

виробничої діяльності; щодо розробки нормативів витрат на підприємстві.

Інформаційно-технічне забезпечення призначене для ухвалення рішень у процесах розробки й реалізації планів щодо зниження витратомісткості продукції за допомогою комп'ютерних технологій.

Організаційне забезпечення представлено сукупністю документів, які встановлюють структуру організаційно-управлінського апарату, форми і порядку проходження документів, які формуються в процесі розробки планів виробництва та кошторисної документації, порядок взаємодії посадовців, функціональних і лінійних підрозділів підприємства в процесі побудови системи управління витратами.

Отже, усвідомлюючи роль і значення гірничо-видобувної галузі для економіки України, програма в сфері раціонального надрокористування має бути розрахована на тривалу перспективу. В основу її політики повинен лягти економічно обґрунтований баланс виробництва залізорудної продукції її внутрішнього споживання та експорту. Спираючись на проведені дослідження автором запропоновано підхід до формування системи управління витратами видобутку та переробки залізорудної сировини, що базуватиметься на принципі функціональної повноти системи та дозволить виявляти недоліки в організації процесу управління і розробці заходів щодо їх усунення. Тільки за таких умов можна створити надійну платформу перспективного і ефективного розвитку всього гірничорудного комплексу України та зміцнити його позиції серед провідних світових виробників залізорудної сировини.

#### Література

1. Методичні рекомендації щодо формування собівартості продукції (робіт, послуг) в промисловості: за станом на 09.07.2007р. за № 373./ Міністерство промислової політики України. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2007. – 321 с.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: за станом на 31.12.1999 р. № 318. / Мінфіну України // Нова бухгалтерія. – 2006 вересень – С. 79-83.
3. Грещак М.Г. Управління витратами: [навч. посіб.] / М.Г. Грещак. – К.: КНЕУ, 2008. – 258 с.
4. Козаченко Г.В. Управління затратами підприємства: [монографія] / Г.В. Козаченко, Ю.С. Погорелов. – К.: Лібра, 2007. – 320 с.
5. Котляров С.А. Управление затратами: [уч. пособ.] / С.А. Котляров. – СПб.: Питер, 2001. – 160 с.
6. Лебедев, В.Г. Управление затратами на предприятии / В. Г. Лебедев, Т. Г. Дроздова, В. П. Кустарев; под общ. ред. Г.А. Краюхина. – Санкт-Петербург: Бизнес-пресса, 2006. – 340 с.
7. Рынок железной руды в Украине и мире в 2010-2011 годах. – К.: Укрпромвнешшэкспертиза [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [expert@expert.kiev.ua](mailto:expert@expert.kiev.ua)

330.142

*Ніколайчук О.А., ст. викладач,  
ДВНЗ «Криворізький національний університет»  
Криворізький економічний інститут*

### **СТРУКТУРНО-ЗМІСТОВНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Досвід розвинених країн говорить про перехід з кінця ХХ ст. до інноваційних та науково орієнтованих моделей розвитку економіки, що здійснюється на основі інтенсивного використання інтелектуального капіталу. Інтелектуальний капітал підприємства на сьогодні виступає як важливий чинник формування конкурентних переваг підприємства. Тому в умовах загострення конкурентної боротьби особливого значення набуває проблема дослідження інтелектуального капіталу підприємства та його структури. Вивченням економічної категорії «інтелектуальний капітал» займаються багато вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема Е. Брукінг, Л. Едвінсон, О. Кендюхов, В. Леонтьєв, М. Мелоун, К.-Е. Свейбі, Т. Стюарт, А. Чухно та ін. У процесі еволюції теорії інтелектуального капіталу сформувались різні підходи до структурування інтелектуального капіталу.

Незважаючи на значний інтерес науковців до інтелектуального капіталу, на сьогодні відсутній усталений підхід до кількості та змісту його складових, що значно ускладнює процес управління ним.

Метою статті є дослідження існуючих підходів до розуміння структури інтелектуального капіталу підприємства та на їх основі визначення методичних підходів до складових інтелектуального капіталу з позицій ефективного управління ним.

Потрібно зазначити, що загальна тенденція підходів до аналізу структури інтелектуального капіталу прослідковується та закладена Міжнародною бухгалтерською федерацією (International

Federation of Accountants (IFAC)). У стандартах [9], розроблених федерацією, пропонується розглядати ІК як такий, що структурно складається з трьох основних блоків: людський капітал, капітал відносин з зовнішнім середовищем, структурний або організаційний капітал. За стандартами IFAC:

1) людський капітал (human capital) IFAC – знання, вміння, досвід, вишкіл, що притаманні конкретному індивідууму і невіддільні від нього як приналежність до певної людської раси;

2) капітал відносин (relationship capital) – зовнішні зв'язки зі споживачами, постачальниками матеріалів, послуг, органами управління суспільством і іншими контрагентами, що входять у поняття зовнішнє середовище, зокрема економічне і соціальне;

3) структурний (організаційний) капітал (structural (organizational) capital) – знання, процедура, технології та інформація, що пов'язана з підприємством так само, як і складові людського капіталу до конкретної людини і завжди лишаються на фірмі.

Аналіз наукових підходів до структуризації інтелектуального капіталу показав відсутність єдиного підходу до її трактування. Проте більшість дослідників вважає інтелектуальний капітал системою компонентів, пов'язаних між собою. Однак одні автори (К.-Е. Свейбі, Е. Брукінг, О. Кендюхов) ускладнюють структуру інтелектуального капіталу, а інші (Л. Едвінсон, М. Мелоун, Т. Стюарт, Б. Леонт'єв, А. Чухно) її спрощують. Але кожний із дослідників виокремлює людський капітал, який можна розглядати як специфічний актив, що не відображується у списку активів підприємства і йому не належить. Так, склад інтелектуального капіталу на думку Л. Едвінсона і М. Мелоуна включає людський та структурний капітал. На їх думку, людський капітал являє собою сукупність знань, практичних навичок і творчих здібностей службовців компанії, які застосовуються при виконанні її поточних завдань. Іншими його складовими є моральні цінності компанії, культура праці та загальний підхід до справи. Людський капітал, як вважають Л. Едвінсон і М. Мелоун, не може бути власністю компанії.

До категорії «структурний капітал» вони включають технічне й програмне забезпечення, організаційну структуру, патенти, торгові марки і все те, що дозволяє працівникам компанії реалізувати свій виробничий потенціал (або, за словами авторів, те, що залишається в офісі після того, як службовці пішли додому). Крім того, структурний капітал містить відносини, які склалися між компанією та її клієнтами. На відміну від людського, він може бути власністю компанії, отже й об'єктом купівлі-продажу [8, с.434].

Погоджуючись з вищевикладеними поглядами, український дослідник А. Чухно поділяє інтелектуальний капітал на ті саме групи, однак більш ширше підходить до трактування їхньої сутності. Людський капітал, на його думку, є втіленням у працівниках компанії у вигляді досвіду, знань, навичок до нововведень, а також у загальній культурі, філософії фірми, її внутрішніх цінностях, докладених до виконання поточних завдань. Іншими його складовими є моральні цінності компанії, культура праці і культура управління, загальний підхід до справи.

На думку А. Чухна, фундаментальна особливість людського капіталу полягає у тому, що він не може бути власністю компанії. У зв'язку з цим, людський капітал не може бути віднесений не лише до власних засобів фірми, але й взагалі не може розглядатися як одна із статей її активів. Він може вважатися тимчасово залученими засобами, які належать до пасивів, що є подібними до боргових зобов'язань і випущених акцій, і внаслідок своєї невідчутності не може бути підданий традиційним вартісним оцінкам. Людський капітал, будучи у повному розумінні нематеріальним, невідчутним фактором, невіддільним і невідчужуваним капіталом, не може бути скопійованим або відтвореним у жодній іншій організації.

Структурний капітал, до якого дослідник включає ті саме складові, А. Чухно пропонує називати технологічним, зважаючи на провідну роль технології у цивілізаційному прогресі [7, с. 51].

Російський дослідник у галузі інтелектуального капіталу Б. Леонт'єв, виділяє, окрім людського та структурного, ще клієнтський капітал. В його інтерпретації клієнтський капітал – це система капітальних, надійних, довгострокових довірчих і взаємовигідних відносин підприємства з своїми клієнтами, покупцями товару, яка склалася за час його роботи на ринку. Сюди дослідник відносить бренди, клієнтуру, фірмове найменування, прихильність до оренду, канали збуту, систему ділових зв'язків, ліцензійні договори, опціонні угоди, договори комерційної концесії та ін. [5, с 115].

Інший російський вчений Зінов В., розглядаючи інтелектуальний капітал з позиції вартості, виділяє у його складі людський капітал та інтелектуальні ресурси. Інтелектуальні ресурси ідентифікуються шляхом описання на матеріальному носії, оформлення прав власності і можуть бути представлені на ринку у формі об'єктів інтелектуальної власності. Інтелектуальні ресурси – це джерело знань, які компанія комерціалізує [2, с. 24].

Західний дослідник Т. Стюарт пропонує у складі інтелектуального капіталу виокремлювати такі його види: людський (наявність знань і вміння використовувати їх для задоволення потреб клієнтів), структурний (форми, методи, структури, що дозволяють ефективно здійснювати збирання, тестування, організацію, фільтрацію, збереження й розподіл наявних знань) та споживчий (відносини організації зі споживачами її продукції) [6, с. 67].

Більш ускладнено до розуміння структури інтелектуального капіталу підходить британський дослідник Е. Брукінг, що в середині 90-х років ХХ ст. виокремив у структурі інтелектуального капіталу такі елементи:

1) активи ринку – це той потенціал, який забезпечується нематеріальними активами, пов'язаними з ринковими операціями, що визначають становище фірми на ринку. До них відносяться торгові марки, корпоративна марка, покупці, які характеризуються як «своя людина» і «прихильник-пропагандист», купівельна прихильність, повторні контракти, корпоративне ім'я, портфель замовлень, механізми розподілу, ділове співробітництво, ліцензії тощо;

2) активи інтелектуальної власності – захищену законом інтелектуальну власність компанії (торговельні марки і знаки обслуговування, патенти, авторські права, виробничі і торговельні секрети). Вона є тим інструментом, який затверджується законом для захисту різноманітних корпоративних активів;

3) активи інфраструктури – технології, методи і процеси, які уможливають роботу компанії (нормативна культура, філософія управління, методи оцінки ринку, фінансова структура, бази даних);

4) людські активи – сукупність колективних знань працівників підприємства, їхні творчі здібності, уміння вирішувати проблеми, лідерські якості, підприємницькі та управлінські навички. Сюди також дослідник відносить психометричні дані та свідчення про новаторські думки окремих осіб в різних ситуаціях, наприклад, за командної організації робіт чи за стресових ситуацій. Однак, при цьому на відміну від ринкових та структурних активів, людські активи не належать компанії [1, с.31].

О. Кендюхов подає таку структуру інтелектуального капіталу:

1) персоніфікований капітал (пов'язані з роботою знання й уміння, творчі здібності, освіта, професійна кваліфікація, лояльність, ціннісні установки персоналу, психометричні характеристики);

2) техніко-технологічний капітал (винаходи, корисні моделі, промислові зразки, патенти, виробничі секрети (ноу-хау), права на дизайн);

3) інфраструктурний капітал (інформаційні технології, бази даних, організаційна структура, філософія управління, корпоративна культура, ділове співробітництво);

4) клієнтський капітал (відносини з покупцями, контракти, портфель замовлень, франшизи, ліцензійні угоди);

5) марочний капітал (торговельні марки, товарні знаки, корпоративна марка (ім'я), марки обслуговування. Сюди відноситься імідж підприємства або його ділова репутація) [4, с. 34-35].

Український дослідник А. Колот пропонує виділяти:

1) людський капітал (ресурс, що акумулює знання, вміння, навички, творчі й інтелектуальні здібності, досвід, мотивувальні настанови, потенціал мобільності, командної роботи, орієнтації на високі остаточні результати);

2) капітал установи (сукупність ліцензій, патентів, технологій, корпоративної культури, організаційних структур тощо);

3) капітал взаємодії з інститутами ринку (включає імідж установи на ринку, торгові марки, бренди, зв'язки з клієнтами, інформацію про клієнтів, технології збереження наявних клієнтів і залучення нових, технології розвитку іміджу установи та її брендів) [4, с.5].

Аналізуючи сутність даних судження науковців, можна зазначити наступне:

1) При до розгляді структури інтелектуального капіталу у вигляді людського та структурного капіталів, на нашу думку, є наявним неповне врахування його складових та залишення поза увагою ряду його структурних елементів. Незрозумілими для нас є також мотиви, що дозволили дослідникам називати другу складову інтелектуального капіталу як структурний капітал та віднести до нього практично всі нематеріальні активи.

2) До недоліків другого підходу можна віднести те, що до клієнтського капіталу включено досить різноманітні елементи (такі, як торгова марка, клієнти і канали збуту), що ставить під сумнів обґрунтованість такого об'єднання. Спірним моментом є віднесення самого клієнта як фізичної особи до капіталу компанії, інша справа – віднесення до капіталу його відношення до компанії, яке виявляється, насамперед, у покупці товарів саме її виробництва.

3) При розгляді інтелектуального капіталу як людського капіталу та інтелектуальних

ресурсів в наявності є змішування можливостей (інтелектуальний потенціал) з засобами їх здійснення (інтелектуальний капітал), бо ресурсна складова інтелектуального капіталу характеризує тільки інтелектуальний потенціал підприємства і ще не гарантує одержання додаткової вартості, яка створюється при здійсненні руху інтелектуального капіталу підприємства або використанні його у виробничій системі.

4) При розгляді структури інтелектуального капіталу, що запропонована Е. Брукінг, є присутнім вже назване вище ототожнення потенціалу з категорією «капітал». Також досить проблемними є терміни для позначення окремих структурних частин інтелектуального капіталу – «ринкові активи» та «інфраструктурні активи», що є досить широкими і не відображають сутності включених до них елементів.

5) Досить близькими за своєю сутністю є погляди Т. Стюарта, К.-Е. Свейбі, Б. Леонт'єва, А. Колота, що вводять свої терміни для ініціалізації складових структури і їх наповнення. Зміст цих термінів фактично ідентичний.

6) Дуже незручним у використанні з позицій управління є ускладнена структуризація інтелектуального капіталу.

На нашу думку, найбільш вдалим є подальший розгляд структури інтелектуального капіталу з виділенням у його складі людського, структурного та ринкового капіталів. Така структуризація є доцільною, оскільки кожний з її елементів підлягає вимірюванню та є зручним для інвестицій. Вона дозволить побудувати ефективну систему управління інтелектуальним капіталом, оскільки не є громіздкою, враховує різноманітність природи його окремих складових. Уникнення за цього підходу деталізації з одночасним урахуванням важливих особливостей компонентів інтелектуального капіталу робить його найвдалішим для цілей побудови ефективної моделі управління інтелектуальним капіталом.

Структура інтелектуального капіталу за авторською позицією наведена на рис. 1.

Людський капітал – це частина інтелектуального капіталу, яка має безпосереднє відношення до людини. Під ним, на нашу думку, слід розуміти систему знань, вмінь, навичок, що мають працівники підприємства і використовуються для отримання додаткового доходу. Він полягає в здатності організації отримувати економічні вигоди від знань, досвіду, навичок та досвіду працівників. Зростання людського капіталу може бути забезпечено за рахунок надбання працівниками знань, що можуть принести користь компанії та за рахунок більш повного використання підприємством знань своїх працівників.

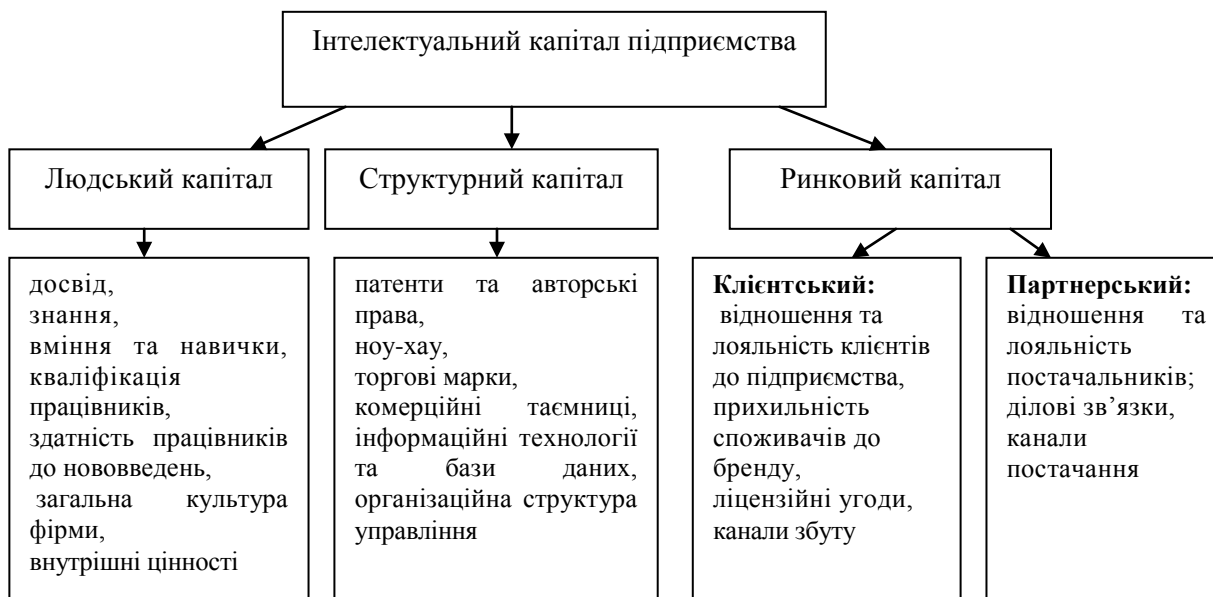


Рис. 1. Структура інтелектуального капіталу підприємства (авторський погляд)

Саме людським капіталом формуються інтелектуальні активи, на які фірма може заявляти права власності. В той же час, людський капітал не є власністю компанії і є не віддільним від його власника – людини. Людський капітал не можливо скопіювати. Організаційний капітал – це організаційні можливості компанії відповісти на вимоги ринку. Це здатність підприємства

отримувати додаткові вигоди із знань, що є в підприємства. Він є відповідальним за те, як людський капітал використовується в організаційних системах і сприяє перетворенню інформації. Організаційний капітал піддається комерціалізації, реалізуючись в інноваціях, є власністю компанії, але може бути відносно самостійним об'єктом купівлі-продажу. Ринковий капітал – це система стійкого позитивного ставлення клієнтів та партнерів підприємства, яке є засобом створення додаткового доходу та дає додаткові переваги на ринку. Він створюється в результаті взаємодії організації з елементами зовнішнього середовища. Це та частина ІК підприємства, що є невіддільною від підприємства та забезпечує отримання конкурентних переваг на ринку, зростання вартості підприємства. На думку автора, ринковий капітал слід поділити на клієнтський та партнерський капітали. Зведення ринкового капіталу лише до клієнтського капіталу є за авторською позицією його звуженням, означає залишення поза увагою його важливої частки – партнерського капіталу. Клієнтський капітал – це система стійкого позитивного ставлення клієнтів до продукції підприємства, яке є засобом створення додаткового доходу і надає додаткові переваги на ринку.

Партнерський капітал – це система стійкого позитивного ставлення партнерів та контрагентів до підприємства, яке є засобом створення додаткового доходу і надає додаткові переваги на ринку. Він утворюється в результаті взаємодії організації з різними партнерами (постачальники та ін.). Він є невіддільним від підприємства, забезпечує отримання конкурентних переваг на ринку, та включає відношення та лояльність постачальників до підприємства, ділові зв'язки, канали постачання.

В результаті дослідження складових інтелектуального капіталу та їхніх структурних елементів визначено певну неузгодженість у розумінні науковців щодо трактування складових інтелектуального капіталу, що ускладнює процес управління ним. Тому запропоновано власне бачення структури інтелектуального капіталу підприємства та складу його структурних елементів. Дана структуризація є доцільною, оскільки кожний з її елементів підлягає вимірюванню та є зручним для інвестицій, що дозволить побудувати ефективну систему управління інтелектуальним капіталом.

### Література

1. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ успеха в новом тысячелетии. / Э. Брукинг; пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковалик.– СПб, Питер, 2001.– 288 с.
2. Зинов В. Интеллектуальный капитал как базовая характеристика стоимости бизнеса / В. Зинов, К. Сафарян // Интеллектуальная собственность – 2001. – №5-6 – С. 23-35
3. Кендюхов О. Сутність і зміст організаційно-економічного управління інтелектуальним капіталом підприємства / О. Кендюхов // Економіка України – 2004. – №2. – С. 33-40
4. Колот А.М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економічних знань/ А.М. Колот // Економічна теорія. – 2007. – № 2. – С. 3-13.
5. Леонтьев Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе/ Б. Леонтьев. – М: Акционер, 2002. – 200 с.
6. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организации/ Т. Стюарт; пер. с англ.– М.: Поколение, 2007.– 368 с.
7. Чухно А. Интеллектуальный капитал: сутність форми і закономірності розвитку / А. Чухно // Економіка України – 2002. – №11. – С. 48-54
8. Edvinsson L. and Malone, M.S. Intellectual Capital: Realizing your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. – N.Y. : Harper Business, 1997.
9. IFAC. Measurement and Management of Intellectual Capital. 1998.

658:009.12

Волкова О.В., ст. викладач,

Рассолов О.С., ст. викладач,

Херсонський національний технічний університет

### ХАРАКТЕРИСТИКА МОДЕЛЕЙ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Ефективне управління сучасними організаціями, яке забезпечує їх функціонування, стикається сьогодні зі складними проблемами. Новий якісний рівень розвитку продуктивних сил і виробничих відносин, цивілізаційні та конкурентні імпульси викликають незворотні глибинні трансформації у сфері управління сучасними підприємствами.

Структурні зміни в економіці, демографічні зсуви, технологічні зміни, інформаційні вибухи у розвитку знань, глобалізація світової економіки і т.д. – це явища, з якими повсякчасно стикаються