

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізований розвиток методичних підходів до оцінки інтелектуального капіталу підприємства

Постановка проблеми. В умовах розвитку постіндустріального суспільства виникає нова модель, в основі якої лежить перехід до переважного застосування інтелектуального капіталу й об'єктів інтелектуальної власності та розгляду їх конкурентних переваг для розвитку підприємства; необхідністю вартісної оцінки інтелектуального капіталу й об'єктів інтелектуальної власності.

Необхідність вартісної оцінки інтелектуального капіталу у сучасній системі господарювання визначається такими факторами: провідною роллю знань в економічних і суспільних відносинах; змінами вимог до систем управління, що полягають у орієнтації на людський фактор; значним прискоренням науково-технічного прогресу, що є одним із головних чинників успішного розвитку виробництва; посиленням значення і цінності інтелектуального капіталу порівняно з матеріальними ресурсами.

Аналіз результатів наукових досліджень показав, що на сьогодні існує безліч методів оцінки ринкової вартості інтелектуального капіталу на рівні підприємства. Необхідність додаткових досліджень пов'язана із складністю і обмеженою можливістю використання традиційних методів для оцінки нематеріальних сутностей; специфічним характером окремих елементів інтелектуального капіталу; відсутністю єдиного, універсального методу оцінки.

Метою дослідження є аналізування методичних підходів до оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, які є важливою умовою їх подальшої кодифікації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Окремі питання з методики оцінки інтелектуального капіталу знайшли відображення у працях вітчизняних вчених: О.Б. Бутніка-Сіверського, Ф.Ф. Бутиця, В.М. Гейця, Г.Г. Кірейцева, П.П. Крайнева, Н.М. Малюги, В.В. Сопка, А.А. Чухна, І.І. Яремка; вчених Росії: А.М. Козирева, М.Ю. Медведєва; вчених інших зарубіжних країн: Д. Андріссена (D. Andriessen), Е. Брукінг (A. Brooking), Ю. Даума (J. Daum), Д. Добії (D. Dobija), М. Добії (M. Dobija), Л. Едвінсона (L. Edvinsson), Б. Лева (B. Lev), К.Е. Свейбі (K.E. Sveiby).

Викладення основного матеріалу. Різноманітність методичних підходів відображає різні уявлення їх авторів про сутність категорії, його основних структурних компонентів, а також основні цілі проведення оцінки вартості інтелектуального капіталу. Відмінності в розумінні природи інтелектуального капіталу пов'язані з тим, наскільки широко розглядається дана категорія. Різниця у включенні до оцінки як кодифікованого так неявного знання (навички, досвід, творчі здібності).

На основі формальних аксіом класичної теорії оцінки розглянемо такі вимоги до методики оцінки системи, інтелектуального капіталу підприємства:

1. Повнота. Якщо система, яка підлягає оцінці – вся організація, то її атрибути, які є об'єктами програми методики, повинні повністю описувати систему. Атрибути показників оцінки повинні бути чітко визначені, а показники повинні відображати всі ресурси, які доступні системі і ті шляхи, якими система їх використовує. Тобто, використовуваний методичний підхід повинен повною мірою відповідати даному об'єкту.

2. Визначеність. Показник є достовірним, якщо його значення не містить сенсу, що належить іншому показнику, що передбачає необхідність виключення подвійного рахунку.

3. Незалежність. Тест на незалежність припускає, що не відбувається миттєвих змін в оцінці показника, якщо вхідні дані інших атрибутів змінюються. Іншими словами, всі інші показники не впливають на значення аналізованого.

4. Узгодженість. Вимога стосується переходу від емпіричних зв'язків до чисельних. Значення показника в емпіричній системі відносин має повністю відбиватися в системі чисельних відносин, в якій, насправді, відбувається оцінка.

Згідно ринкового підходу вартісна модель інтелектуального капіталу визначається як вираз інтелектуальних переваг компанії і має вигляд (рис. 1):

$$V_{ik} = V_b - (V_b - V_{nma}), \quad (1)$$

де V_{ik} – вартість інтелектуального капіталу;
 V_b – ринкова вартість підприємства;

V_b – балансова вартість підприємства;
 V_{nma} – вартість нематеріальних активів підприємства, в балансовій вартості підприємства.

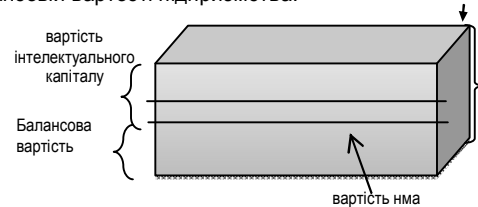


Рис. 1 Формування вартості інтелектуального капіталу згідно ринкового підходу.

Коефіцієнт Тобіна виражає відношення ринкової вартості компанії до балансової вартості її активів [1]:

$$q = \frac{V}{B}, \quad (2)$$

де V – ринкова вартість акцій компанії;

B – балансова вартість компанії.

Якщо $q < 1$, тобто об'єкт коштує дешевше, ніж його заміна, компанії не вигідно інвестувати в аналогічний об'єкт. І навпаки, вигідніше купити-новий об'єкт, якщо його придбання обійдеться компанії дешевше.

Крім цього коефіцієнт q може характеризувати рівень еквівалентності і вигідності товарообміну. Наприклад, якщо $q = 2$, ринкова вартість підприємства вдвічі вища за вартість його гіпотетичної заміни, воно має з цього виду власності вигоду вище середньої в цьому виді діяльності, тобто підприємство одержує більш високий прибуток завдяки кваліфікації, досвіду співробітників, відносин з клієнтською мережею тощо. Це – неідентифіковані нематеріальні ресурси компанії, що створюють додаткову вартість.

Якщо враховувати, що ринкова вартість акцій компанії є ринкова вартість його власного капіталу, а балансова вартість активів дорівнює сумі власного і позикового капіталу, ділене і дільник формули (2) мають різний економічний зміст. Тому, на нашу думку, використовувати коефіцієнт Тобіна як показник інтелектуального капіталу підприємства можна лише з урахуванням зазначених уточнень.

У знаменнику формули (1) замість балансової вартості активів повинна бути величина *власного* капіталу, тобто величина чистих активів підприємства (3):

$$q' = \frac{V}{Aч}, \quad (2)$$

де $Aч$ – вартість чистих активів підприємства.

Ця величина – дає уявлення про ті активи, які, можуть бути, не відображені в балансі. Його перевага в тому, що він дозволяє порівнювати між собою підприємства однієї галузі, різні за розмірами, величинам балансової та ринкової вартостей, а також різні структурні підрозділи і цілі підприємства всередині корпорацій, за умови їх належності до однієї і тієї ж галузі.

Якщо $q' < 1$ інтелектуальний капітал підприємства є негативною величиною. Це означає, що з точки зору ринку підприємство коштує дешевше, ніж активи, якими воно володіє, і у разі його ліквідації на даний момент, буде зазнавати збитків.

Якщо $q' > 1$, підприємство володіє позитивним за своєю величиною інтелектуальним капіталом.

Якщо $q' = 1$, інтелектуальний капітал дорівнює нулю, ринок оцінює вартість підприємства у величину, рівну вартості його власних коштів.

Уточнений коефіцієнт Тобіна можна досліджувати і в динаміці. Невеликий або зменшений приріст величини коефіцієнта може служити ознакою того, що підприємство вкладає недостатньо коштів у дослідження та розробки, підтримання торгової марки та ін, тобто не розраховує на розвиток і зростання в довгостроковому періоді. І, навпаки, зростаюча величина q' означає, що підприємство в майбутньому очікують високі прибутки.

Різниця між ринковою та балансовою вартістю чистих активів в грошовому виразі свідчить про величину однієї із складових нематеріальних активів – ділової

репутації, але виражена у вигляді коефіцієнта Тобіна, показує величину інтелектуального капіталу підприємства.

Вартість ділової репутації розраховується на основі уже відомої величини ринкової вартості бізнесу. В цьому випадку вартість ділової репутації дорівнює різниці між ринковою вартістю бізнесу і вартістю чистих активів по балансу підприємства [3].

Це пов'язано з наступними причинами:

– величина вартості ділової репутації – показник, який характеризує переваги, які носять нематеріальний характер, визначений ринком, на основі доступної йому зовнішньої інформації по підприємству.

– величина вартості інтелектуального капіталу базується, на основі внутрішньої інформації.

На основі цього можна зробити висновок, що коефіцієнт Тобіна, хоча і дає уявлення про величину інтелектуального капіталу, але характеризує його не повністю, тільки на основі відомої ринку інформації. Фактично, величина коефіцієнта, що описує інтелектуальний капітал підприємства повинна бути більше коефіцієнта Тобіна.

Оцінимо вартість інтелектуального капіталу “зсередини”, на основі обчислення його складових: людського, ринкового і структурного капіталу.

Ділові зв'язки підприємства відносять до ринкового капіталу, як і товарні знаки, знаки обслуговування тощо. Вартість останніх визначається методом переваги у прибутках в рамках дохідного підходу.

Слід зазначити, що ринковому капіталу в рамках дослідження підприємства відводиться особлива роль, так як вважається, що без стійких ділових зв'язків, каналів збуту, знаку обслуговування всі зусилля в області створення згуртованого колективу, використання сучасних інформаційних технологій та методів управління будуть безрезультатними. Крім цього, економіка залишається не лише корумпованою, а й лобійованою інтересами окремих підприємств в органах влади. У результаті одні суб'єкти господарювання отримують не зовсім законні переваги, інші – додаткові труднощі [7].

Вплив ділових зв'язків на діяльність підприємства може бути як позитивним, так і негативним. Ділові зв'язки – це якісно нові суспільно корисні відносини, що виникають у процесі бізнесу і мають на меті отримання вигоди, яка може мати як матеріальний, так і нематеріальне вираза.

Діловими зв'язками володіють багато фахівців високої кваліфікації і колишні керівники відомих підприємств, великих підрозділів, тому може виникнути спокуса досить часто і необгрунтованого використання таких зв'язків як установчих внесків. Рекомендується використовувати такі зв'язки в якості внеску до статутного капіталу лише в тих випадках, коли:

– засновники, як ділові партнери, нерівноцінні у своїх ділових зв'язках;

– діячі відомі у своїх сферах і володіють високим авторитетом серед провідних фахівців і керівників підприємств у своїй галузі;

– особа володіє свідоцтвами міжнародного визнання;

– ім'я, вчене звання та інші атрибути суспільного визнання збираються використовувати для залучення клієнтів (тобто доходів).

Визначення вартісного виразу ділових зв'язків, слід починати з виявлення та всебічного аналізу контактів “підприємства із зовнішнім оточенням, що дозволяють отримувати додаткові вигоди (збитки). Тоді алгоритм оцінки ділової репутації підприємства, буде включати в себе такі основні етапи:

1. Виявлення ділових зв'язків.

2. Виявлення “носіїв” ділових зв'язків:

– Все підприємство;

– Конкретні працівники.

3. Аналіз зв'язків, розподіл їх за видами.

Якщо ділові зв'язки чинять негативний вплив на вартість підприємства та його репутацію, то від них, по можливості, варто відмовитися. Вплив зв'язків (неформальних), які існують на рівні співробітників різних підприємств, можна анулювати або послабити шляхом звільнення (в крайньому випадку), перерозподілу обов'язків, повноважень, переведення на іншу посаду, адміністративних заходів. При вирішенні таких питань також має велике значення, яку посаду займає працівник: керівник підприємства або рядовий співробітник. Якщо негативні ділові зв'язки існують на рівні всього підприємства, для зменшення їх впливу на репутацію буде потрібно більше часу і зусиль.

Позитивні ділові зв'язки, якими володіє будь-яке підприємство, а зокрема, його фахівці і керівники, дають йому різні переваги: роблять можливим за певний проміжок часу (1 місяць, 1 рік, 3 роки тощо.) виконувати більше роботи, надавати більшу кількість послуг у порівнянні з тією ситуацією, коли таких корисних контактів із зовнішнім оточенням у підприємства немає; надають нові можливості розвитку

Зв'язки, що дають переваги у термінах, – стабільні, пов'язані з повторенням стандартних, практично однакових в кожному випадку, процедур спілкування. Інтенсивне їх використання якісно нових переваг не дає. Переважання зв'язків, що забезпечують нові можливості, ще не являється умовою розвитку, а тільки свідчить про більш сприятливі умови.

Для визначення вартісного значення ділових зв'язків, якими володіє підприємство, а точніше, вартості участі в бізнесі ключових фігур керівництва, провідних спеціалістів, можна використовувати підхід, близький за своєю суттю до методу переваги у прибутках.

Цей метод використовують у рамках дохідного ідходу в оцінці вартості нематеріальних активів та інтелектуальної власності, в основному, для визначення вартості винаходів, за умови, що оцінюваний об'єкт може бути використаний для отримання додаткового прибутку після дати проведення оцінки [3].

Метод переваги у прибутках, що використовується для оцінки ділових зв'язків, матиме деякі відмінності від стандартної процедури його застосування. Тому доцільно буде заздалегідь виділити ці особливості, які полягають в наступному:

– порівняння показників діяльності досліджуваного підприємства проводиться не з показниками інших підприємств галузі, а з її власними, але в дещо іншій ситуації – при відсутності корисних ділових контактів;

– переваги, одержувані за рахунок активного використання ділових зв'язків підприємства, не впливають на ціну товарів/послуг, що випускаються;

– причиною збільшення отримуваного прибутку є зміна обсягу реалізації, а не зміни в технології виробництва, використання нової техніки та ін новинок.

Таким чином, вартість ділових зв'язків методом переваги у прибутках визначається за формулою (3):

$$V_d = \sum_{t=1}^n \frac{\Delta Pt}{(1+r)^t} \quad (3)$$

де V_d – вартість ділових зв'язків;

ΔPt – перевага в прибутку (різниця між прибутком, отриманим при використанні ділових зв'язків, і прибутком, отриманим без їх використання);

T – передбачуваний період отримання переваги у прибутку;

t – порядковий номер року прогнозного періоду;

r – ставка дисконту.

Окремі елементи інтелектуального капіталу підприємства можуть входити до складу один одного, як, наприклад, вартість нематеріальних активів, ділової репутації тощо, вартість яких також отримує відображення в ринковій вартості всього бізнесу. У цьому немає суперечності. Дійсно, ділова репутація може формуватися за рахунок відомого товарного знаку, корисних контактів і навпаки. Тому величина вартості всього ринкового капіталу буде визначатися як вартість найбільшого елемента, що включає в себе всі інші.

Визначення величини людського капіталу підприємства, вираженої у вигляді різного роду коефіцієнтів, можна знайти в різних джерелах, в тому числі і в звітах про інтелектуальний капітал [9].

Результати обчислень за даними методами можна використовувати тільки як додаткове джерело інформації по людському капіталу, тому що вони мають, на наш погляд, істотні недоліки:

– коефіцієнти, що характеризують рівень людського капіталу підприємства, визначаються на основі різних показників діяльності і мають різну розмірність і економічний зміст;

– з такими коефіцієнтами неможливі будь-які математичні операції, тобто їх не можна аналізувати комплексно.

Особливість людського капіталу полягає в тому, що він практично єдиний серед всіх складових інтелектуального капіталу не належить підприємству на праві власності, так як заснований на знаннях, досвіді, навичках, здібностях його співробітників. До показників, що характеризують рівень професійної підготовки кадрів підприємства, відносять кваліфікаційний, віковий склад співробітників, середній стаж роботи за фахом, рівень освіти та ін [8].

Результатом інтелектуальної діяльності кожного співробітника (тобто людського капіталу) є створення нововведень – нових знань, технологій, продуктів тощо. Управляти процесом створення нового неможливо, тому що заздалегідь не відомий результат комплексу вжитих керівництвом заходів.

Однак, якщо є неможливим впливати на сам процес творчості, можна впливати на якості працівників, які є його основою:

- рівень освіти – через навчання працюючих, підвищення їх кваліфікації;
- віковий склад – шляхом найму найбільш відповідної за цим критерієм групи фахівців;
- стаж роботи – з допомогою умов трудового договору, системи преміювання, створення умов кар'єрного росту та інших заходів, що перешкоджають звільненню працюючих.

Подібні заходи пов'язані з певними витратами. Якщо взяти за основу принципи, що існують у оціночній діяльності, крім порівняння вкладень у людський капітал підприємства з доходами від нього, для отримання об'єктивної підсумкової величини вартості необхідно провести порівняння рівня використання людського капіталу на досліджуваному підприємстві і в компаніях-аналогах тієї ж галузі. Таке порівняння можна провести на базі методики, викладеної в.

Отже, показником новизни результатів діяльності підприємства є питома вага нових видів продукції (послуг) (k_1), НДДКР (k_2) у загальному обсязі продукції (послуг):

$$k_1 = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{i,нов} \cdot U_i}{\sum_{i=1}^n Q_i \cdot U_i}, \quad (4)$$

де $Q_{i,нов}$, Q_i – обсяг виробленої (проданої) продукції підприємства (нової і весь обсяг відповідно); U_i – діюча ціна i -тої продукції підприємства;

n – номенклатура продукції, що випускається;

$$k_2 = \frac{C_{ндкр}}{C}, \quad (5)$$

$C_{ндкр}$ – витрати на НДДКР;

C – собівартість продукції, що випускається.

Градація нової і старої продукції/послуг може бути різною. Зазвичай підприємство вважає продукцію новою, якщо вона виробляється не більше трьох-чотирьох років [6]. Можуть бути визначені і інші пороги значення критерію новизни в залежності від специфіки продукції, що випускається, стану галузі тощо.

Таблиця 1 Комплексна оцінка людського капіталу

Показники, що характеризують людський капітал	Позначення показника	Середньогалузеві значення показника, %	Рівень показника			
			високий	середній	нижче середнього	фактичний
Частка нової продукції в загальному обсязі продажів	k_1	45	2	1	0,6	
Частка НДДКР в обсязі робіт	k_2	10	2	1	0,4	
Стабільність інтелектуальних кадрів	k_3	80	1,18	1	0,82	
Коефіцієнт використання людського капіталу	K_n					

Таким чином, величина вартості людського капіталу буде дорівнювати:

$$V_n = K_n \cdot (V_{л,нов} + V_{л,стар}), \quad (7)$$

V_n – вартість людського капіталу підприємства;

K_n – коефіцієнт використання людського капіталу (у порівнянні з середніми показниками по галузі);

$V_{л,нов}$, $V_{л,стар}$ – вартість витрат на формування людського капіталу підприємства (витратному підходу) та доходів від його використання відповідно; у формулі використовується значення, розраховане як середньозважене за двома підходами, або вибране експертним шляхом із зазначеного інтервалу.

Якщо $K_n = 1$, результати використання людського капіталу підприємства аналогічні показниками, досягнутими конкурентами. У цьому разі додаткові конкурентні переваги відсутні. Висновки про вартість людського капіталу формулюються на основі величин, розрахованих витратним і дохідним підходами.

Якщо $K_n > 1$, рівень використання людського капіталу підприємства вище, ніж у конкурентів, отже, його вартість буде збільшуватися. При зниженні K_n до рівня, нижче середньогалузевих показників, людський капітал буде зменшувати вартість всього підприємства.

Таким чином, порівнювання витрат і результатів, тобто доходів від використання людського капіталу підприємства, а також порівняння отриманих показників з

Вважається, що перевищення значень зазначених показників над середньостатистичними свідчить про позитивний внесок людського капіталу підприємства в його вартість.

Порівняння "інтелектуальності" співробітників підприємства із середніми показниками по галузі можна провести на основі виділення таких рівнів:

Високий рівень інтелектуального розвитку співробітників;

– середній рівень;

– рівень нижче середнього;

Нехай K_i ($i = 1...m$) – система показників, що характеризують інтелектуальний капітал підприємства; k_i – значення показника, відповідного середньому рівню інтелектуальності підприємства. Тоді зміна значень k_i індикатора інтелектуальності k_i буде відбуватися в діапазоні $0 < k_i$ і ці значення визначаються співвідношеннями:

$$\begin{cases} k_{i-1} < k_i < k_{i+1}, \\ k_i, \text{ якщо } k_i = 1, \\ k_{i-1} < k_i < k_{i+1} \end{cases} \quad (8)$$

де k_i – перший показник, що характеризує інтелектуальний капітал підприємства; k_i – значення i -го показника, що характеризує інтелектуальний капітал підприємства;

b – високий рівень інтелектуальності підприємства по кожній складовою його інтелектуального капіталу (по галузі); s – середній рівень інтелектуальності;

o – відсутній рівень інтелектуальності.

Для інтегральної оцінки людського капіталу значення окремих показників повинні бути пронормовані, щоб забезпечити їх порівняльність при подальшому аналізі. Значення показників, відповідні середньому рівню інтелектуальності підприємства приймаються за одиницю, а значення показників фактичного стану справ обчислюються частками щодо цієї одиниці [8].

Таким чином, стан і рівень використання людського капіталу підприємства можна проаналізувати за допомогою наступної системи показників (табл. 1.). Коефіцієнт використання людського капіталу характеризує стан цього елемента інтелектуального капіталу у порівнянні із середніми по відповідній галузі даними, і фактично, грає роль порівняльного підходу, традиційно існує в оціночній діяльності.

Кожне підприємство в силу специфіки своєї діяльності та індивідуальності організаційно-кадрової структури може самостійно визначити систему показників для розрахунку людського капіталу. Проте, суттєвим недоліком даної методики є труднощі у зборі необхідної статистичної інформації по галузі, а в деяких випадках, коли діяльність підприємства специфічна, – відсутність подібних даних.

середньогалузевими, дає в результаті величину, відповідну стандартам, прийнятим у оціночній діяльності.

Переважаюча частина структурного капіталу – об'єкти інтелектуальної власності:

– інформаційні ресурси, бази даних – об'єкти авторського права, можливо, комерційна таємниця;

– інструкції, методики-роботи, система організації, ноу-хау, здебільшого відокремленні від фізичних осіб (працівників) і від підприємства – організаційно-управлінські секрети, тобто комерційна таємниця;

– права на об'єкти інтелектуальної власності – тут враховуються не виділені в складі інших складових інтелектуального капіталу об'єкти промислової власності, а саме: патенти на винаходи, промислові зразки, свідоцтва на корисну модель.

Таким чином, питання про визначення вартості всіх елементів структурного капіталу підприємства залишається відкритим тільки для корпоративної культури. Корпоративна культура – спосіб дій, характерних для даного підприємства. Вона включає в себе визнані всіма працівниками цінності, ідеали, звичаї, що не дозволяють підприємству піддаватися будь-яким примхам ринку або керівництва [3].

Очевидно, що корпоративна культура має значну вартість. Оцінка можливих втрат підприємства через недоліки корпоративної культури, а також додаткових доходів,

обумовлених її перевагами, можуть дати уявлення про реальну вартість даного елементу структурного капіталу [10].

Існує безліч методів, які традиційно використовуються в оцінці, але незастосовні до такого специфічного об'єкту, як корпоративна культура, так як об'єктом дослідження є відносини між співробітниками, загальний психологічне налаштування на підприємстві. Тому необхідно використовувати нетрадиційні методи для оцінки вартості корпоративної культури [2], наприклад, методика Хаусела-Канівського, в основі методики Хаусела-Канівського лежить гіпотеза про те, що додана вартість еквівалентна змінам. Якщо немає змін, немає і доданої вартості. Якщо змінилися економічні характеристики підприємства під впливом корпоративної культури, отже, створена додана вартість [8]. Таким чином, можна давати наближену оцінку впливу деяких факторів на діяльність підприємства. Вплив корпоративної культури можна охарактеризувати через, систему мотивації, стандарти поведінки, корпоративну етику тощо.

Вартісної підхід до визначення величини корпоративної культури також можливий. Порівнювання як витрат, які необхідно провести підприємству для створення згуртованого колективу, так і результатів подібних інвестицій у вартісному вираженні буде свідчити про якість корпоративної культури. Проблемою може стати виокремлення як витрат на створення корпоративної культури, так і доходів від неї з загальної маси, тим більше що більшість підприємств не розглядають цей елемент інтелектуального капіталу як об'єкт інвестицій.

Елементи порівняльного підходу до визначення вартості структурного капіталу можуть бути використані у вигляді коефіцієнтів, що представляють собою відношення показника компанії до середньогалузевого рівня. Для оцінки окремих елементів структурних інтелектуальних фондів можуть бути використані коефіцієнти, які свідчать про накопичені запаси корпоративних знань; про організаційну ефективність підприємства, що показує, якою мірою організація діяльності стимулює, а не гальмує його роботу.

Результати аналізу можуть бути представлені у вигляді таблиці (табл. 2)

Таблиця 2. Вартість, обумовлена якістю корпоративної культури

Прояви якості корпоративної культури	Економічні наслідки	Вартість, тис. грн
<i>Витрати</i>		
Мотивація до праці (кількість і величина штрафів/премій, додаткових виплат за рік)	Вартість корпоративної культури, забезпечена преміюванням співробітників	Вартість забезпечення стабільності колективу
Довіра, відданість співробітників компанії-керівництву	Відсутність випадків крадіжок, прогулів, передачі комерційної таємниці стороннім особам	Вартість можливого збитку
<i>Результати</i>		
Позитивна психологічна атмосфера, полегшення роботи завдяки наявності духу взаємної підтримки	Гарантія низької плинності кадрів, компанія економить на оплаті послуг кадрових агентств	Економія на оплаті послуг кадрових агентств

Обчислення підсумкового коефіцієнта використання структурного капіталу провадиться на основі порівняння показників підприємства середньогалузевих, згідно з методикою. Тоді, вартість структурного капіталу буде визначатися за формулою:

$$V_c = K_c \cdot (V_{c, \text{ам}} + V_{c, \text{дох}}) \quad (8)$$

де V_c – вартість структурного капіталу підприємства;
 K_c – коефіцієнт використання структурного підприємства;
 $V_{c, \text{ам}}$, $V_{c, \text{дох}}$ – вартість i -го елемента структурного капіталу за витратним і дохідним підходом відповідно.
 Вартість всього інтелектуального капіталу підприємства буде визначатися за формулою (9):

$$V_{\text{ІК}} = V_{\text{Л}} + V_{\text{Р}} + V_{\text{С}} \quad (9)$$

де $V_{\text{ІК}}$ – вартість інтелектуального капіталу підприємства;
 $V_{\text{Р}}$ – вартість ринкового капіталу.

Сума людського, ринкового і структурного капіталу не завжди дорівнює величині інтелектуального капіталу підприємства. Фахівці в області інтелектуального капіталу,

відзначають: якщо фірма втрачає один з елементів, то знецінюється весь її інтелектуальний капітал і, отже, сама фірма. Тут має місце порушення принципу, відомого в теорії корпоративних фінансів як закон збереження вартостей. З урахуванням цього, вартість інтелектуального капіталу підприємства може визначатися не як сума його елементів, а як їх добуток. Також можливе використання змішаної моделі. У будь-якому випадку, залежність величини $V_{\text{ІК}}$ від складових інтелектуального капіталу буде носити нелінійний характер.

З нашої точки зору, вибір лінійної або нелінійної моделі визначення вартості інтелектуального капіталу підприємства залежить від:

– ступеня усвідомлення керівництвом необхідності залучення в господарський оборот інтелектуального капіталу підприємства;

– від рівня розвитку і використання інтелектуального капіталу підприємства.

Якщо підприємство перебуває на самому початку виявлення і використання подібних ресурсів, вартість інтелектуального капіталу може бути визначена простим підсумовуванням. У тому випадку, коли підприємство має деякий досвід у цій сфері, реалізується комплекс заходів, націлених на збільшення вартості інтелектуального капіталу, а також і вартості всього підприємства природно, зв'язаних з інвестиціями слід враховувати комплексний ефект який реалізується в запланованій політиці в цій галузі. Для обліку таких моделей підходить нелінійна модель визначення вартості інтелектуального капіталу.

Отже, в дослідженні проаналізовані підходи до оцінки інтелектуального капіталу. Згідно з першим – інтелектуальний капітал визначається як різниця ринкової та балансової вартості, за виключенням нематеріальних активів включених до складу балансової вартості. Ринкову вартість пропонуємо розраховувати як суму теперішніх вартостей грошових потоків в прогностичний та пост прогностичний період.

При оцінці інтелектуального капіталу поелементним методом необхідно визначити вартість людського капіталу, виходячи з витрат, які підприємство, несе для підвищення кваліфікації та навчання персоналу. Вартість структурного капіталу пропонуємо розраховувати, як вигоди, які отримує підприємство, в результаті використання ноу-хау у виготовленні наукомісткої продукції, вартість ринкової складової інтелектуального капіталу пропонуємо розраховувати як вартість ділових зв'язків, які приносять значні переваги, в порівнянні з разовими замовлення підприємства. Інтегральна вартість інтелектуального капіталу пропонуємо розраховувати як суму складових інтелектуального капіталу (людської, структурної та ринкової).

Список використаної літератури:

1. Букович У. Управление знаниями: руководство к действию. М.: Инфра – М, 2002. 503 с.
2. Бруклинг Э. Интеллектуальный капитал. – СПб: Питер, 2001. – 288 с.
3. Дресвянников В.А. Интеллектуальная деятельность как основа формирования интеллектуального капитала промышленного предприятия : моногр. – Пенза: ИИЦ ПГУ, 2007. – 164 с.
4. Кендюхов О.В. Интеллектуальный капитал предприятия: методология формирования механизма управления: Монография / О.В. Кендюхов. – Донецьк: НАН України. Ін-т економіки пром-ті; ДонУЕП. – 2006. – 307 с.
5. Климов С.М. Интеллектуальные ресурсы общества [Текст] : монография / С.М. Климов. – СПб. : ИВЭСЭП, Знание, 2002. – 199 с.
6. Козырев А.Н. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. – М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. – 368 с.
7. Лукичева Л.И. Управление интеллектуальным капиталом. Серия: Высшая школа менеджмента. Изд. Омега-Л. 2007. – 560 с.
8. Мариничева М.К. Управление знаниями на 100% Путеводитель для практиков. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 230 с.
9. Мойсесенко І.П. Управління інтелектуальним потенціалом: Монографія. – Львів, Аверс, 2007. – 304 с.
10. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л.Иноземцева. – М.: Academia. – 1999. – С. 372-401

ЛІПІЧ О.А. – аспірант Національного університету "Львівська політехніка".