

## **МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В УПРАВЛІНСЬКОМУ ОБЛІКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Розглядаючи систему стратегічного управління як потенціал для приросту вартості капіталу, маємо визначити істотні фактори, що впливають на його зростання з метою застосування належного методичного інструментарію щодо їх управлінського обліку.

До означених факторів відносяться як матеріальні (фінансові, монетарні) так і нематеріальні (нефінансові, немонетарні) фактори, ідентифікація і оцінка величини яких у якості певних показників залишається актуальним й донині.

У роботі Петера Хорвата [1, с. 197] зазначається, що нематеріальні (нефінансові, немонетарні) фактори впливають на вартість капіталу раніше, ніж матеріальні (фінансові, монетарні), активне управління якими забезпечує стійке зростання вартості. До груп нематеріальних (нефінансових, немонетарних) факторів П. Хорватом віднесені – імідж, кваліфікація, якість, мотивація, а до груп монетарних (фінансових, матеріальних) факторів – оптимізація використання активів, інвестиції на розширення бізнесу, ціноутворення [1, с. 197].

У цьому контексті необхідно зупинитися на вартісній оцінці нематеріальних (нефінансових, немонетарних) факторах зростання вартості капіталу, що на початку 90-х ХХ століття привели до появи і розвитку нового фактору виробництва – інтелектуального капіталу.

Дане поняття пов'язують з ім'ям Карла Еріка Свейбі, як батька концепції управління знаннями, за якою переважно формується інноваційна стратегія розвитку підприємства. Саме він на початку 90-х ХХ століття, звернув увагу на цінність нематеріальних («невловимих») ресурсів: репутації, компетенцій працівників, бренду. А тому інноваційний розвиток відбувається не лише у традиційних сферах техніки та технологій, а в маркетингу, збуті, логістиці, організації управління та інших сферах діяльності людини [2].

Том Стюарт, один з перших дослідників даної проблематики, визначає інтелектуальний капітал як накопичені корисні знання, інтелектуальний матеріал, що використовується для виробництва більш цінного майна та має визначену форму: перелік відомостей, база даних, опис процесу [3]. Практично усі дослідники інтелектуального капіталу, у тому числі Едвінсон Л. [4], виділяють три його складові: людський капітал, структурний (організаційний) капітал та клієнтський (споживчий, ринковий) капітал.

Людський капітал розглядається як освіта, навички, кваліфікація компетенція (здібності) персоналу; структурний (організаційний) – як права інтелектуальної власності та неоформлені означеними правами ідеї, моделі і практики управління, а також застосовувані інформаційні технології й робочі процеси тощо; клієнтський (споживчий, ринковий) капітал – як цінність, закладену у відносинах з клієнтами (клієнтські бази даних, моделі маркетингу, портфелі та стосунки з клієнтами й партнерами тощо).

Повний перелік методів вимірювання інтелектуального капіталу представлені на персональному сайті Карла Еріка Свейбі, де він виділяє 25 методів, що згруповані у 4 категорії [5].

Методи прямого вимірювання у вартісній (грошовій) оцінці – Direct Intellectual Capital methods (DIC), що дозволяють відносити одержані показники до діагностичної системи та оцінюють, як окремі компоненти інтелектуального капіталу, так і надають його інтегральну оцінку.

Методи ринкової капіталізації у вартісній (грошовій) оцінці – Market Capitalization Methods (MCM), що ґрунтується на концепції вартісного підходу в управлінні (Value Based Management, VBM). За даним методом вираховують різницю між ринковою вартістю підприємства та власним капіталом його засновників (учасників), тим самим визначаючи вартість інтелектуального капіталу, що розглядається як гудвіл.

Наступний метод вартісної грошової оцінки за концепцією VBM – це метод віддачі на актив – Return on Assets methods, що вираховує інтелектуальний капітал як добуток балансової вартості активів підприємства й різниці між рентабельністю його активів та середньої рентабельності галузі. Отриманий таким чином грошовий потік дисконтується, що дозволяє оцінювати вартість інтелектуального капіталу.

Методи підрахунку очок - Scorecard Methods (SC), що ідентифікують різні складові інтелектуального капіталу у вигляді очок і балів та визначаються як показники у негрошових вимірниках (індикаторах). Дані методи надають інформацію щодо раних факторів зростання вартості капіталу у якості нематеріальних (нефінансових, немонетарних) показників, які передують та обумовлюють матеріальні (фінансові, монетарні) показники, що у сукупності характеризують ефективність (результативність) діяльності підприємства.

Зазначені методи переважно використовуються не індивідуально, а в комплексі з іншими оцінками для формування інтегрованих систем управління ефективністю діяльності підприємства. Серед них найбільш пристосованими для управлінського обліку інноваційної діяльності є : ключові індикатори результативності - збалансована система показників - Balanced Scorecard, BSC; Key Performance Indicators, KPI; універсальна система показників діяльності - Total Performance Scorecard TPS [6, 7, 8].

Дані концепції управлінського обліку, що відомі як збалансовані картки (рахунки), можуть бути застосовані для забезпечення потреб стратегічного менеджменту інноваційної діяльності, так як саме інноваційний процес розглядається як довгий ланцюг створення вартості на основі більш ефективного використання інтелектуального капіталу.

### **Список використаної літератури:**

1. *Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Horvath & Partners; Пер. с нем. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 269 с.*
2. *Sveiby, K.E. (1997) The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge Based Assets, Berrett Koehler, San Francisco, CA. Chapter on measuring available on-line: Ссылка: <http://www.sveiby.com/articles/MeasureIntangibleAssets.html>*
3. *Стюарт, Томас. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций [Текст]: пер. с англ. / Томас А. Стюарт. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.*

4. Эдвинссон, Л. *Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компаний. Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология [Текст]: пер. с англ.; под ред. В. Иноземцева / Эдвинссон Л., Мелоун М. – М.: Академия. – 1999. – 1067 с.*

5. Sveiby K.E. (2004) *Methods for Measuring Intangible Assets Jan 2001, updated April 2001, May 2002, October 2002, April 2004. Available Online: Ссылка: <http://www.sveiby.com/articles/MeasureIntangibleAssets.html>*

6. Каплан Р. *Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон; [пер. с англ.]. – М.: Олимп Бизнес, 2003. – 214 с.*

7. Рамперсад К. Хьюберт. *Универсальная система показателей как достигать результатов, сохраняя целостность / Хьюберт Рамперсад: [пер. с англ.]. – [3-е изд.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 352 с.*

8. Парментер Д. *Ключевые показатели эффективности. Разработка, внедрение и применение решающих показателей / Парментер Д.; пер. с англ. А. Платова. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – 288 с.*