

ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ КАПІТАЛУ ЯК ФАКТОР ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

©2019 ПУГАЧЕВСЬКА К. С., ВОРОБЕЙ Ю. М.

УДК 339.91:331.102
JEL: E22; M29; F23

Пугачевська К. С., Воробей Ю. М. Інтелектуалізація капіталу як фактор посилення конкурентних позицій міжнародних компаній

Мета статті полягає в дослідженні інтелектуалізації капіталу з точки зору його впливу на посилення конкурентних позицій міжнародних компаній в умовах постіндустріальної економіки. Систематизація наукових праць у досліджуваному напрямі засвідчила, що в умовах економіки знань традиційні фактори формування конкурентних переваг, зокрема матеріальні ресурси, втрачають свою значущість. За умов, коли знання та інформація виступають двигуном розвитку, успіху досягають компанії, яким вдається їх повною мірою використовувати з метою досягнення конкурентних переваг на внутрішньому та міжнародному ринках. Нині ринкова вартість деяких міжнародних компаній, конкурентні переваги яких базуються на нематеріальних активах, майже у 6 разів перевищує їх балансову вартість. У цьому контексті формування сучасних підходів до управління інтелектуальним капіталом відбувається в умовах постіндустріальної доби, коли передумовою розвитку суспільства та компаній виступає ефективність використання нематеріальних активів. Обґрунтовано, що управління інтелектуальним капіталом з огляду на сферу діяльності міжнародної компанії вирізняється певною специфікою та диференціацією внеску різних його складових у підвищення рівня капіталізації компанії. Конкурентоспроможність міжнародної компанії в умовах постіндустріальної економіки визначається широким спектром критеріїв, серед яких: активізація інноваційної діяльності; активна комерціалізація структурних елементів інтелектуального капіталу; захист інтелектуального капіталу підприємства; використання законодавчо передбачених коштів для закріплення виключних прав на результати творчої діяльності та інтелектуальної праці; виокремлення процесу управління інтелектуальним капіталом як самостійної функціональної підсистеми.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, інтелектуалізація, міжнародна компанія, конкурентні переваги, міжнародна конкурентоспроможність.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-12-21-36>

Рис.: 7. Табл.: 8. Бібл.: 16.

Пугачевська Катерина Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри зовнішньоекономічної діяльності підприємства, Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: krugachevska@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0473-3119>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/M-2288-2016>

Воробей Юлія Миколаївна – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри зовнішньоекономічної діяльності підприємства, Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: y.vorobey@knute.edu.ua

УДК 339.91:331.102
JEL: E22; M29; F23

UDC 339.91:331.102
JEL: E22; M29; F23

Пугачевская Е. С., Воробей Ю. Н. Интеллектуализация капитала как фактор усиления конкурентных позиций международных компаний
Цель статьи заключается в исследовании интеллектуализации капитала с точки зрения его влияния на усиление конкурентных позиций международных компаний в условиях постиндустриальной экономики. Систематизация научных трудов в исследуемом направлении показала, что в условиях экономики знаний традиционные факторы формирования конкурентных преимуществ, в частности материальные ресурсы, теряют свою значимость. В условиях, когда знания и информация выступают двигателем развития, успеха достигают компании, которым удается их в полной мере использовать с целью достижения конкурентных преимуществ на внутреннем и международном рынках. Сейчас рыночная стоимость некоторых международных компаний, конкурентные преимущества которых базируются на нематериальных активах, почти в 6 раз превышает их балансовую стоимость. В этом контексте формирование современных подходов к управлению интеллектуальным капиталом происходит в условиях постиндустриальной эпохи, когда предпосылкой развития общества и компаний становится эффективность использования нематериальных активов. Обосновано, что управление интеллектуальным капиталом с точки зрения сферы деятельности международной компании отличается определенной спецификой и дифференциацией вклада различных его составляющих в повышение уровня капитализации компании. Конкурентоспособность международной компании в условиях постиндустриальной экономики определяется широким спектром критериев, среди которых: активизация инновационной деятельности; активная коммерциализация структурных элементов интеллектуального капитала; защита ин-

Pugachevska K. S., Vorobei Yu. M. Intellectualization of Capital as a Factor in Strengthening the Competitive Positions of International Companies

The article is aimed at researching the intellectualization of capital in terms of its influence on the strengthening of competitive position of international companies in the post-industrial economy. A systematization of scientific works in the research area has shown that in the context of the knowledge economy, traditional factors of creating competitive advantages, in particular material resources, lose their importance. At a time when knowledge and information are the engine of development, success is achieved by companies that manage to make full use of them in order to obtain competitive advantages both in domestic and international markets. Now the market value of some international companies, whose competitive advantages are based on intangible assets, is almost 6 times their book value. In this context, the formation of modern approaches to the management of intellectual capital takes place in the post-industrial era, when the precondition for the development of society and companies is the efficiency of use of intangible assets. It is substantiated that the management of intellectual capital from the point of view of the international company's activities is distinguished by a certain specificity and differentiation of the contribution of its various components to increasing the level of capitalization of the company. The competitiveness of an international company in a post-industrial economy is determined by a wide range of criteria, including: activation of innovation activity; active

теллектуального капітала підприємства; використання законодавчо передбачених засобів для закріплення виключальних прав на результати творчої діяльності та інтелектуального праці; виділення процесу управління інтелектуальним капіталом як самостійної функціональної підсистеми.

Ключеві слова: інтелектуальний капітал, інтелектуалізація, міжнародна компанія, конкурентні переваги, міжнародна конкурентоспособність.

Рис.: 7. **Табл.:** 8. **Бібл.:** 16.

Пугачевская Екатерина Сергеевна – кандидат економічних наук, доцент кафедри внешнеекономічної діяльності підприємства, Київський національний торговельно-економічний університет (ул. Киото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: kpugachevska@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0473-3119>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/M-2288-2016>

Воробей Юлия Николаевна – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри внешнеекономічної діяльності підприємства, Київський національний торговельно-економічний університет (ул. Киото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: y.vorobey@knute.edu.ua

commercialization of the structural elements of intellectual capital; protecting the company's intellectual capital; use of the legally constituted means to enshrine exclusive rights to creative and intellectual work; allocation of the intellectual capital management process as a self-functioning subsystem.

Keywords: intellectual capital, intellectualization, international company, competitive advantages, international competitiveness.

Fig.: 7. **Tabl.:** 8. **Bibl.:** 16.

Pugachevska Kateryna S. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Foreign Economic Activity of the Enterprise, Kyiv National University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

E-mail: kpugachevska@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0473-3119>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/M-2288-2016>

Vorobei Yuliia M. – PhD (Economics), Senior Lecturer of the Department of Foreign Economic Activity of the Enterprise, Kyiv National University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

E-mail: y.vorobey@knute.edu.ua

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

Теоретичне підґрунтя дослідження ролі інтелектуального капіталу в забезпеченні конкурентоспроможності міжнародних компаній представлені працями Ф. Махлупа, Дж. Бела, Дж. Гелбрейта, Р. Хола, Ф. Самуельсона, а практичний інструментарій його оцінювання запропоновано К. Свейбі, Р. Капланом, А. Брукінгом. Серед вітчизняних учених проблематику управління інтелектуальним капіталом в умовах інноваційного розвитку економічної системи розглядали О. Кендюхов, С. Іляшенко, А. Колот, А. Чухно, Г. Уманців, Л. Федулова. Попри значну кількість наукових розробок у предметній царині дослідження, на даний час управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній не становить цілісної

та комплексної концепції. Основні труднощі в контексті її практичної реалізації полягають у відсутності єдиних методологічних засад оцінювання як власне інтелектуального капіталу, так і його внеску в посилення конкурентних позицій міжнародних компаній.

Отже, *мета* статті полягає в дослідженні інтелектуалізації капіталу з точки зору його впливу на посилення конкурентних позицій міжнародних компаній.

В умовах економіки знань набуває значущості завдання ефективного управління інтелектуальним капіталом (ІК) міжнародних компаній. Незважаючи на його роль у формуванні інноваційного потенціалу, перші спроби виокремлення управління ІК в окрему інформаційну підсистему та функціонування її на регулярних засадах були здійснені відносно недавно. Міжнародні компанії – лідери галузей не зуміли б досягнути отриманих результатів, ігноруючи прийняття управлінських рішень у сфері людських ресурсів і сучасних технологій. Такі компанії активно застосовують на практиці методи теорії управління знаннями з метою підвищення ефективності роботи підрозділів по розробці нових видів продукції, виведенню її на ринок, аналізу ринку власної продукції, роботі з постачальниками і клієнтами і т. ін.

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

Роботу виконано в межах НДР «Експорт-промоуш України в умовах дестабілізації глобальних торговельних регуляторів» (номер державної реєстрації 0117U007173).

ція інтелектуального капіталу достатньо розвинена та застосовується багатьма компаніями (Cisco, BP, Scandia, PriceWaterhouseCoopers та ін.) для розробки корпоративної стратегії та підготовки річних звітів про діяльність компанії. У сучасних умовах розвитку світової економіки інтелектуальні активи компанії, що відображені у фінансовій звітності, мають тенденцію до безпрецедентного зростання (рис. 1). Так, частка інтелектуальних активів компанії індексу S&P протягом 1975–2015 р. зросла майже у 5 разів.

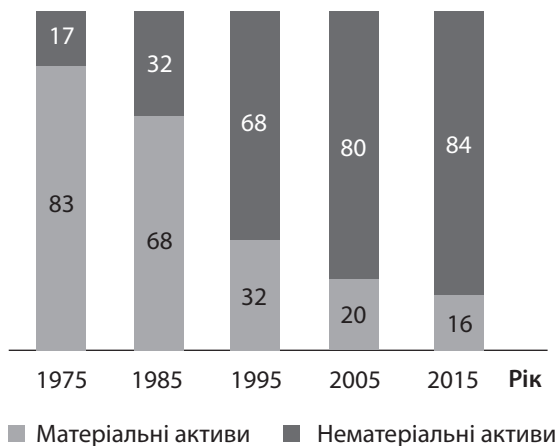


Рис. 1. Компоненти ринкової капіталізації компаній індексу S&P, %

Джерело: побудовано за [1].

В оцінюванні всіх компонент нематеріальних активів наявні труднощі в частині індикаторів, методик розрахунку, універсальності застосовуваних підходів. Разом із тим, якщо за окремими показниками оцінки людського й організаційного капіталу компанії досягнуто певного консенсусу та існують загальноприйнятні стандарти (показники людського потенціалу ООН, ОЕСР, патентна статистика, індикатори інноваційного потенціалу), то для окремих компонент клієнтського капіталу, зокрема бренду, досі не сформовано загальноприйнятної системи оцінки їх вартості.

Важливість інтелектуального капіталу обґрунтовано на рівні не лише компаній, але й на макрорівні. Згідно з даними Світового Банку, благополуччя країни залежить від нематеріальних активів та вмілої координації дій уряду по стимулюванню економічного зростання. З 1994 р. Європейською Комісією було створено ряд проектів національного та міжнародного рівня з метою координації зусиль у розробці методології оцінювання ІК, зокрема MERITUM (*Measuring Intangibles to Understand and Improve Innovation Management* – оцінювання нематеріальних активів для розуміння й удосконалення управління інноваціями) та MAGIC (*Measuring and Accounting Intellectual Capital* – оцінювання й облік інтелектуального капіталу).

Однією з ключових проблем сучасної теорії інноваційного розвитку є обґрунтування детермінант зростання інноваційної активності, що розпочалася наприкінці ХХ ст. Підтвердженням цьому служать дані про кількість нових продуктів в окремих секторах економіки США у 1990-х рр., що в 3 рази перевищувала показник 1980-х рр. Основним фактором, що зумовив цей процес, можна вважати зміщення акцентів у ресурсній базі економіки з матеріальної на нематеріальну компоненту. Це обумовлює необхідність інтелектуалізації підприємницької діяльності, що може бути виражена у виробництві інтелектуального (ноу-хау, програмне забезпечення, інформаційні технології) та високотехнологічного продукту.

Суперечливість міжнародних компаній полягає в тому, що, з одного боку, вони нівелюють нерівномірність інноваційного розвитку між розвиненими країнами й рештою світу через механізм «офшоризації НДДКР», формування все більшої кількості дослідницьких центрів у країнах, що розвиваються, та спрямування в ці країни значних обсягів витрат на НДДКР. Однак, з іншого боку, за рахунок обмеженої географічної диверсифікації корпоративних витрат на НДДКР, що спрямовуються винятково у привабливі для міжнародних компаній країни, зберігається та навіть поглиблюється розрив між інноваційними лідерами й аутсайдерами інноваційного розвитку. До країн – лідерів за витратами на НДДКР у грошовому виразі у 2017 р. слід віднести Японію (170,9 млрд дол. США) та Німеччину (132,0 млрд дол. США) (рис. 2).

За період 1980–2017 рр. у країнах ОЕСР зростання витрат на НДДКР склало понад 3 рази, кількість персоналу, зайнятого у сфері досліджень і розробок, – понад 2 рази. Зазначені тенденції зростання значущості сфери досліджень і розробок привело до появи концепції економіки знань, тобто економіки, у якій, за визначенням Департаменту торгівлі та промисловості Великої Британії, виробництво та споживання відіграє домінуючу роль. Компаративний аналіз частки витрат на НДДКР у % до ВВП засвідчує найбільш високий показник для Ізраїлю (4,54%), Республіки Корея (4,55%), Швеції (3,40%), Японії (3,21%), Австрії (3,16%) (табл. 1).

Системні зміни глобалізаційно-інноваційної моделі варто розглядати в контексті концепції інноваційного розриву, що представлений наявністю диспропорцій інноваційного розвитку країн і регіонів. У табл. 2 відображено частку країн найбільших експортерів інформаційних і комунікаційних товарів у % до загального експорту. Можемо прослідкувати, що до країн-лідерів за цим показником належить Гонконг (51,7%), Філіппіни (35,9%), Тайвань (43,0%), Сінгапур (32,0%) та В'єтнам (31,2%).

Перша десятка країн-лідерів за часткою імпорту інформаційних і комунікаційних товарів у % до за-

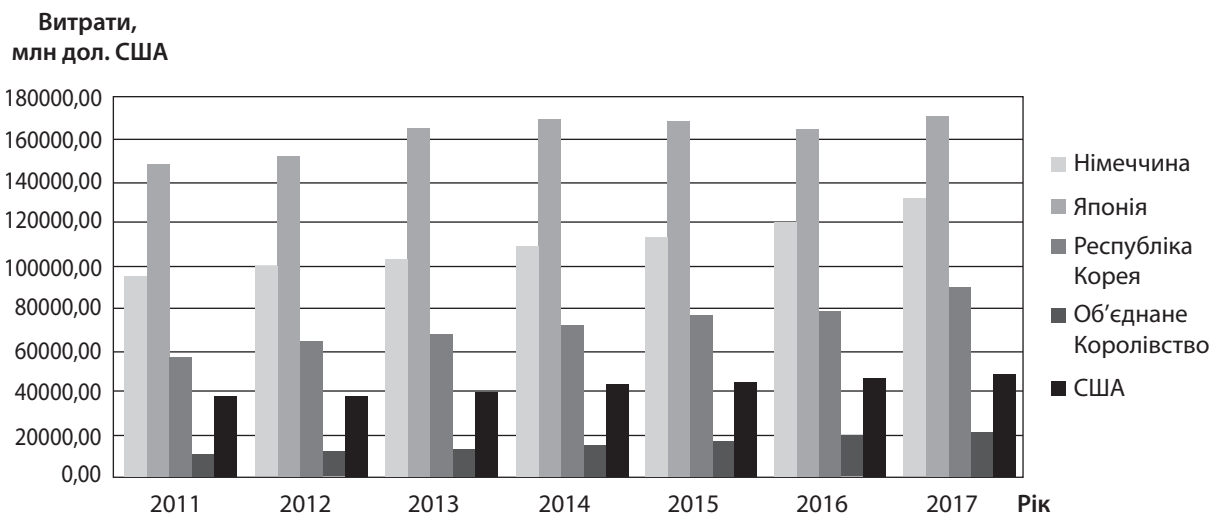


Рис. 2. Динаміка витрат на НДДКР окремих країн у 2011–2017 рр., млн дол. США

Джерело: побудовано за [2].

Таблиця 1

Частка витрат на НДДКР окремих країн у 2000-2017 рр., % до ВВП

Країна	Рік											
	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Австрія	1,89	2,37	2,57	2,60	2,73	2,67	2,91	2,95	3,07	3,05	3,09	3,16
Бельгія	1,92	1,78	1,92	1,99	2,05	2,16	2,27	2,33	2,39	2,47	2,49	2,70
Канада	1,86	1,98	1,86	1,92	1,83	1,79	1,78	1,71	1,72	1,65	1,60	1,59
Чехія	1,11	1,17	1,24	1,29	1,34	1,56	1,78	1,90	1,97	1,93	1,68	1,79
Естонія	0,60	0,92	1,26	1,40	1,58	2,31	2,12	1,72	1,45	1,49	1,28	1,29
Фінляндія	3,25	3,33	3,55	3,75	3,73	3,64	3,42	3,29	3,17	2,90	2,75	2,76
Франція	2,08	2,04	2,06	2,21	2,18	2,19	2,23	2,24	2,28	2,27	2,25	2,19
Німеччина	2,39	2,42	2,60	2,73	2,71	2,80	2,87	2,82	2,87	2,92	2,94	3,04
Угорщина	0,79	0,92	0,98	1,13	1,14	1,19	1,26	1,39	1,35	1,36	1,21	1,35
Ізраїль	3,93	4,05	4,35	4,13	3,94	4,01	4,16	4,15	4,20	4,27	4,25	4,54
Італія	1,01	1,05	1,16	1,22	1,22	1,21	1,27	1,31	1,34	1,34	1,29	1,35
Японія	2,91	3,18	3,34	3,23	3,14	3,24	3,21	3,31	3,40	3,28	3,14	3,21
Республіка Корея	2,18	2,63	3,12	3,29	3,47	3,74	4,03	4,15	4,29	4,22	4,24	4,55
Латвія	0,44	0,53	0,58	0,45	0,61	0,70	0,66	0,61	0,69	0,62	0,44	0,51
Люксембург	1,58	1,57	1,62	1,68	1,50	1,46	1,27	1,30	1,26	1,27	1,24	1,26
Мексика	0,33	0,40	0,47	0,52	0,54	0,52	0,49	0,50	0,54	0,53	0,50	*
Нідерланди	1,81	1,79	1,64	1,69	1,72	1,90	1,94	1,95	2,00	2,00	2,03	1,99
Польща	0,64	0,56	0,60	0,66	0,72	0,75	0,88	0,87	0,94	1,00	*	1,03
Португалія	0,72	0,76	1,45	1,58	1,53	1,46	1,38	1,33	1,29	1,24	1,27	1,33
Словаччина	0,64	0,49	0,46	0,47	0,62	0,66	0,80	0,82	0,88	1,18	0,79	0,88
Словенія	1,36	1,41	1,63	1,82	2,06	2,42	2,57	2,58	2,37	2,20	2,00	1,86
Іспанія	0,88	1,10	1,32	1,35	1,35	1,33	1,29	1,27	1,24	1,22	1,19	1,21
Швеція	*	3,39	3,50	3,45	3,22	3,25	3,28	3,31	3,15	3,27	3,25	3,40
Туреччина	0,47	0,57	0,69	0,81	0,80	0,80	0,83	0,82	0,86	0,88	*	0,96

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Велика Британія	1,63	1,56	1,63	1,69	1,67	1,67	1,60	1,65	1,67	1,67	1,69	1,66
США	2,62	2,51	2,77	2,82	2,74	2,77	2,69	2,72	2,73	2,74	2,74	2,79
ЄС-28	1,67	1,66	1,76	1,84	1,84	1,88	1,91	1,92	1,95	1,96	1,94	1,97
ОЕСР	2,12	2,14	2,28	2,33	2,29	2,32	2,31	2,34	2,36	2,36	2,35	2,37

Примітка: * – офіційні дані відсутні.

Джерело: побудовано на основі [2].

Таблиця 2

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

Країна	Рік											
	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Гонконг	24,8	38,3	40,9	43,1	44,2	42,5	42,2	41,5	45,5	48,6	50,0	51,7
Філіппіни	38,8	47,7	30,6	36,4	26,8	22,7	29,5	26,9	34,6	42,9	43,2	35,9
Тайвань	42,4	32,8	29,6	33,0	34,6	34,5	33,6	34,8	37,3	39,4	43,0	*
Сінгапур	55,0	15,9	34,2	33,6	34,3	28,9	28,4	29,9	30,0	33,5	33,6	32,0
В'єтнам	5,4	2,8	4,7	5,8	7,9	11,6	18,2	24,5	24,0	29,4	31,2	*
Малайзія	52,7	43,4	24,5	36,5	34,0	29,4	27,9	28,2	28,7	30,0	30,5	31,0
Китай	17,7	30,7	27,7	29,7	29,1	26,8	27,1	27,4	25,9	26,6	26,5	27,1
Республіка Корея	34,5	30,0	21,4	21,9	21,4	18,0	17,2	19,1	19,8	21,7	22,3	24,7
Словаччина	3,3	9,4	16,8	20,8	19,1	16,1	16,7	17,6	17,6	16,6	16,6	16,3
Мексика	20,9	18,0	19,5	21,7	20,2	17,0	16,9	16,3	16,0	16,2	16,1	16,1
Таїланд	28,7	23,4	19,1	19,8	18,9	15,6	16,0	15,6	16,0	16,6	15,8	*
Мальта	63,6	45,2	43,2	42,3	30,9	22,9	20,2	18,8	15,2	14,9	13,2	*
Чехія	4,6	11,1	14,1	14,4	15,0	15,3	14,5	13,1	13,4	13,5	12,7	12,6
Естонія	25,3	17,0	5,4	4,7	8,0	11,5	10,9	11,6	12,8	11,9	12,5	9,3
Ізраїль	12,9	7,5	10,3	16,4	12,3	10,7	11,7	11,8	11,2	14,3	11,7	10,7
Угорщина	25,7	25,6	22,7	26,0	25,6	21,6	17,4	14,8	11,9	11,6	11,4	11,2
Нідерланди	17,9	16,8	11,6	12,4	12,5	11,9	10,5	10,3	10,8	10,9	11,3	11,0
Сент-Люсія	0,5	4,8	4,2	7,2	8,0	14,3	10,9	11,9	11,7	10,2	10,9	*
Латвія	0,9	2,0	4,6	5,6	5,8	5,4	6,1	7,7	9,8	11,5	10,5	9,3

Примітка: * – офіційні дані відсутні.

Джерело: побудовано на основі [2].

гального імпорту практично є незмінною і представлена Гонконгом (50,3%), Сінгапуром (29%), Малайзією (24,7%), Філіппінами (24%), Китаєм (23,8%), Тайванем (23,5%), В'єтнамом (22,6%), Мексикою (16,5%), Республікою Корея (15,7%), Парагваем (15,4%).

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

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

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

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

Секторальний аналіз інвестицій у НДДКР (рис. 3) вказує на найбільший їх приріст у високотехнологічному секторі (56,3%), що відбувається на фоні одночасного зростання обсягів продажу та чисельності зайнятих на 43,5% та 27,6% відповідно. Високий показник витрат на НДДКР у низькотехнологічних видах діяльності (47,7%) можна пояснити прагненням підвищити їх економічну ефективність за рахунок новітніх розробок, однак середній обсяг у цьому секторі за 2007–2016 рр. зменшився на 6,9%. Незважаючи на глобальну економічну кризу та її наслідки, період 2007–2016 рр. характеризувався суттєвим зростанням інвестицій у НДДКР за рівнем технологічності в сектори вище та нижче середнього на 41,6% та 33,6%.

Рейтинг топ-20 компаній світу за витратами на НДДКР відображено в табл. 3. Як бачимо з отриманих даних, компанії в рейтингу представляють такі види діяльності, як автомобілебудування, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги, технологічне забезпечення й устаткування, фармацевтичну про-

мисловість і біотехнології. Першу позицію рейтингу займає компанія Volkswagen з показником інвестицій у НДДКР 13,6 млрд євро. Наступні дві компанії зі США і презентують сектор програмного забезпечення та комп'ютерних послуг – Alphabet і Microsoft. Alphabet була створена у жовтні 2015 р. і стала материнською компанією для Google та декількох її дочірніх компаній.

Міжнародна компанія є системою, що складається з матеріальних, нематеріальних активів і мережі їх взаємодії. Ринкова капіталізація компанії залежить від очікувань майбутніх прибутків компанії, які можуть бути отримані шляхом ефективного використання наявних активів. Компанія, що працює у високотехнологічних видах діяльності, де інтелектуальна компонента, а не фізичні активи відіграють домінуючу роль, привертає увагу інвесторів ресурсами, які впливають не тільки на поточну ситуацію компанії, але й на її перспективи. Дана теза впливає із аналізу інформації, що надають компанії щодо НДДКР і витрат на них, дані про обсяги яких відповідно впливають на волатильність котирувань акцій на фондових біржах.

Аналіз кореляційного зв'язку між витратами на НДДКР і рентабельністю діяльності для топ-100 компаній за витратами на НДДКР у 2017 р. (рис. 4) дозволив виявити відсутність взаємозв'язку на статистично значущому рівні, однак між показниками витрат на НДДКР та обсягами продажу було виявлено коефіцієнт кореляції на рівні 0,601.

Аналогічний коефіцієнт кореляції, однак розрахований для 100 винятково європейських компаній у 2017 р. (рис. 5) склав 0,651, що свідчить про вагомий внесок інвестицій в НДДКР для забезпечення стабільних обсягів продажу для компаній Європи.

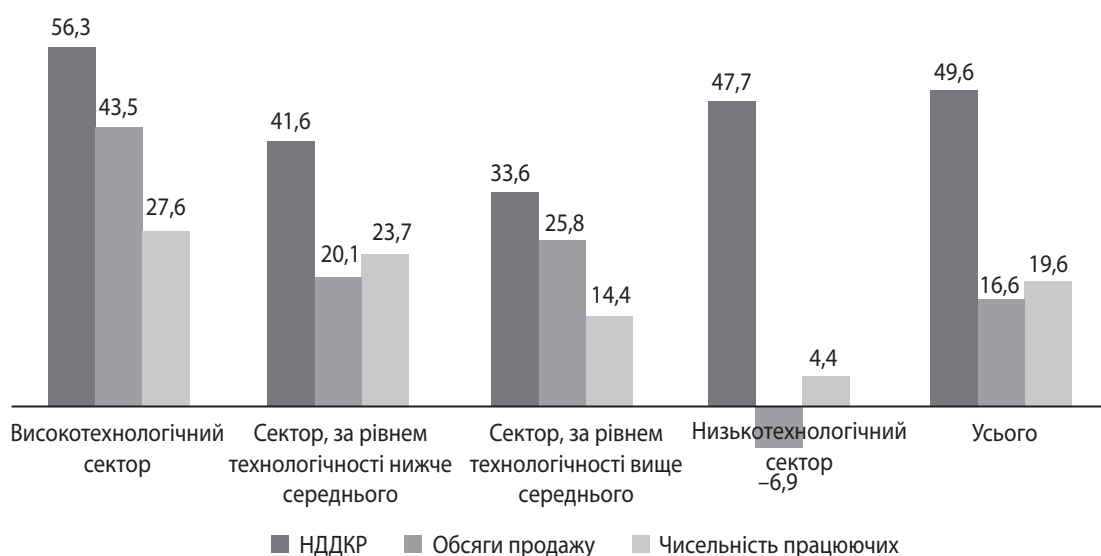


Рис. 3. Темпи зростання інвестицій у НДДКР, обсягів продажу та чисельності працюючих за секторами економіки у 2007–2016 рр., %

Джерело: побудовано за даними [3].

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

Позиція рейтингу	Компанія	Країна	Галузь	Витрати на НДДКР у 2016–2017 рр., млн євро	Темп приросту витрат на НДДКР, %	Темп приросту обсягів продажу, %	Темп приросту капітальних витрат, %	Частка капітальних витрат у обсягах продажу, %
1	VOLKSWAGEN	Німеччина	Атомобіле- і приладобудування	13672,0	0,4	1,9	-0,5	6,1
2	ALPHABET	США	Програмне забезпечення та комп'ютерні послуги	12864,1	12,7	20,4	2,6	11,3
3	MICROSOFT	США		12367,9	8,8	5,4	-2,6	9,0
4	SAMSUNG ELECTRONICS	Південна Корея	Електронне устаткування	12154,6	-3,2	0,6	-8,0	12,5
5	INTEL	США	Технологічне забезпечення та устаткування	12086,1	5,0	7,3	29,3	16,2
6	HUAWEI	Китай		10362,7	28,5	37,1	60,2	5,6
7	APPLE	США		9529,5	24,5	-7,7	17,9	6,3
8	ROCHE	Швейцарія	Фармацевтика та біотехнології	9241,6	6,2	5,0	19,5	8,2
9	JOHNSON & JOHNSON	США		8628,2	0,5	2,6	-6,8	4,5
10	NOVARTIS	Швейцарія		8539,0	-8,2	-1,9	-21,3	3,8
11	GENERAL MOTORS	США	Атомобіле- та приладобудування	7684,3	8,0	9,2	26,6	17,5
12	DAIMLER	Німеччина		7536,0	15,4	2,5	16,0	3,8
13	TOYOTA MOTOR	Японія		7500,1	-12,5	-2,8	-12,8	12,8
14	PFIZER	США	Фармацевтика та біотехнології	7376,9	1,4	8,1	33,6	3,8
15	FORD MOTOR	США	Атомобіле- та приладобудування	6925,3	9,0	1,5	-2,8	4,6
16	MERCK US	США	Фармацевтика та біотехнології	6483,3	-2,5	0,8	25,8	4,1
17	ORACLE	США	Програмне забезпечення та комп'ютерні послуги	5842,9	6,4	1,8	70,0	5,4
18	CISCO SYSTEMS	США	Технологічне забезпечення та устаткування	5748,0	-3,8	-2,5	-15,9	2,0
19	FACEBOOK	США	Програмне забезпечення та комп'ютерні послуги	5615,2	22,9	54,2	78,0	16,2
20	ROBERT BOSCH	Німеччина	Атомобіле- та приладобудування	5587,0	7,4	3,6	7,5	7,1

Джерело: побудовано за даними [3].

Дослідження витрат на НДДКР у розрізі виключно європейських компаній дозволяє виявити високу присутність автомобільних ТНК Німеччини, які займають перші три позиції досліджуваного рейтингу (табл. 4). Причому варто відзначити, що концерн Volkswagen за показником інвестицій у НДДКР займає першу позицію як у Європі, так і в цілому по світу, хоча темп їх приросту у 2017 р. становив лише 0,4%. Найвищими темпами приросту витрат на НДДКР характеризувалися компанії Nokia

(96%), Renault (19,9%), Daimler (15,4%). Варто також вказати, що топ-20 компаній даного рейтингу забезпечують 45,8% витрат на НДДКР серед усіх компаній, що увійшли в дослідження (перші 100 компаній забезпечують 77,1% витрат на НДДКР). На нашу думку, цілеспрямовані R&D інвестиції мають визначальне значення для забезпечення майбутнього зростання й утримання конкурентних позицій, а також прямо пов'язана з розробкою нових і технологічно передових продуктів, що особливо актуально для міжнародних

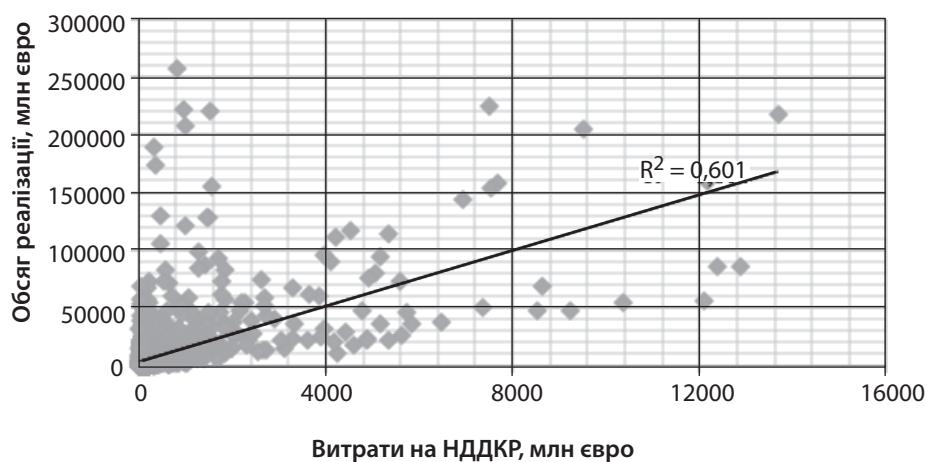


Рис. 4. Кореляційний взаємозв'язок витрат на НДДКР та обсягом реалізації для 100 міжнародних компаній у 2017 р.
Джерело: розраховано за даними [3].

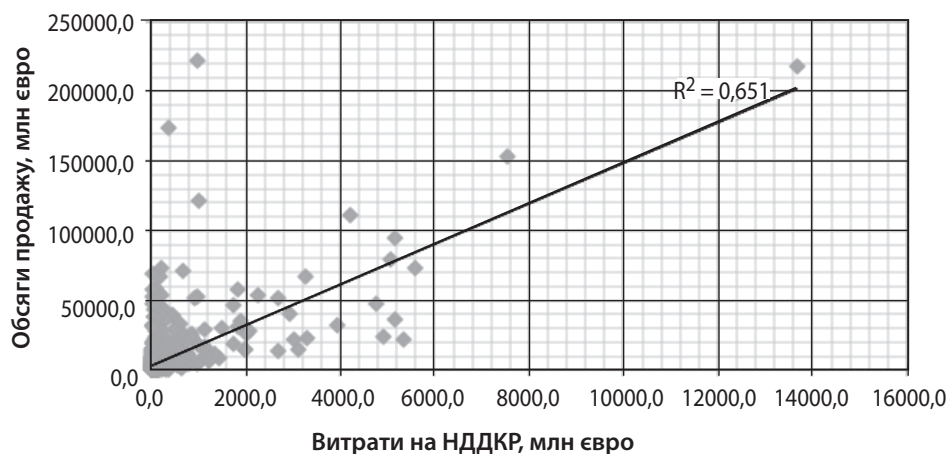


Рис. 5. Кореляційний взаємозв'язок витрат на НДДКР та обсягом реалізації 100 міжнародних компаній Європи у 2017 р.

Джерело: розраховано за даними [3].

Таблиця 4

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

Позиція рейтингу*	Компанія	Рік				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7
1	Apple	98,316	118,863	170,276	178,119	184,154
2	Google	93,291	107,439	120,314	133,252	141,703
3	Microsoft	59,546	61,154	67,670	72,795	79,999
4	Coca-Cola	79,213	81,563	78,423	73,102	69,733
5	Amazon	23,620	29,478	37,948	50,338	64,796
6	Samsung	39,610	45,462	45,297	51,808	52,249
7	Toyota	35,346	42,392	49,048	53,580	50,291
8	Facebook	7,732	14,349	22,029	32,593	48,148
9	Mercedes-Benz	30,097	34,338	36,711	43,490	47,829
10	IBM	78,808	72,244	65,095	52,500	46,829
11	GE	46,947	45,480	42,267	43,130	44,208

1	2	3	4	5	6	7
12	McDonald's	41,992	42,254	39,809	39,381	41,533
13	BMW	31,839	34,214	37,212	41,535	41,521
14	Disney	28,147	32,223	36,514	38,790	40,772
15	Intel	37,257	34,153	35,415	36,952	39,459
16	Cisco	29,053	30,936	29,854	30,948	31,930
17	Oracle	24,088	25,980	27,283	26,552	27,466
18	NIKE	17,085	19,875	23,070	25,034	27,021
19	Louis Vuitton	24,893	22,552	22,250	23,998	22,919
20	Honda	18,490	21,673	22,975	22,106	22,696

Примітка: * – позиція сформована відповідно до результатів рейтингу 2017 р.

Джерело: побудовано за даними [9].

компаній у сфері технологій. Цей факт підтверджується даними, згідно з якими у 2017 р. у топ-5 найбільших за капіталізацією публічних компаній увійшли компанії винятково технологічного спрямування: Alphabet (Google), Apple, Amazon, Microsoft, Tencent (для порівняння, у 2006 р. у п'ятірку світових бізнес-лідерів входила лише одна технологічна компанія).

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

- ✦ усвідомлення значущості інтелектуального капіталу для малих і середніх підприємств;
- ✦ удосконалення власних компетенцій ведення звітності по інтелектуальному капіталу;
- ✦ поширення практики відображення інтелектуального капіталу;
- ✦ закріплення стандартів ведення звітності по інтелектуальному капіталу.

На ринкову вартість компанії значною мірою впливає вартість інновацій. Інновації виступають нематеріальним активом і часто не відображаються в балансі компанії. Однак у сучасних умовах інновації є важливим фактором формування додаткового грошового потоку та максимізації вартості бізнесу. Виступаючи нематеріальним активом, інновації по-різному трактуються у фінансовому й управлінському обліку та характеризують переважно перспективність компанії у негрошовому вираженні, хоча саме інновації спроможні генерувати грошовий потік у довгостроковому періоді.

Згідно з результатами дослідження, проведеного The Boston Consulting Group (BCG) у 2018 р. серед керівників великих корпорацій із різних країн і галузей, рейтинг 50 найбільш інноваційних компаній очолюють компанії Apple, Google, Microsoft, Amazon та Samsung. Причому компанія Apple з 2005 р. займає лідируючі позиції, а компанія Google – другу позицію, починаючи з 2006 р. Звіт за результатами рейтингу отримав назву «Найбільш інноваційні компанії 2018 року: новатори роблять ставку на цифровізацію» з огляду на те, що 11 з 50 компаній рейтингу, у тому числі 7 з першої десятки, належать до цифрових. У 2018 р. у топ-10 вперше увійшли ще 2 цифрові компанії – Alibaba та Uber. Така динаміка і результати звіту свідчать, що компанії почали приділяти увагу чотирьом компонентам цифрових інновацій: аналітика великого масиву даних; швидкість впровадження нових технологій; мобільні продукти і можливості; а також цифрове проектування. Спостерігається також посилення розриву між провідними та іншими новаторами, що в подальшому може зростати і залежить від спроможності максимально ефективно використовувати цифрові технології. Так, про якісну цифровізацію інноваційних процесів заявило 79% компаній, що позиціонують себе як провідні новатори, у той час як серед інших новаторів ця цифра склала лише 29% [4; 5].

Як інновації, так і інтелектуальний капітал значною мірою формують ділову репутацію компанії (*goodwill*). Наявність інновацій, що свідчать про зростання виробничого потенціалу компанії, сприяє зростанню ціни на акцію, що приводить до зростання капіталізації, а відповідно, і формує імідж. З іншого боку, інтелектуальний капітал, вартість якого залежить від рівня корпоративної соціальної відповідальності, при високому рівні організації ІК дозволяє генерувати додаткову вартість, що підвищує сукупну величину вартості бізнесу. Створюючи додатковий грошовий потік, підвищення ефективності інтелектуального капіталу сприяє зростанню лояльності існуючих і потенційних клієнтів і партнерів за умов зростання ділової репутації. Як наслідок, компанія отримує драйвер зростання вартості компанії за рахунок зростання ділової репутації шляхом підвищення ефективності інтелектуального капіталу, впровадження існуючих і розробки нових інновацій [6, с.1780].

Зазвичай при розрахунку вартості компанії не враховується вартість бренду. Однак він по суті є основним доступним джерелом інформації, що характеризує імідж компанії, а відповідно, формує ділову репутацію. Важливість бренду як ключового нематеріального активу привела до активізації маркетингової та рекламної діяльності з метою зростання вартості бренду [7, с. 83]. Розвиток бренду на ринку, безумовно, є однією з ключових цілей компанії, що містить у собі такі переваги, як вищий дохід і ширші можливості для фінансового розвитку. Бренд суттєвою мірою впливає на сприйняття покупцями якості продукції та послуг і є ефективним інструментом в управлінні лояльністю споживачів, а отже, визначає стратегію успіху компанії на вітчизняному та зарубіжному ринках [8, с. 355].

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

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

Аналіз динаміки вартості бренду топ-20 компаній за версією Interbrand дозволив виявити, що до компаній – лідерів за темпами нарощення вартості бренду слід віднести Facebook (6,2 разу за період 2013–2017 рр.), Amazon (2,7 разу) та Apple (1,9 разу). Причому вказані вище компанії характеризуються також високими показниками соціального впливу, що

представлений показниками кількості підписників у мережі Twitter та Facebook. У рейтингу топ-20 компаній 7 представляють сферу технологій і 4 – автомобільну промисловість. Усього ж серед 100 компаній у рейтингу 15 належать до сфери технологій, 16 – автомобільної промисловості. Більшу половину рейтингу у 2017 р. традиційно займають компанії з США (52 позиції), що зумовлено їх націленістю на кінцевого споживача, що в підсумку і визначає вартість бренду.

Спроби оцінити вартість бренду здійснено також консалтинговим агенством Brand Finance, а також фахівцями Forbes. Зокрема, у *табл. 5* наведено рейтинг 20 міжнародних компаній за вартістю бренду згідно з версією Forbes, з огляду на наявність додаткових маркетингових даних і можливість пошуку взаємозв'язку між доходами від бренду та витратами на рекламу. Пошук такого кореляційного зв'язку для компаній рейтингу був позитивним, однак не статистично значущим. Однак агрегування компаній у розрізі видів діяльності надало змогу виявити сфери, де витрати на рекламу мають найбільший вплив на формування доходів від бренду. До таких видів діяльності можемо віднести сферу технологій, адже кореляційний зв'язок для 22 компаній цього профілю склав 0,78. Найменш значущим виявився зв'язок для компаній, що представляють сферу фінансових і бізнес-послуг.

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

Важливою складовою інтелектуального капіталу є наявність у компанії патентів. Для формування рейтингу компаній за кількістю патентів було використано інформацію Відомства по патентах і товарних знаках США (*United States Patent and Trademark Office – USPTO*) у 2016–2017 рр. Кореляційний аналіз кількості патентів і витрат на НДДКР у розрізі топ-50 компаній свідчить про нещільність взаємозв'язку, що дає змогу стверджувати, що кількість патентів не визначає рівень технологічності компанії й ефективності R&D та значною мірою варіює залежно від виду діяльності (*табл. 6*).

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

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

Примітка: * – офіційні дані відсутні.

Джерело: побудовано за даними [10].

Таблиця 6

Рейтинг міжнародних компаній за кількістю патентів у 2017 р.

Позиція рейтингу	Компанія	Кількість патентів у 2017 р., од.	Відсоткова зміна порівняно з 2016 р.
1	2	3	4
1	IBM	8996	10,8
2	Samsung Electronics	5810	5,3
3	Intel	3726	8,4
4	Canon	3664	-5,5
5	Alphabet	3065	*
6	General Electric	2989	14,2
7	Qualcomm Inc.	2728	-14,3
8	LG Electronics Inc.	2696	10,0
9	Microsoft	2601	1,7
10	Taiwan Semiconductor Manufacturing Co. Ltd.	2408	6,1
11	Samsung Display Co. Ltd.	2266	11,3
12	Apple	2225	5,6
13	Sony	2116	-2,5
14	Toyota	2015	23,6

1	2	3	4
15	Amazon Technologies	1960	15,2
16	Toshiba Corp.	1891	-1,5
17	Ford Global Technologies, LLC	1876	18,4
18	Dell Technologies	1681	3,2
19	Telefonaktiebolaget LM Ericsson	1551	-0,1
20	Siemens AG	1538	3,6

Примітка: * – показник відсутній з огляду на появу компанії в даному рейтингу вперше у 2017 р.

Джерело: побудовано на основі [11].

З огляду на неспроможність бухгалтерського обліку врахувати всі елементи інтелектуального капіталу, Т. МакГрайв та Л. Бреннер в рамках роботи в консалтинговому агентстві Talent Growth Advisors запропонували показник «індекс інтелектуального капіталу» (*intellectual capital index – ICI*), який розраховується шляхом знаходження внутрішньозгенерованого інтелектуального капіталу на основі ринкової капіталізації та вартості нематеріальних активів, що публікуються у звітності компанії. Результати розрахунків 2016 р. були здійснені для 30 компаній індексу Доу-Джонса (*DJI*), однак у подальшому 5 компаній, що представляють нафтовидобувний сектор (Exxon Mobile, Chevron) і фінансовий сектор (Goldman Sachs, J. P. Morgan Chase, Travelers), були виключені з дослідження з огляду на специфіку активів компаній вищезгаданого профілю (нафта та грошові кошти).

Чотири з проаналізованих компаній (Boeing, Pfizer, Apple, United Technologies) характеризувались показником ICI вище одиниці, що означає, що вартість їх інтелектуального капіталу вище вартості компанії. Серед усіх оцінених компаній (табл. 7) середнє значення ICI становило 0,86, а найнижчий показник був зафіксований для компанії American Express (0,53), Wal-Mart (0,58), Cisco (0,64). Розробники індексу також розрахувала значення вартості ІК на одного зайнятого, і за цим показником першу позицію зайняла компанія Visa (14,0 млн дол. США/особу), що зумовлено незначною чисельністю працюючих у компанії (11 тис. осіб) та незначними інвестиціями в матеріальні активи. Для порівняння: в компанії Apple ІК на особу становить 4,5 млн дол. США, однак штат співробітників складає 116 тис. осіб, до того ж, інвестиції в матеріальні активи також є значно вищими.

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

Водночас управління інтелектуальним капіталом з огляду на сферу діяльності міжнародної компанії вирізняється певною специфікою та диферен-

ціацією внеску різних його складових у підвищення рівня капіталізації компанії. Розглянемо найбільш типові підходи до управління ІК на основі узагальнення емпіричної та статистичної інформації щодо практики діяльності міжнародних компаній в сегментах B2B та B2C (рис. 6).

Результати досліджень, проведених американським центром продуктивності та якості APQC, показують, що в різних секторах глобальної економіки ТНК отримують два долари віддачі від витрат на кожен долар, інвестованих в управління корпоративними знаннями та інтелектуальним капіталом [13]. За даними досліджень, проведених компанією Global Industry Analysts, Inc., чистий дохід на глобальному ринку послуг у галузі управління знаннями у 2012 р. склав більше 170 млрд дол. США [4], понад 80% компаній, що входять в рейтинг «Fortune-500», впровадили системи управління знаннями та продовжують активно розвивати даний напрямок діяльності [14].

Для оцінки сприйняття вагомості топ-менеджментом інтелектуального капіталу для підвищення рівня капіталізації їх компаній скористаємося даними дослідження, оприлюдненого у 2015 р., що проводилося одним із регіональних підрозділів асоціації KPMG International Cooperative («KPMG International», Швейцарія) [15]. Його метою було отримання відповіді на питання, чи відповідає зміст і спрямованість річних звітів компаній інформаційним потребам учасників ринків, у тому числі капіталів, і наскільки інформативними є річні звіти компаній з огляду розуміння ключових новітніх джерел генерації доданої вартості.

Спектр завдань, які поставали в рамках дослідження, є більш широким, ніж проблематика управління інтелектуальним капіталом, разом з тим, завдяки йому можна отримати розуміння поточного стану щодо сприйняття топ-менеджментом компаній вагомості окремих складових інтелектуального капіталу (клієнтського, людського чи структурного) в забезпеченні доходів та доданої вартості компаній. Дослідження є репрезентативним, оскільки охоплювало 90 компаній із 10 країн світу протягом п'яти ро-

Індекс інтелектуального капіталу міжнародних компаній DJI у 2016 р.

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

Джерело: побудовано за даними [12].

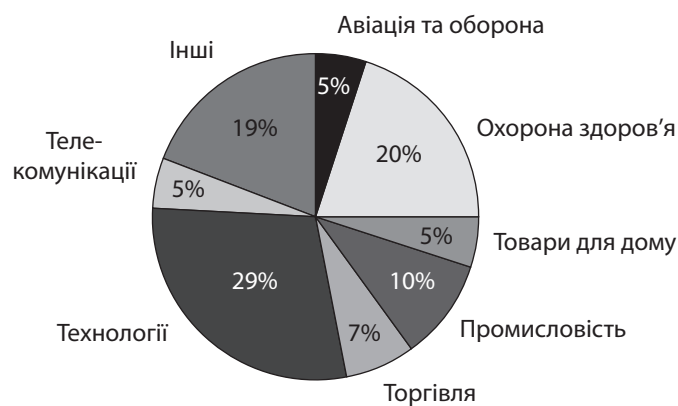


Рис. 6. Секторальна структура розподілу інтелектуального капіталу міжнародних компаній індексу Dow Jones у 2016 р., %

Джерело: побудовано за [12].

ків у розрізі п'яти найбільш потужних секторів економіки – машинобудування, роздрібна торгівля, фармацевтична промисловість, телекомунікації, енергетика та добування природних ресурсів. У рамках кожного сектора було обрано одну з найбільших компаній у даній сфері та компанію з меншими параметрами господарської та фінансової діяльності (за критерієм мінімальної ринкової капіталізації 1 млрд дол. США). У процесі дослідження було вивчено річні звіти компаній, інформацію про корпоративну відповідальність в тому обсязі, в якому вона була представлена в річних звітах. Отже, в розрізі результатів дослідження, що стосуються управління інтелектуальним капіталом:

- ✦ 56% опитаних компаній одним із трьох ключових факторів створення вартості визначають орієнтованість/якість обслуговування клієнтів (клієнтський капітал), при цьому 7% компаній надають у річній звітності дані про оцінку орієнтованості на потреби клієнтів або задоволеності клієнтів якістю обслуговування;
- ✦ 41% компаній – учасниць дослідження одним із трьох ключових факторів створення вартості називають інноваційну діяльність (людський та структурний капітал);
- ✦ 15% компаній надали об'єктивні критерії оцінки діяльності по створенню об'єктів інтелектуальної власності/інтелектуальних ресурсів (структурний капітал).

Узагальнюючі результати опитування щодо ідентифікації ключових джерел генерації доданої вартості та збільшення капіталізації компанії наведено в *табл. 8*.

Як свідчать дані *табл. 8*, найбільший відсоток згадувань (66%) щодо ключового джерела генерації прибутку – 21% компаній передбачувано назвали операційну ефективність. Разом із тим, достатньо значна кількість згадувань напрома стосується різ-

них аспектів управління інтелектуальним капіталом компанії: орієнтованість на потреби клієнта, ланцюг постачань (клієнтський капітал і капітал відносин), бренд і корпоративна репутація, культура, НДДКР (структурний капітал), управління кадровим потенціалом (людський капітал). Той факт, що саме ці фактори найчастіше були названі як трійка ключових для створення прибутку, засвідчує розуміння сучасним менеджментом їх значущості.

Натомість дослідження, проведені Європейським комітетом зі стандартизації (CEN) серед компаній Європи, що впроваджують управління знаннями, вказують, що ключовими факторами успіху для них стали: корпоративна культура, структура і процеси, інформаційні технології, навички й мотивація, підтримка керівництва. Дані *рис. 7* відображають, як часто компанії відмічали той чи інший фактор як домінуючий для власного виду діяльності.

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

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

ВИСНОВКИ

У сучасній економіці постіндустріального суспільства спостерігається перехід від використання матеріальних і грошових ресурсів до нематеріальних, у основі яких лежить інтелектуальний капітал, що, своєю чергою, сприяє зростанню значущості знань, інформації, електронних інформаційних технологій. Конкурентоспроможність міжнародної компанії за таких умов визначається широким спектром обов'язкових критеріїв, серед яких:

Таблиця 8

Результати опитування щодо ідентифікації ключових джерел збільшення капіталізації міжнародної компанії

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

Джерело: складено за даними [16].



Рис. 7. Ключові фактори успіху впровадження управління знаннями

- ✦ активізація інноваційної діяльності, яка може полягати або в здійсненні власних науково-дослідних робіт або в придбанні прав на ключові для даної галузі об'єкти інтелектуальної діяльності, зокрема винаходи, ноу-хау й інші науково-технічні досягнення;
- ✦ активна комерціалізація структурних елементів інтелектуального капіталу;
- ✦ захист інтелектуального капіталу підприємства;
- ✦ використання законодавчо передбачених коштів для закріплення виключних прав на результати творчої діяльності та інтелектуальної праці, втілені в кінцевій продукції;
- ✦ виокремлення процесу управління інтелектуальним капіталом як самостійної функціональної підсистеми.

Четверта промислова революція, своєю чергою, зумовить подальше переформатування світового порядку й активізує фундаментальні дослідження в таких напрямках, як штучний інтелект, робототехніка, передові технології, біотехнології, геоінженерія, нейротехнології, відтворювальна енергетика, блокчейн. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Standart & Poor's 500. URL: <https://www.fxclub.org/markets/index/es/>
2. Офіційний сайт Організації економічного співробітництва та розвитку. URL: <https://stats.oecd.org/>
3. The 2017 EU Industrial R&D Investment Scoreboard. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/2017-eu-industrial-rd-investment-scoreboard>
4. Global Industry Analysts, Inc. Global Strategic Business Report. October 2008. URL: http://www.strategyr.com/Knowledge_Management_Market_Report.asp

5. Global Innovation Index 2018. URL: <https://www.wipo.int/publications/ru/details.jsp?id=4330>

6. Florin D., Radu-Daniel L. The Impact of Business Intelligence Recognition on Goodwill Valuation. *Procedia Economics and Finance*. 2014. Vol. 15. P. 1779–1786. DOI: 10.1016/S2212-5671(14)00859-4.

7. Herremans I. M., Isaac R. G., Kline T. J. Intellectual capital management: pathways to wealth creation. *Journal of Intellectual Capital*. 2009. Vol. 10 (1). P. 81–92. DOI: 10.1108/14691930910922914.

8. Reshkoyeh Z. Z., Moeinadin M., Nayebzadeh S. The Relation of Brand Value with Financial and Economic Performance of Firms and the Role of Growth Opportunities in Improving this Relationship. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 2013. Vol. 5. No. 8. P. 349–360. URL: <https://journal-archieves36.webs.com/349-360dec.pdf>

9. Interbrand ranking. URL: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2017/ranking/#?filter=&listFormat=ls>

10. The World's Most Valuable Brands / Forbes ranking. URL: <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank>

11. Top 300 Organizations Granted U. S. Patents in 2017. URL: http://www.ipo.org/wp-content/uploads/2018/06/2017_Top-300-Patent-Owners.pdf

12. Intellectual capital index. It's proven. Talent drivers DJIA Market Value. URL: <https://talentgrowthadvisors.com/our-big-idea/ici>

13. APQC. Knowledge Management (KM) Program Framework. URL: <https://www.apqc.org/apqcs-2017-knowledge-management-conference/workshop>

14. Fastest-Growing Companies Report. 2013 / Fortune. URL: https://archive.fortune.com/magazines/fortune/fastest-growing/2013/full_list/

15. Подготовка корпоративной отчетности: международное исследование КПМГ. URL: https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/03/S_CG_9r.pdf

16. Ujwary-Gil A. The business model and intellectual capital in the value creation of firms: A literature review. *Baltic Journal of Management*. 2017. Vol. 12. Issue 3. P. 368–386. DOI: 10.1108/BJM-10-2016-0224.

REFERENCES

"APQC. Knowledge Management (KM) Program Framework". <https://www.apqc.org/apqcs-2017-knowledge-management-conference/workshop>

"Fastest-Growing Companies Report. 2013". Fortune. https://archive.fortune.com/magazines/fortune/fastest-growing/2013/full_list/

Florin, D., and Radu-Daniel, L. "The Impact of Business Intelligence Recognition on Goodwill Valuation". *Procedia Economics and Finance*, vol. 15 (2014): 1779-1786.

DOI: 10.1016/S2212-5671(14)00859-4

"Global Industry Analysts, Inc. Global Strategic Business Report. October 2008". http://www.strategy.com/Knowledge_Management_Market_Report.asp

"Global Innovation Index 2018". <https://www.wipo.int/publications/ru/details.jsp?id=4330>

Herremans, I. M., Isaac, R. G., and Kline, T. J. "Intellectual capital management: pathways to wealth creation". *Journal of Intellectual Capital*, vol. 10 (1) (2009): 81-92.

DOI: 10.1108/14691930910922914

"Intellectual capital index. It's proven. Talent drives DJIA Market Value". <https://talentgrowthadvisors.com/our-big-idea/ici>

Interbrand ranking. <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2017/ranking/#?filter=&listFormat=ls>

Ofitsiyniy sait Orhanizatsii ekonomichnoho spivrobitnystva ta rozvytku. <https://stats.oecd.org/>

"Podgotovka korporativnoy otchetnosti: mezhdunarodnoye issledovaniye KPMG" [Corporate Reporting: KPMG International Study]. https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/03/S.CG_9r.pdf

Reshkoyeh, Z. Z., Moeinadin, M., and Nayebzadeh, S. "The Relation of Brand Value with Financial and Economic Performance of Firms and the Role of Growth Opportunities in Improving this Relationship". *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 2013. <https://journal-archievs36.webs.com/349-360dec.pdf>

Standart & Poor's 500. <https://www.fxclub.org/markets/index/es/>

"The 2017 EU Industrial R&D Investment Scoreboard". <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/2017-eu-industrial-rd-investment-scoreboard>

"The World's Most Valuable Brands". Forbes ranking. <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank>

"Top 300 Organizations Granted U. S. Patents in 2017". http://www.ipo.org/wp-content/uploads/2018/06/2017_Top-300-Patent-Owners.pdf

Ujwary-Gil, A. "The business model and intellectual capital in the value creation of firms: A literature review". *Baltic Journal of Management*, vol. 12, no. 3 (2017): 368-386.

DOI:10.1108/BJM-10-2016-0224