

Ліпич Л.Г.доктор економічних наук, професор,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки**Хілуха О.А.**кандидат економічних наук, доцент,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки**Кушнір М.А.**кандидат економічних наук, доцент,
Львівський університет бізнесу та права**Lipych Liubov**

East-European National University of Lesya Ukrainka

Khilukha Oksana

East-European National University of Lesya Ukrainka

Kushnir Myroslava

Lviv University of Business and Law

ВПЛИВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ПІДПРИЄМСТВА

THE IMPACT OF INTELLECTUAL CAPITAL ON THE MANAGEMENT OF COMPANY KNOWLEDGE

Ефективна система управління знаннями та інтелектуальним капіталом є одним з головних чинників оперативної адаптації підприємства до зміни умов господарювання, програмування цих змін, забезпечення високої конкурентоспроможності та стійкого розвитку. Управління знаннями – це концепція стратегічного управління підприємством, орієнтована на збільшення вартості підприємства, заснована на вмілому придбанні та використанні знань і створенні інтелектуального капіталу. Інтелектуальний капітал включає компоненти, створені на основі управління ресурсами (активами) знань, які є основою отримання підприємством вигід, що у стратегічній перспективі сприяють збільшенню його вартості. За пропонованого підходу інтелектуальний капітал повинен включати такі компоненти, як людський капітал, капітал клієнтів, ринковий капітал та організаційний капітал, а також взаємозв'язки між цими компонентами. Сполучними для цих процесів є три групи чинників, таких як мікрофактори, макрофактори, егофактори. Модель створення інтелектуального капіталу передбачає визначення компонент окремих складових інтелектуального капіталу та детермінант, що відповідають за розроблення окремих компонентів інтелектуального капіталу.

Ключові слова: управління знаннями, інтелектуальний капітал, складові інтелектуального капіталу, чинники впливу на формування інтелектуального капіталу.

Эффективная система управления знаниями и интеллектуальным капиталом является одним из главных факторов оперативной адаптации предприятия к изменению условий хозяйствования, программирования этих изменений, обеспечения высокой конкурентоспособности и устойчивого развития. Управление знаниями – это концепция стратегического управления предприятием, ориентированная на увеличение стоимости предприятия, основанная на умелом приобретении и использовании знаний и создании интеллектуального капитала. Интеллектуальный капитал включает компоненты, созданные на основе управления ресурсами (активами) знаний, которые являются основой получения предприятием выгод, которые в стратегической перспективе способствуют увеличению его стоимости. По предлагаемому подходу интеллектуальный капитал должен включать такие компоненты, как человеческий капитал, капитал клиентов, рыночный капитал и организационный капитал, а также взаимосвязи между этими компонентами. Соединительными для этих процессов есть три группы факторов, таких как микрофакторы, макрофакторы, егофакторы. Модель создания интеллектуального капитала предусматривает определение компонент отдельных составляющих интеллектуального капитала и детерминант, отвечающих за разработку отдельных компонентов интеллектуального капитала.

Ключевые слова: управление знаниями, интеллектуальный капитал, составляющие интеллектуального капитала, факторы влияния на формирование интеллектуального капитала.

The presence of an efficient system of managing knowledge and intellectual capital (that complement each other) becomes one of the major factors in the operational adaptation of the enterprise to the changes of the environment, in the programming of these changes, in ensuring high competitiveness and sustainable development. It has been proved that knowledge management is a concept of strategic enterprise management that is focused on increasing the value of an enterprise, based on the skillful acquisition and use of knowledge and the creation of intellectual capital. Knowledge management at the tactical level must be derived and subordinated to the strategic level that is to the vision of the structural construction of the enterprise on the basis of knowledge. Intellectual capital includes components created on the basis of management of knowledge resources (assets) that can become the basis for obtaining the benefits, which in the strategic perspective facilitate the increase in the enterprise value. Intellectual capital is based on knowledge, although it includes other valuable components, such as commercial brand or customer relationships. An important part of this capital is the key competence that relates to the potential operational opportunities created as a result of organizational learning. In the proposed approach, intellectual capital should include certain components such as human capital, customer capital, market capital and organizational capital, as well as the interconnections between these components. The division of intellectual capital into market and organizational (the components of structural capital) was conducted in order to focus knowledge management on the processes that are the most important for the enterprise. Knowledge management and organizational learning are considered to be the basis for creating intellectual capital. Improving key competencies and managing customer relationships are explained as two of the most important business processes that affect its creation. All these processes are connected by the three groups of factors: micro factor, macro factors, and ego factors. Consequently, the model for the creation of intellectual capital involves identifying components of the certain parts of intellectual capital that are the most important in terms of functional environment and factors that determine the competitiveness of the industry in which this enterprise operates as well as identifying the determinants responsible for the development of individual components of intellectual capital.

Key words: knowledge management, intellectual capital, components of intellectual capital, factors that influence the formation of intellectual capital.

Постановка проблеми. Управління ХХІ століття зустрічається з новими викликами, пов'язаними з визначальними чинниками економіки, заснованої на знаннях. Варто процитувати слова видатного вченого й провидця П. Друкера, який, усвідомлюючи важливість придбання, інтерпретації та об'єднання знань та їх трансформації в практичну діяльність, звернув увагу на необхідність розвитку управління, заснованого на знаннях. За його словами, сутність сучасного менеджменту полягає в продуктивному використанні знань. Підприємства, що працюють в економіці, заснованій на знаннях, змушені шукати нові парадигми управління, які будуть фокусуватися на поширенні інформації та знань, поліпшенні ключових компетенцій, розвитку знань та навичок працівників, підтримці внутрішньо-організаційного навчання й прийнятті нових управлінських рішень.

Здатність продукувати й ефективно використовувати нові актуальні знання дає змогу оперативно визначати та посилювати порівняльні конкурентні переваги, приводити у відповідність внутрішні можливості розвитку (потенціал інноваційного розвитку) до зовнішніх, які генеруються ринком (ринкові можливості й загрози). Наявність на підприємстві ефективної системи управління знаннями та інтелектуальним капіталом, які доповнюють одне одного, стає одним з головних чинників оперативної

адаптації до зміни умов господарювання, програмування цих змін, забезпечення високої конкурентоспроможності та стійкого розвитку на національному й міжнародних ринках.

Управління переважно стосується людей, а не методів або процедур. Це визначає необхідність формування нового погляду на умови розвитку сучасних підприємств з урахуванням ресурсів знань бізнес-структур та знань працівників, що використовуються в практичній діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління знаннями досліджувалися багатьма науковцями. Засадничі аспекти розроблені в працях зарубіжних учених. Зокрема, Т.М. Коулопоулос та К. Фраппаоло [1] висвітлюють загальні підходи до управління знаннями. К. Джанетто та Е. Уілер [2] розглядають питання розроблення та впровадження корпоративної стратегії управління знаннями організації. Основи маркетингу знань закладені в працях зарубіжних дослідників, таких як Б. Бішоп [3], Т. Стюарт [4], Т. Давенпорт [5], А. Сімар [6]. Вони розглядають маркетингові інструменти та методи комерціалізації знань, включаючи традиційні й нові, які базуються на застосуванні інтернет-технологій. Сучасним підходам до вдосконалення менеджменту знань, управління знаннями з позицій забезпечення інноваційного розвитку приділяли

увагу Б.Л. Бланк, Дж. -Л. Боуліон [7], С. Мачке, Дж. Москалюк, Ю. Крес [8], Р. Ландрі, Н. Амара [9], М. Петер [10], М.Е. Дженекс [11]. Різні аспекти управління знаннями підприємств досліджувалися також вітчизняними вченими. І.П. Мойсеєнко [12] висвітлює підходи до побудови елементів системи управління знаннями, а також інтелектуальними активами підприємства, говорить про необхідність створення організаційної культури та структури управління знаннями. Я.Ю. Вовк [13] розглядає роль персоналу в управлінні знаннями на підприємстві, показує їх роль у забезпеченні його розвитку. С.М. Ілляшенко [14] відзначає провідну роль знань у забезпеченні інноваційної культури підприємства. У публікаціях М.Я. Матвіїва [15] та А.С. Якшина [16] розглянута проблема застосування маркетингу знань на ринку освітніх послуг. Незважаючи на велику кількість напрацювань, недостатньо дослідженими залишилися питання взаємного узгодження процесів продукування й використання знань на підприємстві, визначення ролі інтелектуального капіталу та виокремлення його компонентів, що мають вагомий вплив на управління знаннями.

Метою статті є ідентифікація ключових процесів управління знаннями, діагностування та виокремлення компонентів інтелектуального капіталу, які мають найбільший вплив на управління знаннями. Зроблено акцент на взаємозалежності та зворотному зв'язку між окремими елементами інтелектуального капіталу та управлінням знаннями.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зростаючий інтерес до питань управління знаннями та інтелектуальним капіталом, який спостерігається у світовій та українській літературі, є перш за все відповіддю на виклики практики управління. Нині інтелектуальний капітал сприймається як важливий чинник, що визначає успіх підприємства, джерело конкурентної переваги та ключовий елемент створення ринкової вартості.

Управління знаннями та створення інтелектуального капіталу слід розглядати як взаємозалежні процеси, що доповнюють один одного та перекриваються один одним, тому що інтелектуальний капітал є похідним та результатом умілого використання знань на практиці.

Роблячи спробу сформулювати власне визначення управління знаннями, враховуємо такі передумови, пов'язані з роллю знань в управлінні бізнесом:

- знання є цінним, стратегічним ресурсом сучасного підприємства, основою створення ним інноваційних процесів;
- знання створюються людьми;

- знання є ресурсом, який використовується в кожній сфері та на кожному рівні управління підприємством;

- в практиці не існує одного виду або категорії знань, найчастіше створюються їх інтегровані пакети різних видів;

- якість, своєчасність та цінність отриманих знань перевіряються середовищем, ринком і клієнтом, який оцінює цінність продукту або послуги для нього.

Отже, управління знаннями слід розглядати як сучасну концепцію управління підприємством, що підлягає постійній перевірці та контролю, інтегрований організаційний процес, що поєднує управління людськими ресурсами, ключові бізнес-процеси й процедури, які здійснюються з використанням сучасних технологій та телеінформаційних систем.

Управління знаннями – це концепція стратегічного управління підприємством, орієнтована на збільшення вартості підприємства, заснована на вмілому придбанні та використанні знань і створенні інтелектуального капіталу. Ключові процеси управління знаннями показані на рис. 1.

Отже, сутність управління знаннями полягає в практичному використанні всіх ресурсів, якими володіє підприємство для досягнення своїх цілей. Проте слід пам'ятати, що навіть бездоганні процеси пошуку й розвитку знань – це тільки половина успіху. Щоби говорити про переваги управління знаннями, а не лише про виконану в цьому процесі роботу, нові знання повинні використовуватися на практиці. Варто зазначити, що для розвитку інновацій необхідно управляти всіма ресурсами знань, доступними для підприємства, зокрема знаннями, депозитаріями яких є персонал.

Найбільш важливою для практики управління є проблема вмілої інтеграції діяльності на стратегічному й тактичному рівнях (рис. 2).

Представлена модель відображає практичний погляд і є хорошою візуалізацією філософії мислення, яка вписується в концепцію управління знаннями. Управління знаннями на тактичному рівні має бути похідним та підпорядковуватися стратегічному рівню, тобто баченню структурної побудови підприємства на основі знань. Здатність ефективно використовувати знання різних взаємопроникаючих видів разом з розвитком ключових компетенцій визначає зростання ринкової вартості та конкурентоспроможності підприємства.

У науковій літературі можна знайти багато визначень інтелектуального капіталу, що ускладнює ідентифікацію одного загальноприйнятого й однозначного підходу. Спроби пояснити сутність поняття «інтелектуальний

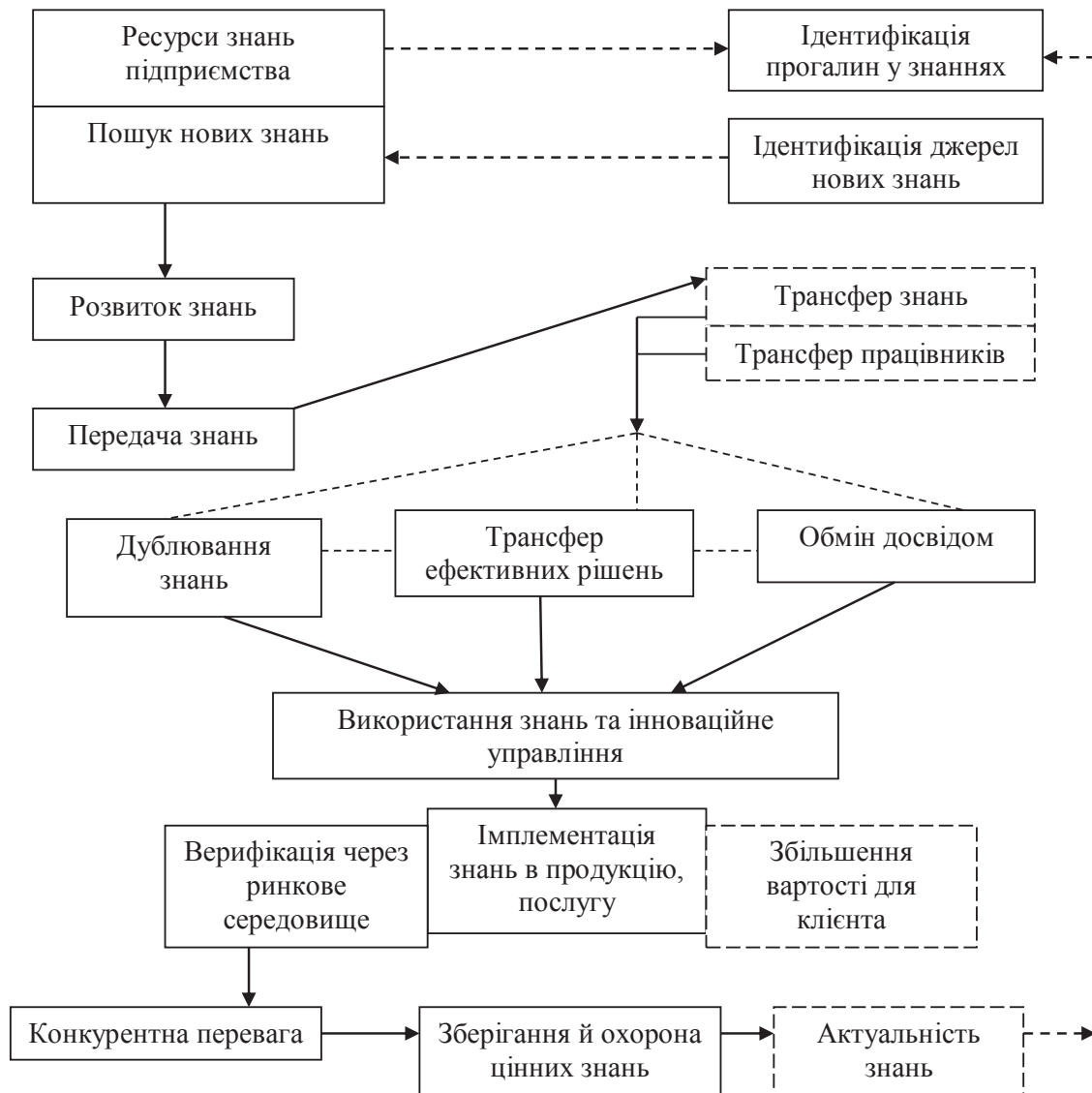


Рис. 1. Ключові процеси управління знаннями

Джерело: складено авторами

капітал» дають змогу припустити, що його найчастіше розглядають через призму впливу того значення, яке він має для підприємства щодо зміни ринкової вартості.

Л. Едвінссон і М.С. Мелоун стверджують, що інтелектуальний капітал – це різниця між ринковою та балансовою вартістю підприємства, тобто сума прихованих активів, які не включені у фінансову звітність. Таким чином, інтелектуальний капітал є віддзеркаленням прихованої різниці між ринковою та балансовою вартістю. [17].

О.В. Кендюхов виділяє три підходи до визначення інтелектуального капіталу, такі як структурний, функціонально-структурний та термінологічний. У межах структурного підходу різні автори визначають інтелектуальний капітал, враховуючи структуру його складових. За функціонального підходу визначаються

функції інтелектуального капіталу, а за термінологічного – сутнісні ознаки самого терміна [18, с. 9]. Частина визначень є змішаними, тобто вони визначають одночасно елементи структури інтелектуального капіталу й частково його функції чи сутнісні ознаки.

У роботах 1989–2002 років визначником сутності інтелектуального капіталу є або нематеріальні активи (К.-Е. Свейбі, Е. Брукінг, Т. Девенпорт, Л. Прусак, Б.Б. Леонтьєв), або знання та інформація (Т. Стюарт, Л. Едвінсон, М. Мелоун, В.Л. Іноземцев, П. Саліван, В. Зинов, К. Сафарян, М. Армстронг). У цей період поняття інтелектуальних ресурсів як визначника інтелектуального капіталу майже ніде не зустрічається в титульних визначеннях цієї категорії. Ситуація кардинально змінюється у 2003–2012 роках, коли з авторських визначень інтелектуального

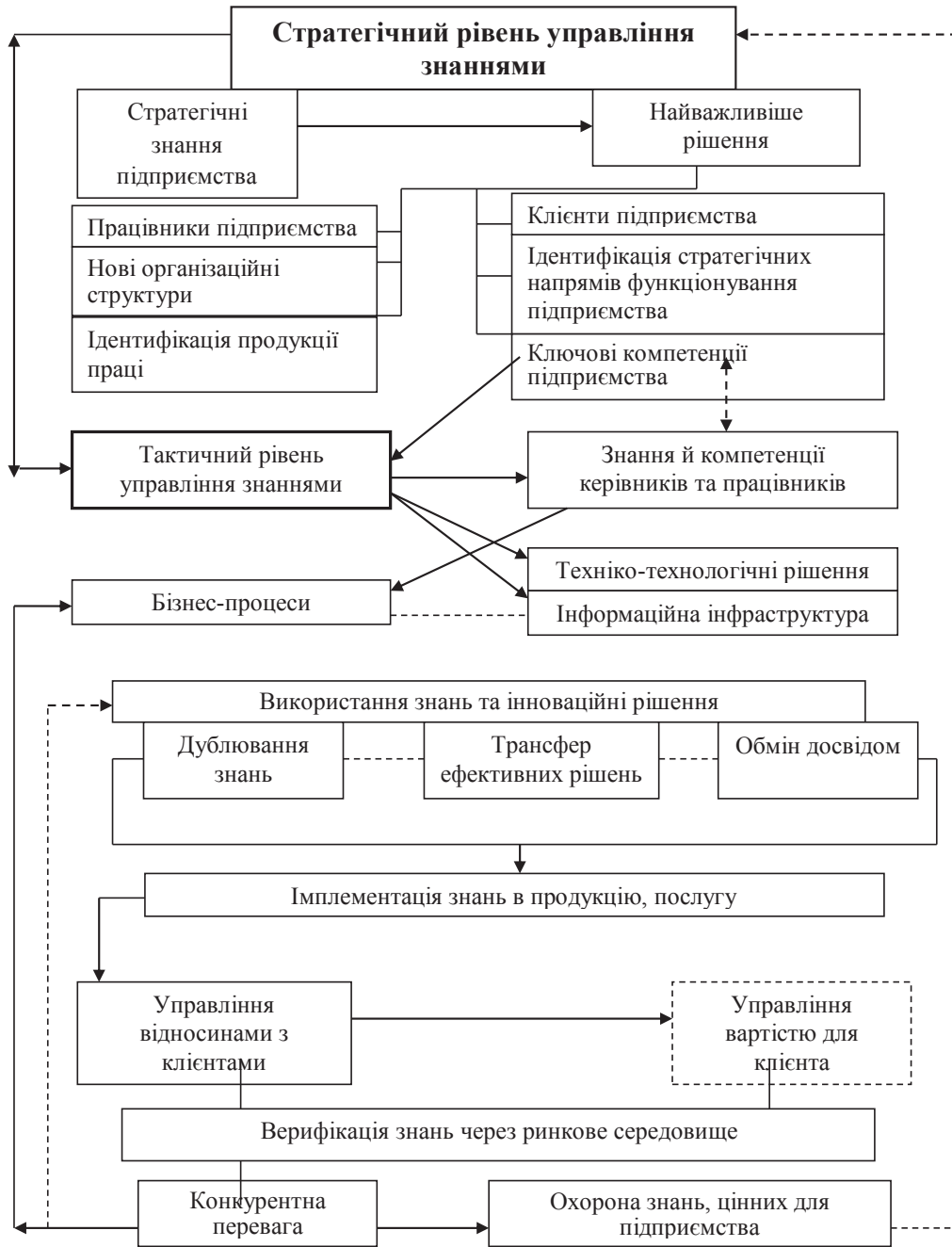


Рис. 2. Концепція управління знаннями на підприємстві

Джерело: складено авторами

капіталу зникають складові «нематеріальні активи» й «знання та інформація», замість чого починає широко використовуватися складова «інтелектуальні ресурси» (Л.Г. Мельник, С.М. Ільяшенко, В.А. Касьяненко, О.В. Кендюхов, А.М. Колот, В.Ю. Школа, В.О. Щербаченко, Й.С. Ситник). Термін «матеріальні активи» все ще використовує Л.І. Лукичева, а О.Б. Бутнік-Сіверський базується на визначенні інтелектуального капіталу як на понятті інтелектуального продукту. Подібна ситуація спостерігається також у роботах іноземних авторів цього періоду, що пояснюється тим, що, по-перше, розви-

ток науки та технологій виробництва інтелектуальних продуктів привів до чіткого виділення менеджменту знань як самостійного напрямку науки про управління, що спонукало до відносного відокремлення його термінології; по-друге, поняття інтелектуальних ресурсів та інтелектуальних продуктів у сучасному розумінні містять результат комерціалізації інтелектуального капіталу, тому включають ознаки інтелектуальних активів та інтелектуальної власності.

Варто зазначити, що інтелектуальний капітал є похідним від вартості знань підприємства,

проявляється в ефективному придбанні та використанні ресурсів знань, адаптуючись до поточної ринкової ситуації, а також до майбутніх змін, які менеджери повинні вміло сприймати й передбачати. Завдяки придбаним і власним знанням управлінці приймають оптимальні рішення з меншим ризиком і надають клієнтам продукти й послуги, які відповідають їх реальним потребам та очікуванням.

Аналіз представлених думок дає змогу сформулювати такі висновки:

- ресурси знань, перетворені на цінності підприємства, формують основу створення й розвитку інтелектуального капіталу;

- інтелектуальний капітал створюється на основі управління ресурсами знань, які є джерелом та ресурсом створення вартості підприємства;

- важливіші (цінніші) ті знання, які щодо стратегічних цілей підприємства за їх використання створюють більшу вартість.

Таким чином, виправдано стверджувати, що інтелектуальний капітал включає компоненти, створені на основі управління ресурсами (активами) знань, які можуть стати основою отримання підприємством вигід, що у стратегічній перспективі сприяють збільшенню його вартості.

Слід також зазначити, що інтелектуальний капітал сам по собі є стратегічно важливим і не може бути заміненим на інший вид капіталу підприємства. Інтелектуальний капітал базується на знаннях, хоча включає інші складові, цінні для підприємства, такі як комерційний бренд або відносини з клієнтами. Важливою частиною цього капіталу є ключова компетенція, яка належить до потенційних операційних можливостей, створених в результаті організаційного навчання.

Предметом суперечок багатьох фахівців є структура інтелектуального капіталу. Хоча їх більшість сходиться на думці про три взаємопов'язані елементи, якими є людський, структурний та споживчий капітал. Наповнення й акценти в різних дослідників істотно різняться. Якщо Т. Стюарт ділить інтелектуальний капітал на людський, структурний та споживчий [19, с. 12], то Е. Брукінг оперує поняттям «активи» та в структурі інтелектуального капіталу виділяє ринкові, людські, інфраструктурні активи та інтелектуальну власність [20, с. 31]. Натомість О.В. Кендюхов пропонує за функціональним змістом виділяти п'ять типів інтелектуального капіталу, а саме персоніфікований, інфраструктурний, клієнтський, марочний, техніко-технологічний [18, с. 9]. Перші дослідники інтелектуального капіталу обходились меншою кількістю термінів для ідентифікації його струк-

тури. К.-Е. Свейбі ототожнював його з нематеріальними активами, які ділив на три компоненти, такі як індивідуальна компетентність, внутрішня та зовнішня структура підприємства [21], а Л. Едвінсон та М. Мелоун виділяють тільки людський та структурний капітал [22]. Х. Сент-Онж дійшов висновку, що основною складовою інтелектуального капіталу є клієнтський капітал, який разом з людським та структурним формує комерційний успіх бізнесу [23].

Роблячи спробу дати власне визначення, можемо стверджувати, що інтелектуальний капітал підприємства слід розглядати через призму отримання відчутних переваг в результаті вмілого управління ресурсами знань, які працівники підприємства набувають, обробляють та використовують. У пропонованому підході інтелектуальний капітал повинен включати такі компоненти, як людський капітал, капітал клієнтів, ринковий капітал та організаційний капітал, а також взаємозв'язки між цими компонентами.

Людський капітал включає знання, досвід, вміння, компетентності, інтелект, вроджені здібності, здатність до швидкого навчання, креативність, ідентифікацію з цілями підприємства, вміння ділитися знаннями, вміння враховувати потреби споживача, мотивацію до праці, адаптивність до змін, відкритість до інновацій, чесність, наполегливість, харизматичність, здоров'я, а також сімейний та матеріальний стан. Людський капітал формує інші складові інтелектуального капіталу. Клієнтський капітал складається з клієнтів, які користуються продукцією підприємства, їх лояльності та задоволеності, бази даних потенційних клієнтів, їх потреб, прив'язки до бренду (торгової марки), диференціації клієнтів за ціновою політикою тощо. Організаційний капітал (внутрішня складова) – це організаційна структура підприємства, корпоративна культура, інформаційні технології та ресурси, права інтелектуальної власності, торговий знак, бренд, системи управління якістю, угоди співпраці з клієнтами тощо. Ринковий капітал (зовнішня складова) включає ринкову позицію підприємства, потенціал інтелектуального розвитку, імідж, бренд, довіру до підприємства, чесність підприємства щодо клієнтів та своїх працівників тощо.

Поділ інтелектуального капіталу на ринковий та організаційний (складові структурного капіталу) проведено задля зосередження управління знаннями на процесах, що є найбільш важливими для підприємства. Наводячи аргументи на користь прийнятого припущення, можемо сказати, що, наприклад, бренд, який є частиною організаційного капіталу, також може стати компонентом ринкового капіталу,

коли визнання цього бренду, його авторитет в очах клієнтів трансформуються в джерело цінності для підприємства. Варто також підкреслити, що володіння брендом є невід'ємною складовою кожного підприємства, а сам бренд розглядається як нематеріальний ресурс, єдиним власником якого є підприємство. Практика управління доводить, що бренд сам по собі як пасивний нематеріальний актив не створює цінності, а здатність створювати відчутні вигоди з'являється тоді, коли клієнти починають цінувати бренд, тому що він стає символом і гарантією задоволення їх потреб та очікувань. Продовжуючи цю ідею, зазначаємо, що роль управління знаннями в процесі створення інтелектуального капіталу перетворює статичні компоненти інтелектуального капіталу на стійку цінність для клієнтів. Крім того, пропонуємо поділ є хорошою візуалізацією інтерактивних зв'язків та залежностей між окремими компонентами інтелектуального капіталу й фокусує увагу на взаємозалежних відносинах. Це означає, що для отримання клієнтського та ринкового капіталу організаційний та людський капітал повинні бути включені у сферу їх діяльності. З іншого боку, напрям розвитку й бажані зміни в організаційному та людському капіталі продиктовані очікуваннями капіталу клієнтів та визначальними факторами створення ринкового капіталу. Саме тому поліструктурний комплексний підхід є виправданим і правильним щодо практики управління знаннями.

Іншим аргументом, що спонукає до прийняття поліструктурного підходу, є те, що підприємство може контролювати організаційний та людський капітал, на відміну від ринкового та клієнтського, які можуть бути втрачені або навіть захоплені конкурентами. Зокрема, ринковий капітал – це те, над чим підприємство іноді працює багато років, а одна негативна подія може привести до значного зниження його вартості, як наслідок, вартості підприємства.

Не менш важливим елементом, на який слід звернути увагу, є така частина організаційного капіталу, як інтелектуальна власність. Належний захист винаходів та конструкцій, а також інших інноваційних рішень підприємства є вирішальним чинником запобігання можливого порушення прав і перетворення ідеї на цінні економічні ресурси з реальною ринковою вартістю.

Право інтелектуальної власності в економічному сенсі є сукупністю прав, якими наділений власник щодо предмета власності (певного ресурсу), які можуть мати матеріальну або нематеріальну форму. Поняття інтелектуальної власності в загальному сенсі визнача-

ється як продукт людського розуму, який має нематеріальний характер. З юридичної точки зору йдеться про об'єкти виняткових прав (винаходи, товарні знаки тощо) або про охорону фактичних даних (комерційна таємниця). Основними складовими інтелектуальної власності в Україні є авторське й суміжне право, право промислової власності, особливі об'єкти інтелектуальної власності, такі як комерційна таємниця, ноу-хау, захист від недобросовісної конкуренції.

Варто розуміти, що незахищені хороші ідеї можуть бути легко втрачені через конкурентів, які мають достатні фінансові ресурси для комерціалізації цього продукту або послуги. У такій ситуації фінансові втрати несе не лише винахідник, а перш за все підприємство, яке не змогло належним чином захистити ці цінності, тому слід пам'ятати, що найбільш цінні знання зберігаються в людському розумі й залишаються виключною власністю людини, тому варто подбати про співробітників, які володіють цінними знаннями й намагаються не стати об'єктом конкуренції. Правильна винагорода за працю, належна повага й визнання – це прості, проте надзвичайно ефективні інструменти мотивації працівників. Немає сумнівів в тому, що правильна мотивація щодо використання знань, компетенцій та творчого потенціалу працівників має суттєвий вплив на інноваційність підприємства, його конкурентоспроможність, а також сприяє зростанню ринкової вартості. Знання, які використовуються працівниками, є складовою продуктів та послуг, які ми визначаємо як інтелектуальні продукти, тобто продукти, багаті на знання.

Допоміжною складовою створення інтелектуального капіталу є процеси управління знаннями, що включають придбання, генерування й поширення знань, їх використання та захист. Інтелектуальний капітал повинен розглядатися як результат умілого використання всіх ресурсів, які створюються завдяки знанням, є похідними від процесів організаційного навчання та відображенням їх здатності створювати інновації.

Щодо практики управління знаннями на підприємстві найбільш складною проблемою є виокремлення детермінант, що впливають на створення окремих компонентів інтелектуального капіталу та діагностування взаємозв'язків між ними. Це пояснюється тим, що для кожного підприємства існують різні чинники, що впливають на розвиток окремих компонентів інтелектуального капіталу. Вони залежать від таких умов, як профіль бізнесу, матеріальні та нематеріальні ресурси, якими володіє підприємство, технологічний потенціал, підприємли-

вість менеджменту та інноваційність продукту, асортимент пропонованих продуктів та послуг, очікування цільової групи клієнтів. Слід зазначити, що інтегровані й правильно пов'язані компоненти інтелектуального капіталу мають найбільший вплив, проте кожен з них окремо також впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства. За аналогією можна виділити найбільш важливі процеси, які в результаті синергетичного впливу сприяють створенню інтелектуального капіталу (рис. 3).

Як показано на рис. 3, управління знаннями та організаційне навчання розглядаються як основа створення інтелектуального капіталу. Удосконалення ключових компетенцій та управління відносинами з клієнтами вважаються двома найбільш важливими бізнес-процесами, що впливають на його створення. Варто додати, що такі три групи чинників є сполучними для цих процесів:

- чинники внутрішнього середовища (мікрофактори);
- чинники зовнішнього середовища (макрофактори);
- егофактори.

Основними внутрішніми чинниками є економічний та технічний рівні виробництва, рівень задоволеності працею, внутрішньо-колективні відносини, а також рівень розвитку інтелектуального середовища підприємства. Серед макрофакторів виокремлюють місце підприємства на ринку, соціальний статус

населення та громадської думки про діяльність колективу. Егофактори визначаються індивідуальними інтелектуальними характеристиками працівників, вони представлені знаннями, вміннями, навичками, здібностями та самомотивованістю.

Слід розуміти, що чинники, які визначатимуть формування інтелектуального капіталу вищого університету, банку, страхової компанії, виробничого чи торговельного підприємства, є різними.

Таким чином, модель створення інтелектуального капіталу передбачає:

- визначення компонент окремих складових інтелектуального капіталу, які мають найбільше значення щодо функціональних умов та чинників, що визначають конкурентоспроможність галузі, в якій працює це підприємство;
- визначення детермінант, що відповідають за розроблення окремих компонентів інтелектуального капіталу.

Пропонована модель створення інтелектуального капіталу дає змогу всебічно поглянути на підприємство і, як наслідок, прийняти правильні управлінські рішення щодо його розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. Питання, представлені в дослідженні, мають визначальне значення у формуванні комплексної системи управління підприємством. Слід також зауважити, що для українських підприємств, особливо тих, що працюють



Рис. 3. Чинники формування інтелектуального капіталу

Джерело: складено авторами

у секторах з високою інтенсивністю конкурентної боротьби, інтелектуальний капітал є важливою складовою й визначальним чинником конкурентоспроможності. Наведені вище міркування дають змогу структурувати концепцію управління знаннями та визначити детермінанти процесів створення інтелектуального капіталу, отже, інтегруватися в реалії практики. Перспективами подальших

досліджень є питання, пов'язані з розробленням методів та інструментів оцінювання інтелектуального капіталу. Незважаючи на численні спроби, важко виокремити один загальноприйнятий підхід. Як і щодо визначення компонентів та детермінантів інтелектуального капіталу, потрібен індивідуальний підхід, ефективний для підприємств конкретного виду діяльності.

Список використаних джерел:

1. Коулопоулос Т.М., Фраппаоло Т.М. Управление знаниями. Москва : Эксмо, 2008. 224 с.
2. Голдобин Н.Д. Маркетинг знаний и инновационный педагогический процесс. *Ярославский педагогический вестник*. 2009. № 4. С. 130–134.
3. Bishop B. Strategic Marketing for the Digital Age. Harper Business, 1996. 250 p.
4. Thomas A. Stewart. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. McGraw-Hill, 1996. 342 p.
5. Davenport T. Working Knowledge – How Organizations Manage What They Know. Harvard Business School Press, 1998. 199 p.
6. Simar A. Knowledge markets: More than Providers and Users. *IPSJ BgD Internet Research Society Transactions*. 2006.
7. Blanc B.L., Bouillon J.-L. *VINE*. 2012. № 42 (3/4) P. 382–395. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/03055721211267503>.
8. Matschke C., Moskaliuk J., Cress U. Knowledge exchange using Web 2.0 technologies in NGOs. *Journal of Knowledge Management*. 2012. № 16 (1). P. 159–176. URL: <http://dx.doi.org/10.1108/13673271211199007>.
9. Landry R., Amara N. Elucidation and enhancement of knowledge and technology transfer business models. *VINE*. 2012. № 42 (1). P. 94–116. URL: <http://dx.doi.org/10.1108/03055721211207789>.
10. Peter M. An evaluation of knowledge management tools: Part 1 – managing knowledge resources. *Journal of Knowledge Management*. 2014. № 18 (6). P. 1075–1100. URL: <http://dx.doi.org/10.1108/JKM-11-2013-0449>.
11. Jennex M.E. A proposed method for assessing knowledge loss risk with departing personnel. *VINE: the journal of information and knowledge management systems*. 2014. № 44 (2). P. 185–209. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/VINE-07-2012-0028>.
12. Мойсеєнко І.П. Системи управління знаннями в умовах постіндустріальної економіки. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9010/1/28.pdf>.
13. Вовк Я.Ю. Процес управління знаннями підприємства та його особливості. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23 (17). С. 343–352.
14. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Факторний аналіз стану інноваційної культури підприємства. *Економічний часопис XXI*. 2014. № 3–4. С. 31–34.
15. Матвіїв М.Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційний аспекти : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2007. 448 с.
16. Якшин А.С. Стратегия и тактика маркетинга знаний на рынке образовательных услуг. *Экономическая наука и образование. Экономические науки*. 2010. № 5 (66). С. 297–301.
17. Эдвинссон Л., Мэлоун М. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании. *Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология* / под ред. В.Л. Иноземцева. Москва : Академия, 1999. URL: <http://www.iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/index.html>.
18. Кендюхов О.В. Організаційно-економічний механізм управління інтелектуальним капіталом підприємства : автореф. дис. ... докт. екон. наук : спец. 08.00.04 ; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2007. 31 с.
19. Стюарт Т.А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / пер. с англ. В.А. Ноздриной. Москва : Поколение, 2007. 368 с.
20. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал : монография. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 288 с.
21. Sveiby K.E. The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge Based Assets. URL: <http://www.sveiby.com/articles/MeasureIntangibleAssets.html>.
22. Edvinsson L., Malone M. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Roots. N.-Y. : Harper Business, 1997. 225 p.
23. Saint-Onge H. Knowledge Management: According to Saint-Onge. URL: <http://www.knowinc.com/saint-onge/primer/hso1.htm>.

References:

1. Kouloupoulos T.M., Frappaolo T.M. (2008). Upravlenie znaniyami [Knowledge management]. Moskva : Eksmo. (in Russian)
2. Goldobin N.D. (2009). Marketing znaniy i innovatsionnyiy pedagogicheskiy protsess [Marketing of knowledge and innovative pedagogical process]. *Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik*, 4, 130–134. (in Russian)
3. Bishop B. Strategic Marketing for the Digital Age. Harper Business, 1996. 250 p.
4. Thomas A. Stewart. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. McGraw-Hill, 1996. 342 p.
5. Davenport T. Working Knowledge – How Organizations Manage What They Know. Harvard Business School Press, 1998. 199 p.
6. Simar A. Knowledge markets: More than Providers and Users. *IPSI BgD Internet Research Society Transactions*. 2006.
7. Blanc B.L., Bouillon J.-L. *VINE*. 2012. № 42 (3/4) P. 382–395. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/03055721211267503>.
8. Matschke C., Moskaliuk J., Cress U. Knowledge exchange using Web 2.0 technologies in NGOs. *Journal of Knowledge Management*. 2012. № 16 (1). P. 159–176. URL: <http://dx.doi.org/10.1108/13673271211199007>.
9. Landry R., Amara N. Elucidation and enhancement of knowledge and technology transfer business models. *VINE*. 2012. № 42 (1). P. 94–116. URL: <http://dx.doi.org/10.1108/03055721211207789>.
10. Peter M. An evaluation of knowledge management tools: Part 1 – managing knowledge resources. *Journal of Knowledge Management*. 2014. № 18 (6). P. 1075–1100. URL: <http://dx.doi.org/10.1108/JKM-11-2013-0449>.
11. Jennex M.E. A proposed method for assessing knowledge loss risk with departing personnel. *VINE: the journal of information and knowledge management systems*. 2014. № 44 (2). P. 185–209. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/VINE-07-2012-0028>.
12. Moiseienko I.P. Systemy upravlinnia znanniamy v umovakh postindustrialnoi ekonomiky. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9010/1/28.pdf>.
13. Vovk Ya.Iu. Protses upravlinnia znanniamy pidpriemstva ta yoho osoblyvosti. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. 2013. Vyp. 23 (17). S. 343–352.
14. Illiashenko S.M., Shypulina Yu.S. Faktornyi analiz stanu innovatsiinoi kultury pidpriemstva. *Ekonomichniy chasopys KhKhI*. 2014. № 3–4. S. 31–34.
15. Matviiv M.Ia. Marketynh znan: metodolohichniy ta orhanizatsiinyi aspekty : monohrafiia. Ternopil : Ekonomichna dumka, 2007. 448 s.
16. Yakshin A.S. Strategiya i taktika marketinga znaniy na rynke obrazovatelnyih uslug. *Ekonomicheskaya nauka i obrazovanie. Ekonomicheskie nauki*. 2010. № 5 (66). S. 297–301.
17. Edvinsson L., Meloun M. Intellektualnyiy kapital. Opredelenie istinnoy stoimosti kompanii. *Novaya postindustrialnaya volna na Zapade. Antologiya / pod red. V.L. Inozemtseva*. Moskva : Akademiya, 1999. URL: <http://www.iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/index.html>.
18. Kendiukhov O.V. Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm upravlinnia intelektualnym kapitalom pidpriemstva : avtoref. dys. ... dokt. ekon. nauk : spets. 08.00.04 ; NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti. Donetsk, 2007. 31 s.
19. Styuart T.A. Intellektualnyiy kapital. *Novyyi istochnik bogatstva organizatsiy / per. s angl. V.A. Nozdri-noy*. Moskva : Pokolenie, 2007. 368 s.
20. Bruking E. Intellektualnyiy kapital : monografiya. Sankt-Peterburg : Piter, 2001. 288 s.
21. Sveiby K.E. The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge Based Assets. URL: <http://www.sveiby.com/articles/MeasureIntangibleAssets.html>.
22. Edvinsson L., Malone M. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Roots. N.-Y. : Harper Business, 1997. 225 p.
23. Saint-Onge H. Knowledge Management: According to Saint-Onge. URL: <http://www.knowinc.com/saint-onge/primer/hso1.htm>.