиток бренду на ринку, безумовно, є однією з ключових цілей компаній, що містить такі переваги, як вищий дохід і ширші можливості для фінансового розвитку. Бренд впливає на сприйняття покупцями якості продукції та послуг і є ефективним інструментом в управлінні лояльністю споживачів, а відтак визначає стратегію успіху компанії на вітчизняному та зарубіжному ринках [176].

Методика Interbrand з оцінювання бренду ґрунтується на 3-х групах показників: фінансові результати діяльності, досягнуті за рахунок продажу брендovаних товарів чи послуг; роль бренду у процесі прийняття рішення про купівлю; внесок бренду у майбутній прибуток компанії, тобто лояльність споживачів. Однак для того, щоб претендувати на позицію у рейтингу 100 кращих глобальних брендів, компанія повинна відповідати таким критеріям:

- відкритий доступ до фінансової і ринкової інформації по кожному бренду;
- не менше 30% продажів товарів по кожному бренду повинні припадати на зарубіжні країни, що розташовані як мінімум на трьох континентах, і мають широку географію збуту у світі [142].

Аналіз динаміки вартості бренду топ-20 компаній за версією Interbrand дозволив виявити, що до лідерів за темпами нарощування вартості бренду належать Facebook (6,2 раза за період 2013-2017 рр.) та Amazon (2,7 раза), Apple (1,9 раза). Зазначені компанії характеризуються також високими показниками

соціального впливу, про що свідчить кількість підписників у мережі Twitter та Facebook. У рейтингу топ-20 компаній 7 представляють сферу технологій і 4 – автомобільну промисловість. Усього ж серед ста компаній у рейтингу 15 належать до сфери технологій, 16 – автомобільної промисловості. Більшу половину рейтингу у 2017 р. традиційно займають компанії з США (52 позиції), що зумовлено їх спрямованістю на кінцевого споживач, а це у підсумку і визначає вартість бренду.

Таблиця 2.8

Рейтинг міжнародних компаній за вартістю бренду у 2017 р. за версією Interbrand, млрд дол. США

Позиція у рейтингу*	Компанія	2013	2014	2015	2016	2017
1	Apple	98,316	118,863	170,276	178,119	184,154
2	Google	93,291	107,439	120,314	133,252	141,703
3	Microsoft	59,546	61,154	67,670	72,795	79,999
4	Coca-Cola	79,213	81,563	78,423	73,102	69,733
5	Amazon	23,620	29,478	37,948	50,338	64,796
6	Samsung	39,610	45,462	45,297	51,808	52,249
7	Toyota	35,346	42,392	49,048	53,580	50,291
8	Facebook	7,732	14,349	22,029	32,593	48,148
9	Mercedes-Benz	30,097	34,338	36,711	43,490	47,829
10	IBM	78,808	72,244	65,095	52,500	46,829
11	GE	46,947	45,480	42,267	43,130	44,208
12	McDonald's	41,992	42,254	39,809	39,381	41,533
13	BMW	31,839	34,214	37,212	41,535	41,521
14	Disney	28,147	32,223	36,514	38,790	40,772
15	Intel	37,257	34,153	35,415	36,952	39,459
16	Cisco	29,053	30,936	29,854	30,948	31,930
17	Oracle	24,088	25,980	27,283	26,552	27,466
18	NIKE	17,085	19,875	23,070	25,034	27,021
19	Louis Vuitton	24,893	22,552	22,250	23,998	22,919
20	Honda	18,490	21,673	22,975	22,106	22,696

* Позиція сформована відповідно до результатів рейтингу 2017 р.

Джерело: побудовано автором на основі [142]

Спроби оцінити вартість бренду здійснено також консалтинговим агенством Brand Finance та фахівцями Forbes. Зокрема, у табл. 2.9 представлено

рейтинг 20-ти міжнародних компаній за вартістю бренду за версією Forbes з огляду на наявність додаткових маркетингових даних та можливість пошуку взаємозв'язку між доходами від бренду та витратами на рекламу. Пошук такого кореляційного зв'язку для компаній рейтингу був позитивним, хоча не статистично значущим. Однак агрегування компаній у розрізі видів діяльності, надав змогу виявити сфери, де витрати на рекламу мають найбільший вплив на формування доходів від бренду.

Таблиця 2.9

Рейтинг міжнародних компаній за вартістю бренду у 2017 р. за версією Forbes

Позиція у рейтингу	Компанія	Вартість бренду, млрд дол. США	Темпи росту у порівнянні з 2016 р., %	Доходи від бренду, млрд дол. США	Витрати на рекламу, млрд дол. США
1	Apple	182,2	8	228,6	*
2	Google	132,1	30	97,2	5,1
3	Microsoft	104,9	21	98,4	1,5
4	Facebook	98,4	29	35,7	0,324
5	Amazon	70,9	31	169,3	6,3
6	Coca-Cola	57,3	2	23,4	4
7	Samsung	47,6	25	203,4	4,5
8	Disney	47,5	8	30,4	2,6
9	Toyota	44,7	9	176,4	3,8
10	AT&T	41,9	14	160,5	3,8
11	McDonald's	44,1	3	90,9	0,533
12	General Electric	37,2	-2	104,9	*
13	Mercedes-Benz	34,4	18	116,9	*
14	Intel	34,1	9	62,8	1,4
15	Louis Vuitton	33,6	17	12,9	5,4
16	Cisco	32,4	5	48,1	0,209
17	IBM	32,1	-4	79,1	1,4
18	NIKE	32	8	33,3	3,3
19	Verizon	31,4	9	126	2,6
20	BMW	31,4	9	86,8	*

* Офіційні дані відсутні

Джерело: побудовано автором за даними [125]

Передусім таким видом діяльності є сфера технологій, адже кореляційний зв'язок для 22 компаній цього профілю склав 0,78. Найменш значущим виявився зв'язок для компаній, що представляють сферу фінансових і бізнес-послуг.

Активний брендинг для європейських компаній набуває особливої актуальності, оскільки європейські бренди менш відомі на світовій арені. Так, зокрема, відповідно до рейтингу Interbrand у 2007 р. лише 23 зі 100 глобальних брендів походили з країн Європи. Для порівняння: за даними аналогічного рейтингу 2016 р. кількість таких компаній становила 29. Історичний досвід свідчить, що такі корпорації, як General Electric, Honeywell, Intel й Caterpillar значно швидше створювали світові бренди, ніж європейські конкуренти. До того ж усе частіше європейські гравці зазнають жорсткої конкуренції з азіатськими компаніями, як-от Samsung, Honda, Kia, Huawei. Варто також зазначити, що в умовах інтернаціоналізації і глобалізації бренд може бути визначальним активом у процесі злиття і поглинання міжнародних компаній.

Важливою складовою інтелектуального капіталу є наявність у компанії патентів. Для формування рейтингу компаній за кількістю патентів було використано інформацію Відомства по патентах і товарних знаках США (United States Patent and Trademark Office, USPTO) у 2016-2017 рр. Кореляційний аналіз кількості патентів і витрат на НДДКР у розрізі топ-50 компаній свідчить про нетісні взаємоз'язки, тому дає змогу стверджувати, що кількість патентів не визначає рівень технологічності компанії та ефективності R&D та значною мірою варіює залежно від виду діяльності.

Численні емпіричні дані свідчать про послаблення кореляції між даними фінансової звітності, ціною акцій та прибутком за останні 40 років у міру зростання значення не охоплених обліком активів для формування конкурентних переваг і забезпечення прибутковості компаній. Медіана значення співвідношення ринкової вартості до балансової вартості для публічних компаній США за період 1973–1993 рр. зростає з 0,82 до 1,692, а 40%

ринкової вартості середньостатистичної американської публічної компанії не відображені у балансовому звіті.

Таблиця 2.10

Рейтинг міжнародних компаній за кількістю патентів у 2017 р.

Позиція у рейтингу	Компанія	Кількість патентів у 2017р., од.	Відсоткова зміна порівняно з 2016 р.
1	IBM	8996	10,8
2	Samsung Electronics	5810	5,3
3	Intel	3726	8,4
4	Canon	3664	-5,5
5	Alphabet	3065	*
6	General Electric	2989	14,2
7	Qualcomm Inc.	2728	-14,3
8	LG Electronics Inc.	2696	10,0
9	Microsoft	2601	1,7
10	Taiwan Emiconductor Manufacturing Co. Ltd.	2408	6,1
11	Samsung Display Co. Ltd.	2266	11,3
12	Apple	2225	5,6
13	Sony	2116	-2,5
14	Toyota	2015	23,6
15	Amazon Technologies	1960	15,2
16	Toshiba Corp.	1891	-1,5
17	Ford Global Technologies, LLC	1876	18,4
18	Dell Technologies	1681	3,2
19	Telefonaktiebolaget LM Ericsson	1551	-0,1
20	Siemens AG	1538	3,6

* Показник відсутній з огляду на появу компанії у цьому рейтингу вперше у 2017 р.
Джерело: побудовано автором на основі [214]

У зв'язку зі значними відмінностями між оцінкою ринкової вартості і даними фінансового обліку зростає потреба у формалізації вимірювання нематеріальних активів, об'єднаних поняттям "інтелектуальний капітал". З огляду на простоту обчислення коефіцієнта Тобіна (q-Тобіна) доступність даних і зрозумілість інтерпретації його було використано для моніторингу секторальних змін інтелектуального капіталу міжнародних компаній. Крім того, він відображає такі змінні, як балансова вартість активів; ситуація на ринку, на яку впливають, зокрема, погляди аналітиків щодо перспектив фірми, спекуляції та ін.; інтелектуальний капітал (нематеріальні активи).

Для розрахунку коефіцієнта Тобіна для міжнародних компаній у розрізі окремих видів економічної діяльності було використано інформацію рейтингу найбільших публічних компаній Forbes 2018. Агрегування підприємств за видами діяльності здійснювалося з метою виявлення секторальних особливостей результатів розрахунку q-Тобіна, котрий по суті є індикатором наявності у компанії невидимих активів, які не знайшли відображення в бухгалтерській звітності.

Таблиця 2.11

Розрахунок q-Тобіна для компаній у сфері надання комп'ютерних послуг і програмного забезпечення у 2017 р.

Компанія	Країна походження	Обсяги продажів, млрд дол. США	Дохід, млрд дол. США	Вартість активів, млрд дол. США	Ринкова вартість, млрд дол. США (MV)	q-Тобіна
Комп'ютерні послуги						
Aphabet	США	117,9	16,6	206,9	766,4	3,70
IBM	США	80,1	5,7	125,3	132,3	1,06
Facebook	США	44,6	17,8	88,9	541,5	6,09
Tencent Holdings	Китай	35,3	10,6	85,2	491,3	5,77
Accenture	Ірландія	39,1	3,6	23,1	101	4,37
Baidu	Китай	13,4	3,5	42,8	94,1	2,20
Tata Consultancy Services	Індія	19,1	4	16,3	98,4	6,04
Cognizant	США	15,2	1,5	15	44,9	2,99
RELX Group	Великобританія	9,5	2,1	16,6	43,4	2,61
Infosys	Індія	10,9	2,5	12,3	38,3	3,11
Програмне забезпечення						
Apple	США	246,5	53,3	367,5	926,9	2,52
HP	США	54,2	3,9	35,2	37,3	1,06
Hewlett Packard Enterprise	США	31,2	1,5	61,6	27,4	0,44
Dell Technologies	США	78,7	-3,7	122,3	57,2	0,47
Fujitsu	Японія	37	1,5	29,4	12,8	0,44
Lenovo Group	Гонконг	44,3	-0,116	29,5	5,8	0,20

Джерело: побудовано автором на основі [200,211]

Серед 2000 представлених компаній у рейтингу 23 – зі сфери надання комп'ютерних послуг, і з них лише у двох компаній (Synnex, Atos) коефіцієнт Тобіна менше одиниці. Порівняння цього виду діяльності з іншими дозволяє

стверджувати про найвищі показники перевищення ринкової вартості над вартістю активів. Галузь програмного забезпечення у рейтингу представлена 15-ма компаніями, з яких у 4-х (Apple, HP, Focus Media Information Technology, Unisplendour) коефіцієнт Тобіна перевищує одиницю. З табл. 2.11 видно, що найвищим коефіцієнт Тобіна у 2017 р. був у таких компаніях, як Facebook (6,09), Tata Consultancy Services (6,04), Tencent Holdings (5,77), Accenture (4,37).

Для дослідження інвестиційної привабливості підприємств інформаційно-комунікаційної сфери з фірмами інших видів діяльності було здійснено порівняння коефіцієнта Тобіна компаній у таких сферах, як автомобільна промисловість, добування нафти і газу, Інтернет-торгівля.

Таблиця 2.12

Розрахунок q-Тобіна для компаній у сфері добування нафти і газу та в автомобільній промисловості у 2017 р.

Компанія	Країна походження	Обсяги продажу, млрд дол. США	Дохід, млрд дол. США	Вартість активів, млрд дол. США	Ринкова вартість, млн дол. США	q-Тобіна
Добування нафти і природного газу						
Royal Dutch Shell	Нідерланди	321,8	15,2	410,7	306,5	0,75
ExxonMobile	США	230,1	20,4	348,8	344,1	0,99
Chevron	США	139,4	10,2	256,4	248,1	0,97
Total	Франція	155,8	8,4	257	168	0,65
Sinopec	Китай	326,6	8	249,9	138,6	0,55
PetroChina	Китай	282,4	4,1	381,1	220,2	0,58
BP	Велико-британія	251,9	4,3	275,3	152,6	0,55
Gazprom	РФ	112,2	12,2	316,8	57,8	0,18
Rosneft	РФ	94,8	3,9	214,2	69	0,32
Reliance Industries	Індія	60,8	5,6	125,2	93,1	0,74
Виробництво автомобілів						
Toyota Motor	Японія	265,2	22,5	473	200,7	0,42
Volkswagen Group	Німеччина	272	13,1	531,4	101,4	0,19
Daimler	Німеччина	193,2	11,8	323,2	85,7	0,27
BMW Group	Німеччина	114,4	10,2	241,3	72,3	0,30

Продовження табл. 2.12

Компанія	Країна походження	Обсяги продажів млрд дол. США	Дохід, млрд дол. США	Вартість активів, млрд дол. США	Ринкова вартість, млн дол. США	q-Тобіна
Honda Motor	Японія	138,6	9,6	181,9	58,9	0,32
Ford Motor	США	159,6	7,8	267,2	44,6	0,17
SAIC Motor	Китай	136,6	5,4	118,4	63,8	0,54
Nissan Motor	Японія	106,9	7,4	173,7	39,7	0,23
Fiat Chrysler Automobiles	Великобританія	128,8	4,5	117,6	35	0,30
Renault	Франція	66,3	5,8	132	30,8	0,23
Geely Automobile Holdings	Гонконг	13,6	1,6	13,1	26,9	2,05
Tesla	США	12,5	-2,3	27,3	51,1	1,87
Mahindra&Mahindra	Індія	14	1,1	12,4	16,1	1,30
Ferrari	Італія	4	0,655	5,4	25	4,62
Ford Ostan	Туреччина	7,4	0,499	3,3	4,6	1,39

Джерело: побудовано автором на основі [200,211]

Серед 32 компаній рейтингу, що представляють автомобільну промисловість, лише п'ять компаній (Geely, Tesla, Mahindra&Mahindra, Ferrari, Ford Ostan) мають коефіцієнт Тобіна вище за одиницю, причому це підприємства, які за обсягами прибутку знаходяться поза топ-500 найбільших компаній світу. Сфера добування нафти і газу рейтингу представлена найбільшою кількістю компаній (82), з яких 17 мають коефіцієнт Тобіна вище від одиниці.

Таблиця 2.13

Розрахунок q-Тобіна для компаній у сфері фармацевтичної промисловості, Інтернет-торгівлі та товарів для особистого вжитку у 2017 р.

Компанія	Країна походження	Обсяги продажів млрд дол. США	Дохід, млрд дол. США	Вартість активів, млрд дол. США	Ринкова вартість, млн дол. США	q-Тобіна
Фармацевтична промисловість						
Pfizer	США	52,7	21,7	164,6	207,7	1,26
Novartis	Швейцарія	50,3	8,1	135,5	203	1,50
Roche Holdings	Швейцарія	54,2	8,8	78,7	189,7	2,41
Sanofi	Франція	39,5	4,3	119,9	94,9	0,79

Продовження табл. 2.13

Компанія	Країна походження	Обсяги продажів млрд дол. США	Дохід, млрд дол. США	Вартість активів, млрд дол. США	Ринкова вартість, млн дол. США	q-Тобіна
AbbVie	США	29,6	6,4	69,3	165,3	2,39
McKesson	США	205,4	4,8	64,2	30,8	0,48
Merck& Co.	США	40,8	1,6	86	160,6	1,87
AstraZeneca	Великобританія	22,4	3	63,4	90,6	1,43
GlaxoSmithKline	Великобританія	39,8	1,4	78,8	98,6	1,25
Eli Lilly	США	23,3	1,1	44,4	89,5	2,02
Cardinal Health	США	134,4	1,7	41	17,2	0,42
Takeda Pharmaceutical	Японія	15,9	1,7	39,2	33,4	0,85
Novo Nordisk	Данія	17,3	6,1	15,4	116,9	7,59
Bristol-Myers Squibb	США	21	0,919	22,1	84,84	3,84
Abbott Laboratories	США	28,4	0,466	70,9	107,4	1,51
Amerisource Bergen	США	159,3	0,905	38,4	19,1	0,50
Виробництво товарів для дому та особистого вжитку						
Procter & Gamble	США	66,4	10,1	124,4	184,5	1,48
Unilever	Нідерланди	60,6	6,8	72,4	155,8	2,15
L'Oreal Group	Франція	29,4	4,3	42,4	134,2	3,17
Henkel	Німеччина	23,1	2,9	36,2	54,1	1,49
Kimberly-Clark	США	18,5	1,8	15,3	36,6	2,39
The Estee Lauder Companies	США	13,3	1,2	12,8	51,5	4,02
Інтернет торгівля						
Amazon	США	193,2	3,9	126,4	777,8	6,15
Alibaba	Китай	37,9	9,6	114	499,4	4,38
Netflix	США	12,8	0,671	20,2	141,9	7,02
J.D.com	Китай	53,9	-0,023	28,3	44,5	1,57
eBay	США	10	-1,6	24,6	38	1,54
Vipshop Holdings	Китай	10,8	0,289	5,8	8,7	1,50

Джерело: побудовано автором на основі [200,211]

Доволі високими є показники коефіцієнта Тобіна для сфери Household/Personal Care: з 28 компаній рейтингу у 24-х він перевищує одиницю. Інтернет-торгівлю представляють лише 8 компаній, а кількість компаній з коефіцієнтом Тобіна вищим за одиницю - 6, причому середній коефіцієнт

Тобіна у цьому виді діяльності становить 3,69. У фармацевтичній промисловості 25 компаній характеризуються коефіцієнтом Тобіна вищим від одиниці серед 42 компаній, представлених у рейтингу.

Практика застосування q-Тобіна в теорії інтелектуального капіталу свідчить про значні дисбаланси у розрізі окремих видів діяльності та суттєві відхилення у напрямі перевищення одиниці для таких сфер, як авіаперевезення (100%), комп'ютерні послуги (91,3%), товари для дому та особистого вжитку (85,7%), Інтернет-торгівля (75%).

Таблиця 2.14

Частка компаній з q-Тобіна > 1 у загальній кількості компаній відповідно до рейтингу Forbes у розрізі окремих видів діяльності

№ п/п	Вид діяльності	Кількість компаній у рейтингу, од.	Кількість компаній з q-Тобіна > 1, од.	Частка компаній з q-Тобіна > 1 у загальній кількості компаній рейтингу, %
1	Добування нафти і природного газу	82	17	20,73
2	Фармацевтична промисловість	42	25	59,52
3	Авіація та оборона	22	13	59,09
4	Виробництво напоїв	25	14	56,00
5	Виробництво автомобілів	32	5	15,63
6	Виробництво побутової електроніки	9	2	22,22
7	Виготовлення телекомунікаційного устаткування	8	4	50,00
8	Будівництво	54	7	12,96
9	Готельна сфера	12	7	58,33
10	Надання комп'ютерних послуг	23	21	91,30
11	Надання послуг програмного забезпечення	15	4	26,67
12	Інтернет-торгівля	8	6	75,00
13	Авіадоставка	6	6	100,00
14	Авіаперевезення	24	3	12,50
15	Послуги у сфері реклами	6	0	0,00
16	Виробництво товарів для дому та особистого використання	28	24	85,71

Джерело: побудовано автором на основі [200, 211,125]

Одним із методів, що дає змогу проаналізувати стан і тенденції динаміки інтелектуального капіталу, є співвідношення ринкової і балансової вартості

компанії (MV/BV). Розрахований показник для окремих компаній суттєво відрізняється від результатів оцінювання інтелектуального капіталу за допомогою q-Тобіна. Проведені розрахунки підтверджують гіпотезу про суттєву вагомість інтелектуального капіталу для фірм, що представляють сферу надання комп'ютерних послуг, Інтернет-торгівлю та дещо менше – програмне забезпечення.

Таким чином, проведені розрахунки ефективності управління інтелектуальним капіталом за допомогою коефіцієнта Тобіна, методом MV/BV підтвердили попередньо висунуту гіпотезу про пріоритетність інтелектуального капіталу для інноваційно активних компаній порівняно з міжнародними компаніями, що реалізують традиційну продукцію. Практика застосування q-Тобіна в теорії інтелектуального капіталу свідчить про значні дисбаланси у розрізі окремих видів діяльності та суттєві відхилення у напрямі перевищення його для таких сфер, як авіаперевезення (100%), комп'ютерні послуги (91,3%), товари для дому та особистого вжитку (85,7%), Інтернет-торгівля (75%) (таблиця Е.1).

Розрахунок вартості інтелектуального капіталу для компаній індексу DJI методом VAIC дає змогу виявити найбільшу вартість інтелектуального капіталу для компаній Apple, Verizon, JP Morgan Chase, Microsoft та ін., причому розрив між Apple та Verizon є досить суттєвим і становить 221 млрд дол. США (таблиця Е.2). За показником EVA у топ-3 увійшли компанії, що представляють сферу комп'ютерних послуг та програмного забезпечення (Apple, Microsoft, Intel). Фірми, що розвивають власний інтелектуальний капітал за однакових умов є більш спроможними до забезпечення стійкого розвитку і економіки знань, ніж ті, що дотримуються традиційного підходу у формі нарощування матеріальних ресурсів і фінансового капіталу.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

1. В умовах, коли нематеріальні ресурси формують до 80% вартості розвинених ринкових економік, формування стандартів звітності щодо

використання інтелектуального капіталу набуває стратегічної значущості. Звітування про інтелектуальні ресурси, які становлять ядро ключових компетенцій більшості міжнародних компаній і є джерелом створення її доданої вартості, відповідає інтересам як самої компанії, так і національної економіки в цілому. Аналіз та узагальнення досвіду формування й використання систем звітування про інтелектуальний капітал у США, Швеції, Данії, Канади, Австралії та Європі дає змогу стверджувати, що сучасною тенденцією є міждержавна інтеграція зусиль щодо перетворення інтелектуального капіталу на результати діяльності підприємств, створення позитивних зовнішніх ефектів та забезпечення уніфікованих стандартів відображення інтелектуального капіталу у звітності компаній.

2. Широкі можливості для формування адекватного уявлення щодо стану та перспектив розвитку інтелектуального капіталу компанії створює звітування відповідно до стандарту Європейської інструкції з відображення інтелектуального капіталу (Intellectual Capital Statement, InCaS). Перевагами стандарту звітування InCaS потрібно назвати такі: базування на класичному уявленні про компонент структури інтелектуального капіталу компанії (людський капітал, структурний капітал, капітал відносин); використання з метою оцінювання компонентів інтелектуального капіталу компанії прозорих та зрозумілих атрибутів, які або мають кількісний вимір, або можуть бути адекватно оцінені експертами; гнучкість у виборі індикаторів оцінки компонентів інтелектуального капіталу компанії; можливість оцінювання інтелектуального потенціалу компанії з точки зору досягнення її стратегічних цілей та впливу на результати її діяльності.

3. Згідно з методологією InCaS, стратегія управління компонентами інтелектуального капіталу компанії визначається залежно від поєднання значень її X-координати (потенціал покращення) та Y-координати (вплив на результати компанії). У контексті розвитку методології стандарту InCaS та її адаптації до застосування в діяльності міжнародних компаній обґрунтовано доцільність використання як Y-координати експертної оцінки впливу

інтелектуального капіталу на капіталізацію компанії, що дозволить більш повно оцінити роль інтелектуального капіталу у формуванні ринкової вартості міжнародної компанії залежно від галузевої специфіки її діяльності. З урахуванням наданих пропозицій в роботі розроблено морфологічну матрицю звітування про інтелектуальний капітал міжнародної компанії на основі стандарту InCaS. Використання морфологічної матриці дає можливість сформулювати системне уявлення про процедури оцінювання компонент інтелектуального капіталу компанії та визначити доцільність застосування стратегій управління цими компонентами залежно від результатів експертного оцінювання їхнього стану. Звітування про інтелектуальний капітал на основі стандарту InCaS з урахуванням наданих пропозицій забезпечить прозорість оцінки інтелектуального капіталу міжнародної компанії та визначення стратегій управління його компонентами.

4. Проаналізувавши досвід компаній, які здійснюють управління ІК в розрізі певних сегментів глобальної економіки, варто виокремити такі їх спільні риси:

- визнання необхідності вводити в корпоративну систему менеджменту як її важливої складової управління інтелектуальним капіталом;
- успішність управління ІК досягається завдяки кумулятивного ефекту при поєднанні інформаційної, фінансової, організаційної підтримки окресленого напрямку з боку керівництва;
- розроблення та впровадження систем управління інтелектуальним капіталом зумовлене корпоративним запитом на поліпшення результатів бізнесу,
- визнання доцільності поліваріантності підходів та інструментів, використання спільнот практиків, залучення в разі потреби зовнішніх консультантів, визнання інформаційних технологій ключовим пусковим механізмом

- системний підхід до організації управлінських процесів, що має довгостроковий характер, поєднання тактичних та стратегічних завдань та заходів.

5. Основна відмінність системи управління інтелектуальним капіталом у розрізі секторів економіки полягає в різних підходах до формування самої системи: інжинірингової й організаційної. В межах першої з них все залежить від інформаційних і управлінських технологій, які підтримують і різною мірою визначають діяльність співробітників в їх щоденному житті; в межах другої в центрі уваги стає створення потоків вартості з інтелектуального капіталу.

6. Проведені розрахунки ефективності управління інтелектуальним капіталом за допомогою коефіцієнта Тобіна, методом MV/BV підтвердили попередньо висунуту гіпотезу про пріоритетність інтелектуального капіталу для інноваційно активних компаній. Практика застосування q-Тобіна в теорії інтелектуального капіталу свідчить про значні дисбаланси у розрізі окремих видів діяльності та суттєві відхилення у напрямі перевищення його для таких сфер, як авіаперевезення (100%), комп'ютерні послуги (91,3%), товари для дому та особистого вжитку (85,7%), Інтернет-торгівля (75%).

7. Розрахунок вартості інтелектуального капіталу для компаній індексу DJI методом VAIC дозволив виявити найбільшу вартість інтелектуального капіталу для компанії Apple, Verizon, JP Morgan Chase, Microsoft та ін. Причому розрив між Apple та Verizon є досить суттєвим і становить 221 млрд дол. США. За показником EVA у топ-3 увійшли компанії, що представляють сферу комп'ютерних послуг та програмного забезпечення (Apple, Microsoft, Intel).

Положення цього розділу викладені у публікаціях автора [10, 19, 13, 16].

РОЗДІЛ 3.

ПЕРСПЕКТИВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

3.1. Моделювання впливу ефективності систем управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній на посилення їх конкурентних переваг

Початок ХХІ ст. ознаменувався появою низки досліджень, присвячених виявленню загальних тенденцій і закономірностей впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності компанії та їх конкурентні позиції у тих чи інших сферах господарювання. Масштабність таких емпіричних розвідок пов'язана з їх охопленням практично всіх регіонів світу, незважаючи на негомогенність щодо використовуваної вибірки, часового періоду досліджень, підходів до оцінювання, методів збору і обробки даних та ін.

Складність побудови універсальної емпіричної моделі впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності міжнародної компанії пов'язана з такими його специфічними властивостями, як-от:

- властивість часткової невинятковості інтелектуальних ресурсів, яка полягає у тому, що компаніям технічно і юридично складно повною мірою контролювати використання власного інтелектуального капіталу з огляду на ймовірність отримання економічної вигоди від використання окремих елементів ІК у майбутньому не власниками компаній, а їх конкурентами;
- властивість часткової неконкурентності, що полягає в можливості використання інтелектуального ресурсу одночасно в різних напрямках діяльності міжнародної компанії;
- відсутність адитивності, оскільки зазвичай обсяг інтелектуальних ресурсів не зменшується в ході їх використання, а додаткове інвестування в інтелектуальний капітал не завжди призводить до зростання його обсягу;
- невід'ємність від носія (стосовно людського капіталу);

- нематеріальна природа ресурсу, що ускладнює ідентифікацію компонентів інтелектуального капіталу і призводить до інформаційної асиметрії;

- компліментарність активів, котра означає, що цінність знань значною мірою залежить від контексту їх використання [215].

У 2007 р. колектив науковців під керівництвом Г. Тана [207] дослідили взаємозв'язок між інтелектуальним капіталом і фінансовою діяльністю компаній, які розміщували власні акції на фондовій біржі Сингапуру, використавши такі індикатори, як власний капітал, дохід на одну акцію й середньорічну дохідність акції. Застосувавши метод VAIC для оцінювання інтелектуального капіталу, вчені дійшли висновку про позитивний взаємозв'язок між інтелектуальним капіталом і результатами діяльності компаній.

У 2006 р. А. Самілоглу на основі дослідження взаємозв'язку між коефіцієнтом доданої вартості інтелектуального капіталу (незалежна змінна) та співвідношенням ринкової і балансової вартості компаній (залежна змінна) у банківському секторі Туреччини виявив статистично значущу кореляцію між заданими параметрами [184]. Натомість зовсім інші результати були отримані С. Фаєром та С. Вільямсом, які використавши метод VAIC для визначення взаємозв'язку між інтелектуальним капіталом і комерційною діяльністю компаній, географічно розташованих у Африці, дійшли висновку про відсутність суттєвої кореляції між елементами інтелектуального капіталу і трьома залежними змінними (продуктивність, рентабельність, ринкова вартість) [120].

Узагальнення наукового доробку, що стосується ролі інтелектуального капіталу та його впливу на діяльність організацій, дало можливість визначити, що:

- існує позитивна кореляція між рівнем інтелектуального капіталу й результатами діяльності компаній;

- на ринках розвинених країн вплив інтелектуального капіталу виражений більш чітко, ніж на ринках країн, що розвиваються;

- існує компліментарний зв'язок між складовими інтелектуального капіталу, що виражається у взаємному впливі, наявності синергетичного ефекту, а також незначимості окремих елементів (наприклад, людського капіталу) без наявності інших (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Результати емпіричних досліджень впливу інтелектуального капіталу на діяльність компаній

Автор	Рік	Інформаційна база	Показник оцінки ІК	Показник, за яким проведено кореляцію вартості ІК	Напрямок кореляції та його значущість
А. Пуліч [174]	2000	30 стохастично обраних компаній з біржі FTSE (1992–1999)	VAIC: HCE, CEE, SCE	Ринкова вартість компаній	Позитивний, значущий
Н. Бонтіс, В. Кеов, С. Річардсон [96]	2000	107 компаній, що представляють промисловість і сферу послуг Малайзії	Анкетування з оцінкою усіх можливих елементів за шкалою Лайкерта	Фінансові результати діяльності	Позитивний, значущий
С. Фаєр, С. Вільямс [120]	2003	75 публічних компаній різних галузей у Південній Африці	VAIC: HCE, CEE, SCE	Фінансові результати діяльності	Позитивний, слабкий
Д. Маврідіс [161]	2004	141 банк Японії за період 2000–2001 рр.	VAIC: HCE, CEE, SCE	Додана вартість, обсяги фізичного і людського капіталу	Позитивний, значущий
М. Чен, С. Ченг, Ю. Хванг [106]	2005	4554 спостережень публічних компаній Тайваню за 1992–2002 рр.	VAIC: HCE, CEE, SCE	Витрати на НДДКР, рекламу, рентабельність активів	Позитивний, значущий
Г. Тен, Д. Плоумен, П. Хенкок [207]	2007	150 компаній Сингапурської біржі	VAIC: HCE, CEE, SCE	Фінансові результати діяльності	Позитивний, залежно від галузі

Продовження табл. 3.1

Автор	Рік	Інформаційна база	Показник оцінки ІК	Показник, за яким проведено кореляцію вартості ІК	Напрямок кореляції та його значущість
К. Чан [105]	2009	Усі компанії біржі Гонконгу за 2001–2005 рр.	VAIC: HCE, CEE, SCE	Фінансові результати діяльності	Позитивний, залежно від типу ринку
Дж. Дієз, М. Очоа, М. Прієто, А. Сентидріан [110]	2010	211 компаній Іспанії з різних галузей з числом працівників понад 25 осіб	VAIC: HCE, SCE	Фінансові результати діяльності	Позитивний, значущий
Г. Леїнг, Дж. Данн, С. Хагес-Лукас [153]	2010	14 готелів Австралії за період 2004–2007 рр.	VAIC: ICE	Фінансові результати діяльності	Позитивний, значущий
М. Кларк, Д. Сенг, Р. Вайтінг [109]	2011	Компанії Австралійської фондової біржі, що представлені у різних галузях за період 2003–2008 рр.	VAIC: HCE, CEE, SCE	Фінансові результати діяльності	Позитивний, значущий
Б. Комненік, Д. Покрачіч [149]	2012	37 міжнародних компаній, що ведуть бізнес у Сербії за період 2006–2008 рр.	VAIC: HCE, CEE, SCE	Фінансові результати діяльності	Позитивний, значущий

Джерело: складено автором на основі джерел, наведених в табл. 3.1

Для того, щоб виявити взаємозв'язки між основними показниками діяльності міжнародної компанії і результативним економічним показником, було використано багатофакторний кореляційний аналіз, що надав можливість:

- сформулювати передумови визначення характеру взаємозв'язків між показниками і визначити математичну формулу отриманого зв'язку;
- оцінити тісноту зв'язку між факторними та результативними показниками з метою визначення впливу кожного з них на кінцевий результат.

Під ринковою капіталізацією розуміють показник, що дає можливість оцінити й провести компаративний аналіз прибутковості, інвестиційної та інноваційної діяльності й розрахувати різницю між ринковою вартістю та вартістю активів міжнародних компаній, що відобразить вартість

нематеріальних активів. Гіпотезою дослідження є факт впливу окремих показників, що безпосередньо пов'язані з інтелектуальним капіталом, на обсяги ринкової капіталізації.

Для підтвердження цієї гіпотези оцінимо вплив окремих факторів на обсяг ринкової капіталізації 1000 міжнародних компаній різних видів економічної діяльності, що представлені у рейтингу корпорацій за найбільшими обсягами витрат на НДДКР у 2017 р. Статистичну інформацію для розрахунків було взято з офіційних сайтів, на яких оприлюднюється річна фінансова звітність корпорацій [200], а також з інформації рейтингів міжнародних компаній [210], що дає змогу здійснити запропоноване моделювання.

$$\text{Market capitalisation } (Y) = a_1 * x_1 + a_2 * x_2 + a_3 * x_3 + a_4 * x_4 + a_5 * x_5 + \varepsilon, \quad (3.1)$$

де x_1 – темп приросту витрат на дослідження та розробки, %; x_2 – темп приросту інвестицій в основний капітал, %; x_3 – темп приросту операційного прибутку, %; x_4 – темп приросту витрат на оплату праці, %; x_5 – рентабельність діяльності, %.

Потрібно наголосити на значній диференційованості даних, що може бути зумовлено галузевою специфікою, відмінностями у розмірах компаній та іншими факторами. Описова статистика вибірки для побудови багатфакторного кореляційного аналізу відображено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Описова статистика вибірки для побудови багатфакторного кореляційного аналізу

Змінна	Кількість спостережень	Мінімум	Максимум	Медіана	Стандартне відхилення
Y	892	12012	542371,500	20627,292	44664,860
X ₁	892	-72,368	626,708	13,991	41,190
X ₂	892	-90,447	2473,623	17,477	126,524
X ₃	892	-32338,449	18120,364	-1,305	1359,268
X ₄	892	-89,600	330,900	6,754	24,629
X ₅	892	-985,652	66,406	-1,806	87,603

Джерело: розраховано автором

Оцінювання парних міжфакторних коефіцієнтів кореляції здійснювалося з метою визначення колінеарності та мультиколінеарності. Під час побудови й вирішення зазначених функцій до факторів висувається низка вимог, ключовими з яких є незалежність факторів між собою. Відповідно до класичної теорії багатофакторного кореляційно-регресійного моделювання зв'язку між факторами не повинно бути.

Розрахунок парних коефіцієнтів кореляції вказує на те, що між показниками відсутня мультиколінеарність, тому всі вони можуть бути використані для побудови моделі (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Матриця кореляції окремих показників діяльності компаній топ-1000 рейтингу за витратами на НДДКР у 2017 р.

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	Y
X ₁	1	0,084	0,011	0,329	-0,097	-0,052
X ₂	0,084	1	-0,004	0,229	-0,021	-0,032
X ₃	0,011	-0,004	1	0,005	0,008	0,009
X ₄	0,329	0,229	0,005	1	-0,083	-0,031
X ₅	-0,097	-0,021	0,008	-0,083	1	0,095
Y	-0,052	-0,032	0,009	-0,031	0,095	1

Джерело: розраховано автором

Аналіз параметрів моделі для компаній топ-100 рейтингу за витратами на НДДКР у 2017 р. відображено в таблиці 3.4. На відміну від кореляційного аналізу оцінка регресії дозволяє не лише виявити напрям і ступінь взаємозв'язку двох змінних, а й сформулювати сукупну модель впливу різних параметрів на значення результативного показника. Аналіз параметрів моделі дав змогу виявити, що міцність взаємозв'язку між обраними факторами і результативним показником виражена значенням коефіцієнта багатолінійної кореляції ($R=0,012$). Це свідчить про відсутність тісного кореляційного зв'язку між ринковою капіталізацією міжнародних компаній та досліджуваними факторами. Коефіцієнт детермінації багатофакторної моделі становить 0,006, а отже, на 0,006% зміна результативного показника зумовлена дією досліджуваних факторів.

Аналіз міцності взаємозв'язку досліджуваних факторів з результативним показником дає змогу зробити висновок про сильний вплив на ринкову капіталізацію рентабельності діяльності, темпів приросту витрат на НДДКР. Середній вплив на ринкову капіталізацію серед досліджуваної вибірки проілюстрували темпи приросту інвестицій в основний капітал та темпи приросту витрат на оплату праці. Найменший вплив на рентабельність активів проілюстрували темпи зростання операційного прибутку міжнародних компаній.

Таблиця 3.4

Аналіз параметрів моделі для компаній топ-100 рейтингу за витратами на НДДКР у 2017 р.

Змінна	Коефіцієнт	Стандартне відхилення	t-Statistic	Pr > t	Lower bound (95%)	Upper bound (95%)
Intercept	21531,055	1599,648	13,460	< 0,0001	18391,513	24670,597
X ₁	-43,791	38,465	-1,138	0,255	-119,284	31,701
X ₂	-9,140	12,113	-0,755	0,451	-32,914	14,634
X ₃	0,277	1,098	0,253	0,801	-1,877	2,432
X ₄	-7,088	65,760	-0,108	0,914	-136,153	121,976
X ₅	46,011	17,134	2,685	0,007	12,382	79,640
DF	886,000		MAPE	583,356		
RI	0,012		DW	1,168		
Adjusted RI	0,006		Cp	6,000		
F	2,103		AIC	19101,662		
Pr > F	0,063		SBC	19130,422		

Джерело: розраховано автором.

Аналіз стандартизованих коефіцієнтів моделі зазначено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Аналіз стандартизованих коефіцієнтів моделі

Змінна	Коефіцієнт	Стандартне відхилення	t-Statistic	Pr > t
x ₁	-0,040	0,035	-1,138	0,255
x ₂	-0,026	0,034	-0,755	0,451
x ₃	0,008	0,033	0,253	0,801
x ₄	-0,004	0,036	-0,108	0,914
x ₅	0,090	0,034	2,685	0,007

Джерело: розраховано автором.

Важливим етапом побудови і вирішення регресійної моделі є встановлення математичної функції. З урахуванням наявних теоретичних та емпіричних досліджень було сформовано рівняння багатofакторної регресії.

У результаті розрахунків було отримано рівняння багатofакторної регресії:

$$\text{Market capitalisation} = 21531 - 43,79 * x_1 - 9,14 * x_2 + 0,28 * x_3 - 7,09 * x_4 + 46,01 * x_5.$$

Для визначення взаємозалежності між вартістю бренду та фінансовими коефіцієнтами було запропоновано перевірити гіпотезу про суттєвий вплив фінансових коефіцієнтів на вартість бренду міжнародної компанії.

У ході дослідження взаємозалежності між фінансовими індикаторами та вартістю бренду було використано методику Interbrand як одну з найбільш поширених методик визначення оцінки брендів, що застосовуються аналітичними агентствами та компаніями.

Вибірково було обрано 100 міжнародних компаній рейтингу Interbrand за 2015-2017 рр. Статистичну інформацію для розрахунків було взято з офіційних сайтів, на яких оприлюднюється річна фінансова звітність корпорацій [200], а також з інформації рейтингів міжнародних компаній [142,126]. Економіко-математична модель вартості бренду для транснаціональних корпорацій має наступний вигляд:

$$BV = a_1 * x_1 + a_2 * x_2 + a_3 * x_3 + a_4 * x_4 + a_5 * x_5 + a_6 * x_6 + a_7 * x_7 + a_8 * x_8 + \varepsilon, \quad (3.2)$$

де BV – вартість бренду; x_1 – чиста рентабельність продажів; x_2 – рентабельність власного капіталу; x_3 – коефіцієнт фінансової незалежності; x_4 – коефіцієнт довгострокового фінансування; x_5 – коефіцієнт абсолютної ліквідності; x_6 – коефіцієнт загальної ліквідності; x_7 – коефіцієнт фінансового ризику; x_8 – оборотність активів.

Описову статистику вибірки для побудови багатофакторного кореляційного аналізу зазначено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Описова статистика вибірки для побудови багатофакторного кореляційного аналізу

Змінна	Кількість спостережень	Мінімум	Максимум	Медіана	Стандартне відхилення
Y	272	3,024	178,119	18,019	23,657
x1	272	-0,096	0,809	0,121	0,098
x2	272	-56,825	15044,000	55,281	912,185
x3	272	-0,161	3,902	0,397	0,314
x4	272	-0,052	5,698	0,705	0,356
x5	272	0,000	38,056	1,014	2,762
x6	272	0,000	26,973	1,805	2,141
x7	272	-50,889	5790,395	24,249	351,037
x8	272	0,000	10,943	0,740	0,777

Джерело: розраховано автором.

Розрахунок парних коефіцієнтів кореляції свідчить про те, що між показниками відсутня мультиколінеарність, а відтак усі вони можуть бути використані для побудови моделі. Матриця кореляції подано в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Матриця кореляції

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	Y
x1	1	0,038	0,118	-0,021	0,228	0,102	-0,088	-0,229	0,147
x2	0,038	1	0,025	0,015	0,035	0,038	-0,008	-0,024	0,031
x3	0,118	0,025	1	0,770	0,188	0,231	-0,082	0,626	0,046
x4	-0,021	0,015	0,770	1	0,121	0,193	-0,029	0,726	0,023
x5	0,228	0,035	0,188	0,121	1	0,682	-0,014	-0,065	0,105
x6	0,102	0,038	0,231	0,193	0,682	1	-0,027	-0,023	0,071
x7	-0,088	-0,008	-0,082	-0,029	-0,014	-0,027	1	-0,019	-0,027
x8	-0,229	-0,024	0,626	0,726	-0,065	-0,023	-0,019	1	-0,034
Y	0,147	0,031	0,046	0,023	0,105	0,071	-0,027	-0,034	1

Джерело: розраховано автором.

Аналіз параметрів моделі дає змогу виявити, що міцність взаємозв'язку між обраними факторами і результативним показником виражена значенням коефіцієнта багатолінійної кореляції ($R=0,028$) (табл. 3.8). Це свідчить про відсутність тісного кореляційного зв'язку між рентабельністю діяльності міжнародних компаній та досліджуваними факторами.

Таблиця 3.8

Аналіз параметрів моделі

Змінна	Коефіцієнт	Стандартне відхилення	t-Statistic	Pr > t	Lower bound (95%)	Upper bound (95%)
Intercept	12,808	3,939	3,251	0,001	5,051	20,564
x ₁	29,409	16,393	1,794	0,074	-2,869	61,687
x ₂	0,001	0,002	0,359	0,720	-0,003	0,004
x ₃	1,237	7,699	0,161	0,872	-13,921	16,396
x ₄	1,624	7,360	0,221	0,826	-12,867	16,116
x ₅	0,558	0,731	0,763	0,446	-0,881	1,996
x ₆	0,047	0,947	0,049	0,961	-1,818	1,911
x ₇	-0,001	0,004	-0,213	0,832	-0,009	0,007
x ₈	-0,888	3,019	-0,294	0,769	-6,832	5,056
DF	263,000		MAPE		121,309	
RI	0,028		DW		0,078	
Adjusted RI	-0,001		Cp		9,000	
F	0,959		AIC		1730,206	
Pr > F	0,469		SBC		1762,659	

Джерело: розраховано автором.

Аналіз стандартизованих коефіцієнтів моделі відображено в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Аналіз стандартизованих коефіцієнтів моделі

Змінна	Коефіцієнт	Стандартне відхилення	t-Statistic	Pr > t
x ₁	0,122	0,068	1,794	0,074
x ₂	0,022	0,061	0,359	0,720
x ₃	0,016	0,102	0,161	0,872
x ₄	0,024	0,111	0,221	0,826
x ₅	0,065	0,085	0,763	0,446
x ₆	0,004	0,086	0,049	0,961
x ₇	-0,013	0,061	-0,213	0,832
x ₈	-0,029	0,099	-0,294	0,769

Джерело: розраховано автором.

Також аналіз міцності взаємозв'язку досліджуваних факторів з результативним показником дав можливість зробити висновок про сильний вплив на вартість бренду чистої рентабельності продажу, коефіцієнт фінансової незалежності та коефіцієнт довгострокового фінансування. Середній вплив на вартість бренду серед досліджуваної вибірки проілюстрували коефіцієнт

абсолютної ліквідності та оборотність активів. Найменший вплив на вартість бренду проілюстрували рентабельність власного капіталу та коефіцієнт фінансового ризику.

У результаті розрахунків було отримано рівняння багатofакторної регресії:

$$BV = 12,81 + 29,41 * x_1 + 0,0005 * x_2 + 1,24 * x_3 + 1,62 * x_4 + 0,56 * x_5 + 0,047 * x_6 - 0,0009 * x_7 - 0,89 * x_8.$$

Отримані результати свідчать про те, що фінансові коефіцієнти несуттєво впливають на вартість бренду транснаціональних корпорацій. З цього можна зробити висновок, що на вартість бренду впливають інші фактори, які не враховані в моделі і які характеризуються нефінансовим характером визначення. Зокрема, до таких можна зарахувати абсолютний та відносний вік бренду, послідовність його використання, географію використання, потенціал розширення і застосування бренду, асоціації, інструменти реклами, абсолютну частку ринку, визнання бренду та ін.

Конкурентоспроможність міжнародної компанії в умовах інноваційної економіки визначається широким спектром обов'язкових критеріїв, серед яких:

1) активізація інноваційної діяльності, котра може полягати або в здійсненні власних науково-дослідних робіт, або у придбанні прав на ключові для цієї галузі об'єкти інтелектуальної діяльності, зокрема винаходи, ноу-хау та інші науково-технічні досягнення;

2) активна комерціалізація структурних елементів інтелектуального капіталу;

3) захист інтелектуального капіталу підприємства;

4) використання законодавчо передбачених коштів для закріплення виключних прав на результати творчої діяльності та інтелектуальної праці, втілені в кінцевій продукції;

5) виокремлення процесу управління інтелектуальним капіталом як самостійної функціональної підсистеми.

Водночас, на нашу думку, ключовими характеристиками інноваційної економіки є отримання і розвиток нових знань, розвиток освіти, зростання і підвищення якості людського капіталу, трансфер знань та його застосування для вирішення технічних, технологічних і соціально-економічних проблем.

Тенденція інтелектуалізації підприємницької діяльності і необхідність забезпечення конкурентоспроможності, що ґрунтується на знаннях, зумовлює зростання ролі інтелектуального капіталу і трансформацію підходів до формування доданої вартості.

Відмінності у бізнес-середовищі й характері конкуренції у поєднанні з відмінностями політичного і культурного середовища національних економік формують різні конкурентні стратегії міжнародних компаній на зарубіжних ринках. В умовах мультинаціональної та глобальної конкуренції міжнародним компаніям вже недостатньо орієнтуватись винятково на споживача/клієнта, натомість виникає необхідність врахування особливостей діяльності конкурентів на ринку з метою досягнення переваги над ними. В основі формування стратегії міжнародної компанії лежить пошук стійкої конкурентної переваги.

Відповідно до М. Портера, конкурентна перевага – це спроможність отримувати дохідність від вкладених інвестицій більше, ніж у середньому по галузі [173]. Незважаючи на традиційний підхід до поняття, конкурентна перевага не формується винятково завдяки наявності сировинних ресурсів, високих технологій або ж економії від масштабу, що можуть бути легко зімітовані компаніями-конкурентами. Погоджуючись з думкою Дж. Барні [88], вважаємо, що конкурентні переваги потрібно розглядати з позицій ресурсного підходу до аналізу фірми, у межах якої створення конкурентної переваги залежить від наявності цінних, рідкісних ресурсів, що важко піддаються копіюванню (за класифікацією конкурентних переваг за рівнем технологічності, це переваги найвищого рівня). Такі ресурси Т. Стюарт зараховує до невидимих активів, а відтак інтелектуальний капітал інкорпорує в

себе ті ресурси і можливості, які є цінними, рідкісними, слабо взаємозамінними та важко піддаються імітації [199]. У своїх дослідженнях М. Чен, Ю. Хванг і С. Ченг [106] підтвердили, що інтелектуальний капітал поряд з оцінкою темпів зростання, є фундаментальною детермінантою поточної і потенційної конкурентоспроможності міжнародної компанії.

Складність у оцінюванні і визначенні конкурентних переваг міжнародної компанії полягають у можливості їх формування у будь-якій функціональній сфері, незалежно від того, на якому ринку вона функціонує або які параметри є ключовими для цільової групи споживачів. Розвиток міжнародної конкуренції призвів до трансформації підходів до формування конкурентних переваг фірм, що беруть участь у міжнародній конкурентній боротьбі.

З метою віднесення конкурентної переваги до ключового фактору успіху міжнародна компанія, повинна відповідати таким вимогам:

- забезпечувати унікальність власної торгової марки порівняно з конкурентними протягом тривалого періоду;
- ґрунтуватись на специфічних знаннях і технологіях, які формують підвищену цінність для споживача;
- задовольняти специфічні потреби клієнта, зокрема відносно сильні сторони компанії повинні забезпечувати релевантні вигоди цій цільовій групі споживачів.

З огляду на характер джерела конкурентної переваги виділяють такі основні види конкурентних переваг:

- конкурентні переваги, що ґрунтуються на факторах економічного характеру: загальноекономічний стан ринків, велика ємність ринку, ефект масштабу виробництва, економічний потенціал підприємства тощо;
- конкурентні переваги нормативно-правового характеру: виняткові права на інтелектуальну власність, пільги і привілеї і под.;
- конкурентні переваги структурного характеру: високий рівень інтеграції процесу виробництва і реалізації в компанії, ефект синергізму тощо;

- конкурентні переваги, пов'язані з розвитком інфраструктури ринку: відкритість ринків, розвиненість комунікацій, дистриб'юторської мережі;
- конкурентні переваги технологічного характеру: наявність високих технологій виробництва;
- конкурентні переваги, пов'язані з рівнем інформаційного забезпечення міжнародної компанії;
- конкурентні переваги, засновані на географічних факторах: розташування дочірніх підприємств поряд з доступними факторами виробництва;
- конкурентні переваги, побудовані на демографічних факторах;
- конкурентні переваги, що досягаються в результаті протиправних дій.

На нашу думку, конкурентні переваги міжнародної компанії необхідно розглядати як синтетичне явище, рівень якого проявляється через якісний взаємозв'язок усіх елементів діяльності міжнародної компанії.

Дослідження дозволило виявити два принципові підходи до формування конкурентних переваг міжнародних компаній – традиційного, що базується на ресурсах, та когнітивний, що ґрунтується на компетенціях (рис. 3.1). В умовах традиційної економіки конкурентні переваги забезпечуються наявністю матеріальних ресурсів і спрямовані на створення матеріальних активів, зокрема основних і оборотних, що відображають балансову вартість міжнародної компанії. Натомість в економіці знань конкурентні переваги ґрунтуються на компетенціях, які є складовою нематеріальних ресурсів, і створюють нематеріальні активи й інтелектуальний капітал, сприяючи зміні ринкової вартості міжнародних компаній.

Елементи інтелектуального капіталу у разі їх докомпозиції до рівня кількісних і якісних показників суттєво впливають на результати діяльності міжнародних компаній.

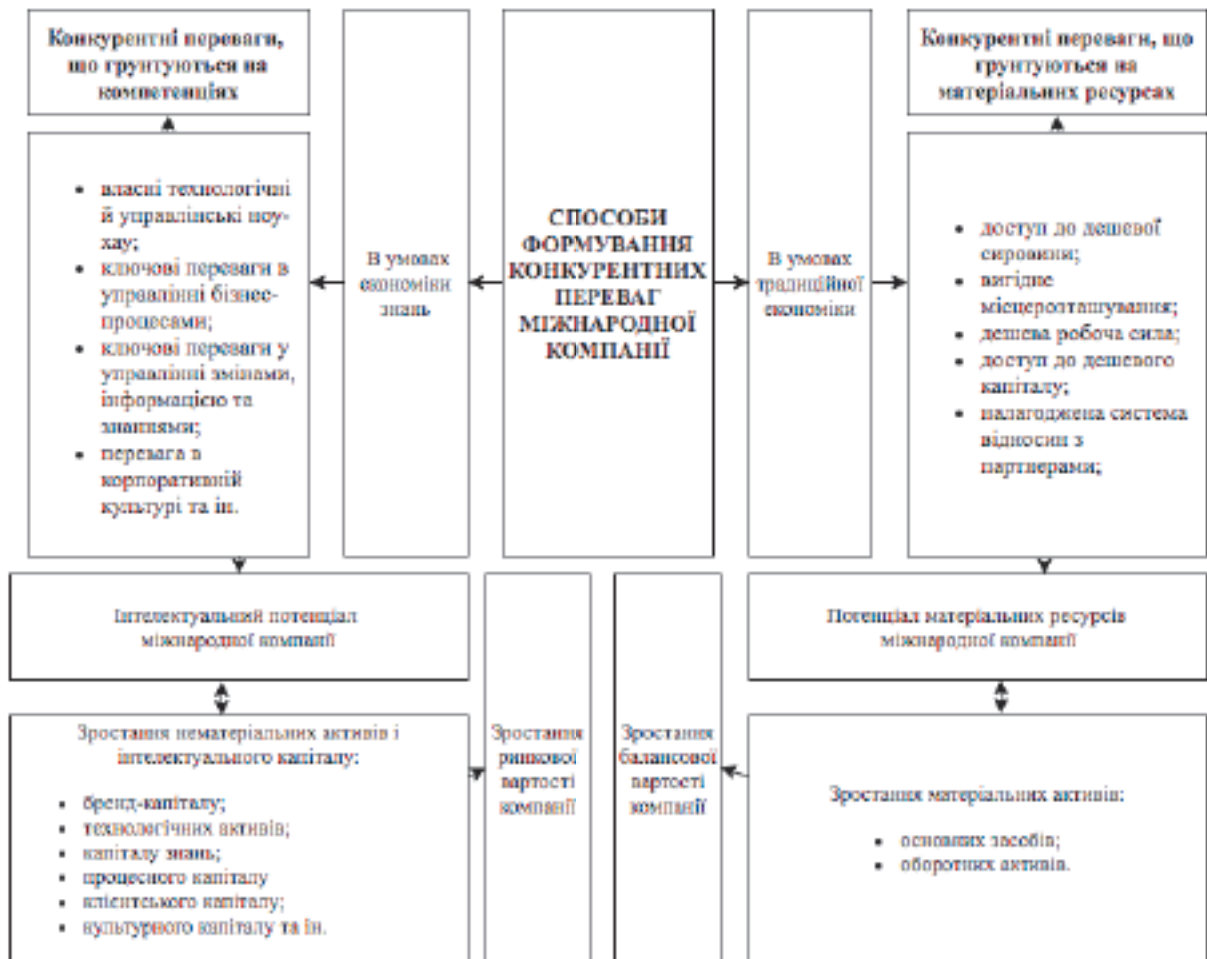


Рис. 3.1. Альтернативи формування конкурентних переваг міжнародної компанії в умовах економіки знань

Джерело: авторська розробка

При цьому одним зі способів обґрунтування такого взаємозв'язку є теорія конкурентних переваг, які формуються більшою мірою завдяки інтелектуальному капіталу і відображають результати фінансово-господарської діяльності.

Однак, на нашу думку, ці результати є необхідним, але недостатнім відображенням існуючої ситуації на підприємстві, тому стейкхолери беруть до уваги інші показники, орієнтовані на певні характеристики міжнародної компанії, що не відображені у фінансовій звітності.

Таким чином, до основних критеріїв успішності міжнародних компаній в умовах нової економіки можна зарахувати ті показники, що відображають ринкові тенденції і бізнес-стратегію, майбутні цінності й інтереси

стейкхолдерів, якість продукції і рівень обслуговування, вплив компанії на суспільство.

Таблиця 3.10

Показники оцінювання результатів діяльності міжнародної компанії в умовах нової економіки

№ п/п	Показник	Індикатори
1	Ринкові тенденції і бізнес-стратегії	<ul style="list-style-type: none"> - тенденції ринку; - обсяги продажів; - конкурентні можливості й загрози; - вартість бренду; - інвестиції в НДДКР; - витрати на маркетинг; - наявність нових продуктів
2	Майбутні цінності й інтереси стейкхолдерів	<ul style="list-style-type: none"> - лояльність покушців; - довгострокові відносини з клієнтами; - лояльність персоналу; - умови праці; - рівень освіченості працівників; - досвід роботи працівників; - витрати на підвищення кваліфікації працівників
3	Якість продукту, рівень обслуговування і продуктивність процесів	<ul style="list-style-type: none"> - відповідність технологічним нормам; - мережева взаємодія; - новітні технології виробництва; - наявність патентів, ліцензій, ноу-хау; - наявність систем управління якістю; - мінімальний термін постачання продукції
4	Вплив на суспільство	<ul style="list-style-type: none"> - якість відносин з громадськістю, фінансовими і державними установами; - вплив на навколишнє середовище; - вплив на зміну ВВП країни; - вплив на етику і культуру суспільства

Джерело: доповнено автором на основі [74, 196,168]

Значна кількість перерахованих індикаторів тією чи іншою мірою пов'язана з інтелектуальним капіталом, що вкотре підтверджує його вагому роль в умовах неоекономіки. Для оцінювання результатів діяльності компанії важливо системно охарактеризувати взаємовплив внутрішніх процесів діяльності міжнародної компанії і зовнішнього середовища її функціонування,

пов'язаних з екологією, етикою та іншими соціально-економічними особливостями розвитку країни, в якій вона представлена.

Неспинний процес інтернаціоналізації виробництва надає міжнародним компаніям можливість більш широко використовувати конкурентні переваги приймаючих країн для раціонального розміщення виробництва, забезпечення збуту і післяпродажного сервісу. Факторами конкурентоспроможності міжнародних компаній порівняно з національними компаніями можна вважати:

- можливість використання фінансових ресурсів з диверсифікованих джерел, у тому числі материнської компанії, фізичних і юридичних осіб приймаючих країн, фінансових інституцій, третіх країн тощо;
- володіння природними ресурсами, капіталом, інформацією та результатами науково-технічних досліджень в різних країнах;
- можливість швидше отримувати інформацію про зміни кон'юнктури світових товарних ринків та ринків послуг, валютних та фінансових ринків, а відтак оперативно реагувати на ці зміни;
- розміщення власних підприємств у різних країнах забезпечує можливість отримання вигод від обсягів внутрішнього ринку приймаючих країн, ціни і кваліфікації робочої сили, доступності природних ресурсів, ліберальності нормативно-правового регулювання;
- досвід застосування заходів щодо міжнародного маркетингу.

Розглядаючи інтелектуальний капітал як ключову детермінанту інноваційного розвитку міжнародної компанії, можна виділити такі його особливості:

- розвиток інтелектуального капіталу відіграє ключову роль у забезпеченні економічного зростання;
- накопичувальний ефект інтелектуального капіталу завдяки знанням, навичкам, досвіду;
- процес формування і використання інтелектуального капіталу є високовитратним;

- використання інтелектуального капіталу супроводжується поєднанням високого ступеня невизначеності і ризиків, з одного боку, та високого рівня прибутковості - з іншого;

- специфіка процесу інвестування в інтелектуальний капітал визначається історичними, національними, культурними особливостями і традиціями;

- інвестиціям в інтелектуальний капітал притаманна висока ефективність;

- інтелектуальний капітал визначається як нематеріальний актив.

Усе зазначене вище зумовлює необхідність і актуальність створення сприятливого інноваційного середовища вже на рівні компанії як складової організаційної системи управління інтелектуальним капіталом.

Таким чином, умови отримання конкурентної переваги впливають на варіанти застосування і способи розпорядження активами міжнародної компанії. З іншого боку, сприятливих умов для забезпечення конкурентоспроможності недостатньо для того, щоб бути на крок попереду від конкурентів. Важливою є ефективність використання тих активів, що є у компанії, з урахуванням зовнішніх факторів і особливостей кожної конкретної галузі. Дослідження і розгляд конкурентоспроможності компанії ґрунтується на дослідженні особливостей його виробництва, ступеня унікальності товару або послуги, компаративного аналізу потенціалу компанії з перспективами конкуруючих компаній. Також необхідно брати до уваги фактори, які впливають на лояльність цільової аудиторії, а відтак, і на обсяги продажу.

Ефективне управління інтелектуальним капіталом дозволяє отримувати додаткові доходи від передання прав на об'єкти інтелектуальної власності, активізувати інноваційну діяльність, формувати конкурентні переваги, підвищити ринкову вартість міжнародної компанії, покращити її інвестиційну привабливість.

3.2. Стратегічне управління об'єктами інтелектуальної власності як уособлення інтелектуального капіталу міжнародної компанії

Визначальна роль нематеріальних ресурсів у забезпеченні ефективності функціонування сучасних міжнародних компаній потребує вироблення механізмів стратегічного управління інтелектуальним капіталом. В роботі вже неодноразово наголошувалося на очевидних методологічних ускладненнях, які виникають у контексті оцінювання впливу інтелектуального капіталу та його окремих складових на діяльність компанії. Відповідні ускладнення зумовлюються необхідністю застосування з метою оцінювання інтелектуального капіталу компанії таких індикаторів, інформація про які відсутня у відкритому доступі або не підлягає звітності, або має лише якісну інтерпретацію. Певні аспекти використання інтелектуального капіталу (наприклад, якість корпоративної культури, успішність відносин з клієнтами, ефективність механізмів поширення знань та ін.) можна оцінити лише на основі процедур експертного оцінювання, результати яких мають непереборний суб'єктивний характер та варіативність інтерпретації.

На нашу думку, формалізувати процес стратегічного управління інтелектуальним капіталом компанії дозволить використання категорій об'єктів її інтелектуальної власності. Об'єкти інтелектуальної власності компанії (патенти, бренди, авторські права) можуть розглядатися як уособлення інтелектуального капіталу компанії, оскільки є інтеграційним результатом використання інтелектуального капіталу фірми та його окремих компонентів. Так, людський капітал у вигляді знань працівників є підґрунтям для отримання патентів на інноваційні технології, промислові винаходи та виробничі ноу-хау; структурний капітал уособлюється шляхом набуття авторських прав на корпоративні інформаційні системи, бази даних та доменні імена; клієнтський капітал (лояльність споживачів, відносини з інвесторами) реалізується через успішність бренду та захищається товарним знаком. Іншим важливим аргументом на користь асоціювання інтелектуального капіталу компанії з її об'єктами інтелектуальної власності є можливість аналізу динаміки та

структури останніх, що дозволяє робити ґрунтовні висновки щодо успішності комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності. Нарешті, об'єкти інтелектуальної власності (патенти, торгові знаки, авторське право) підлягають захисту, що запобігає можливості копіювання або несанкціонованого використання інтелектуальних ресурсів компанії.

Мету стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності можна визначити як максимізацію результатів діяльності компанії за умови мінімізації ризиків, пов'язаних із використанням інтелектуального капіталу, що забезпечується шляхом створення дієвих механізмів захисту інтелектуальної власності фірми. Вирішення цього завдання потребує імплементації стратегічних орієнтирів розвитку конкурентоспроможності та захисту інтелектуальної власності на всіх рівнях управління компанією та її окремих бізнес-підрозділів.

Об'єктами інтелектуальної власності підприємства є його нематеріальні інтелектуальні активи. До цієї категорії належать: винаходи, корисні моделі, промислові зразки, товарні знаки і знаки обслуговування, фірмові найменування, матеріальним вираженням прав на які є документи виключного права, патенти і свідоцтва про реєстрацію, секрети виробництва (ноу-хау), найменування місць походження товарів, а також права, отримані в результаті придбання ліцензій у патентовласників [66]. Важливою складовою нематеріальних активів компанії є її репутація, або «гудвіл», який у працях науковців трактується як:

- нематеріальний актив, вартість якого визначається як різниця між балансовою вартістю активів підприємства та його звичайною вартістю як цілісного майнового комплексу, що виникає внаслідок використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів (робіт, послуг), нових технологій тощо;

- активи, капітал компанії, який не піддається матеріальному вимірюванню (репутація, технічні компетенції, зв'язки, ринковий вплив);

- громадська думка про назву, стиль, товарний знак, логотип, проекти, товари і будь-які інші предмети, що перебувають у власності або під контролем компанії, а також взаємовідносини з клієнтами та замовниками;

- сукупність нематеріальних активів, наявність яких забезпечує конкурентні переваги компанії та надає їй можливість отримувати додатковий дохід;

- елементи іміджу компанії: фірмове найменування, географічне положення, особливості збуту і постачання, використання ноу-хау у виробничому процесі й управлінських ноу-хау в процесі маркетингу та ін.;

- нематеріальні активи, які складаються з престижу підприємства, його ділової репутації, взаємовідносин з клієнтами, місця розташування, номенклатури продукції, що випускається, тощо [62, 75, 72,64].

Попри відсутність єдиного підходу до трактування гудвілу, загальним у його розумінні є асоціювання з різноманітними складовими нематеріальних активів компанії, які зумовлюють відмінність її ринкової вартості від балансової вартості активів. У діяльності міжнародних компаній значущість гудвілу як уособлення фірмових нематеріальних активів важко переоцінити, на чому неодноразово наголошувалося в роботі. Підтвердження статистичними даними тенденції до перевищення ринкової вартості провідних міжнародних компаній над балансовою свідчить про неспинне збільшення ролі нематеріальних активів у забезпеченні ефективного функціонування сучасних корпорацій. Так, за оцінками експертів, близько 75% ринкової вартості компанії Coca-Cola визначається сукупною вартістю торговельних марок, які їй належать, а за даними компанії Ernst&Young у структурі власності найбільших світових корпорацій (Disney, Microsoft, Nike та ін.) невідчутні активи вже становлять понад половину загальної вартості фірми. Особливо це стосується високотехнологічних підприємств. Наприклад, корпорація Microsoft, маючи ринкову капіталізацію, в сотні мільярдів доларів, налічує на балансі матеріальних активів лише кілька мільярдів доларів [62].

Визначальна роль гудвілу як уособлення нематеріальних активів, на нашу думку, має розглядатися як ключова специфічна риса функціонування сучасних міжнародних компаній. Залежність успішності світових корпорацій від їх репутації, бренду, торгової марки зумовлює необхідність вироблення ефективних механізмів захисту нематеріальних активів і визначає пріоритети розроблення та імплементації стратегії управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії.

Аналіз специфічних рис діяльності суб'єктів міжнародної підприємницької діяльності [25; 48; 50; 51] дає змогу стверджувати, що пріоритет стратегії управління об'єктами інтелектуальної власності є наслідком особливостей побудови організаційної структури управління міжнародних компаній та різної значущості окремих складових інтелектуальної власності на регіональних ринках. Форми та рівень присутності міжнародних компаній в різних приймаючих країнах можуть суттєво відрізнятися. Наприклад, маючи виробничі потужності в певній країні, міжнародна компанія може експортувати свою продукцію в інші країни, в яких компанія здійснює лише збут через своє представництво. Потреба в підрозділах, які виконують різні функції в представництві певної країни, таким чином, залежить від виду операцій компанії на відповідному ринку, а роль нематеріальних активів буде принципово різнитися, наприклад, у разі здійснення експортно-імпортних операцій як найпростішої форми присутності на регіональних ринках та у разі здійснення міжнародної підприємницької діяльності у формі ліцензування або франчайзингу. В останньому випадку на регіональному рівні управління міжнародною компанією мають бути чітко визначені пріоритети підтримки, розвитку та захисту об'єктів інтелектуальної власності міжнародної компанії. Зміни в географічній експансії міжнародних компаній мають передбачати як концентрацію стратегічних функцій із управління об'єктами інтелектуальної власності на рівні головної (материнської) компанії, так і делегування низки функцій на регіональний рівень управління. Функції регіонального характеру з управління об'єктами інтелектуальної власності визначаються виходячи з

масштабів та форм присутності компанії на певному національному ринку, значущості об'єктів інтелектуальної власності для ефективного функціонування та ступеня розвиненості механізмів їх захисту в приймаючій країні.

Нарешті, важливим напрямом у процесі формування стратегії управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії є розроблення заходів щодо їх комерціалізації. Під комерціалізацією об'єктів інтелектуальної власності розуміється процес отримання доходів шляхом внутрішнього та зовнішнього використання нематеріальних активів компанії. Внутрішнє використання об'єктів інтелектуальної власності передбачає участь інтелектуальних активів у внутрішніх бізнес-процесах фірми. Отримання в цьому разі прибутку має опосередкований характер і виникає в результаті підвищення ефективності бізнес-процесів за рахунок використання об'єктів інтелектуальної власності.

Зовнішнє використання об'єктів інтелектуальної власності компанії може реалізовуватися у таких формах, як: внесок інтелектуальних активів у статутний капітал інших компаній, передання прав на інтелектуальний капітал за ліцензійними договорами, продаж об'єктів інтелектуальної власності, франчайзинг та ліцензування. Останні дві форми зовнішнього використання об'єктів інтелектуальної власності мають неабияке значення для міжнародної компанії, адже міжнародний франчайзинг та міжнародне ліцензування є поширеними формами присутності міжнародних компаній на національних ринках та засобами мінімізації трансакційних витрат у міжнародній підприємницькій діяльності. Відповідно, розроблення заходів щодо комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності (як у внутрішньому, так і в зовнішньому контекстах) має розглядатися як один із пріоритетів стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії.

Пріоритети стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності, які обумовлені специфічними характеристиками діяльності міжнародних компаній, систематизовано на рис. 3.2.

ПРІОРИТЕТИ				
Урахування визначальної ролі гудвілу як уособлення нематеріальних активів	Урахування різної ролі нематеріальних активів у діяльності міжнародної компанії залежно від форми та рівня присутності на регіональних ринках		Урахування важливості забезпечення комерціалізації як процесу отримання доходів шляхом внутрішнього та зовнішнього використання нематеріальних активів	
Необхідність вироблення ефективних механізмів захисту нематеріальних активів як основи конкурентних переваг на світових ринках	Необхідність розподілу функцій та завдань з управління об'єктами інтелектуальної власності на корпоративному (стратегічному) та регіональному (операційному) рівнях		Необхідність розроблення заходів щодо комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності компанії	
	Корпоративний рівень (материнська компанія)	Регіональний рівень (організаційні підрозділи в приймаючих країнах)	Внутрішнє використання	Зовнішнє використання
	Зосередження на корпоративному рівні управління міжнародною компанією стратегічних функцій з управління об'єктами інтелектуальної власності	Делегування операційних функцій з управління об'єктами інтелектуальної власності на регіональному ринку з урахуванням специфіки бізнес-середовища приймаючої країни	Використання об'єктів інтелектуальної власності з метою вдосконалення внутрішніх бізнес-процесів компанії як на корпоративному, так і на регіональному рівнях	Активна комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності компанії з метою генерації сталого прибутку

Рис. 3.2. Пріоритети стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії

Джерело: авторська розробка

З урахуванням визначених пріоритетів може бути запропонована процедура стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності (ОІВ) міжнародної компанії (рис. 3.3).

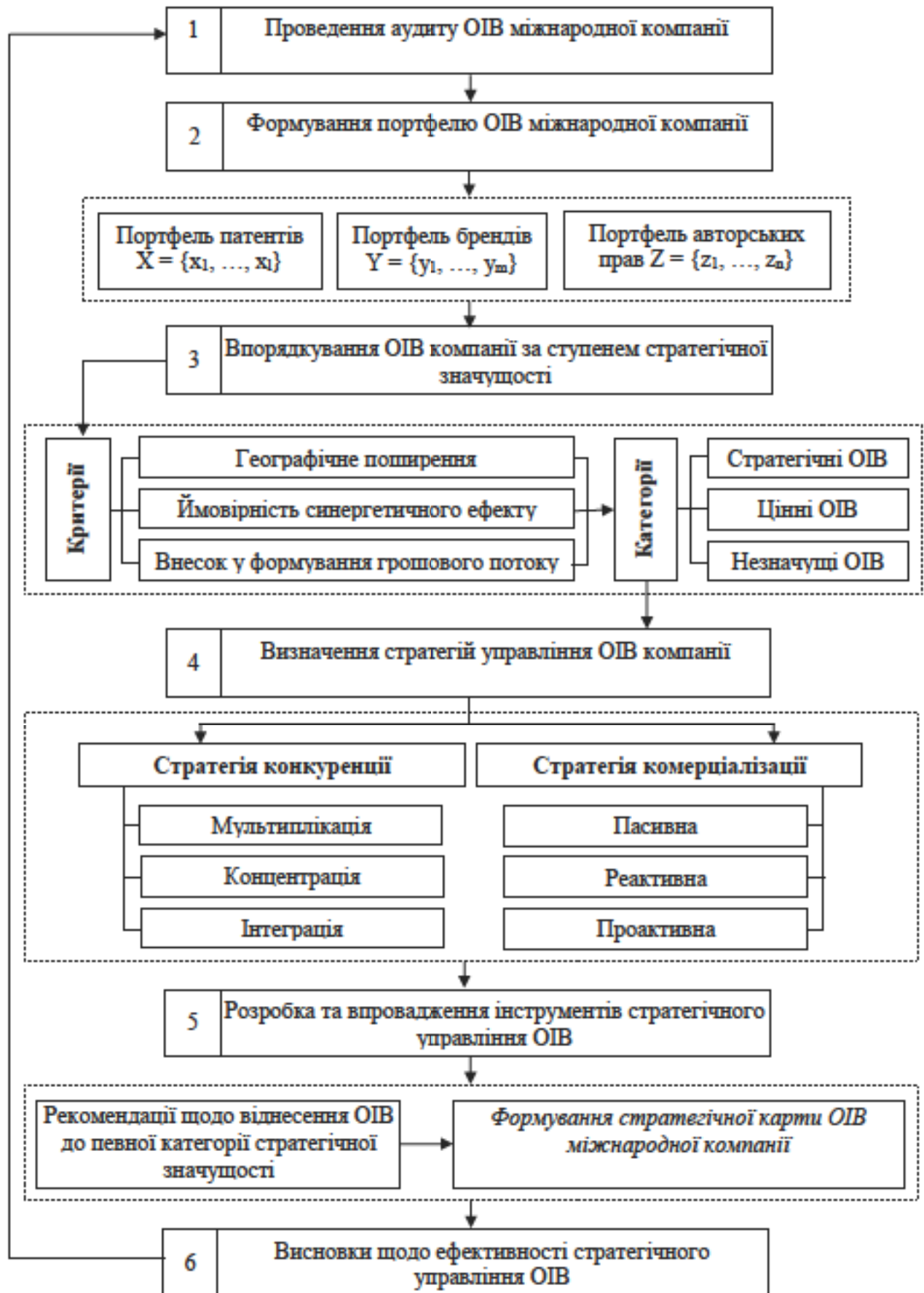


Рис. 3.3 Процедура стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності (ОІВ) міжнародної компанії

Джерело: розроблено автором

Етап 1. Проведення аудиту об'єктів інтелектуальної власності компанії. Початковий етап процедури передбачає адекватне оцінювання внутрішніх можливостей компанії виходячи із загальних вимог ринку, галузевої значущості й вразливості інтелектуального капіталу та необхідності розроблення ефективних механізмів його захисту. Під аудитом в цьому разі мається на увазі не юридично регламентована процедура оцінювання вартості або інвентаризації інтелектуального капіталу, а процедура визначення драйверів та аутсайдерів створення доданої вартості компанії (в цілому та/або за окремими бізнес-напрямами) на основі інтелектуальних ресурсів з метою подальшого розвитку одних та відсіювання інших. Встановлення відповідності між об'єктами інтелектуальної власності та особливостями їх використання на різних регіональних ринках залежно від внеску у забезпечення прибутковості в подальшому дозволить сформуванню стратегії конкурентоспроможності та комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності міжнародної компанії.

Таким чином, аудит об'єктів інтелектуальної власності фірми – це процес, який має на меті їх ідентифікацію та забезпечує платформу для ефективного управління інтелектуальними активами як на корпоративному (стратегічному), так і на регіональному (операційному) рівнях управління з урахуванням форм організації закордонних операцій та на основі формування портфеля об'єктів інтелектуальної власності міжнародної компанії (див. наступний етап).

Етап 2. Формування портфеля об'єктів інтелектуальної власності компанії з метою оцінювання можливостей виникнення синергетичного ефекту від їх спільного використання, необхідності придбання додаткових та/або відмовлення від низькопродуктивних складових портфеля.

Різна значущість певних видів об'єктів інтелектуальної власності залежно від обраної форми організації закордонних операцій потребує систематизації об'єктів інтелектуальної власності (створення портфелів) за їх типами: патенти, бренди, авторське право.

Патентний портфель включає групи або сімейства споріднених патентів, які отримує та використовує кожна бізнес-одиниця компанії

(регіональний підрозділ). Завдяки його формуванню топ-менеджмент може оцінити сильні та слабкі сторони своєї технологічної бази, а отже, прийняти відповідні короткострокові та довгострокові стратегії. Попри те, що патенти міжнародної компанії мають загально корпоративне значення, плани щодо посилення патентного портфеля для конкурентоспроможності та комерціалізації мають розроблятися на рівні бізнес-одиниці.

Портфель брендів (бренд портфоліо) повинен бути створений для того, щоб показати горизонтальне розширення бренду у різних категоріях продуктів та вертикальне проникнення вздовж ієрархії цінностей компанії (наприклад, брендів, що використовуються у кожній категорії продуктів). Сильні (конкурентоздатні) бренди мають отримувати всіляку управлінську підтримку, а їх використання - системно поширюватися на нові категорії продуктів. Вони також повинні використовуватись за допомогою торгових угод у категоріях продуктів, які компанія не виробляє самостійно. Бренди, які з певних причин більше не забезпечують конкурентні переваги, можуть бути продані або об'єднані з іншими торговими марками вздовж ієрархії цінностей, або скомбіновані з корпоративними та іншими брендами продуктів, щоб заощадити на витратах на маркетинг та рекламу в країнах присутності компанії.

Портфель авторських прав систематизує об'єкти інтелектуальної власності відповідного типу з урахуванням напрямів діяльності та/або сегментів ринку, в яких вони були отримані та застосовуються. За аналогією до портфоліо брендів, потрібно враховувати успішність складових портфеля, їх роль у формуванні грошового потоку компанії та перспективи комерціалізації.

Етап 3. Впорядкування об'єктів інтелектуальної власності компанії за ступенем значущості. Основний результат формування портфеля об'єктів інтелектуальної власності компанії полягає у їх розподілі на категорії:

- *стратегічні OIB*, які активно використовуються в процесі поточної діяльності компанії, мають стратегічні перспективи розвитку конкурентних переваг фірми як у загально корпоративному, так і в регіональному вимірі;

- *цінні OIB*, які не становлять стратегічного інтересу для компанії, але успішно комерціалізуються на цей момент;
- *незначущі OIB*, які не мають перспектив комерціалізації як у тактичному, так і в стратегічному вимірі, тож відповідно не становлять цінності для компанії.

Підставами для зарахування об'єктів інтелектуальної власності компанії до однієї з цих категорій можуть бути такі.

1. Географічне поширення використання OIB. Очевидно, що чим більшою є кількість бізнес-одиниць, конкурентні переваги яких базуються на використанні певного об'єкту інтелектуальної власності, або чим більш розвиненою є регіональна структура виробництва продукції компанії під певним брендом, тим більшою є його значущість для міжнародної компанії.

Наприклад, аналіз регіональної структури портфеля ключових брендів корпорації Nestle (таблиця Ж.1) показав, що за цим критерієм брендами, які належать до категорії стратегічних об'єктів інтелектуальної власності компанії, є Dolce Gusto (капсули для кавових машин), Nescafe (кава), Purina (корм для домашніх тварин), Maggi (харчові концентрати), Nestle Professional (кава). Продукція під цими брендами виробляється відповідно у 61, 47, 30, 29 та 27 країнах присутності (з 69-ти потенційно можливих регіональних виробництв компанії). До категорії цінних об'єктів інтелектуальної власності (продукція під якими виробляється у декількох країнах), варто зарахувати Cat Show, Contrex, Dog Show, Felix, Friskies, Nespresso, Nesquik, Nido Plus, Pro Plan та ін. До категорії незначущих об'єктів інтелектуальної власності за критерієм виробництва відповідної продукції в мінімальній кількості країн належать Antica Gelateria (Італія), Perrier (Франція), Water Pure (Росія, Великобританія). Звичайно, лише за критерієм географічного поширення бренду не можна робити однозначний висновок щодо його стратегічної значущості (або, навпаки, її відсутності), оскільки окремо потрібно досліджувати внесок у формування грошового потоку компанії (див. відповідний критерій далі). Скажімо, мінеральна вода Perrier завдяки вдало обраній стратегії позиціонування

як продукту елітарної якості має стійкий платоспроможний попит у всьому світі. Тож критерій географічного поширення виробництва має застосовуватися лише у комбінації з іншими критеріями визначення стратегічної значущості об'єктів інтелектуальної власності міжнародної компанії.

2. Імовірність отримання синергетичного ефекту від спільного використання з іншими ОІВ. Синергетичний ефект розуміється як можливість одночасного збільшення ефективності використання об'єктів інтелектуальної власності компанії за рахунок спільного використання виробничих, управлінських, інформаційних та інших ресурсів. Імовірність отримання синергетичного ефекту від сумісного використання ОІВ компанії пропонується визначати в таких категоріях: висока, помірна, відсутня. Підставою для оцінювання ймовірності виникнення синергетичного ефекту від спільного використання ОІВ є результати аналізу регіональної концентрації їх використання.

Повертаючись до прикладу компанії Nestle, на основі аналізу регіональної структури її виробництва (таблиця Ж.1) можемо побачити, що у більшості випадків продукти харчування для домашніх тварин під брендами Cat Show, Dog Show, Friskies та Pro Plan виробляються одночасно у певній країні. Можемо припустити, що ймовірність отримання синергетичного ефекту (передусім виробничого характеру) у разі регіональної концентрації виробництва спорідненої продукції є досить високою. Аналогічно найчастіше виробництво кави під брендами Dolce Gusto та Nespresso є географічно концентрованим, що також дозволяє оцінити ймовірність отримання синергетичного ефекту від сукупного розташування виробничих ліній як високу.

3. Внесок ОІВ у формування грошового потоку компанії. Очевидним критерієм для розподілу об'єктів інтелектуальної власності за ступенем стратегічної значущості є його внесок у забезпечення прибутковості діяльності компанії, який пропонується визначати у динаміці (зростання, стабільність або скорочення). Як вже зазначалося, об'єкт інтелектуальної власності з

мінімальним географічним поширенням та відсутністю синергетичного ефекту від спільного використання з іншими об'єктами може бути віднесений до категорії стратегічних активів, якщо його використання забезпечує компанії значний прибуток.

Повертаючись до аналізу портфеля брендів корпорації Nestle, на основі звітності у компанії можемо зробити висновок, що драйвером її процвітання є бізнес Nespresso [56]. Бізнес Nespresso продемонстрував середні однозначні показники зростання та прискорення у другому кварталі 2017 року, що було зумовлено збільшенням продажів в межах усіх географічних зон Nestle, причому зростання у Північній Америці вимірювалося двозначними показниками. В якості лідерів зростання також виступили продуктивні категорії мінеральної води (Contrex, Lean, S.Pellegrino, Perrier), кави (Dolce Gusto, Nestle Professional, Nesquik) та кормів для домашніх тварин (Cat Show, Contrex, Dog Show, Felix, Friskies, Pro Plan, Purina). Єдиним видом продукції, яка продемонструвала спад, стала категорія кондитерських виробів (Frigor, Kit Kat, Lifesavers). З іншого боку, підвищення у першому півріччі 2017 року цін на товари під брендом Nescafe (найбільш географічно поширений бренд) призвело до короткострокового скорочення темпів реального зростання компанії у другому кварталі звітного періоду.

Критерії упорядкування об'єктів інтелектуальної власності компанії за ступенем стратегічної значущості систематизовано в табл. 3.11.

Етап 4. Визначення стратегії управління об'єктами інтелектуальної власності компанії, яка має реалізовуватися за двома ключовими напрямками: стратегія конкуренції ОІВ (призначена для підтримки та створення нових конкурентних переваг у довгостроковій перспективі) та стратегії комерціалізації ОІВ як бізнес-активу (призначена для оптимізації географічного розширення міжнародної компанії та її входження на відповідні/аналогічні нові ринки). Упровадження стратегії управління об'єктами інтелектуальної власності на регіональному рівні здійснюється шляхом внесення необхідних змін до структури міжнародної компанії та розподілу відповідальності перед

командами й підрозділами, що дозволить кожній бізнес-одиниці розробити детальні інвестиційні плани для впровадження портфеля ОІВ як у країні базування, так і в приймаючих країнах.

Таблиця 3.11

Критерії упорядкування об'єктів інтелектуальної власності компанії за ступенем стратегічної значущості

Категорії об'єктів інтелектуальної власності	Критерії зарахування об'єктів до певної категорії		
	Географічне поширення використання ОІВ	Імовірність отримання синергетичного ефекту від спільного використання	Внесок ОІВ у формування грошового потоку компанії
Стратегічні	Суттєве	Висока	Зростання
Цінні	Помірне	Помірна	Стабільність
Незначущі	Незначне	Відсутня	Скорочення

Джерело: розроблено автором.

Необхідність розроблення стратегій управління ОІВ за двома визначеними напрямками пояснюється очевидним конфліктом між цілями забезпечення конкурентоспроможності та комерціалізації. У першому випадку стратегія базується на максимальному обмеженні можливостей копіювання ОІВ конкурентами з метою захисту конкурентних переваг компанії, у другому – передбачається максимальне поширення ОІВ та використання його як бізнес-активу з метою отримання прибутку.

Критерієм для визначення стратегій конкуренції ОІВ пропонується обрати інтенсивність, з якою відбувається продукування компанією об'єктів інтелектуальної власності. За цим критерієм можуть бути запропоновані такі стратегії.

1. *Стратегія мультиплікації* (від лат. *multiplicatio* – примноження, збільшення, зростання) передбачає максимальне продукування нових об'єктів інтелектуальної власності навколо певного об'єкта (найчастіше – створеного

конкурентами або в межах стратегічного альянсу), який може розглядатися як визначальний для забезпечення ефективності діяльності в обраній сфері.

Прикладом реалізації мультиплікативного підходу до управління об'єктами інтелектуальної власності можна вважати таке явище, як «лавинне патентування» [24, 131]. Практика лавинного патентування активно застосовується японськими компаніями та передбачає невпинне генерування заявок на патенти, які захищають найнезначніші технічні вдосконалення тих винаходів, на які вже оформлені патенти фірмами-конкурентами. Процес лавинного патентування ускладнює вдосконалення технології конкурентною фірмою без порушення прав інтелектуальної власності компанії, яка створила цей процес. Наприклад, компанія CyberOptics, невелика фірма з Міннеаполіса (Minneapolis), розробила продукт «LaserAlign» (комбіновану технологію, що об'єднує можливості програмного забезпечення і лазера та дозволяє роботам розмішувати дрібних деталей на друкованих платах) [131, 143]. Керівництво цієї компанії вважає, що фірма зазнає збитків через процес лавинного патентування, ініційованого набагато більшою компанією. Протягом п'яти років фірма CyberOptics тісно співпрацювала з компанією Yamaha, допомагаючи їй впровадити технологію CyberOptics в підйомно-транспортні роботи, які використовувалися в Yamaha для виробництва мотоциклів та іншої продукції. Обидві компанії домовилися про те, що без відома один одного вони не подаватимуть заявки на патентний захист технології, розробленої спільними зусиллями. Проте фахівці компанії CyberOptics виявили, що компанія Yamaha подала 26 заявок на патентування технології, розробленої спільно на базі системи «LaserAlign», в Японії, Європі і Сполучених Штатах Америки. Більш того, фахівцям компанії CyberOptics вдалося з'ясувати, що Yamaha попереджує потенційних клієнтів CyberOptics про те, що вони можуть порушити патентні права Yamaha, якщо скористаються послугами CyberOptics. В результаті фірма з Міннеаполіса пред'явила компанії Yamaha позов за порушення контракту і за порушення її патентних прав. Наведений приклад, попри його юридичну недосконалість, свідчить про можливість розвитку конкурентних переваг

міжнародної компанії шляхом дотримання мультиплікативного підходу до продукування об'єктів інтелектуальної власності.

2. *Стратегія концентрації* (від лат. *concentratio* – зосередження, скупчення, насичення) передбачає захист інтелектуальної власності компанії шляхом активного створення нових об'єктів навколо певного центрального об'єкта її інтелектуальної власності. Дотримання цієї стратегії утруднить для конкурентів створення власних ОІВ у релевантній сфері діяльності та забезпечить захист інтелектуального капіталу компанії від копіювання та/або несанкціонованого використання. Вчасна, системна та юридично забезпечена реалізація стратегії концентрації фірмою CyberOptics (див. приклад вище) сприяла б захисту її інтелектуальної власності від лавинного патентування з боку Yamaha.

Стратегії концентрації відносно свого ключового активу – бренду Nespresso – дотримується зокрема компанія Nestle, портфель брендів якої аналізується в роботі (табл. 3.1). Високий ступень привабливості ринку кавових капсул пояснюється передусім його рентабельністю на рівні 20-30% та більш високими темпами його розвитку порівняно з ринком розчинної кави. Для закріплення своїх конкурентних позицій з-поміж 50-ти інших відомих капсульних систем Nestle використовує численні патенти, які забороняють іншим компаніям виробництво капсул, сумісних з кавовими машинами Nespresso [40].

3. *Стратегія інтеграції* (від лат. *integratio* – вставлення, зближення, поповнення) передбачає використання об'єкта інтелектуальної власності як засобу поступового проникнення на новий ринок, освоєння нового виду діяльності та ін. Реалізація стратегії інтеграції потребує значних фінансових витрат та є можливою за наявності потужного інноваційного потенціалу компанії й використання дієвих механізмів конкурентної розвідки.

Стратегії комерціалізації інтелектуальних активів компанії автор роботи [169] пропонує класифікувати за критерієм активності, з якою компанія вдається до пошуку можливостей комерціалізації.

1. *Пасивна стратегія* – застосовується, якщо можливості генерації прибутку від комерціалізації ОІВ є невизначеними й ризикованими, зазвичай відповідає етапу впровадження життєвого циклу об'єкта; передбачає вичікування або поєднання зусиль щодо комерціалізації активу у венчурній компанії, стратегічного альянсу та ін.

2. *Реактивна стратегія* – застосовується, коли можливості генерації прибутку від комерціалізації ОІВ є з'ясованими та не супроводжуються високими ризиками. Реалізація цієї стратегії можлива, якщо фірма забезпечила стійку конкурентну позицію на основі певного ОІВ і не ризикує його втратою внаслідок поширення (комерціалізації) шляхом ліцензування, франчайзингу, участі у стратегічному альянсі та ін. Так, компанія Ford Global Technologies визначає стратегію такого типу як «Ford First», що означає необхідність стабілізації ОІВ компанії на ринку (тривалістю від трьох років) до початку його активної комерціалізації [169, 153].

3. *Проактивна стратегія* – застосовується, якщо ОІВ очевидно не розглядається як джерело забезпечення довгострокових конкурентних переваг для компанії, але його використання становить цінність для інших економічних агентів (франшиза, ліцензія та ін.). У такому разі ОІВ активно просувається як предмет комерціалізації та з легкістю передається для використання як партнерам, так і конкурентам.

Як стратегію ефективної комерціалізації, звичайно, варто обирати проактивну стратегію, яка спрямована на максимізацію грошового потоку за рахунок використання іншим економічними агентами об'єктів інтелектуальної власності фірми. У табл. 3.12 систематизовано особливості використання стратегій комерціалізації залежно від типу об'єкта інтелектуальної власності компанії.

Етап 5. Розроблення та впровадження інструментів стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності компанії. Наступний етап розробленої процедури передбачає узагальнення результатів, отриманих на попередніх етапах. Методичні положення щодо стратегічного управління

об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії пропонується систематизувати на основі використання такого інструмента, як стратегічна карта.

Таблиця 3.12

Використання стратегій комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності міжнародної компанії

Тип об'єкта інтелектуальної власності	Стратегії комерціалізації		
	Пасивна	Реактивна	Проактивна
Патенти	Системна підтримка шляхом наголошення на ексклюзивності та винятковості	Скорочення витрат та/або поширення на суміжні сфери діяльності	Сильна конкурентна позиція шляхом формування стандартів ринку
Торгові марки	Ефективна на стадії впровадження бренду, вимагає контролю усіх релевантних процесів з метою формування стійкої ідентичності бренду	Ефективна на стадії зростання бренду, поширення бренду шляхом ліцензування та пошуку економії на масштабах	Посилення цінності бренду через непов'язані категорії продуктів (мерчандайзинг) та розширення географічного покриття (франчайзинг)
Авторські права	Сумнівна цінність та потенціал реалізації	Розвиток в якості сервісу та/бо продукту програмного забезпечення. Ліцензування робіт, які будуть включені як частина ланцюгів створення вартості інших компаній	Використання активу в різних видах бізнесу та різних сегментах ринку

Джерело: розроблено автором на основі [169]

Залежно від акцентів дослідження, під стратегічною картою науковці розуміють:

– графічне відображення причинно-наслідкових зв'язків між окремими елементами стратегії, яке подає універсальний і послідовний спосіб описування стратегії таким чином, що можна не лише встановлювати цілі та показники, а й управляти ними;

- наочний спосіб відображення стратегії організації, який передбачає впорядкування цілей, завдань та процесів у вертикальному та горизонтальному вимірах;
- документ, у якому фіксують прийняті на підприємстві стратегічні орієнтири розвитку показників, та призначенням якого є сприяння реалізації стратегії [69;32;44].

Отже, створення стратегічної карти є підґрунтям для визначення проєкцій, цілей та показників управлінської ситуації.

Результати упорядкування об'єктів інтелектуальної власності за ступенем стратегічної значущості з урахуванням їх належності до певного портфеля пропонується узагальнити у вигляді стратегічної карти об'єктів інтелектуальної власності міжнародної компанії (таблиця 3.1). Використання стратегічної карти як графічного інструмента зробить наочним упорядкування ОІВ та полегшить процес інтерпретації результатів аналізу об'єктів інтелектуальної власності компанії. Зокрема, з урахуванням типу об'єктів інтелектуальної власності (патенти, бренди, авторські права) та їх зарахування до певної категорії стратегічної значущості (стратегічні, цінні, незначущі) можуть бути рекомендовані оптимальні стратегії конкуренції (мультиплікація, концентрація, інтеграція) та комерціалізації (пасивна, реактивна, проактивна).

Рекомендації щодо віднесення об'єктів інтелектуальної власності до певної категорії та вибору стратегії управління ними залежно від поєднання значень критеріїв систематизовано в табл. 3.13. Наприклад, якщо на основі значень критеріїв об'єкт інтелектуальної власності компанії віднесено до категорії незначущих, то рекомендованою стратегією його комерціалізації може вважатися проактивна стратегія, яка передбачає максимальне поширення об'єкта з метою генерації прибутку, оскільки він вже не розглядається компанією як актив, що підлягає захисту та збереженню.

Таблиця 3.13

Рекомендації щодо віднесення об'єктів інтелектуальної власності до певної категорії стратегічної значущості та вибору стратегій їх конкуренції й комерціалізації

Критерії віднесення об'єктів до певної категорії			Оцінка ступеня стратегічної значущості ОІВ	Оптимальні стратегії управління ОІВ	
Географічне поширення використання ОІВ	Імовірність отримання синергетичного ефекту від спільного використання	Внесок ОІВ у формування грошового потоку компанії		Стратегія конкуренції	Стратегія комерціалізації
Суттєве	Висока	Зростання	Стратегічний	Концентрація	Пасивна
Суттєве	Висока	Стабільність	Стратегічний	Концентрація	Реактивна
Суттєве	Помірна	Зростання	Стратегічний	Концентрація	Пасивна
Помірне	Висока	Зростання	Стратегічний	Мультиплікація	Пасивна
Суттєве	Висока	Скорочення	Цінний	Концентрація	Пасивна
Суттєве	Помірна	Стабільність	Цінний	Концентрація	Реактивна
Суттєве	Помірна	Скорочення	Цінний	Концентрація	Пасивна
Суттєве	Відсутня	Зростання	Цінний	Концентрація	Пасивна
Суттєве	Відсутня	Стабільність	Цінний	Концентрація	Реактивна
Помірне	Висока	Стабільність	Цінний	Мультиплікація	Реактивна
Помірне	Висока	Скорочення	Цінний	Інтеграція	Пасивна
Помірне	Помірна	Зростання	Цінний	Мультиплікація	Пасивна
Помірне	Помірна	Стабільність	Цінний	Мультиплікація	Реактивна
Помірне	Помірна	Скорочення	Цінний	Інтеграція	Реактивна
Помірне	Відсутня	Зростання	Цінний	Мультиплікація	Пасивна
Помірне	Відсутня	Стабільність	Цінний	Мультиплікація	Реактивна
Незначне	Висока	Зростання	Цінний	Мультиплікація	Пасивна
Незначне	Висока	Стабільність	Цінний	Мультиплікація	Реактивна
Незначне	Помірна	Зростання	Цінний	Мультиплікація	Пасивна
Незначне	Помірна	Стабільність	Цінний	Мультиплікація	Реактивна
Суттєве	Відсутня	Скорочення	Незначущий	Інтеграція	Проактивна
Помірне	Відсутня	Скорочення	Незначущий	Інтеграція	Проактивна
Незначне	Висока	Скорочення	Незначущий	Інтеграція	Проактивна
Незначне	Помірна	Скорочення	Незначущий	Інтеграція	Проактивна
Незначне	Відсутня	Зростання	Незначущий	Інтеграція	Проактивна
Незначне	Відсутня	Стабільність	Незначущий	Інтеграція	Проактивна
Незначне	Відсутня	Скорочення	Незначущий	Інтеграція	Проактивна

Джерело: авторська розробка

Пасивна стратегія комерціалізації може бути застосована до тих об'єктів інтелектуальної власності, які або перебувають на етапі впровадження (тобто характеризуються незначним/помірним географічним поширенням та поступовим збільшенням внеску у формування грошового потоку компанії), або, навпаки, поступово скорочують генерацію прибутку. Реактивна стратегія

комерціалізації найбільш прийнятна для тих об'єктів інтелектуальної власності, які мають стійку конкурентну позицію (тобто забезпечують стабільний внесок у формування грошового потоку компанії) та можливості генерації прибутку від комерціалізації яких є з'ясованими й не супроводжуються високими ризиками.

Обирати стратегію конкуренції об'єктів інтелектуальної власності міжнародної компанії доцільно на підставі їх внеску у формування грошового потоку компанії та ступеня географічного поширення. Так, до об'єктів інтелектуальної власності, які поки що не отримали суттєвого географічного поширення, але забезпечують зростаючий внесок у формування грошового потоку, доцільно застосовувати конкурентну стратегію мультиплікації, яка передбачає максимальне продукування нових об'єктів інтелектуальної власності навколо ключового об'єкту. Для об'єктів із суттєвим географічним поширенням, які становлять основу конкурентних переваг компанії на регіональних ринках, варто застосовувати стратегію концентрації, котра ускладнює для конкурентів створення власних ОІВ у релевантній сфері діяльності та забезпечує захист інтелектуального капіталу компанії від копіювання та/або несанкціонованого використання. Конкурентна стратегія інтеграції, на нашу думку, може бути найбільш дієвою для тих об'єктів інтелектуальної власності, які поступово зменшують свій внесок у формування грошового потоку компанії й належать до категорії незначущих активів. Використання таких об'єктів інтелектуальної власності в інших сферах діяльності або на нових регіональних ринках може розглядатися як можливість продовження їх життєвого циклу та є особливо ефективним у комбінації з проактивною стратегією комерціалізації.

Як приклад апробації запропонованої методики в таблиці 3.2 наведено стратегічну карту для портфеля брендів компанії Nestle. Ступінь значущості брендів визначено на основі аналізу результатів діяльності компанії (географічне поширення бренду, ймовірність синергетичного ефекту, внесок у формування грошового потоку компанії). Стратегії конкуренції та комерціалізації брендів запропоновано на основі рекомендацій табл. 3.13.

Етап 6. Формулювання висновків щодо ефективності стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності передбачає оцінювання керівництвом компанії ефективності реалізації стратегій конкуренції та комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на корпоративному та регіональному рівнях, а також формування рекомендацій щодо подальшого вдосконалення процесу стратегічного управління інтелектуальним капіталом компанії.

Процедуру стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії наведено на рис. 3.3. Дотримання запропонованих методичних рекомендацій щодо стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності компанії дає змогу оцінити їх стратегічну значущість для забезпечення ефективного функціонування міжнародної компанії та створює підґрунтя для вибору стратегій конкуренції й комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на регіональних ринках.

Реалізація запропонованих рекомендацій щодо стратегічного управління потребує формування дієвих механізмів інформаційної підтримки, засади створення яких та приклад практичного використання розглянуто в наступному підрозділі роботи.

3.3. Інформаційна підтримка захисту інтелектуального капіталу міжнародної компанії

Набуття нематеріальними активами ключової ролі у забезпеченні конкурентоспроможності сучасних компаній призводить до підвищення ризику несанкціонованих та злочинних дій щодо порушення прав на об'єкти інтелектуальної власності. Е. Брукінг захист інтелектуального капіталу визначає як захист інтелектуальних, ринкових, людських та інфраструктурних активів та наголошує, що інтелектуальний капітал кожного типу потребує специфічного варіанту захисту [5, 203]. З останнім твердженням неможливо не погодитися. Так, захист ринкових активів необхідно здійснювати завдяки

правам на інтелектуальну власність та механізмам їх підтримки; інтелектуальні активи потрібно захищати шляхом реєстрації патентів, торговельних знаків, дизайнерських прав, авторських прав тощо. Людські активи потребують захисту у вигляді можливостей службового зростання. Інфраструктурні активи можуть частково захищатися керівництвом організації, яке визначає філософію та характер управлінських процесів і корпоративну культуру [5, 203-204].

Невпинна інтелектуалізація та транскордонний характер діяльності міжнародних компаній визначають певні акценти у розробленні дієвих механізмів захисту їх інтелектуального капіталу, а саме:

- необхідність дотримання уніфікованих процедур, які мають транскордонний характер та захищають інтелектуальний капітал компанії в усіх регіонах присутності;

- необхідність запобігання ризику несвідомого використання інтелектуального капіталу компаній внаслідок стрімкого розвитку технологій, лібералізації інформаційних потоків та поширення некодифікованих знань працівників;

- необхідність використання глобальних інформаційних ресурсів, які містять вичерпні дані про компанії-власників об'єктів інтелектуальної власності за видами (патенти, торгові марки тощо) та характеристику цих об'єктів;

- необхідність вироблення дієвих механізмів альтернативного врегулювання суперечок щодо інтелектуальної власності компаній в позасудовому порядку.

Ефективним інструментом інформаційної підтримки захисту інтелектуального капіталу міжнародних компаній є використання інформаційних ресурсів Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ, World Intellectual Property Organization, WIPO). Як спеціалізована установа системи ООН, ВОІВ сприяє понад 190 державам-членам у розробленні збалансованої міжнародної нормативно-правової бази у сфері інтелектуальної власності та надає бізнес-послуги для отримання прав на

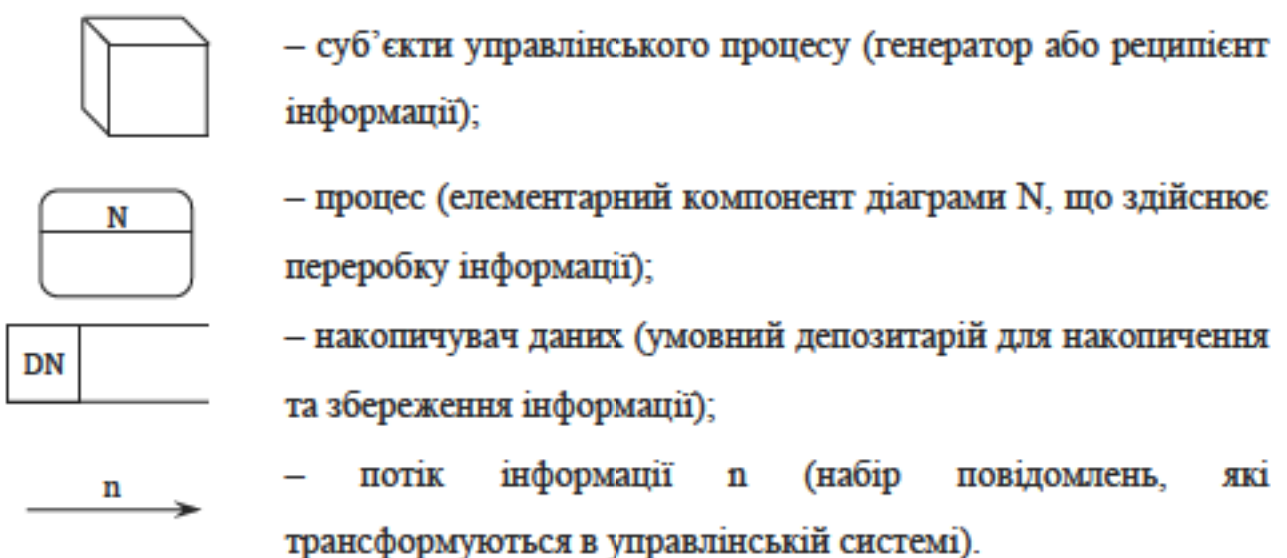
об'єкти інтелектуальної власності у різних країнах. Глобальний характер функціонування ВОІВ як майданчика для розроблення та імплементації міжнародних угод із захисту інтелектуальної власності дає змогу міжнародним компаніям створювати ефективні механізми запобігання несанкціонованому використанню та/або копіюванню об'єктів інтелектуальної власності з боку конкурентів. Ресурси ВОІС створюють збалансовану й ефективну міжнародну систему глобальних послуг для транскордонної охорони інтелектуальної власності за такими напрямками: міжнародна патентна система; міжнародна система товарних знаків; міжнародна система зразків.

1. Міжнародна патентна система дозволяє отримати патентну охорону в різних країнах шляхом подання єдиної міжнародної заявки, що суттєво спрощує процес патентування міжнародними компаніями. Подаючи єдину міжнародну патентну заявку, заявник забезпечує охорону свого інтелектуального капіталу у вигляді запатентованого винаходу у 152-х країнах світу. Міжнародний договір про патентну кооперацію (РСТ) використовується провідними корпораціями та науково-дослідними установами. Міжнародна патентна система оптимізує основні витрати, пов'язані з міжнародною патентною охороною, й формує просту та чітку базу для прийняття рішень щодо патентування об'єктів інтелектуальної власності компаній. Процедура РСТ передбачає такі етапи [58]:


- подання заявки компанією-заявником до національного або регіонального патентного відомства, що відповідає вимогам до оформлення РСТ;
- пошук світовим патентним відомством (The International Searching Security, ISA) релевантної патентної документації та підготовка письмового повідомлення щодо придатності до патентування об'єкта інтелектуальної власності;
- публікація та оприлюднення заявки Міжнародним бюро WIPO після завершення 18 місяців від дати подання;


- додатковий міжнародний пошук (за бажанням заявника) з метою виявлення документів, не знайдених у процесі первинного пошуку ISA;
- міжнародна попередня експертиза ISA (за бажанням заявника), що передбачає додатковий аналіз патентної придатності об'єкта інтелектуальної власності;
- національна фаза отримання патенту, що настає через 30 місяців від дати першого звернення заявника та передбачає видання патенту національним або регіональним патентним бюро.


Процес отримання патенту компанією-заявником може бути формалізований згідно з процедурою РСТ шляхом використання такого інструменту інформаційного моделювання, як DFD-діаграма [28, 35, 62, 59]. DFD-діаграма (*Data Flow Diagrams*) – це діаграма потоків даних, призначена для формалізації інформаційних процесів. Моделювання інформаційних процесів на основі DFD-методології передбачає систематизацію суб'єктів, процесів та інформаційних потоків, які визначають трансформацію інформації від моменту надходження до управлінської системи до моменту завершення управлінського циклу. Діаграма потоків даних (DFD-діаграма) містить такі компоненти:



DFD-діаграму процедури отримання компанією патенту в межах договору про патентну кооперацію PCT зображено на рис. 3.4. На рисунку наведені такі позначення:

 – депозитарії інформації («Предмет патентування», «Національні / регіональні бази даних», «Міжнародні бази даних ISA, SISA, IPEA», «Міжнародна база даних PatentScore»);

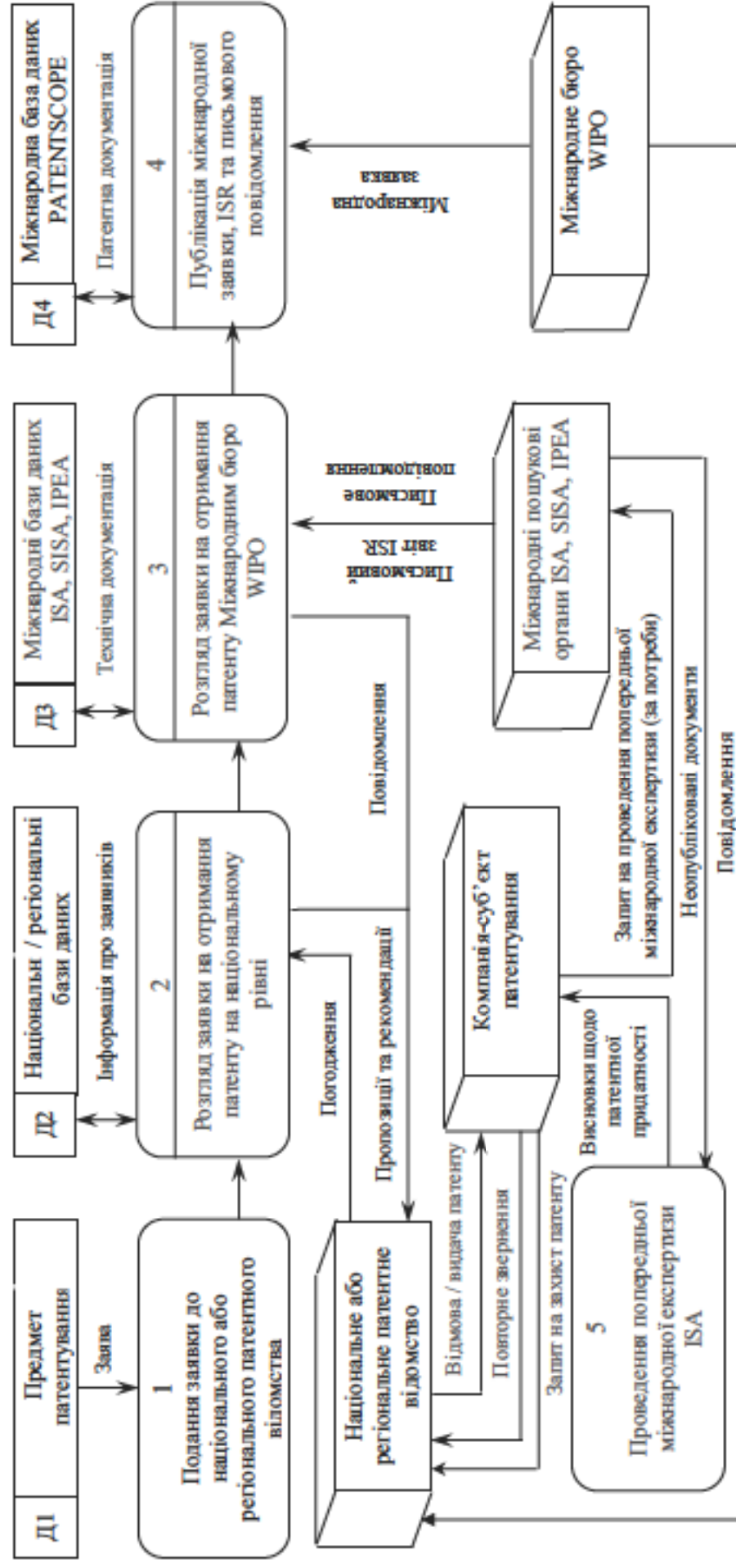
 – суб'єкти процесу патентування («Компанія-суб'єкт патентування», «Національне / регіональне патентне відомство», «Міжнародні пошукові органи ISA, SISA, IPEA», «Міжнародне бюро WIPO»);

 – процеси (1 – подання заявки до національного або регіонального патентного відомства, 2 – розгляд заявки щодо отримання патенту на національному рівні, 3 – розгляд заявки щодо отримання патенту Міжнародним бюро WIPO, 4 – публікація міжнародної заявки, ISR та письмового повідомлення, 5 – проведення попередньої міжнародної експертизи ISA);

→ ↔ - інформаційні потоки.

Використання DFD-діаграми з метою формалізації процесу патентування в межах договору про патентну кооперацію PCT дозволяє надати інтерпретацію процедури з точки зору перетворення інформаційних потоків від моменту подання компанією заявки на охорону патенту до прийняття національним / регіональним патентним відомством відповідного рішення на основі сприяння Всесвітньої організації інтелектуальної власності та з використанням міжнародних інформаційних ресурсів у сфері патентування.

Ключовим інформаційним ресурсом WIPO, який забезпечує прозорість та ґрунтовність процесу патентування, є база даних PatentScore. Ця база містить повні тексти міжнародних заявок, поданих відповідно до Договору про патентну кооперацію (PCT), а також патентні документи національних та регіональних патентних відомств держав-учасниць.



Умовні позначення:



– депозитарій інформації;



– суб'єкти процесу патентування;



– процеси;

↔ – інформаційні потоки

Рис. 3.4. DFD-діаграма процедури отримання компаніїю патенту в межах Договору про патентну кооперацію РСТ

Джерело: авторська розробка

Загалом база PatentScore дозволяє здійснювати пошук у 70 млн патентних документів, включаючи 3,4 млн опублікованих міжнародних заявок на патент РСТ за такими критеріями: клас (індекс) міжнародної патентної класифікації (МПК), номер заявки, заявник, винахідник, країна, дата публікації.

Світові корпорації активно користуються послугами WIPO з прийняття заявок на охорону патентів. За підсумками 2016 року, вже 39-й рік поспіль лідерами за кількістю заявок залишаються компанії зі США. Їх частка становить приблизно одну чверть (24,3%) з 233 тис. заявок, поданих у 2016 р. за процедурою договору про патентну кооперацію (РСТ), тоді як саме по собі число заявників виросло на 7,3% порівняно з попереднім роком. Наступні два місця зайняли заявники з Японії (19,4%) і Китаю (18,5%). Найбільш високу активність демонстрував сектор цифрового зв'язку і комп'ютерної техніки. Усього у 2016 р. компанії-заявники зі США, подали до РСТ 56 595 заявок, компанії з Японії – 45 239 заявок, з Китаю – 43168 заявок, причому в Китаї темпи зростання числа заявок щороку, починаючи з 2002 р., вимірюються двозначним показником. Якщо ця тенденція збережеться, то вже через два роки Китай обжене США як найбільший користувач системи РСТ. Німеччина і Корея, які подали 18315 та 15560 заявок, посіли четверте і п'яте місця відповідно [8].

Перші два місця в рейтингу провідних заявників за процедурою РСТ зайняли китайські телекомунікаційні корпорації ZTE (4123 опублікованих заявок) та Huawei Technologies (3692 заявки), причому ZTE піднялася на дві позиції, витіснивши Huawei Technologies з першого місця. За ними слідують компанії Qualcomm Inc. (США, 2466 заявок), Mitsubishi Electric Corporation (Японія, 2053 заявки), та LG Electronics (Корея, 1888 заявок). Список десяти провідних заявників за процедурою РСТ формують сім компаній країн Азії і три компанії зі США (табл. 3.14).

Найбільш висока частка опублікованих заявок за процедурою РСТ (8,5%) припадає на сектор цифрового зв'язку, за яким слідують галузь комп'ютерної техніки (8,2%), електронного устаткування (6,9%) і медичного обладнання

(6,8%). Серед десяти провідних галузей техніки найбільш високі темпи зростання в 2016 р. були зафіксовані в галузях медичного обладнання (+12,8%), оптики (+12,7%) і цифрового зв'язку (+10,7%) [8].

Таблиця 3.14

Ключові міжнародні компанії-заявники за процедурою РСТ

Позиція у 2016 р.	Зміна позиції	Компанія-заявник	Країна походження	Кількість опублікованих заявок РСТ	
				2015 р.	2016 р.
1	2	ZTE CORPORATION	Китай	2155	4123
2	-1	HUAWEI TECHNOLOGIES CO., LTD	Китай	3898	3692
3	-1	QUALCOMM INCORPORATED	США	2442	2466
4	1	MITSUBISHI ELECTRIC CORPORATION	Японія	1593	2053
5	2	LG ELECTRONICS INC.	Республіка Корея	1457	1888
6	4	HEWLETT-PACKARD DEVELOPMENT COMPANY, L.P.	США	1310	1742
7	5	INTEL CORPORATION	США	1250	1692
8	6	BOE TECHNOLOGY GROUP CO., LTD	Китай	1227	1673
9	-5	SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD.	Республіка Корея	1683	1672
10	-2	SONY CORPORATION	Японія	1381	1665

Джерело: складено автором за даними [8]

2. Міжнародна система товарних знаків (Мадридська система) є зручним та економічним механізмом реєстрації товарних знаків і управління ними по всьому світу. Подача однієї заявки і оплата одного набору мит дає змогу просити охорону в 117 країнах, а наявність єдиної централізованої системи дає можливість вносити зміни в глобальний портфель товарних знаків, продовжувати термін їх дії і розширювати географічне охоплення. Мадридська система дозволяє зареєструвати товарний знак у різних країнах шляхом подання однієї міжнародної заявки. Завдяки охопленню держав, на частку яких припадає понад 80% світової торгівлі, Мадридська система дає змогу

міжнародним компаніям управляти товарними знаками і продовжувати термін їх дії за допомогою єдиного централізованого механізму.

В межах Мадридської системи підтримка надається протягом всього життєвого циклу товарного знаку - від подання заявки до продовження. Процес міжнародної реєстрації товарних знаків у Мадридській системі складається з таких етапів:

- аналіз національних / регіональних інформаційних ресурсів (національні / регіональні реєстри товарних знаків) та інформаційних ресурсів WIPO (Глобальна база даних за брендами, база даних членів Мадридської системи) з метою пошуку ідентичних або подібних знаків, які вже існують на цільових ринках;

- подання та реєстрація заявки встановленої форми через національне або регіональне відомство інтелектуальної власності (отримання так званого базового знаку), яка завіряється національним / регіональним відомством та направляється до WIPO;

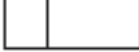
- формальна експертиза WIPO, результатом якої є отримання схвалення та занесення товарного знаку в Міжнародний реєстр з подальшим надсиланням компанії-заявнику свідоцтва про міжнародну реєстрацію та повідомлення національних / регіональних відомств на всіх територіях, де компанія бажає забезпечити захист товарного знаку;


- експертиза по суті, яка здійснюється національними / регіональними відомствами на територіях, де компанія хоче забезпечити захист товарного знаку (термін розгляду – 12-18 місяців, залежно від законодавства); на основі рішення територіальних відомств WIPO здійснює записи в Міжнародному реєстрі та повідомляє про це компанію-заявника.


Якщо те або інше територіальне відомство частково чи повністю відмовляється охороняти товарний знак заявника, то його рішення може бути оскаржено відповідно до законодавства цього відомства. У разі прийняття позитивного рішення територіальне відомство робить заяву про надання охорони та повідомляє WIPO про досягнення згоди з заявником. Міжнародна

реєстрація товарного знаку діє протягом 10 років та може подовжуватися наприкінці кожного 10-річного періоду безпосередньо у WIPO.

На рис. 3.5 наведено DFD-діаграму процедури міжнародної реєстрації товарного знаку компанії в Мадридській системі. На рисунку застосовано такі позначення:

 – депозитарії інформації («Національні реєстри товарних знаків», «Глобальна база даних WIPO по брендах», «База даних членів Мадридської системи», «Міжнародний реєстр товарних знаків»);

 – суб'єкти процесу реєстрації («Компанія-суб'єкт реєстрації товарного знаку», «Національне / регіональне відомство інтелектуальної власності», «Міжнародне бюро WIPO», «Територіальні національні та регіональні відомства»);

 – процеси (1 – аналіз заявником національних та міжнародних інформаційних ресурсів, 2 – отримання базового знаку на національному або регіональному рівні, 3 – формальна експертиза WIPO, 4 – експертиза по суті національними та регіональними відомствами;

→, ↔ – інформаційні потоки.

Ключовими інформаційними ресурсами WIPO, які забезпечують перебіг процедури реєстрації товарних знаків, є глобальна база даних за брендами та база даних членів Мадридської системи.

Перший крок на шляху пошуку вже наявного та/або аналогічного товарного знаку, що має передувати поданню заявки на реєстрацію, – це використання глобальної бази даних за брендами. Ця база містить більше ніж 36120000 реєстраційних записів з майже 40 національних та міжнародних фондів (Мадридська система, Відомство Європейського Союзу з інтелектуальної власності) та дозволяє отримати структуровану за певними критеріями інформацію про наявні у світі бренди з метою запобігання порушенням авторських прав на інтелектуальну власність у вигляді бренду.

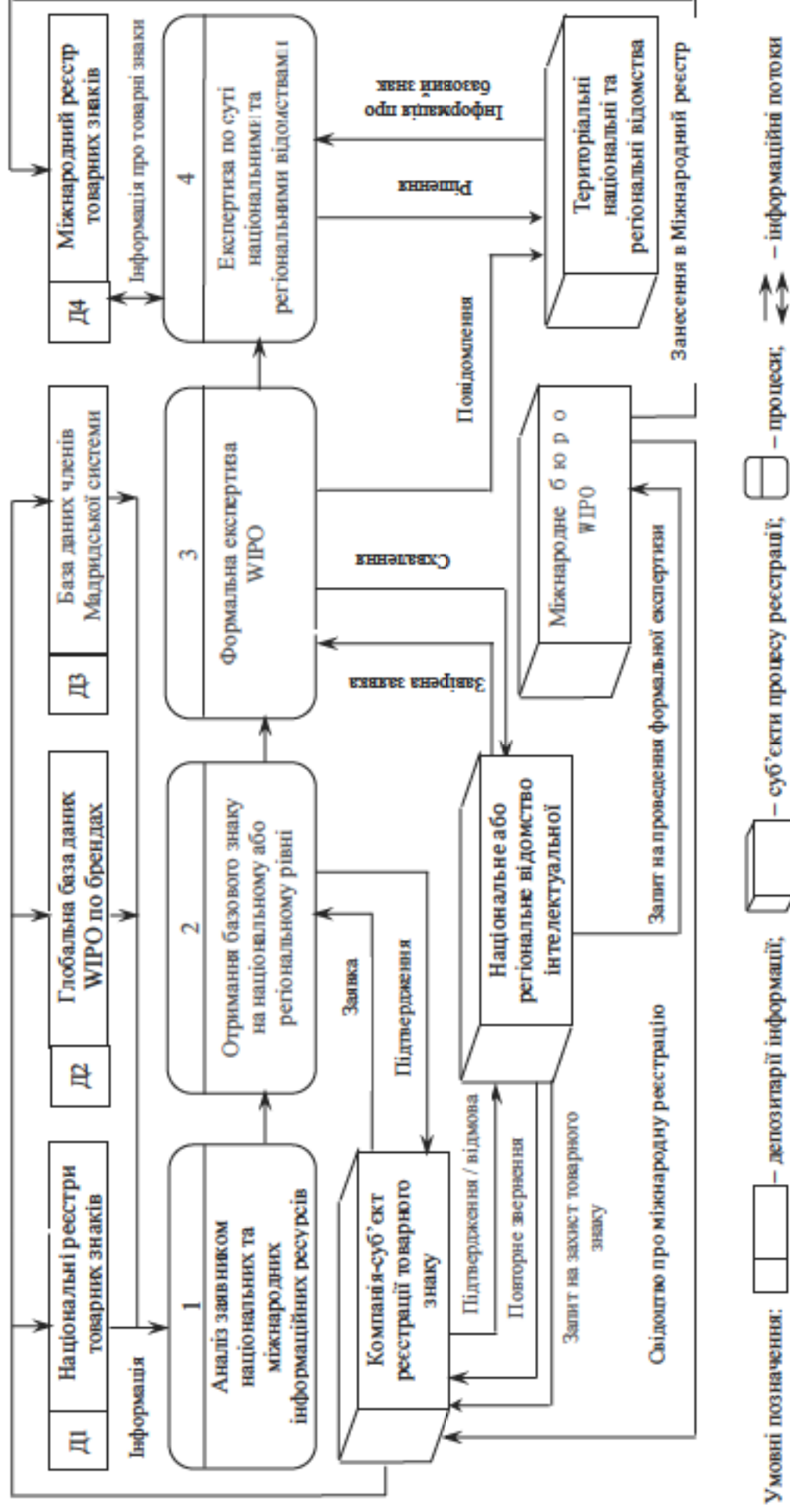


Рис. 3.5. DFD-діаграма процедури міжнародної реєстрації товарного знаку компанії в Мадридській системі

Джерело: авторська розробка

Пошук брендів у базі здійснюється за такими критеріями:

- статус використання бренду – активний або призупинений (status: active / pending);
- атрибути бренду – текст та/або логотип (brand: text / logo);
- найменування власника та/або представника, який асоціюється з брендом (names: holder / representative);
- кількість дописів у базі, асоційованих з брендом згідно з датами реєстрації та початку використання (numbers: registration / application);
- дати реєстрації, початку та припинення використання бренду (dates: registration / application / expiration);
- класифікатор, асоційований з брендом згідно з типом продукції / послуг (class: image / goods & services / etc);
- країна походження та/або призначення, асоційована з брендом (country: origin / destination).

Інформація щодо термінів, застосовуваних на регіональних ринках (зокрема, термінів проведення експертизи товарних знаків, анулювання, спрямування відмови, подання заперечень та зауважень третіх сторін та ін.), міститься в базі даних членів Мадридської системи.

У 2016 році найбільшу кількість міжнародних заявок на товарні знаки в межах Мадридської системи міжнародної реєстрації товарних знаків подали заявники зі США (7741 заявка), Німеччини (7551 заявка), Франції (4132 заявки), Китаю (3200 заявок), Швейцарії (3074 заявки). Трьома найчастіше згадуваними в міжнародній реєстрації членами Мадридської системи є Китай (22314 вказівок), Європейський союз (21526 вказівок) і США (20979 вказівок). Серед країн із середнім рівнем доходу значне число вказівок в 2016 р. також доводилося на Російську Федерацію (14604 вказівки), Індію (11105 вказівок), Мексику (9098 вказівок) і Туреччину (8679 вказівок), але найчастіше згадуваною країною з 2006 р. залишається Китай [8].

Рейтинг провідних заявників очолила французька компанія L'Oréal, що подала 150 заявок, за якою йдуть Glaxo Group у Великобританії (141 заявка) і BMW (117 заявок) та Lidl (112 заявок) у Німеччині. Швейцарська компанія

Novartis, яка в 2015 р. посіла перше місце, в 2016 р. подала на 100 заявок менше та, маючи в своєму активі 94 заявки, нині займає п'ятий рядок (табл. 3.15).

Таблиця 3.15

Ключові міжнародні компанії-заявники Мадридської системи

Позиція у 2016 р.	Зміна позиції	Компанія-заявник	Країна походження	Заявки в межах Мадридської системи	
				2015 р.	2016 р.
1	2	L'OREAL, SOCIETE ANONYME	Франція	130	150
2	8	GLAXO GROUP LIMITED	Велико-британія	68	141
3	20	BAYERISCHE MOTOREN WERKE AKTIENGESELLSCHAFT	Німеччина	40	117
4	-2	LIDL STIFTUNG & CO. KG	Німеччина	143	112
5	-4	NOVARTIS AG	Швейцарія	194	94
6	-1	PHILIPS ELECTRONICS N.V.	Нідерланди	123	85
7	0	BOEHRINGER INGELHEIM INTERNATIONAL GMBH	Німеччина	90	83
8	1	BIOFARMA	Франція	81	75
9	-3	DAIMLER AG	Німеччина	103	70
10	5	SOCIETE DES PRODUITS NESTLE S.A.	Швейцарія	52	67

Джерело: складено автором за даними [8]

За кількістю вказівок в міжнародних заявках перше місце займає клас комп'ютерної техніки та електронного устаткування, на який припадає 9,4% від загального числа, далі за ним слідує класи послуг для підприємств (7,6%) і технологічних послуг (6%). Серед десяти провідних класів найбільш високі темпи зростання числа вказівок були зафіксовані для технологічних послуг (+11,3%) і комп'ютерної техніки та електронного устаткування (+10,6%) [8].

3. Міжнародна система зразків (Гаазька система) – надає практичні ділові рішення, що дозволяє реєструвати до 100 зразків більш ніж на 68 територіях за допомогою подачі єдиної міжнародної заявки. Під промисловим зразком розуміється художнє або естетичне оформлення виробу, яке робить його привабливим і конкурентоспроможним, відповідно забезпечуючи комерційну вартість виробу та його ринкову рентабельність.

Міжнародна охорона промислових зразків може інтерпретуватися як засіб захисту виробничих ноу-хау компаній шляхом встановлення однозначного асоціювання між властивостями виробу, уособленими у вигляді зразка, та його власником / виробником.

Інформаційна підтримка транскордонного захисту промислових зразків здійснюється завдяки існуванню Глобальної бази даних по зразках (Global Design Database) та бази даних Hague Express. Зрозумілий та уніфікований інтерфейс Глобальної бази даних по зразках дає змогу здійснювати безкоштовний одночасний пошук по більш як 2920000 промислових зразках, зареєстрованих у Гаазькій системі. Щотижневе оновлення бази даних Hague Express містить бібліографічні дані та зображення промислових зразків, зазначених в опублікованих міжнародних реєстраціях, вироблених починаючи з 3 січня 1985 р. Міжнародні реєстрації, термін дії яких закінчився, також фігурують у цій базі даних.

З 2016 року кількість міжнародних заявок на промислові зразки, поданих до Гаазької системи міжнародної реєстрації промислових зразків зросла на 35,3%. Кількість зразків, що містяться в цих заявках, збільшилася на 13,9%. Подані в 2016 р. 5562 заявки містили 18716 зразків. Найбільшим користувачем Гаазької системи є Німеччина, подані якою заявки містили 3917 зразків; за нею йдуть Швейцарія (2555 зразків), Корея (1882 зразка), США (1410 зразків) і Нідерланди (1317 зразків). Серед десяти провідних заявників істотні темпи зростання в 2016 р. були зафіксовані в Японії (+109,2%) і Туреччині (136,5%) [8].

Компанія Fonkel Meubelmarketing з Нідерландів (953 зразки) обігнала компанію Samsung Electronics (Корея, 862 зразка) як найбільшого користувача Гаазької системи. На третьому місці знаходиться корпорація LG Electronics (Корея), що має 728 зразків, за якою йдуть швейцарська фірма Swatch (383 зразки) і американська компанія Procter & Gamble (348 зразків) (табл. 3.16).

Ключові міжнародні компанії-заявники Гаазької системи

Позиція у 2016 р.	Компанія-заявник	Країна походження	Кількість зразків в заявках	
			2015 р.	2016 р.
1	FONKEL MEUBELMARKETING	Нідерланди	438	953
2	SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD	Корея	1132	862
3	LG ELECTRONICS INC.	Корея	47	728
4	SWATCH AG (SWATCH SA) (SWATCH LTD.)	Швейцарія	511	383
5	THE PROCTER & GAMBLE COMPANY	США	369	348
6	VOLKSWAGEN AKTIENGESELLSCHAFT	Німеччина	418	337
7	RENAULT S.A.S.	Франція	87	289
8	MICROSOFT CORPORATION	США	100	256
9	WENKO-WENSELAAR GMBH & CO. KG	Німеччина	143	211
10	KRONOPLUS LIMITED	Кіпр	0	169

Джерело: складено автором за даними [8]

Найбільшу частку зразків складають предмети меблювання (11,3%), за якими слідують обладнання для запису і передавання інформації (10%), транспортні засоби (7,8%) і годинники й інструменти для вимірювання (6,9%). Найчастіше згадуваним членом Гаазької системи є Європейський союз з 14952 вказівками. За ним слідують Швейцарія (8811 вказівок), Туреччина (6137 вказівок), США (4722 вказівки) і Норвегія (3324 вказівки) [8].

Зазначені інформаційні ресурси Всесвітньої організації інтелектуальної власності в галузі охорони патентів, товарних знаків та зразків мають превентивний характер, тобто завдяки їх використанню компанія-заявник може убезпечити себе від потенційних конфліктів щодо прав на об'єкти інтелектуальної власності у майбутньому. Якщо ж такий конфлікт вже відбувся, то компанії можуть скористатися послугами ВОІВ у сфері врегулювання спорів.

Міжнародні послуги ВОІВ у сфері альтернативного врегулювання суперечок дають змогу вирішити суперечки, що стосуються інтелектуальної власності компаній в позасудовому порядку в межах одного нейтрального форуму, тим самим заощаджуючи час і гроші клієнтів. Оперативні, гнучкі й рентабельні послуги з позасудового врегулювання спорів у галузі інтелектуальної власності включають:

- посередництво – неупереджений посередник, який допомагає двом або більше сторонам спору досягти взаємоприйнятної домовленості;
- арбітраж – сторони домовляються передати спір на розгляд арбітра, який винесе остаточне рішення, обов'язкове для виконання (арбітражне рішення);
- експертний висновок – сторони домовляються передати конкретне питання (наприклад, технічне питання, питання про оцінку вартості інтелектуального активу компанії або про розмір роялті) на розгляд одного або декількох експертів, які винесуть висновок.

Також Всесвітня організація інтелектуальної власності надає послуги з врегулювання суперечок, що стосуються доменних імен в Інтернеті, або «кіберсквотингу». Врегулювання суперечок здійснюється в електронному вигляді, триває не більше двох місяців і призводить до прийняття рішень, що мають позовну силу.

Таким чином, ресурси ВОІВ створюють збалансовану та ефективну міжнародну систему глобальних послуг для інформаційної підтримки управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній.

Інформаційні послуги ВОІВ можна поділити на дві групи – превентивні та кигувальні (рис. 3.6). Превентивні інформаційні послуги забезпечують транскордонну охорону об'єктів інтелектуальної власності компаній за такими їх видами:

- патенти – Міжнародна патентна система (Договір про патентну кооперацію РСТ) на основі бази даних база PatentScore;

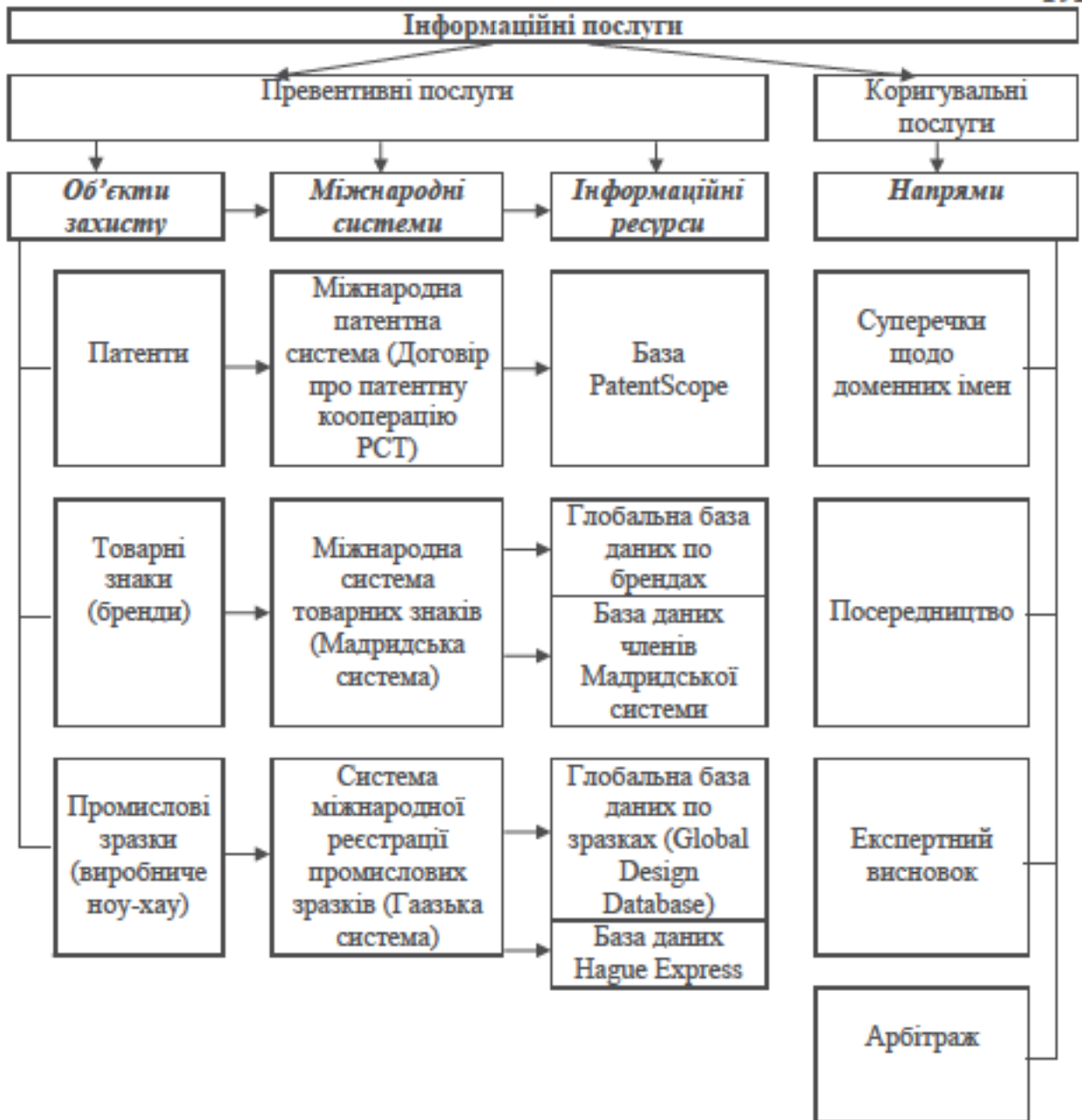


Рис. 3.6. Інформаційні послуги Всесвітньої організації інтелектуальної власності як підґрунтя захисту інтелектуального капіталу міжнародної компанії

Джерело: авторська розробка

- товарні знаки (бренди) – Міжнародна система товарних знаків (Мадридська система) на основі Глобальної бази даних за брендами та бази даних членів Мадридської системи;

– промислові зразки (виробниче ноу-хау) – Система міжнародної реєстрації промислових зразків (Гаазька система) на основі Глобальної бази даних по зразках (Global Design Database) та бази даних Hague Express.

Коригувальні інформаційні послуги ВОІВ у сфері альтернативного врегулювання спорів дозволяють вирішити суперечки, що стосуються інтелектуальної власності компаній у позасудовому порядку в межах одного нейтрального форуму, та включають арбітраж, посередництво, експертний висновок, суперечки щодо доменних імен.

Використання міжнародними компаніями інформаційних послуг ВОІВ забезпечує їх від потенційних конфліктів щодо прав на об'єкти інтелектуальної власності й сприяє результативності інформаційної підтримки в управлінні інтелектуальним капіталом.

Положення цього розділу викладені у публікаціях автора [9, 14,19].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

1. Про визнання значущості інтелектуального капіталу як ключового ресурсу свідчить масштабність емпіричних розвідок стосовно виявлення загальних тенденцій і закономірностей впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності компанії та їх конкурентні позиції у тих чи інших сферах господарювання. Складність побудови універсальної емпіричної моделі впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності міжнародної компанії пов'язана з його специфічними властивостями, як-от нематеріальна природа ресурсу, компліментарність компонентів, складність кількісного оцінювання інтелектуального капіталу та вимірювання синергетичного ефекту від взаємодії його складових.

2. Аналіз міцності взаємозв'язку між ринковою вартістю та окремих факторів моделі дозволяє зробити висновок про сильний вплив на ринкову капіталізацію рентабельності діяльності та темпів приросту витрат на НДДКР. Середній вплив на ринкову капіталізацію серед досліджуваної

вибірки проілюстрували темпи зростання інвестицій в основний капітал та темпи приросту витрат на оплату праці. Найменший вплив на рентабельність активів проілюстрували темпи росту операційного прибутку міжнародних компаній. Отримані результати свідчать про незначний вплив фінансових коефіцієнтів на вартість бренду транснаціональних корпорацій. З цього можна зробити висновок, що на вартість бренду впливають інші фактори, які не враховані в моделі і мають нефінансовий характер ідентифікації. Зокрема, такими можна назвати абсолютний та відносний вік бренду, послідовність використання бренду, географію використання, потенціал розширення і використання бренду, асоціації, інструменти реклами, абсолютну частку ринку, визнання бренду та ін.

3. Визначальна роль нематеріальних ресурсів у забезпеченні ефективності функціонування сучасних міжнародних компаній потребує вироблення механізмів стратегічного управління інтелектуальним капіталом, які можуть бути формалізовані шляхом використання категорій об'єктів інтелектуальної власності компанії. Об'єкти інтелектуальної власності (патенти, бренди, авторські права) можна розглядати як уособлення інтелектуального капіталу компанії, оскільки вони є інтеграційним результатом використання інтелектуального капіталу компанії та його окремих компонентів, свідчать про успішність комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності та підлягають захисту, що запобігає можливості копіювання або несанкціонованого використання інтелектуальних ресурсів компанії.

4. Мету стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії пропонується визначити як максимізацію результатів діяльності фірми за умови мінімізації ризиків, пов'язаних із використанням інтелектуального капіталу, що забезпечується шляхом створення дієвих механізмів захисту інтелектуальної власності компанії. Вирішення цього завдання потребує імплементації стратегічних орієнтирів розвитку конкурентоспроможності та захисту інтелектуальної власності на всіх рівнях управління компанією та її окремих бізнес-підрозділів. У роботі визначено

пріоритети стратегічного управління об'єктами інтелектуальної власності міжнародної компанії, до яких віднесено необхідність урахування таких аспектів: визначальна роль гудвілу як уособлення нематеріальних активів; різний ступень значущості нематеріальних активів залежно від форми та рівня присутності компанії на регіональних ринках; важливість забезпечення комерціалізації як процесу отримання доходів шляхом внутрішнього та зовнішнього використання нематеріальних активів.

5. Набуття нематеріальними активами ключової ролі у забезпеченні конкурентоспроможності сучасних компаній призводить до підвищення ризику несанкціонованих та злочинних дій щодо порушення прав на об'єкти інтелектуальної власності. Невпинна інтелектуалізація та транскордонний характер діяльності міжнародних компаній визначають певні акценти у розробленні дієвих механізмів захисту їх інтелектуального капіталу, до яких належать необхідність дотримання уніфікованих процедур, які мають транскордонний характер та захищають інтелектуальний капітал компанії в усіх регіонах присутності; необхідність запобігання ризикам несвідомого використання інтелектуального капіталу компаній внаслідок стрімкого розвитку технологій, лібералізації інформаційних потоків та поширення некодифікованих знань працівників; необхідність використання глобальних інформаційних ресурсів, які містять вичерпні дані про компанії-власників об'єктів інтелектуальної власності за видами (патенти, торгові марки тощо) та характеристику цих об'єктів; необхідність вироблення дієвих механізмів альтернативного врегулювання спорів щодо інтелектуальної власності фірми у позасудовому порядку.

6. На основі аналізу та систематизації інформаційних послуг ВОІВ запропоновано їх поділ на дві групи – превентивні та кигувальні. Превентивні інформаційні послуги забезпечують транскордонну охорону об'єктів інтелектуальної власності компаній за такими їх видами: патенти – Міжнародна патентна система (Договір про патентну кооперацію РСТ) на основі бази даних PatentScore; товарні знаки (бренди) – Міжнародна система товарних знаків (Мадридська система) на основі Глобальної бази даних за

брендами та бази даних членів Мадридської системи; промислові зразки (виробниче ноу-хау) – Система міжнародної реєстрації промислових зразків (Гаазька система) на основі Глобальної бази даних по зразках (Global Design Database) та бази даних Hague Express.

ВИСНОВКИ

У дисертаційному дослідженні узагальнено специфіку розроблення теоретичних засад управління інтелектуальним капіталом управління міжнародних компаній на основі концепції управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії та запропонованого інструментарію вдосконалення цього процесу.

Результати проведеного дослідження дали змогу зробити такі висновки.

1. Аналіз наявних трактувань поняття «інтелектуальний капітал» засвідчив варіативність підходів до його тлумачення, зокрема у межах мікроекономічного, макроекономічного, термінологічного, морфологічного, вартісного й ресурсного підходів, а їх систематизація дала змогу констатувати комплексний та міждисциплінарний характер інтелектуального капіталу як об'єкта дослідження, компонентами якого традиційно є людський, структурний та клієнтський капітали, синергетичний ефект взаємодії яких є підґрунтям для створення конкурентних переваг та ключових факторів успіху міжнародної компанії в умовах економіки знань.

2. На основі узагальнення теоретичних засад управління інтелектуальним капіталом систематизовано підходи до управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії, якими означено обліковий, класифікаційний, маркетинговий, соціологічний, комунікаційний, інноваційний та системний підходи. З урахуванням визначених загальних особливостей та специфічних характеристик управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії обґрунтовано доцільність дотримання комплексного підходу до управління інтелектуальним капіталом та

запропоновано концепцію управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії, яка передбачає інтеграцію методичних підходів до управління інтелектуальним капіталом і ґрунтується на вартісному оцінюванні ролі клієнтського капіталу у забезпеченні ринкової капіталізації міжнародної компанії з урахуванням секторальної специфіки її діяльності.

3. На підставі класифікації методів оцінювання інтелектуального капіталу за способами вираження результатів оцінки міжнародної компанії (методи фінансового та нефінансового оцінювання) та з точки зору нормативного підходу (витратний та дохідний підходи) доведено теоретичну й емпіричну обґрунтованість показника співвідношення ринкової та балансової вартості, коефіцієнта Тобіна, коефіцієнта доданої вартості інтелектуального капіталу та критеріїв компаративного аналізу обсягів інтелектуального капіталу у розрізі селективних видів діяльності як ключових індикаторів ефективного використання інтелектуального капіталу міжнародної компанії в умовах глобальної економіки.

4. З метою вдосконалення методичних засад формування звітності щодо використання інтелектуального капіталу міжнародних компаній розглянуто стандарти звітності про використання інтелектуального капіталу міжнародних компаній локального (національного) та глобального (міжнародного) масштабів. На основі узагальнення національних та глобальних стандартів звітності про використання інтелектуального капіталу розвинуто методологію формування стандартів такої звітності для міжнародних компаній шляхом вдосконалення стандарту Європейської інструкції з відображення інтелектуального капіталу (Intellectual Capital Statement, InCaS). Запропоновані зміни до стандарту звітування InCaS з метою визначення стратегії управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії передбачають використання таких координат, як експертна оцінка потенціалу їх покращення (X-координата) та експертна оцінка впливу інтелектуального капіталу на капіталізацію компанії (Y-координата).

5. На основі ідентифікації секторальних особливостей управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній проведено компаративний

аналіз селективних видів діяльності стосовно змістовного наповнення річних звітів у розрізі складових інтелектуального капіталу та встановлено домінування тенденції поступового посилення ролі клієнтського капіталу в загальній системі генерації доданої вартості і, відповідно, нарощування інвестицій для його формування, у тому числі – за рахунок інвестицій у розвиток бренду компанії, вивчення уподобань клієнтів, заходів для залучення нових та утримання наявних клієнтів тощо.

6. За результатами оцінки ефективності управління інтелектуальним капіталом провідних міжнародних компаній різної секторальної приналежності доведено гіпотезу про пріоритетність інтелектуального капіталу для тих підприємств, які представляють високотехнологічні види діяльності, тому вони є більш спроможними до забезпечення стійкого розвитку, ніж ті компанії, котрі дотримуються традиційного підходу у формі нарощування матеріальних ресурсів і фінансового капіталу; ідентифіковано необхідність урахування системних змін глобалізаційно-інноваційної моделі у контексті концепції інноваційного розриву, що представлено наявністю диспропорцій інноваційного розвитку країн і регіонів.

7. З метою обґрунтування впливу ефективності управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній на посилення їх конкурентних переваг побудовано кореляційно-регресійну модель взаємозв'язку між показниками ефективності використання інтелектуального капіталу з урахуванням часткової невинятковості й неконкурентності інтелектуальних ресурсів і невід'ємності від носія (стосовно людського капіталу) та ринковою капіталізацією міжнародних компаній, а також підтверджено гіпотезу про позитивний значущий вплив показників використання інтелектуального капіталу на ринкову капіталізацію міжнародної компанії та компліментарний зв'язок його складових.

8. Обґрунтування доцільності розгляду об'єктів інтелектуальної власності компанії (патентів, брендів, авторських прав) як інтеграційного результату ефективності використання її інтелектуального капіталу дало змогу запропонувати процедуру стратегічного управління об'єктами

інтелектуальної власності міжнародної компанії, дотримання якої дозволяє оцінити стратегічну значущість об'єктів інтелектуальної власності для забезпечення ефективного функціонування міжнародної компанії, створює підґрунтя для вибору стратегій конкуренції та комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на регіональних ринках та передбачає розроблення стратегічної карти об'єктів інтелектуальної власності міжнародної компанії. Застосування стратегічної карти формалізує процес визначення оптимальних стратегій конкуренції (мультиплікація, концентрація, інтеграція) та комерціалізації (пасивна, реактивна, проактивна) об'єктів інтелектуальної власності з урахуванням їх належності до певного портфеля (патенти, бренди, авторські права) та ступеня стратегічної значущості (стратегічні, цінні, незначущі).

9. Необхідність вирішення проблеми захисту інтелектуального капіталу міжнародних компаній зумовлює доцільність використання інформаційних ресурсів Всесвітньої організації інтелектуальної власності як інструменту забезпечення компаній їх від потенційних конфліктів щодо прав на об'єкти інтелектуальної власності. З метою вдосконалення інформаційної підтримки управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії на основі використання ресурсів Всесвітньої організації інтелектуальної власності використано DFD-стандарт інформаційного моделювання (Data Flow Diagramming) та розроблено діаграму потоків даних (DFD-діаграму) процедур отримання компанією патенту в межах Договору про патентну кооперацію РСТ та міжнародної реєстрації товарного знаку компанії в Мадридській системі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами / М. Армстронг ; пер. с англ. Н. В. Гринберг. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 327 с.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Д. Белл ; пер. с англ., под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Akademia, 1999. – 787 с.
3. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі / М. Блауг ; перекл. з англ. І. Дзюби. – Київ : вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. – 670 с.
4. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг ; пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2001. – 452 с.
5. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг ; пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковачин. – Питер, 2001. – 288 с.
6. Бутнік-Сіверський О. Б. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект / О. Б. Бутнік-Сіверський // Інтелектуальний капітал. – 2002. – № 1. – С. 16–27.
7. Бушуєва Н. С. Морфологічна матриця формування команди проекту соціального типу / Н. С. Бушуєва, А. С. Філатов // Управління розвитком складних систем. – 2013. – № 16. – С. 28–32.
8. В 2016 г. зафиксирован новый рекорд по числу международных патентных заявок, высокий спрос на инструменты охраны товарных знаков и промышленных образцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2017/article_0002.html
9. Воробей В. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу / В. Воробей, І. Журовська. – Київ : Інжиніринг, 2010. – 84 с.
10. Воробей Ю. М. Адаптація стандарту звітування з інтелектуального капіталу InCas до використання в діяльності міжнародних компаній / Ю. М. Воробей // Економіка. Фінанси. Право. – 2018. – № 7/1. – С. 4–8.

11. Воробей Ю.М. Інформаційна підтримка захисту інтелектуального капіталу міжнародної компанії. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 6 (101). С.62-71.
12. Воробей Ю. М. Методи оцінки інтелектуального капіталу міжнародної компанії / Ю. М. Воробей // *Інфраструктура ринку*. – 2018. – № 21. – С. 8–12.
13. Воробей Ю. М. Національні стандарти управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній / Ю.М. Воробей // *Бізнес-навігатор*. – 2018. – № 5 (48). – С. 9–12.
14. Воробей Ю. М. Основні проблеми управління інтелектуальним капіталом та шляхи їх вирішення / Ю. М. Воробей / *Інноваційний розвиток економіки: проблеми та перспективи : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. (Умань, 29 вересня 2016 р.)*. – Умань : Уман. держ. педагог. ун-т ім. Павла Тичини, 2016. – С. 178–181.
15. Воробей Ю. М. Підходи до визначення сутності та структури інтелектуального капіталу компанії / Ю. М. Воробей / *Актуальні наукові дослідження в сучасному світі : матеріали XVI Міжнар. наук.-практ. конф. (Переяслав-Хмельницький, 26–27 вересня 2016 р.)*. – Переяслав-Хмельницький, 2016. – Вип. 9 (17). – Ч. 5 – С. 10–15.
16. Воробей Ю. М. Підходи до звітування про інтелектуальний капітал міжнародних компаній: переваги та недоліки / Ю.М. Воробей // *Сучасні наукові дослідження на шляху до вдосконалення економічного потенціалу країни : зб. тез Міжнар. наук.-практ. конф. (Дніпро, 22 вересня 2018 р.)*. – Дніпро : НО «Перспектива», 2018. – С. 9–12.
17. Воробей Ю. М. Сутність управління інтелектуальним капіталом компанії та основні стратегії / Ю. М. Воробей // *Перший незалежний науковий вісник*. – 2016. – № 14. – С. 35–38.
18. Воробей Ю. М. Сутність, структура та функції інтелектуального капіталу компанії / Ю. М. Воробей // *Молодий вчений*. – 2016. – № 4. – С. 39–43.
19. Воробей Ю. М. Управління інтелектуальним капіталом в умовах економіки знань / Ю. М. Воробей // *Механізми, стратегії, моделі та*

- технології управління економічними системами за умов інтеграційних процесів: теорія, методологія, практика : зб. тез V Міжнар. наук.-практ. конф. (Мукачеве, 5–7 жовтня 2018 р.). – С. 27–28.
20. Воробей Ю. М. Управління інтелектуальним капіталом компанії: сутність, зміст та основні стратегії» / Ю. М. Воробей / Новий погляд на розвиток економіки країни : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 25–26 березня 2016 р.). – Херсон : Гельветика, 2016. – С. 142–145.
21. Воробей Ю. Н. Проблемы в оценке стоимости интеллектуального капитала в Международных компаниях / Ю. Н. Воробей // East European Science Journal. – 2018. – № 9 (37). – С.
22. Врублевський В. К. Інтелектуальний капітал і формування сучасної (модерної) української нації // Наук. вісник Академії муніципального управління. – 2005. – Вип. 1. – С. 48–55.
23. Гапоненко А. Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / А. Л. Гапоненко, Т. М. Орлова. – М. : Эксмо, 2008. – 400 с.
24. Гіл Чарлз В. Л. Міжнародний бізнес: конкуренція на глобальному ринку / Чарлз В. Л. Гіл ; пер. з англ. А. Олійник і Р. Ткачук. – Київ : Основи, 2001. – 856 с.
25. Гіл Чарлз Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку: Пер. з англ.- К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. – 856 с.
26. Головкова Л. С. Интеллектуальный капитал страны как основа социально-экономической безопасности / Л. С. Головкова // Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy. – 2016. – № 48 (4). – С. 56–65.
27. Грішнова О. А. Соціальний капітал: сутність, значення, взаємозв'язок з іншими формами капіталу / О. А. Грішнова // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 3. – С. 19–24.
28. Гужва В. М. Інформаційні системи та технології на підприємствах : навч. посіб. / В. М. Гужва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://studbase.com/books/13/29>

29. Гуца О. Н. Роль интеллектуального капитала и программ управления знаниями в фармации / О. Н. Гуца, А. Е. Ель Мутахид // 36. наук. праць Харківського ун-ту повітряних сил. – 2013. – № 1 (34). – С. 112–115.
30. Гэлбрейт Дж. К. Новое индустриальное общество. Избранное / Дж. К. Гэлбрейт. – М. : Эксмо, 2008. – 1200 с.
31. Гэлбрейт Дж. К. Экономические теории и цели общества / Дж. К. Гэлбрейт ; пер. с англ. ; под ред. Н. Н. Иноземцева, А. Г. Милейковского. – М. : Прогресс, 1979. – 406 с.
32. Дяченко О. В. Стратегічна карта як інструмент ефективного управління фінансовою стійкістю підприємства / О. В. Дяченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.gusnauka.com/4_SND_2014/Economics/10_158212.doc.htm
33. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / В. М. Геєць та ін. ; за ред. акад. НАН України В. М. Геєця ; Ін-т екон. прогнозування НАН України. – Київ : Фенікс, 2003. – 1008 с.
34. Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / В. Л. Иноземцев. – М. : Academia : Наука, 1998. – 640 с.
35. Информационные и экспертные системы в предпринимательской деятельности / В. И. Крулькевич, И. Ф. Черноволенко, Т. В. Василькова и др. – Донецк : ИЭП НАНУ, 1999. – 114 с.
36. Ілляшенко С. М. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства / С. М. Ілляшенко // Економіка України. – 2008. – № 11. – С. 16–26.
37. Каплан Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. С. Каплан, П. Н. Дейвид ; пер. с англ. М. Павлова. – М. : Олимп-Бизнес, 2003. – 320 с.
38. Кендюхов О. В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом : монографія / О. В. Кендюхов ; Ін-т економіки промисловості НАН України. – Донецьк : ДонУЕП, 2008. – 363 с.

39. Колот А. М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань / А. М. Колот // Україна: аспекти праці. – 2007. – № 4. – С. 4–9.
40. Компанию Nestle лишили патента на самый прибыльный бренд [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://betafinance.ru/euro_news/22289-kompaniyu-nestle-lishili-patenta-na-samyu-pribylnyyu-brend.html
41. Конференція ООН з торгівлі та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unctad.org/en/Pages/statistics.aspx>
42. Лев Б. Нематериальные активы: управление, измерение, отчетность / Барух Лев ; пер. Л. Лопатникова, В. Рутгайзера. – М. : Квинта-Консалтинг, 2004. – 240 с.
43. Ленсколд Д. Рентабельность инвестиций в маркетинг. Методы повышения прибыльности маркетинговых компаний / Д. Ленсколд ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова, М.А. Карлика. – СПб. : Питер, 2005. – 272 с.
44. Литовченко О. Ю. Стратегічна карта як інструмент стратегічного управління фінансовою безпекою підприємства / О. Ю. Литовченко, М. Г. Громак [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/5_SVMN_2013/Economics/10_128872.doc.htm
45. Маршалл А. Основы экономической науки / А. Маршалл ; предисл. Дж. М. Кейнса ; пер. с англ. В. И. Бомкина, В. Т. Рысина, Р. И. Столпера. – М. : ЭКСМО, 2008. – 832 с. (Антология экономической мысли)
46. Маршалл А. Принципы экономической науки. В 3-х т. / А. Маршалл ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1993. – Т. II. – 594 с. (Экономическая мысль Запада)
47. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп ; пер. с англ. И. Дюмулена, У. Козлова, М. Штернгарц. – М. : Прогресс, 1966. – 464 с.
48. Международный бизнес / под ред. О. Г. Михайленко. – Дніпро : вид-во «КИТ», 2014. – 128 с.

49. Милль Дж. С. Основы политической экономии с некоторыми приложениями к социальной философии / Дж. С. Милль ; пер. с англ. ; биограф. очерк М. И. Туган-Барановского. – М. : Эксмо, 2007. – 1040 с. – (Антология экономической мысли)
50. Міжнародний бізнес / За заг. ред. В. А. Вергуна. – Київ : ВПЦ «Київський університет», 2009. – 720 с.
51. Міжнародний бізнес та біржові ринки : конспект лекцій / Укладачі Л. Ю. Сагер, Л. О. Сигида. – Суми : Сумський держ. ун-т, 2017. – 110 с.
52. Мних О. Б. Інтелектуальний капітал і його роль у формуванні вартості машинобудівного підприємства та інноваційної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://vlp.com.ua/files/23_21.pdf
53. Никербокер Ф.Т. Олигополистическая реакция и транснациональная корпорация / Ф. Т. Никербокер. – Бостон, 1973. – 215 с.
54. Одрин В. М. Морфологический анализ систем. Построение морфологических матриц / В. М. Одрин, С. С. Картавов. – Киев : Наукова думка, 1977. – 183 с.
55. Онищенко В.П. Технології управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній / В. П. Онищенко, Ю. М. Воробей // 36. наук праць «Економічний простір». – 2017. – № 127. – С. 35–47.
56. Офіційний сайт компанії Nestle [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.nestle.ua/>
57. Офіційний сайт Організації економічного співробітництва та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://stats.oecd.org/>
58. Охрана ваших изобретений за рубежом. PCT: вопросы и ответы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wipo.int/export/sites/www/pct/ru/docs/faqs_about_the_pct.pdf
59. Передерій Л. В. Системне проектування інформаційних систем / Л. В. Передерій // Наук. вісник Донбасу. Серія : Технічні науки. – 2008. – № 2 (6) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nvd.luguniv.edu.ua/archiv/NN6/08plvpis.pdf>

60. Подготовка корпоративной отчетности: международное исследование КПМГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/03/S_CG_9r.pdf
61. Пэйн Э. Руководство по CRM: путь к совершенствованию менеджмента клиентов / Э. Пэйн. – Минск : Гревцов Паблишер, 2007. – 384 с.
62. Ридзевська О. В. Поняття гудвілу та характеристика його складових / О. В. Ридзевська, А. В. Сало // Наук. праці Кіровоград. нац. технічного ун-ту. – 2012. – Вип. 22. – Ч. II. – С. 1–3.
63. Родина Л. А. Імітаційне моделювання в контексті управлінського прогнозування / Л. А. Родина [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://refs.co.ua/82116-Imitacionnoe_modelirovanie_v_prognozirovanii.html
64. Руус Й. Интеллектуальный капитал: практика управления / Й. Руус, С. Пайк, Л. Фернстрем. – М. : Высшая школа менеджмента, 2010. – 448 с.
65. Самсонов В. Как оценить гудвилл / В. Самсонов, С. Марченко // Финансовый директор. – 2004. – № 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.fd.ru>
66. Світличний О. П. Право інтелектуальної власності : підручник / О. П. Світличний. – Вид. 2-ге, змін. та доп. – Київ : НУБіП України, 2016. – 355 с.
67. Системний підхід: Бех Ю.В. Концепція управління інтелектуальним капіталом організації / Ю.В. Бех // 36. наук. праць «Гілея: науковий вісник». – 2014. – Вип. 86. – С. 172–177.
68. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит ; пер. с англ., предисл. В. С. Афанасьева. – М. : ЭКСМО, 2007. – 960 с. (Антология экономической мысли)
69. Соловій Х. Я. Формування стратегічної карти підприємства / Х. Я. Соловій, З. І. Козар [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
70. Сопко В. В. Бухгалтерський облік капіталу підприємства (власності, пасивів) : навч. посіб. / В. В. Сопко. – Київ : Центр навч. літ., 2006. – 312 с.

71. Стюарт Т. А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т. А. Стюарт ; пер. с англ. В. А. Ноздриной. – М. : Поколение, 2007. – 366 с.
72. Сук Л. Облік нематеріальних активів / Л. Сук, П. Сук // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2011. – № 15–16. – С. 45–49.
73. Тис Дж. Динамические способности фирмы и стратегическое управление / Дж. Тис, Г. Пизано, Э. Шуен // Вестн. С.-Петерб. ун-та. – Сер. 8 «Менеджмент». – 2003. – Вып. 4. – С. 18–32.
74. Тихомирова Н. Знання и интеллектуальный капитал в экономике информационного общества / Н. Тихомирова, С. Мальченко, А. Якимачо // Статистика и экономика. – 2012. – № 4. – С. 78–82.
75. Уманців Г. Внутрішній гудвіл підприємства / Г. Уманців // Економічна природа, проблеми оцінки та обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tm-logos.com.ua/stattia2.html>
76. Уманців Г. Проблеми ідентифікації, оцінки та обліку інтелектуального капіталу підприємства / Г. Уманців // Інтелектуальна власність. – 2007. – № 3. – С. 29–33.
77. Управління інтелектуальним капіталом підприємств : монографія / І. М. Зеліско, Г. Ю. Пономаренко. – Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. – 280 с.
78. Чуприна О. О. Методологічні підходи до оцінювання інтелектуального капіталу / О. О. Чуприна, К. С. Чуприн // Вісник Нац. ун-ту «Юридична академія ім. Ярослава Мудрого». – 2013. – № 3 (14). – С. 22–34
79. Чухно А. Интеллектуальный капитал: сущность, формы и закономерности развития / А. Чухно // Экономика Украины. – 2002. – № 11. – С. 48–55.
80. Швиданенко Г. О. Інтелектуальні ресурси підприємства, які функціонують у зовнішньому середовищі / Г. О. Швиданенко, І. Ю. Гусева // Проблеми економіки. – 2012. – № 4. – С. 181–186
81. Эдвинссон Л. Корпоративная долгота. Навигация в экономике, основанной на знаниях. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 248 с.

82. Adams M. Intellectual Capital: Measuring, Managing and Communicating Intangible Value / M. Adams, M. Oleksak // Executive Insights. – 2005. – № 11 – P. 10–15.
83. Aho S. A critical assessment of Stewart's CIV method / S. Aho, S. Stahle, P. Stahle // Measuring Business Excellence. – 2011. – Vol. 15, Issue 4. – P. 27–35.
84. APQC. Knowledge Management (KM) Program Framework [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.apqc.org/apqcs-2017-knowledge-management-conference/workshops>
85. Armstrong M. Personnel Management Practice / M. Armstrong. – [6 th edition]. – London : Kogan Page, 1996. – 959 p.
86. Attainix Consulting [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.attainix.com>
87. Australian Guiding Principles on Extended Performance Management: A Guide to Better Managing, Measuring and Reporting Knowledge Intensive Organisational Resources [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ske.org.au/download/Australian-Guiding-Principles.pdf>
88. Barney J. Firm resources and sustained competitive advantage / J. Barney // Journal of Management. – 1991. – Vol. 17. – № 1. – P. 99–120.
89. Barzotto M. Territorial capital as a company intangible: Exploratory evidence from ten Italian multinational corporations / M. Barzotto, G. Coro, M. Volpe // Journal of Intellectual Capital. – Vol. 17. – Issue 1. – P. 148–167.
90. Becker G. S. Human Capital: a Theoretical and Empirical Analysis With Special Reference to Education / G. S. Becker ; Third Edition. – London, Chicago : The University of Chicago Press, 1993. – 390 p. (Winner of the Nobel Prize in Economics)
91. Becker G. S. Investment in Human Capital: a Theoretical Analysis / G. S. Becker // Journal of Political Economy. – 1962. – P. 9–49.

92. Bisogno M. Identifying future directions for IC research in education: a literature review / M. Bisogno, J. Dumay, F. Rossi, P. Polcini // *Journal of Intellectual Capital*. – 2018. – Vol. 19. – Issue 1. – P.10-33
93. Blanchard O. The Stock Market, Profit, and Investment / O. Blanchard, C. Rhee, L. Summers // *Quarterly Journal of Economics*. – 1993. – Vol. 108 (1). – P. 115–136.
94. Blattberg R. Managing Marketing by the Customer Equity Test / J. Deighton // Harvard Business School Publication Corp. – 1996. – № 3. – P. 12–19.
95. Bontis N. Assessing Knowledge Assets: a Review of the Models Used to Measure Intellectual Capital / N. Bontis // *International Journal of Management Reviews*. – 2001. – Vol. 3. – № 1. – P. 41–60.
96. Bontis N. Intellectual capital and business performance in Malaysian industries / N. Bontis, W. Keow, S. Richardson // *Journal of Intellectual Capital*. – 2000. – Vol. 1. – No. 1. – P. 85–100.
97. Bontis N. Intellectual Capital Disclosure in Canadian Corporations / N. Bontis // *Journal of Human Resource Costing and Accounting*. – 2003. – Vol. 7. – No 1, 2. – P. 9–20.
98. Bontis N. Intellectual Capital: an Exploratory Study that Develops Measures and Models / N. Bontis // *Management Decision*. – 1998. – Vol. 36. – № 2. – P. 63–76.
99. Brand Finance Global 500. The annual report on the world's most valuable global brands [Электронный ресурс]. – Режим доступа :
100. Bratnicki M. Kompetencje przedsiębiorstwa: od określenia kompetencji do zbudowania strategii / M. Bratnicki. – Warszawa: Agencja Wydawnicza Placet, 2000. – 156 s.
101. Bratnicki M. Transformacja przedsiębiorstwa / M. Bratnicki. – Katowice : Wydaw. Uczelniane Akademii Ekonomicznej w Katowicach im. Karola Adameckiego, 1998. – 254 s.
102. Brooking A. Intellectual Capital. Core Asset for the Third Millennium Enterprise / A. Brooking. – London : International Thomson Business Press, 1997. – 204 p

103. Brooking A. The Management of Intellectual Capital / A. Brooking // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. № 3. – P. 64–365.
104. Celemi's IC reports [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.celemi.com
105. Chan K. H. Impact of intellectual capital on organizational performance / K. H. Chan // The Learning Organization. – 2009. – Vol. 16. – No. 1. – P. 4–21.
106. Chen M. C. An empirical investigation of the relationship between intellectual capital and firms' market value and financial performance / M. C. Chen, S. J. Cheng, Y. Hwang // Journal of Intellectual Capital. – 2005. – Vol. 5. – No. 2. – P. 34–49.
107. Chung K. A simple approximation of Tobin's q / K. Chung, S. Pruitt // Financial Management. – 1994. – Vol. 23. – No. 3. – P. 70–74.
108. Clarke M. Intellectual capital and firm performance in Australia / M. Clarke, D. Seng, R. Whiting // Journal of Intellectual Capital. – 2011. – Vol. 12. – Issue 4. – P. 505–530.
109. Clarke M. Intellectual capital and firm performance in Australia / M. Clarke, D. Seng, R. Whiting // Journal of Economic Literature. – 2010. – No. 13(1). – P. 1–33.
110. Díez J. Intellectual capital and value creation in Spanish firms / J. Díez, M. Ochoa, B. Prieto, A. Santidrián // Journal of Intellectual Capital. – 2010. – Vol. 11. – No. 3. – P. 348–367.
111. Earl M. J. KM Strategies: Toward a Taxonomy / M. J. Earl // Journal of Management Information Systems. – 2001. – P. 215–233.
112. Edvinsson L. Intellectual Capital: realizing your Company's true Value by Finding Its hidden Brainpower / L. Edvinsson, M. Malone. – N. Y. : Harper Business, 1997. – 542 p.
113. Edvinsson L. Developing a Model for Managing Intellectual Capital / L. Edvinsson, P. Sullivan // European Management Journal. – 1996. – Vol. 14. – № 4. – P. 356–364.
114. Edvinsson L. Developing Intellectual Capital at Skandia / L. Edvinsson // Long Range Planning. – 1997. – Vol. 30. – № 3. – P. 320–373.

115. Edvinsson L. Intellectual Capital of Nations – for Future Wealth Creation / L. Edvinsson, C. Stenfelt // *Journal of Human Resource Costing & Accounting*. – 1999. – Vol. 4. – Issue 1. – P. 21–33.
116. Edvinsson L. Intellectual Capital and Knowledge Management / L. Edvinsson, P. Sullivan // *European Management Journal*. – 1996. – Vol. 14. – P. 4–42.
117. Eisenhardt K. M. Dynamic capabilities: What are they? / K. M. Eisenhardt, J. A. Martin // *Strategic Management Journal*. – 2000. – Vol. 21. – № 10–11. – P. 17–26.
118. Elmuti D. The effects of global outsourcing strategies on participants' attitudes and organizational effectiveness / D. Elmuti, Y. Kathawala // *International Journal of Manpower*. – 2000. – Vol. 21. – Issue 2. – P. 112–128.
119. Fernandez P. EVA, Economic profit and Cash Value Added do NOT measure shareholder value creation / P. Fernandez [Electronic resource]. – Access mode : http://web.iese.edu/PabloFernandez/Book_VaCS/valuation%20CaCS.html
120. Firer S. Intellectual capital and traditional measures of corporate performance // S. Firer, S. Williams // *Journal of Intellectual Capital*. – 2003. – Vol. 4. No. 3. – P. 348–360.
121. Fisher I. *The Nature of Capital and Income* / I. Fisher. – New York : Augustus M. Kelly Publisher, 1906. – (Reprinted, 1965 / Reprints of Economics Classics).
122. Fitz-enz J. *The ROI of Human Capital: Measuring the Economic Value of Employee Performance* / J. Fitz-enz. – AMACON, 2009. – 2nd edition. – 312 p.
123. Florin D. The Impact of Business Intelligence Recognition on Goodwill Valuation / D. Florin, L. Radu-Daniel // *Procedia Economics and Finance*. – 2014. – Vol. 15. – P. 1779–1786.
124. Forbes Global 2000. The World's Biggest Public Companies [Электронный ресурс]. - Режим доступа : https://www.forbes.com/global2000/-list/#header:assets_sortreverse:true_search:voda

125. Forbes ranking [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank>
126. Fortune Magazine. Fastest-Growing Companies Report. 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://money.cnn.com/magazines/fortune/fastest-growing/index.html?iid=F500_sp_topr
127. Friedman M. The Basic Postulates of the Demand Theory / M. Friedman // *Economic Studies Quarterly*. – 1963– Vol. 14. – P. 320–358.
128. Global Industry Analysts, Inc. Global Strategic Business Report. October 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.strategyr.com/Knowledge_Management_Market_Report.asp
129. Global Innovation Index 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.globalinnovationindex.org/Home>
130. Great Economists before Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past. – СПб. : Экономикс, 2008. – С. 166–168. – 352 с. (Библиотека «Экономической школы», вып. 42)
131. Griffin W. R. International Business: A Managerial Perspective / W. R. Griffin, M. W. Pustay ; 4th edition. – New Jersey : Upper Saddle River, 2006. – 1088 p.
132. Guthrie J. New frontiers in the use of intellectual capital in the public sector / J. Guthrie, J. Dumay // *Journal of Intellectual Capital*. – 2015. – Vol. 16. – Issue 2. – P. 258–266.
133. Hall R. A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage / R. Hall // *Strategic Management Journal*, 1993. – Vol. 14. – P. 608–618.
134. Hall R. The Strategies Analysis of Intangible Resources / R. Hall // *Strategic Management Journal*. – 1992. – Vol. 13. – № 2. – P. 135–144.
135. Herremans I. M. Intellectual capital management: pathways to wealth creation / I. M. Herremans, R. G. Isaac, T. J. Kline // *Journal of Intellectual Capital*. – 2009. – Vol. 10 (1). – P. 81–92.

136. Hervás-Oliver J. L. The overlapping of national IC and innovation systems / J. L. Hervás-Oliver, R. Rojas, B. M. Martins, R. Cervello-Royo // *Journal of Intellectual Capital*. – 2011. – Vol. 12. – Issue 1. – P. 111–131.
137. Hewlett Packard Consulting Hewlett – Packard Consulting materials [official web – site]. – April 5, 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.hp.com>
138. Hiroyuki I. Mobilizing Invisible Assets / I. Hiroyuki, Thomas W. Roehl. – Cambridge, Massachusetts, London : Harvard University Press. – 1987. – 201 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://203.128.31.71/articles/-067457771X%20Mobilizing%20Invisible%20Assets1.pdf>
139. Hussinki H. Intellectual capital, knowledge management practices and firm performance / H. Hussinki, P. Ritala, M. Vanhala, A. Kianto // *Journal of Intellectual Capital*. – 2017. – Vol. 18. – Issue 4. – P. 904–922.
140. InCas – Intellectual Capital Statement for Europe. A new approach to make SMEs successful [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.psych.lse.ac.uk/incas/page114/files/page114_1.pdf
141. Intellectual capital index. It's proven. Talent drivers DLA market value [Электронный ресурс]. – Режим доступа :
142. Interbrand ranking [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2017/ranking/#?filter=&listFormat=ls>
143. Janakiraman R. The Effect of Data Breach Announcement on Customer Behavior: Evidence from a Multichannel Retailer / R. Janakiraman, R. Rishika, J. Lim // *Journal of Marketing*. – 2017 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://journals.sagepub.com/doi/10.1509/jm.16.0124>
144. Kaplan R. S. The Balanced Scorecard – Measures then drive Performance / R. S. Kaplan, D. P. Norton // *Harvard Business Review*. – 1992. – Vol. 70. – № 1.

- January February. – P. 71–79 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.marketmatch.com/.../Balanced%20Sco
145. Kay J. Podstawy sukcesy firmy / J. Kay ; przekład A. Ehrlich. – Warszawa : Polskie Wydawnictwo ekonomiczne, 1996. – 526 s.
146. Kemp L. J. Modern to postmodern management: developments in scientific management / L. J. Kemp // *Journal of Management History*. – 2013. – Vol. 19. – Issue 3. – P. 345–361.
147. Kendrick J. Informatics for industry – 2. Statistical bridges // *Chemistry in Britain, UK, 1999*. – 34 p.
148. Komnenic B. Intellectual capital and corporate performance of MNCs in Serbia / B. Komnenic, D. Pokrajcic // *Journal of Intellectual Capital*. – 2012. – 13(1). – P. 106–119.
149. Komnenic B. Intellectual capital and corporate performance of MNCs in Serbia / B. Komnenic, D. Pokrajcic // *Journal of Intellectual Capital*. – 2012. – Vol. 13. – Issue 1. – P.106–119
150. Kristandl G. Constructing a definition for intangibles using the resource based view of the firm / G. Kristandl, N. Bontis // *Management Decision*. – 2007. – Vol. 45. – № 9. – P. 1510–1524.
151. Kumar V. Introduction to the Special Issue – Mapping the Boundaries of Marketing: What Needs to Be Known / V. Kumar, K. Keller, K. Lemon // *Journal of Marketing*. – 2016. – Vol. 80. – No. 6. – P.1–5.
152. Lacity M. Global outsourcing of back office services: lessons, trends, and enduring challenges / M. Lacity, L. Willcocks, J. Rottman // *Strategic Outsourcing : An International Journal*. – 2008. – Vol. 1. – Issue 1. – P. 13–34.
153. Laing G. Applying the VAIC model to Australian hotels / G. Laing, J. Dunn, S. Hughes-Lucas // *Journal of Intellectual Capital*. – 2010. – Vol. 11. – No 3. – P. 269–283.
154. Leana C. Organizational Social Capital and Employment Practices / C. Leana, H. Van Buren // *Academy of Management Review*, 1999. – Vol. 24. – P. 538–555.

155. Leite E. The cooperation-competition interplay in the ICT industry / E. Leite, C. Pahlberg, S. Aberg // *Journal of Business & Industrial Marketing*. – 2018. – Vol. 33. – Issue 4. – P. 495–505
156. Lev B. *Intangibles: Management, Measurement, and Reporting* / Baruch Lev. – Washington : Brooking Institution Press, 2001. – 228 p.
157. Lev B. R&D and capital markets / B. Lev // *Journal of Applied Corporate Finance*. – 1999. – Vol. 11., Issue 4. – P. 21–35.
158. Lim L. L. K. Intellectual Capital: Management Attitudes in Service Industries / Lyn L. K. Lim, Peter Dallimore // *Journal of Intellectual Capital*. – 2004. – Vol. 5. – № 1. – P. 187–190.
159. Luthy D. H. *Intellectual Capital and Its Measurement* / D. H. Luthy [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.apira2013.org/past/apira1998/archives/pdfs/25.pdf>
160. Marshall A. *Principles of Economics* / Alfred Marshall [Reprinted 8-Edotion 1920. – London : Macmillan&COLTD, 1964. – 731 [5] p. (Eighth Edition)]
161. Mavridis D. The intellectual capital performance of the Japanese banking sector / D. Mavridis // *Journal of Intellectual Capital*. – 2004. – Vol. 5. – No 1. – P. 92–115.
162. McElroy M. W. Social innovation capital / Mark W. McElroy // *Journal of Intellectual Capital*. – 2002. – Vol. 30. – № 1. – P. 30–39 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm/journals.htm?issn=1469-1930&volume=3&issue=1&articleid=883948&show=pdf>
163. Mehralian G. Intellectual capital and corporate performance in Iranian pharmaceutical industry / G. Mehralian, A. Rajabzadeh // *Journal of Intellectual Capital*. – 2012. – 13 (1). – P. 138–158.
164. Molodchik M. Intellectual capital transformation evaluating model / M. Molodchik, E. Shakina, A. Bykova // *Journal of Intellectual Capital*. – 2012. – Vol. 13. – Issue 4. – P. 444–461.

165. Mondal A. Intellectual capital and financial performance of Indian banks / A. Mondal, S. K. Ghosh // *Journal of Intellectual Capital*. – 2012. – 13 (4). – P. 515–530.
166. Nahapiet J. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage / J. Nahapiet, S. Ghoshal // *Academy of Management Review*. – 1998. – Vol. 23. – № 2. – P. 242–266.
167. Narasimhan P. How innovators reframe resources in the strategy making process to gain innovation adoption / P. Narasimhan, B. Lawrence. // *Strategic Management Journal*. – 2017. – Vol.12. – P. 720–758.
168. Nayak N. R. Valuation of intellectual capital: the case of financial services industry in India / N. R. Nayak, M. Mohanty, B. B. Mishra // *The journal of XIM, Bhubaneswar*. – 2008. – Vol. 5. – No. 1. – P. 18–31.
169. Nermien Al-Ali *Comprehensive intellectual management: step-by-step* / Al-Ali Nermien. – New Jersey : John Wiley & Sons, Inc., 2003. – 312 p.
170. O'Donnell D. Intellectual capital: a Habermasian introduction / D. O'Donnell, P. O'Regan, B. Coates // *Journal of Intellectual Capital*. – 2000. – Vol. 1. – Issue 2. – P. 187–200.
171. Petti W. *Traktat o podatkach i daninach oraz autonomia polityczna Irlandii* / W. Petti [w:] *Merkantylizm i początki szkoły klasycznej: wybór pism ekonomicznych XVI i XVII wieku; [konceptje wyboru przygotował i wstępem opatrzył Edward Lipiński; przekł. z łac. Czesław Znamierowski]*. – Kraków : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1958. – 802 s.
172. Pike S. Intellectual Capital Measurement and Holisting Value Approach (HVA) / Stephen Pike S., Göran Roos. – *Works Institute Journal (Japan)*. – 2000. – Vol. 42.
173. Porter M. E. *Competitive Advantage* / M. E. Porter. – The Free Press, New York, NY, 1985. – 523 p.
174. Pulic A. VAIC™ – an accounting tool for IC management / A. Pulic // *International Journal of Technology Management*. – 2000. – Vol. 20., No 5 (8). – P. 702–714.

175. Ranganathan R. Competition–cooperation interplay during multifirm technology coordination / R. Ranganathan, A. Gosh, L. Rosenkopf // *Strategic Management Journal*. – 2018 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.2786>
176. Reshkoyeh Z. The Relation of Brand Value with Financial and Economic Performance of Firms and the Role of Growth Opportunities in Improving this Relationship / Z. Reshkoyeh, M. Moeinadin, S. Nayebzadeh // *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. – 2013. – Vol. 5 (8). – P. 349–360.
177. Riahi-Belkaoui A. Intellectual capital and firm performance of US multinational firms: a study of the resource-based and stakeholder views / A. Riahi-Belkaoui // *Journal of intellectual capital*. – 2003. – Vol. 4. – No. 2. – P. 21–26.
178. Rimmel G. The Danish Guidelines on Intellectual Capital Reporting / G. Rimmel [Электронный ресурс]. – Режим доступа
179. Rodov I. FiMIAM: financial method of intangible assets measurement / I. Rodov, P. Leliaert // *Journal of Intellectual Capital*. – 2003. – Vol. 3. – Issue 3. – P. 323–336.
180. Roos G. Knowledge management, intellectual capital, structural holes, economic complexity and national prosperity / G. Roos // *Journal of Intellectual Capital*. – 2017. – Vol. 18. – Issue 4. – P. 745–770.
181. Roos G. Measuring Your Company's Intellectual Performance / G. Roos, J. Roos // *Long Range Planning*. – 1997. – Vol. 30. – № 3. – P. 413–426.
182. Saint-Onge H. Tacit knowledge: the key to the strategic alignment of intellectual capital / Hubert Saint-Onge // *Strategy and Leadership*. – 1996. – Vol. 24. – № 2. – P. 10–16.
183. Saint-Onge H. The Conductive Organization / H. Saint-Onge, C. Armstrong // Oxford, Elsevier Inc. – 2004. – P. 37–48.
184. Samiloglu A. T. The performance analysis of the Turkish banks through VAIC and MV/MB ratio / A. T. Samiloglu // *Journal of Administrative Sciences*. – 2006. – Vol. 4. – No. 1. – P. 207–26.

185. Samuelson William F. *Managerial Economics* / William F. Samuelson, Stephen G. Marks; 6th International student edition edition – N.Y. : JOHN WILEY & SONS LTD, 2004. – 870 p.
186. Say J. B. *Traktat o ekonomii politycznej czyli prosty wykład sposobu, w jakie się tworzą, rozdzielają i spożywają bogactwa* / Jean-Baptiste Say; [przeł. Z fr. Witold Giełżyński, Stefan Czernecki]; Polska Akademia nauk, Zakład nauk Ekonomicznych. – Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1960. – 906 [2] s. (Seria Biblioteka Dzieł Ekonomii Politycznej) (XIV).
187. Schultz T. W. *Investing in People: The Economics of Population Quality* / T. W. Schultz. – Berkeley&Los Angeles, London, University of California Press, 1981. – 173 p.
188. Schultz T. W. *Investment in Human Capital: The Role of Education and of Research* / T. W. Schultz. – New-York, London : The Free Press, 1971. – 272 p.
189. Seetharaman A. *Intellectual capital accounting and reporting in the knowledge economy* / A. Seetharaman, A.S. Saravanan // *Journal of Intellectual capital*. – 2002. – Vol. 3 (2). – P. 128–148.
190. Sharabati A-A. *Intellectual capital and business performance in the pharmaceutical sector of Jordan* / A-A. Sharabati, A. Jaward, N. Bontis // *Journal of Intellectual Capital*. – 2010. – 48 (1). – P. 105–131.
191. Sillanpaa V. *The role of intellectual capital in nonprofit elderly care organizations* / V. Sillanpaa, A. Lonnqvist, N. Koskela, U. Koivula, M. Koivuaho, H. Laihonen // *Journal of Intellectual Capital*. – 2010. – Vol. 11. – Issue 2. – P. 107–122.
192. Skyrme D. *Measuring The Value of Knowledge* / D. Skyrme. – London Business Intelligence Ltd, 1998. – 312 p.
193. Smith A. *An Inquiry into the Nature and Consensus of Wealth of Nations* / A. Smith ; Edited and with an Instruction, Notes, Marginal Summary and index by Edwin Cannan; With the new Preface by George J. Stigler. – Chicago: The University of Chicago Press, 1976. – 568 p.

- [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.amazon.com/Inquiry-Nature-Causes-Wealth-Nations/dp/0226763749#reader_0226763749
(06.09.2013)
194. Standart & Poog's 500 – фондовий індекс, що розраховується на основі 500 акціонерних компаній США з найбільшим рівнем капіталізації.
195. Standfield K. Extending the Intellectual Capital Framework [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.knowcorp.com/article075.htm>
196. Standfield K. Intangible Finance Standards: Advanced in Fundamental Analysis and Technical Analysis, Elsevier Academic Press, 2005.
197. Starovic D. Understanding Corporate Value: Managing and Reporting Intellectual Capital / D. Starovic, B. Marr. – Cranfield School of Management, Cranfield, 2003. – 367 p.
198. Steward T. A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations / T. A. Stewart. – New-York: Doudleday&Currency, 1997. – 278 p.
199. Stewart T. A. Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations / T. A. Stewart. – Bantam Doubleday Dell Publishing Group, New York, NY, 1997. – 654 p.
200. Stock Market Overview [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nasdaq.com/>
201. Sveiby K.-E. Measuring Intangibles and Intellectual Capital – An Emerging First Standard All rights reserved [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sveiby.com>
202. Sveiby K. E. Intangible Assets Monitor / Karl-Erik Sveiby [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sveiby.com/-articles/CompanyMonitor.html>
203. Sveiby K.-E. The Invisible Balance Sheet: key indicators for accounting, control and valuation of know-how companies / Karl-Erik Sveiby [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sveiby.com/TheLibrary/IntangibleAssets/tabid/81/Default.aspx.-2005>

204. Sveiby K.-E. *Methods for Measuring Intangibles Assets* / Karl-Erik Sveiby [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.sveiby.com/articles/IntangileMetods.htm>
205. Sveiby K. E. *The Balanced Score (BSC) and the Intangible Assets Monitor – a Comparison* / Karl-Erik Sveiby [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.sveiby.com/articles/BSCandIAM.html>
206. Sveiby K. E. *The New Organizational Wealth* / Karl-Erik Sveiby. – San Francisco, 1997. – 220 p. (Managing & Measuring Knowledge-Based Assets)
207. Tan H. *Intellectual capital and financial returns of companies* / H. Tan, D. Plowman, P. Hancock // *Journal of Intellectual Capital*. – 2007. – Vol. 8. – No. 1. – P. 76–94.
208. Tarakci M. *Performance feedback and middle managers' divergent strategic behavior: The roles of social comparisons and organizational identification* / M. Tarakci, N. Ates, S. Floyd, Y. Ahn, B. Wooldridge // *Strategic Management Journal*. – 2018. – Vol. 39. – Issue 4. – P. 1139–1162.
209. Teece D. J. *Managing Intellectual Capital: organizational, strategic and Policy Dimensions* / David J. Teece. – Oxford : Oxford University Press, 2000.
210. *The 2017 EU Industrial R&D Investment Scoreboard* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://iri.jrc.ec.europa.eu/scoreboard17.html#close>
211. *The World's Largest Public Companies 2018 Ranking* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/global2000/list/>
212. Thünen J. H. *Der isolierte Staat/ Johann Heinrich Thünen*. – Paderborn: Histor Wirtschaftsarchiv, 2011. – 696 p. (Reprint des originale ausdem jahr 1921).
213. Tobin J. *Asset market and cost of capital* / J. Tobin, W. Brainard // *Cowles Foundation Discussion Papers* . – 1976. – No. 427. – P. 235–262.
214. *Top 300 Organizations Granted U.S. Patents in 2017* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ipo.org/wp-content/uploads/2018/06/2017_Top-300-Patent-Owners.pdf

215. Tseng C.-Y., Goo Y.-J. J. Intellectual Capital and Corporate Value in an Emerging Economy: Empirical Study of Taiwanese Manufacturers // *R&D Management*. – 2005. – Vol. 35. – No 2. – P. 187–199.
216. Ujwary-Gil A. The business model and intellectual capital in the value creation of firms: A literature review / A. Ujwary-Gil // *Baltic Journal of Management*. – 2017. – Vol. 12. – Issue 3. – P. 368–386.
217. Varian H. R. Mikroekonomia: kurs średni – ujęcie nowoczesne / H. R. Varian ; przekł. Stanisław Ryszard Domański. – Warszawa : Wydawnictwo naukowe PWN, 1995. – 664 s.
218. Yang C. C. Does intellectual capital mediate the relationship between HRM and organizational performance? Perspective of a healthcare industry in Taiwan / C.C. Yang, C.Y.Y. Lin // *International Journal of Human Resource Management*. – 2009. – Vol. 20,. – No.9.
219. Youndt M. Intellectual capital profiles: an examination of investments and return / M. Youndt, M. Subramaniam, S. Snell // *Journal of Management Studies*. – 2004. – Vol. 41. – No. 2. – P. 335–361.
220. Zeghal D. Analysing value added as an indicator of intellectual capital and its consequences on company performance / D. Zeghal, A. Maaloul // *Journal of intellectual capital*. – 2010. – Vol. 11. – No. 1. – P. 39–60.

ДОДАТКИ

Рейтингові оцінки бренду та гудвілу провідних міжнародних компаній у 2017 році

Міжнародна компанія	Місце у рейтингу Global 500 (за вартістю бренду)		Сфера діяльності	Країна	Вартість бренду у 2017 р., млрд дол.	Зміна до 2016 р., %	Місце у рейтингу Forbes 2000 (за обсягом активів)	Активи, млрд дол.	Ринкова вартість, млрд дол.	Оцінка гудвілу, млрд дол.
	2017 р.	2016 р.								
Google	1	2	Технології	США	109,470	+24				
Apple	2	1	Технології	США	107,141	-27	9	331,1	752	420,9
Amazon.com	3	3	Технології	США	106,396	+53	83	86	427	341
AT&T	4	6	Телекомунікації	США	87,016	+45	11	403,8	249,3	-154,5
Microsoft	5	4	Технології	США	76,265	+13	19	224,6	507,5	282,9
Samsung Group	6	7	Конг. лозерат	Південна Корея	66,219	+13				
Verizon	7	5	Телекомунікації	США	65,875	+4	18	244,2	198,4	-45,8
Walmart	8	8	Ретейл	США	62,211	+16	17	198,8	221,1	22,3
Facebook	9	17	Технології	США	61,998	+82	119	65	407,3	342,3
ICBC	10	13	Банк	Китай	47,832	+32	1	3473,2	229,8	-3243,4
China Mobile	11	9	Телекомунікації	Китай	46,734	-6	21	218,9	25,3	-193,6
Toyota	12	11	Автомобілебудування	Японія	46,255	+7	10	412,5	171,9	-240,6
Wells Fargo	13	10	Банк	США	41,618	-6	5	1943,4	274,4	-1669
China Construction Bank	14	14	Банк	Китай	41,377	+17	2	3016,6	200,5	-2816,1
NTT Group	15	22	Конг. лозерат	Японія	40,542	+28				
McDonald's	16	12	Громадське харчування	США	38,966	-9	215	31	106,4	75,4
BMW	17	15	Автомобілебудування	Німеччина	37,124	+6	51	210,3	57,7	-152,6
Shell	18	23	Видобування енергоресурсів	Нідерланди	36,783	+16	20	411,3	228,8	-182,5
T (Deutsche Telekom)	19	18	Телекомунікації	Німеччина	36,433	+10	77	156,6	80	-76,6
IBM	20	21	Технології	США	36,112	+14	43	117,5	162,4	44,9
Mercedes-Benz	21	20	Автомобілебудування	Німеччина	35,544	+11				
General Electric	22	27	Інженерія	США	35,318	+21	14	365,2	261,2	-104
Alibaba	23	60	Технології	Китай	34,899	+94	140	70,7	264,9	194,2
Walt Disney	24	24	Медіа	США	34,454	+10	67	91,6	178	86,4
Chase	25	25	Банки	США	33,737	+10	4	2513	306,6	-2206,4
Marlboro	26	26	Тютюн	США	32,471	+8				
Coca-Cola	27	16	Безалкогольні напої	США	31,885	-7	86	87,3	182,9	95,6

Міжнародна компанія	Місце у рейтингу Global 500 (за вартістю бренду)		Сфера діяльності	Країна	Вартість бренду у 2017 р., млрд дол.	Зміна до 2016 р., %	Місце у рейтингу Forbes 2000 (за обсягом активів)	Активи, млрд дол.	Ринкова вартість, млрд дол.	Оцінка гудвілу, млрд дол.
	28	29								
Nike	28	29	Вузтя	США	31,762	+13	249	23,2	91,2	68
Bank of China	29	32	Банки	Китай	31,250	+13	8	2611,5	141,3	-2470,2
Bank of America	30	33	Банки	США	30,273	+12	7	2196,8	231,9	-1964,9
Home Depot	31	28	Ретейл		30,216	5	114	43	176,7	133,7
Sinorec	32	45	Видобування енергоресурсів	Китай	29,555	47	1958	10,7	7	-3,7
PetroChina	33	43	Видобування енергоресурсів	Китай	29,003	43	102	344,9	204,5	-140,4
Agricultural Bank of China	34	19	Банки	Китай	28,511	-12	6	2816	149,2	-2666,8
Mitsubishi Group	35	31	Конгломерат	Японія	27,954	1				
Citigroup	36	34	Банки	США	27,674	6	12	1795,1	164,3	-1630,8
Xfinity	37	35	Телекомунікації	США	26,180	8				
Oracle	38	42	Технології	США	25,878	17	70	125,4	182,2	56,8
Starbucks	39	39	Громадське харчування	США	25,615	10	370	14	84,6	70,6
Huawei	40	47	Технології	Китай	25,230	28				
Volkswagen	41	56	Автомобілебудування	Німеччина	25,014	32	28	458,7	72,9	-385,8
Nissan	42	62	Автомобілебудування	Японія	24,768	39	94	157,3	38,4	-118,9
IKEA	43	63	Ретейл	Швеція	24,119	42				
CVS Caremark	44	40	Ретейл	США	23,286	2	66	94,5	79,8	-14,7
Siemens	45	54	Інженерія	Німеччина	23,088	22	50	1331,1	109,8	-1221,3
Ford	46	46	Автомобілебудування	США	22,432	13	64	238	44,7	-193,3
Tiencent	47	117	Технології	США	22,287	124				
UPS	48	48	Логістика	США	22,128	13				
Chevron	49	61	Видобування енергоресурсів	США	22,058	24	359	260,1	206,1	-54
Vodafone	50	30	Телекомунікації	Британія	21,831	-22	419	175,7	67	-108,7

Джерело: складено автором на основі [99, 124]

Морфологічна матриця звітування про інтелектуальний капітал міжнародної компанії на основі стандарту InCaS

Компоненти ІК Атрибути ІК	Людський капітал (ЛК)				Структурний капітал (СК)				Капітал відносин (КВ)																					
	Професійні компетенції (ЛК1)		Соціальна компетенція (ЛК2)		Мотивація співробітників (ЛК3)		Корпоративна культура (СК1)		Внутрішнє співробітництво та обмін знаннями (СК2)		Інформаційні технології та явні знання (СК3)		Відносини з інвесторами (КВ2)																	
Характеристики атрибутів	Кількість	Якість	Управління	Кількість	Якість	Управління	Кількість	Якість	Управління	Кількість	Якість	Управління	Кількість	Якість	Управління															
	a ₁₁	a ₁₂	a ₁₃	a ₂₁	a ₂₂	a ₂₃	a ₃₁	a ₃₂	a ₃₃	b ₁₁	b ₁₂	b ₁₃	b ₂₁	b ₂₂	b ₂₃	b ₃₁	b ₃₂	b ₃₃	c ₁₁	c ₁₂	c ₁₃	c ₂₁	c ₂₂	c ₂₃						
Х-координата матриці стратегій (Х _{ск})	Потенціал покращення			Потенціал покращення			Потенціал покращення			Потенціал покращення			Потенціал покращення			Потенціал покращення			Потенціал покращення			Потенціал покращення								
	Х _{ск1}			Х _{ск2}			Х _{ск3}			Х _{ск1}			Х _{ск2}			Х _{ск3}			Х _{ск1}			Х _{ск2}			Х _{ск3}					
Оцінка впливу на капіталізацію компанії	0 – відсутня	1 – незначна	2 – сильна	3 – експоненційна	0 – відсутня	1 – незначна	2 – сильна	3 – експоненційна	0 – відсутня	1 – незначна	2 – сильна	3 – експоненційна	0 – відсутня	1 – незначна	2 – сильна	3 – експоненційна	0 – відсутня	1 – незначна	2 – сильна	3 – експоненційна	0 – відсутня	1 – незначна	2 – сильна	3 – експоненційна	0 – відсутня	1 – незначна	2 – сильна	3 – експоненційна		
	Вплив на капіталізацію компанії У _{ск1}			Вплив на капіталізацію компанії У _{ск2}			Вплив на капіталізацію компанії У _{ск3}			Вплив на капіталізацію компанії У _{ск1}			Вплив на капіталізацію компанії У _{ск2}			Вплив на капіталізацію компанії У _{ск3}			Вплив на капіталізацію компанії У _{ск1}			Вплив на капіталізацію компанії У _{ск2}			Вплив на капіталізацію компанії У _{ск3}					
Високій значний	Розвиток			Розвиток			Розвиток			Розвиток			Розвиток			Розвиток			Розвиток			Розвиток			Розвиток			Розвиток		
Низький значний	Стабілізація			Стабілізація			Стабілізація			Стабілізація			Стабілізація			Стабілізація			Стабілізація			Стабілізація			Стабілізація			Стабілізація		
Високій незначний	Аналіз			Аналіз			Аналіз			Аналіз			Аналіз			Аналіз			Аналіз			Аналіз			Аналіз			Аналіз		
Низький незначний	Відсутність дій			Відсутність дій			Відсутність дій			Відсутність дій			Відсутність дій			Відсутність дій			Відсутність дій			Відсутність дій			Відсутність дій			Відсутність дій		

Джерело: авторська розробка

Топ-20 компаній світу за витратами на НДДКР у 2017 р.

Позиція у рейтингу	Компанія	Країна	Галузь	Витрати на НДДКР у 2016-2017 рр., млн євро	Темпи приросту витрат на НДДКР, %	Обсяги продажів у 2016-2017 рр., млн євро	Темпи приросту продажів, %	Капітальні витрати, млн євро	Темпи приросту капітальних витрат, %	Частка капітальних витрат у обсягах продажів, %
1	VOLKSWAGEN	Німеччина	Автомобіль- примілобування	13672,0	0,4	217267,0	1,9	13152,0	-0,5	6,1
2	ALPHABET	США	Програмне забезпечення і комп'ютерні послуги	12864,1	12,7	85638,9	20,4	9687,9	2,6	11,3
3	MICROSOFT	США	Програмне забезпечення і комп'ютерні послуги	12367,9	8,8	85333,5	5,4	7711,8	-2,6	9,0
4	SAMSUNG ELECTRONICS	Південна Корея	Електронне устаткування	12154,6	-3,2	158571,0	0,6	19787,8	-8,0	12,5
5	INTEL	США	Технологічне забезпечення і устаткування	12086,1	5,0	56339,1	7,3	9131,0	29,3	16,2
6	HUAWEI	Китай	Технологічне забезпечення і устаткування	10362,7	28,5	53920,4	37,1	3038,6	60,2	5,6
7	APPLE	США	Програмне забезпечення і комп'ютерні послуги	9529,5	24,5	204571,7	-7,7	12852,7	17,9	6,3
8	ROCHE	Швейцарія	Фармацевтика і біотехнології	9241,6	6,2	47141,2	5,0	3862,6	19,5	8,2
9	JOHNSON & JOHNSON	США	Фармацевтика і біотехнології	8628,2	0,5	68200,4	2,6	3060,4	-6,8	4,5
10	NOVARTIS	Швейцарія	Фармацевтика і біотехнології	8539,0	-8,2	46898,8	-1,9	1766,4	-21,3	3,8
11	GENERAL MOTORS	США	Автомобіль- примілобування	7684,3	8,0	157840,8	9,2	27669,1	26,6	17,5
12	DAIMLER	Німеччина	Автомобіль- примілобування	7536,0	15,4	153261,0	2,5	5889,0	16,0	3,8
13	TOYOTA MOTOR	Японія	Автомобіль- примілобування	7500,1	-12,5	224150,8	-2,8	28764,4	-12,8	12,8
14	PRIZER	США	Фармацевтика і біотехнології	7376,9	1,4	50112,9	8,1	1896,4	33,6	3,8
15	FORD MOTOR	США	Автомобіль- примілобування	6925,3	9,0	144009,1	1,5	6633,1	-2,8	4,6
16	MERCK US	США	Фармацевтика і біотехнології	6483,3	-2,5	37764,0	0,8	1531,2	25,8	4,1
17	ORACLE	США	Програмне забезпечення і комп'ютерні послуги	5842,9	6,4	35791,7	1,8	1917,3	70,0	5,4
18	CISCO SYSTEMS	США	Технологічне забезпечення і устаткування	5748,0	-3,8	45541,2	-2,5	914,5	-15,9	2,0
19	FACEBOOK	США	Програмне забезпечення і комп'ютерні послуги	5615,2	22,9	26219,5	54,2	4260,5	78,0	16,2
20	ROBERT BOSCH	Німеччина	Автомобіль- примілобування	5587,0	7,4	73129,0	3,6	5213,0	7,5	7,1

Джерело: побудовано автором на основі [210]

Топ-20 компаній Європи за витратами на НДДКР у 2017 р.

Позиція у рейтингу	Компанія	Країна	Галузь	Витрати на НДДКР у 2016-2017 рр., млн євро	Темпи приросту витрат на НДДКР, %	Обсяги продажів у 2016-2017 рр., млн євро	Темпи приросту обсягів продажів, %	Кейт гальвіні в витрат, млн євро	Темпи приросту капітальних витрат, %	Частка капітальних витрат у обсягах продажів, %
1	VOLKSWAGEN	Німеччина	Автомобіле- і приладобудівництво	13672,0	0,4	217267,0	1,9	13152,0	-0,5	6,1
2	DAIMLER	Німеччина	Автомобіле- і приладобудівництво	7536,0	15,4	153261,0	2,5	5889,0	16,0	3,8
3	ROBERT BOSCH	Німеччина	Фармацевтика і біотехнології	5587,0	7,4	73129,0	3,6	5213,0	7,5	7,1
4	ASTRAZENECA	Великобританія	Фармацевтика і біотехнології	5358,1	-0,6	21821,5	-6,9	1371,8	8,9	6,3
5	BMW	Німеччина	Автомобіле- і приладобудівництво	5164,0	-0,1	94163,0	2,2	5823,0	-1,1	6,2
6	SANOFI	Франція	Фармацевтика і біотехнології	5156,0	-1,7	36529,0	-0,1	2083,0	-24,9	5,7
7	SIEMENS	Німеччина	Електроніка і електронне устаткування	5056,0	4,9	79644,0	5,3	2135,0	12,5	2,7
8	NOKIA	Фінляндія	Технологічне забезпечення і устаткування	4904,0	96,0	23614,0	7,4	477,0	51,9	2,0
9	BAYER	Німеччина	Фармацевтика і біотехнології	4774,0	7,6	47537,0	0,6	2578,0	2,4	5,4
10	FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES	Італія	Автомобіле- і приладобудівництво	4219,0	2,7	111018,0	0,4	8815,0	0,0	7,9
11	GLAXOSMITHKLINE	Великобританія	Фармацевтика і біотехнології	3952,8	9,4	32548,2	16,6	1800,8	11,8	5,5
12	ERICSSON	Швеція	Технологічне забезпечення і устаткування	3295,4	-10,0	23303,7	-9,8	641,6	-26,5	2,8
13	ARBUS	Італія	Авіація та оборона	3281,0	-9,2	66581,0	3,3	2805,0	-7,6	4,2
14	BOEHRINGER SOHN	Німеччина	Фармацевтика і біотехнології	3112,0	3,6	14798,0	11,1	591,0	7,8	4,0
15	SAP	Німеччина	Програми з забезпечення і комп'ютерні послуги	3037,0	12,9	22062,0	6,1	1001,0	57,4	4,5
16	CONTINENTAL	Німеччина	Автомобіле- і приладобудівництво	2917,4	15,4	40549,5	3,4	2592,5	19,0	6,4
17	RENAULT	Франція	Автомобіле- і приладобудівництво	2690,0	19,9	51243,0	13,1	2039,0	10,5	4,0
18	ALLERGAN	Ірландія	Фармацевтика і біотехнології	2675,8	5,3	13822,8	-3,3	314,4	-27,1	2,3
19	PEUGEOT (PSA)	Франція	Автомобіле- і приладобудівництво	2269,0	1,1	54030,0	-1,2	2107,0	29,8	3,9
20	MEDTRONIC PUBLIC LIMITED	Ірландія	Устаткування та послуги у сфері охорони здоров'я	2080,4	-1,4	28185,2	3,0	1189,6	19,9	4,2

Джерело: побудовано автором на основі [210]

Пріоритети в системі управління інтелектуальним капіталом у міжнародних компаніях нафтодобувного сектора

Компанія	Цілі впровадження СУІК	Компоненти інтелектуального капіталу, що розробляються	Результати
Royal Dutch Shell (Нідерланди)	<ul style="list-style-type: none"> задоволення енергетичних потреб суспільства за допомогою методів, які є економічною, соціальною та екологічною обґрунтованими; ключова увага приділена формуванню систем інформаційної підтримки управлінських рішень. 	<ul style="list-style-type: none"> пріоритет віддається організаційному капіталу, зокрема процесному, з метою управління і формування знаннями більш ефективно, включачи інформаційні системи, операційний процес і організаційну культуру 	<p>Fortune Global 500: 5 місце (2017)</p> <p>Дохід: 311,87 млрд дол. США (2017)</p> <p>Кількість працівників: 84 000 (2017)</p> <p>Ціна акцій: RDSA (NYSE) 67,02 USD +0,83 (+1,25%) станом на 7.08.2018</p>
British Petroleum (Великобританія)	<ul style="list-style-type: none"> формування конкурентних переваг за рахунок власних ноу-хау; холістична модель управління знаннями; пріоритетність управлінських завдань щодо підвищення швидкості пошуку рішень для технологічних проблем. 	<ul style="list-style-type: none"> акцент - на організаційний та людський капітал; вагомість клієнтського капіталу, у тому числі взаємовідносини з клієнтами і їх лояльність 	<p>Fortune Global 500: 8 місце (2017)</p> <p>Дохід: 244,58 млрд дол. США (2017)</p> <p>Кількість працівників: 74 000 (2017)</p> <p>Ціна акцій: BP (NYSE) 44,94 USD +0,81 (+1,82%) станом на 07.08.2018</p>
ExxonMobil Corporation (США)	<ul style="list-style-type: none"> клієнтський капітал слугує підґрунтям для модернізації бізнес-стратегій, які створюють додаткову цінність для клієнтів і зацікавлених сторін; людський капітал є основою для стабільного лідерства компанії в галузі; 	<ul style="list-style-type: none"> збалансоване поєднання всіх складових інтелектуального капіталу 	<p>Fortune Global 500: 9 місце (2017)</p> <p>Дохід: 244,3 млрд дол. США (2017)</p> <p>Кількість працівників: 71 200 (2017)</p> <p>Ціна акцій: XOM (NYSE) 81,47 USD +1,29 (+1,61%) станом на 07.08.2018</p>
Total S.A. (Франція)	<ul style="list-style-type: none"> активна експансія компанії зумовлює потребу в ефективних комунікаціях з бізнес-партнерами, клієнтами та представниками держав-резидентів; активний учасник стратегічних альянсів із іншими потужними операторами глобального енергетичного ринку. 	<ul style="list-style-type: none"> пріоритет віддається клієнтському капіталу з огляду на експансію діяльності компанії у понад 120 країнах світу 	<p>Fortune Global 500: 28 місце (2017)</p> <p>Дохід: 149,1 млрд дол. США (2017)</p> <p>Кількість працівників: 98 277 (2017)</p> <p>Ціна акцій: TOT (NYSE) 64,91 USD +1,48 (+2,33%) станом на 7.08.2018</p>
Chevron Corporation (США)	<ul style="list-style-type: none"> удосконалення організації операційної діяльності та бізнес-процесів; закордонні операційні витрати; підвищення рівня безпеки операційної діяльності. 	<ul style="list-style-type: none"> ключовим вважають організаційний капітал у частині оптимізації бізнес-процесів; чітка ідентифікація пріоритетів економічної ефективності та безпеки на рівні стейкхолдерів компанії 	<p>Fortune Global 500: 33 місце (2017)</p> <p>Дохід: 134,5 млрд дол. США (2017)</p> <p>Кількість працівників: 51 900 (2017)</p> <p>Ціна акцій: CVX (NYSE) 125,61 USD +1,31 (+1,05%) станом на 7.08.2018</p>
Schlumberger (США)	<ul style="list-style-type: none"> володіє технологіями добування сланцевого газу, маючи відповідні патенти; акцент робиться формуванні та розвитку відносин, спрямованих на різні категорії та групи клієнтів 	<ul style="list-style-type: none"> найважливішим вважають структурний капітал, що включає інформаційні технології, ноу-хау, патенти та ліцензії 	<p>Fortune Global 500: 386 місце (2017)</p> <p>Дохід: 30,44 млрд дол. США (2017)</p> <p>Кількість працівників: 100 000 (2017)</p> <p>Ціна акцій: SLB (NYSE) 66,88 USD +1,14 (+1,73%) станом на 08.05.2018</p>

Джерело: розроблено автором на основі даних офіційних сайтів відповідних компаній.

Розрахунок коефіцієнта MV/BV для компанії у розрізі окремих видів економічної діяльності у 2017 р.

Сфера	Компанія	Вартість активів, млрд дол. США	Поточні зобов'язання, млрд дол. США	Довгострокові зобов'язання, млрд дол. США	Балансова вартість, млрд дол США (BV)	Ринкова вартість, млрд дол США (MV)	MV / BV
Комп'ютерна послуга	Alphabet	206,9	24,2	20,6	186,3	766,4	4,11
	IBM	125,3	37,4	70,4	54,9	132,3	2,41
	Facebook	88,9	3,8	6,4	82,5	541,5	6,56
	Tencent Holdings	85,2	22,1	18,2	67,0	491,3	7,34
	Accenture	23,1	9,8	0,2	22,9	101,0	4,41
	Baidu	42,8	12,0	5,1	37,7	94,1	2,50
	Cognizant	15,0	2,8	0,7	14,3	44,9	3,14
	RELX Group	16,6	5,9	6,5	10,1	43,4	4,29
	Infosys	12,3	2,2	0,0	12,3	38,3	3,11
	Apple	367,5	100,8	140,5	227,0	926,9	4,08
Програм-не забезпечення	HP	35,2	22,4	6,8	28,4	37,3	1,31
	Hewlett Packard Enterprise	61,6	18,9	10,2	51,4	27,4	0,53
Інтернет-портал	Dell Technologies	122,3	45,9	42,5	79,8	57,2	0,72
	Lenovo Group	29,5	19,5	2,6	26,9	5,8	0,22
	Amazon	126,4	57,8	24,7	101,7	777,8	7,65
	Alibaba	114,0	21,6	19,0	95,0	499,4	5,26
	Netflix	20,2	5,5	6,5	13,7	141,9	10,36
Добова нафта	eBay	24,6	3,5	9,2	15,4	38,0	2,47
	Vipshop Holdings	5,8	3,0	0,6	5,2	8,7	1,68
	Royal Dutch Shell	410,7	79,8	59,4	351,3	306,5	0,87
	ExxonMobile	348,8	57,8	23,1	325,7	344,1	1,06
	Chevron	256,4	27,7	33,5	222,9	248,1	1,11
Виробництво автомобілів	Toyota Motor	473,0	167,3	129,5	343,5	200,7	0,58
	Volkswagen Group	531,4	160,4	6,7	524,7	101,4	0,19
	BMW Group	241,3	69,0	49,3	192,0	72,3	0,38
	Honda Motor	181,9	62,2	10,0	171,9	58,9	0,34
	Ford Motor	267,2	94,6	12,6	254,6	44,6	0,18
	Nissan Motor	173,7	60,5	1,6	172,1	39,7	0,23
	Fiat Chrysler Automobiles	117,6	55,0	12,4	105,2	35,0	0,33
	Renault	132,0	66,2	5,4	126,6	30,8	0,24
	Tesla	27,3	7,7	8,9	18,4	51,1	2,78
	Mahindra&Mahindra	12,4	0,1	0,8	11,6	16,1	1,38
Ferrari	5,4	1,4	1,7	3,7	25,0	6,83	

Джерело: побудовано автором на основі [200, 211]

Розрахунок показників інтелектуального капіталу компаній DJI методом VAIC

Компанія	Інтелектуальний капітал (IC), млн дол США	Вартість чистого капіталу (NW), млн дол США	Внутрішня вартість (IW), млн дол США	Ринкова капіталізація (MC), млн дол США	Економічна додана вартість (EVA), млн дол США	IC / IW, %	ЕВПДА / IC, %	NPT / IC, %	Sales* / IC	MC / IW
Apple	1050227	114949	1165176	826585	8295	90,13	6,81	5,08	0,24	0,71
3M	122318	10428	132746	132634	1507	92,14	6,02	3,90	0,27	1,00
American Express	64263	20892	85155	80407	1089	75,47	18,94	5,65	0,31	0,94
Boeing	152145	-1374	150771	192793	2133	100,91	8,69	6,73	0,62	1,28
Caterpillar	59681	14942	74623	89047	1216	79,98	13,24	3,59	0,78	1,19
Chevron	34999	15380	188379	218831	924	18,58	107,27	24,30	3,88	1,16
Cisco	131945	46661	178606	214541	1838	73,87	10,14	2,62	0,37	1,20
Coca-Cola	84368	20176	104544	186315	1811	80,70	11,99	4,65	0,43	1,78
DuPont	282156	99882	382038	148037	-53	73,86	2,98	1,17	0,24	0,39
Exxon Mobil Corp	257866	193533	451399	318659	987	57,13	15,90	7,96	0,99	0,71
General Electric	63843	71800	135643	117263	-855	47,07	16,41	-1,68	1,91	0,86
Goldman Sachs	174556	97802	272358	98880	17	64,09	14,19	3,99	0,18	0,36
Home Depot	197587	1687	199274	213998	2233	99,15	8,33	4,55	0,51	1,07
Intel	367136	70047	437183	247224	3673	83,98	7,35	3,80	0,18	0,57
IBM	230224	18648	248872	141064	1806	92,51	4,99	3,54	0,35	0,57
Johnson & Johnson	353762	62889	416651	348735	2922	84,91	6,36	2,36	0,22	0,84
JP Morgan Chase	680572	283526	964098	377714	2406	70,59	9,35	4,25	0,10	0,39
McDonald's	94029	-5851	88178	123087	1385	106,64	10,37	5,86	0,22	1,40
Merck	108252	33901	142153	147614	104	76,15	7,78	2,46	0,37	1,04
Microsoft	609971	82718	692689	709624	6390	88,06	7,14	3,25	0,19	1,02
Nike	60913	9812	70725	110010	960	86,13	7,43	4,65	0,58	1,56
Pfizer	595695	70563	666258	214963	2359	89,41	3,20	2,64	0,09	0,32
Procter & Gamble	390933	54483	445417	207785	1054	87,77	3,74	2,61	0,17	0,47
Travelers Companies	65598	22623	88221	37645	206	74,36	5,84	3,66	0,38	0,43
United Technologies	197003	33346	230349	100656	1399	85,52	5,35	2,21	0,33	0,44
UnitedHealth	558681	50036	608717	211218	1929	91,78	3,44	2,16	0,39	0,35
Verizon	828563	53575	882138	197927	3083	93,93	5,20	3,54	0,15	0,22
Visa	358440	38788	397228	277638	1579	90,24	3,87	2,61	0,06	0,70
Wal-Mart	188808	78324	267132	262461	1102	70,68	11,60	5,79	2,63	0,98
Walt Disney	337754	48651	386405	151664	2094	87,41	5,02	3,46	0,17	0,39

* Примітка. Sales - обсяги реалізації продукції.

Джерело: побудовано і розраховано автором на основі [86]

Стратегічна карта для портфеля брендів міжнародної компанії Nestle

Об'єкти інтелектуальної власності компанії (бренди)	Упорядкування OIB компаній за ступенем стратегічної значущості										Вибір стратегій управління OIB							
	Критерії віднесення об'єктів до певної категорії			Внесок OIB у формування грошового потоку компанії			Ступінь стратегічної значущості OIB			Стратегія конкуренції			Стратегія комерціалізації					
	Географічне поширення використання OIB			Ймовірність отримання синергетичного ефекту			Зростання			Незалежність			Мультиплекція					
	Суттєве	Помірне	Незначне	Висока	Помірна	Відсутня	Зростання	Стабільність	Скорочення	Стратегічний	Цінний	Незалежний	Мультиплекція	Концентрація	Інтеракція	Ласивна	Реактивна	Проактивна
Складові портфеля брендів																		
Antica Gelateria			X			X								X				X
Beneful			X				X								X			X
Cat Show	X			X							X					X		
Carnation			X					X										X
Chamyto			X				X											X
Chiquitin			X				X											X
Contrex	X			X							X							X
Crunch Cereal	X						X											X
Desayuno			X					X										X
Dog Show								X										
Dolce Gusto	X			X							X							
Fancy Feast	X			X							X							
Felix	X										X							
Fido	X										X							
Frigor			X															X
Friskies	X			X							X							
Gourmet	X			X														X
Kit Kat	X																	X
Lean	X			X							X							X

Примітка. «X» – відповідність бренду цьому критерію / ступеню стратегічної значущості / стратегії конкуренції / стратегії комерціалізації.

Об'єкти інтелектуальної власності компанії (бренди)	Упорядкування OIB компаній за ступенем стратегічної значущості										Вибір стратегій управління OIB						
	Критерії віднесення об'єктів до певної категорії			Ступінь стратегічної значущості OIB			Стратегія конкуренції			Стратегія комерціалізації							
	Географічне поширення використання OIB			Ймовірність отримання синергетичного ефекту			Внесок OIB у формування грошового потоку компанії			Мультитипікація							
Суттєве	Помірне	Незначне	Висока	Помірна	Висуття	Зростання	Стабільність	Скорочення	Стратегічний	Цінний	Незначущий	Мультитипікація	Концентрація	Інтернація	Ласивна	Реактивна	Проактивна
Категорії портфелів брендів																	
Levissima		X		X			X					X		X			X
Lifesavers		X		X				X						X			X
Maggi	X			X		X			X				X		X		
Milo	X			X					X				X				
Nescafe				X					X								
Nestle Baby		X		X					X				X				
Nestle Fitness		X		X					X				X				
Nestle Nutri Pro		X		X					X				X				
Nestle Professional	X			X					X				X		X		
Nespresso		X		X					X				X				
Nesquik		X		X					X				X				
Nido Plus		X		X					X				X				
Optifast					X				X				X				X
St. Bernardo				X					X				X		X		
S. Pellegrino				X					X				X		X		
Pemier				X					X				X		X		
Pro Plan		X		X					X				X		X		
Purina	X			X					X				X		X		
Vittel		X		X					X				X				
Waters Pure			X	X					X				X				X

Джерело: авторська розробка

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
«ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА»

№ 13/18«28» листопада 2018 р.

Голові спеціалізованої вченої ради

Д 26.055.06

Мельник Т.М.

ДОВІДКА

про впровадження в практичну діяльність результатів дисертаційного дослідження на тему «Управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії»

Розробки та рекомендації Воробей Юлії Миколаївни щодо управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії, а саме удосконалення методології формування стандартів звітності щодо використання інтелектуального капіталу міжнародних компаній та рекомендації щодо інформаційної підтримки захисту інтелектуального капіталу міжнародної компанії, запропоновані у дисертаційному дослідженні автора, використовуються в роботі ТОВ «ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА».

Директор



А.Г. Войтовський

ТОВ «ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА»

08700, Україна, Київська обл., м. Обухів, вул. Третьяківська, 33. Тел./факс: +380444927408; +380457256567
Код ЗКПО 35161975, ІПН 351619750163.



ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

«СПЕКТР-АГРО»

06702, Київська обл., м. Обухів, вул. Промислова, 20, Тел./факс: +380445209430; +380445209432
Код ЄДРПОУ 36348550 р/р 26008455018373 у АТ "ОТП Банк" МФО: 300528

№ 14/18

«11» лютого 2018 р.

Голові спеціалізованої вченої ради

Д 26.055.06

Мельник Т.М.

ДОВІДКА

про впровадження в практичну діяльність результатів дисертаційного дослідження
на тему «Управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії»

Розробки та рекомендації Воробей Юлії Миколаївни щодо управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії, а саме удосконалення методичних засад стратегічного управління інтелектуальним капіталом компанії за рахунок обґрунтування доцільності розгляду об'єктів інтелектуальної власності компанії як інтегруючого результату ефективності використання її інтелектуального капіталу, запропоновані у дисертаційному дослідженні автора, використовується в роботі ТОВ «Спектр-Агро».

Генеральний директор



В.П. Лобач



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, тел. (044) 531 47 41, факс (044) 544 39 74
e-mail knteu@knteu.kiev.ua, код ЄДРПОУ 01566117

03.12.2018 № 3332/20
На № _____

ДОВІДКА

Видана Воробей Юлії Миколаївні, аспірантці кафедри міжнародних економічних відносин, у тому, що вона дійсно з 1 жовтня по 31 грудня 2018 р. бере участь у розробленні науково-дослідної роботи № 655/20 «Експорт-промоушн України в умовах дестабілізації глобальних торговельних регуляторів» (термін виконання 1.10.2017 р. – 30.09.2019 р.).

Номер державної реєстрації НДР – 0117U007173.

Особистий внесок Воробей Юлії Миколаївни:

- оцінено детермінанти формування стратегії комерціалізації інтелектуального капіталу міжнародних компаній на європейському ринку;
- удосконалено методологію формування стандартів звітності щодо використання інтелектуального капіталу міжнародних компаній.

Довідка видана для подання до спеціалізованої вченої ради Д 26.055.06 Київського національного торговельно-економічного університету.

**Проректор
з наукової роботи**

С.В. Мельниченко



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

вул. Києво, 19, м. Київ, 02156, тел. (044) 531 47 41, факс (044) 544 39 74
e-mail knteu@knteu.kiev.ua, код ЄДРПОУ 01566117

10.02.2019 № 429/16
На № _____

ДОВІДКА

Видана Воробей Юлії Миколаївні, аспіранту кафедри міжнародних економічних відносин Київського національного торговельно-економічного університету, про те, що окремі положення, висновки та пропозиції, що містяться у дисертаційному дослідженні, виконаному на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук на тему «Управління інтелектуальним капіталом міжнародної компанії», застосовувалися в освітньому процесі Київського національного торговельно-економічного університету під час підготовки програми та робочої програми дисципліни «Міжнародна безпека» для студентів освітнього ступеня «бакалавр» спеціалізації «Міжнародний бізнес». Особистий внесок аспіранта: розробка змісту лекційних та семінарських занять, самостійної роботи студентів до вивчення тем: «Економічна безпека та її роль в розвитку світового господарства та МЕН», «Система міжнародної безпеки та її складові».

Довідка видана для подання до спеціалізованої вченої ради К 26.055.06 Київського національного торговельно-економічного університету.

**Проректор
з наукової роботи**



С. В. Мельниченко

Божко Тетяна Василівна

(044) 531 47 33

Список публікацій здобувача за темою дисертації:

1. Воробей Ю. М. Адаптація стандарту звітування з інтелектуального капіталу InCas до використання в діяльності міжнародних компаній / Ю. М. Воробей // Економіка. Фінанси. Право. – 2018. – № 7/1. – С. 4–8 (0,48 друк. арк.).
2. Воробей Ю. М. Методи оцінки інтелектуального капіталу міжнародної компанії / Ю. М. Воробей // Інфраструктура ринку. – 2018. – № 21. – С. 8–12 (0,56 друк. арк.).
3. Воробей Ю. М. Національні стандарти управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній / Ю. М. Воробей // Бізнес-навігатор. – 2018. – № 5 (48). – С. 9–12 (0,61 друк. арк.).
4. Воробей Ю. М. Інформаційна підтримка захисту інтелектуального капіталу міжнародної компанії / Ю. М. Воробей // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2018. – № 6 (101). – С. 62-71 (0,59 друк. арк.).
5. Воробей Ю. М. Технології управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній / Ю. М. Воробей, В.П. Онищенко // 36. наук. праць «Економічний простір». – 2017. – № 127. – С. 35–47 (0,69 друк. арк.).
6. Воробей Ю. М. Сутність, структура та функції інтелектуального капіталу компанії / Ю. М. Воробей // Молодий вчений. – 2016. – № 4. – С. 39–43 (0,67 друк. арк.).
7. Воробей Ю. М. Проблемы в оценке стоимости интеллектуального капитала в Международных компаниях / Ю. М. Воробей // East European Science Journal. – 2018. – № 9 (37). – С. 9–13 (0,40 друк. арк.).
8. Воробей Ю. М. Сутність управління інтелектуальним капіталом компанії та основні стратегії / Ю. М. Воробей // Перший незалежний наук. вісник. – 2016. – № 14. – С. 35–38 (0,40 друк. арк.).
9. Воробей Ю. М. Основні проблеми управління інтелектуальним капіталом та шляхи їх вирішення / Ю. М. Воробей // Інноваційний розвиток економіки: проблеми та перспективи : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф.

(Умань, 29 вересня 2016 р.) – Умань : ВПЦ «Візаві». – 2016. – С. 178–181 (0,14 друк. арк.).

10. Воробей Ю. М. Підходи до визначення сутності та структури інтелектуального капіталу компанії / Ю. М. Воробей // Актуальні наукові дослідження в сучасному світі : матеріали XVI Міжнар. наук.-практ. конф. (Переяслав-Хмельницький, 26–27 вересня 2016 р.). – Переяслав-Хмельницький, 2016. – Вип. 9 (17). – Ч. 5 – С. 10–15 (0,29 друк. арк.).

11. Воробей Ю. М. Управління інтелектуальним капіталом компанії: сутність, зміст та основні стратегії / Ю. М. Воробей // Новий погляд на розвиток економіки країни : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 25–26 березня 2016 р.). — Херсон : Гельветика, 2016. – С. 142–145 (0,19 друк. арк.).

12. Воробей Ю. М. Підходи до звітування про інтелектуальний капітал міжнародних компаній: переваги та недоліки / Ю. М. Воробей // Сучасні наукові дослідження на шляху до вдосконалення економічного потенціалу країни : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Дніпро, 22 вересня 2018 р.). – Дніпро : НО «Перспектива», 2018. – С. 9–12 (0,15 друк. арк.).

13. Воробей Ю. М. Управління інтелектуальним капіталом в умовах економіки знань / Ю. М. Воробей // Механізми, стратегії, моделі та технології управління економічними системами за умов інтеграційних процесів: теорія, методологія, практика : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (Мукачеве, 5–7 жовтня 2018 р.). – Хмельницький, 2018. – С. 27–28 (0,11 друк. арк.).