

УДК 338.24

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4-14

ГРАБОВСЬКА І. В.

Хмельницький національний університет

РОЛЬ ТА МІСЦЕ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню сучасних об'єктивних та теоретичних передумов використання інтелектуального капіталу в інноваційному розвитку підприємства. Окреслено креативний контекст економічного розвитку, що зумовлює якісно нові трансформаційні зміни в системі управління інноваційною діяльністю. Досліджено сутність понять «інтелектуальний капітал» та «креативний капітал», проаналізовано підходи до визначення поняття «інтелектуально-креативний капітал», надано базові характеристики креативного менеджменту підприємства. Обґрунтовано доцільність формування стратегії використання інтелектуально-креативного капіталу підприємства в інноваційній діяльності та її основні елементи відповідно до цілей загальної стратегії організації. Визначено основні критерії проведення аналізу результативності використання інтелектуально-креативного капіталу в управлінні інноваційною діяльністю із застосуванням матриць стратегічного аналізу. Обґрунтовано підхід до вибору пріоритетних управлінських рішень щодо використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційний розвиток, інтелектуальний капітал, креативний капітал, креативний менеджмент, підприємство, використання інтелектуально-креативного капіталу, управлінські рішення, управлінські інновації.

GRABOVSKAYA I.

Khmelnitskyi National University

THE ROLE AND PLACE OF INTELLECTUAL CAPITAL IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT AND SUPPORT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISE

The article is devoted to the study of modern objective and theoretical prerequisites for the use of intellectual capital in the innovative development of the enterprise. The creative context of economic development is outlined, which determines qualitatively new transformational changes in the innovation management system. It is emphasized that creativity is a powerful business tool for successful activities of employees / managers of the company, and the activities of the organization as a whole, allows for profitable growth of most companies. The essence of the concepts of "intellectual capital" and "creative capital" is studied, the approaches to the definition of the concept of "intellectual and creative capital" are analyzed, the basic characteristics of creative management of the enterprise are given. The integrative approach to innovation management has been improved and the main components that are to ensure optimal efficiency of development and achievement of the enterprise goals are seen. The necessity of formation of strategy of use of intellectual and creative capital of the enterprise in innovative activity and its basic elements according to the purposes of the general strategy of the organization is substantiated. Approaches to the analysis of the effectiveness of the use of intellectual and creative capital in the management of innovative activities of the enterprise using the matrices of strategic analysis are studied. This makes it possible to identify the position of the enterprise in the coordinates of the matrix and to determine the appropriate typical priority management decisions. The approach to the choice of priority management decisions on the use of intellectual capital in the management of innovative activities of the enterprise is substantiated.

Keywords: innovation, innovative development, intellectual capital, creative capital, creative management, enterprise, use of intellectual and creative capital, management decisions, managerial innovations.

Постановка проблеми. Підприємство, як система, в яку входять об'єкти і суб'єкти різного роду, що взаємодіють між собою, за сучасних умов орієнтоване не лише на отримання прибутку та підтримку свого існування, а в більшому ступені на розвиток своєї діяльності. Цілеспрямовані дії щодо адекватної зовнішнім умовам зміни діяльності підприємства та його розвитку відносяться до сфери управління, при цьому вчені стверджують, що за сучасних умов потрібне таке управління, яке надає різноманітність, що була б не менша, ніж різноманітність умов, в якій знаходиться підприємство, – про це, зокрема стверджує У. Ешбі [8, с. 54]. Практичні кроки підприємств по впровадженню інновацій (нових технологій та матеріалів, інформатизації та широкому використанню інформаційних і комунікаційних технологій та ін.) істотно збільшили результативність систем управління та функціонування підприємств. Проте, резерви підвищення результативності все ще далеко не вичерпані. І ці резерви криються саме у більш результативному використанні інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємств, що на відміну від нового устаткування або технології, є запорукою постійного відновлення у відповідності з новими вимогами зовнішнього середовища. Внаслідок того, що носієм інноваційності, активності та адаптивності є людина, то її висока значущість для розвитку підприємства практично очевидна. Саме тому наукове знання, крім понять промисловий і фінансовий капітал, було збагачено поняттям капіталу інтелектуального, який сьогодні є чи не найвигіднішим ресурсом для інвестування, оскільки «дає віддачу у вигляді опосередкованого прибутку, пов'язаного із збільшенням продуктивності співробітника» [1, с. 15].

Фонд корпоративних досліджень (Corporate Research Foundation, 2005) перелічив шість ключових чинників успіху організацій: структурна гнучкість, кадри, інноваційний потенціал, зростаючі ринки,

міжнародна орієнтованість, якість менеджменту. Сучасна трансформація бізнес-моделей провідних закордонних компаній характеризується переходом від формату підтримки ефективної операційної діяльності, який реалізовувався за кризових часів, до формату виявлення потенційних можливостей ринку за рахунок стратегії інноваційного розвитку, що охоплює такі інструменти, як управління змінами, взаємовідносинами з клієнтами на підставі показової аналітики ефекту відкритих інновацій у системі управління знаннями. Слід зазначити, що структурну гнучкість і інноваційний потенціал забезпечує, як правило, креативність. Якісний креатив є однією з умов успішного просування компанії на ринку. Він здатний виділити фірму серед конкурентів, повідомити споживача про унікальність товарної пропозиції і методично напрацьовувати капіталізацію бренду. Одночасно слід підкреслити, що саме креативність дає змогу забезпечити прибуткове зростання більшості компаній, тому її можна розцінювати як потужний бізнес-інструмент успішної діяльності як працівників/менеджерів компанії, так і діяльності організації загалом.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сучасна економічна література приділяє багато уваги питанням інноваційного розвитку підприємств та економіки країни. Креативізація економічного розвитку зумовлює якісно нові трансформаційні зміни в системі управління інноваційною діяльністю, тому теоретичні й практичні проблеми розвитку креативності в системі інноваційного менеджменту привертають увагу як зарубіжних, так і вітчизняних науковців та управлінців-практиків: Дж. Аян, В. Білошапки, П. Друкера, А. Ердлі, Дж. Као, О. Кузьміна, П. Кука, В. Куриляк, Г. Мінцберга, Є. Панченка, К. Прахалада, О. Продіуса, Л. Руденко-Сударевої, П. Сенге, Б. Твіса, Г. Хамела, Ч. Хені, Й. Шумпетера, О. Ястремської та ін.

Особливого значення набуває визначення ролі інтелектуального капіталу в основі інноваційного розвитку підприємства. Теоретичні положення та практичні аспекти використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства знайшли відображення в наукових розробках таких відомих зарубіжних учених-економістів, як А. Брукінг, Дж. Гелбрейт, Б. Гейтс, П. Друкер, Л. Едвінсон, М. Мелоун, А. Прусак, П. Салліван, К. Свейбі, Т. Стюарт, Т. Фортюн, М. Хеммер. Деякі аспекти використання інтелектуального капіталу досліджуються в наукових працях вітчизняних учених: В.Д. Базилевича, А.О. Босака, І.Р. Бузько, О.В. Вартанової, А.Е. Воронкової, М.С. Дороніної, Ю.Ю. Д'яченка, С.В. Гальчинського, В.М. Гесця, С.М. Ілляшенка, Т.В. Калінеску, О.В. Кендюхова, О.Є. Кузьміна, Л.І. Федулової та ін. Утім, певні аспекти управління інтелектуальним капіталом підприємства потребують подальшого розвитку, зокрема, поза увагою науковців залишається питання вибору пріоритетних управлінських рішень щодо використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства. Необхідність формування теоретичних засад та розробки практичних інструментів щодо використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства зумовила вибір теми статті та напрями дослідження.

Метою статті є дослідження існуючих підходів до визначення інтелектуально-креативного капіталу як основи інноваційного розвитку підприємства, а також основних аспектів формування стратегія використання інтелектуального капіталу підприємства в інноваційній діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для розуміння призначення інтелектуального капіталу підприємства, його місця в системі управління та забезпечення розвитку, його стимулюючої функції відносно здійснення інноваційної діяльності, взаємозв'язку між процесами використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства та процесами його розвитку, слід розглянути наявні підходи до визначення сутності інтелектуального капіталу.

У сучасній економічній літературі можна виділити наступні підходи до аналізу сутності інтелектуального капіталу: визначення інтелектуального капіталу шляхом розкриття його структури (інтелектуальний капітал як єдність людського і структурного капіталу, сума нематеріальних активів підприємства); визначення інтелектуального капіталу шляхом аналізу його мети, тієї конкретної ролі, яку він відіграє в процесі суспільного відтворення (інтелектуальний капітал як формалізований і зафіксований інтелектуальний матеріал, призначений для виробництва більш цінної власності; знання, що використовується для конкурентної переваги); визначення інтелектуального капіталу через встановлене розуміння сутності певних капіталовкладень (цінностей, ресурсів), що дозволяє отримувати дохід (інтелектуальний капітал як знання, здатний отримувати прибуток, бізнес-аналітику, здатний створювати нові цінності, генерувати дохід).

Основою інноваційного розвитку будь-якого підприємства є інтелектуальний капітал, що, на думку В.Л. Іноземцева, представляє собою інформацію й знання, які відіграють роль «колективного мозку», що акумулює наукові й повсякденні знання працівників, інтелектуальну власність і накопичений досвід, спілкування й організаційну структуру, інформаційні мережі та імідж підприємства [3, с. 16]. На думку Б.Б. Леонтєва, це вартість сукупності наявних у нього інтелектуальних активів, зокрема інтелектуальної власності, його природних і придбаних інтелектуальних здатностей і навичок, а також накопиченої ним бази знань і корисних відносин з іншими суб'єктами [5, с. 8]. Інтелектуальний капітал задає темп і характер оновлення технології виробництва і його продукції, які потім стають головною конкурентною перевагою на ринку.

Останнім часом у наукових дослідженнях з'явилося поняття креативних галузей, що переплітається з поняттями «креативний капітал» та «інтелектуальний капітал». На нашу думку, складовою частиною інтелектуального капіталу є і креативний капітал, який являє собою здатність працівника генерувати та втілювати на практиці креативні управлінські рішення. За дослідженнями Р. Кашинга, креативний капітал є імперативом створення конкурентних переваг та відправними точками економічного зростання [9, с. 116]. При цьому він має безпосереднє відношення до людського капіталу. Ці поняття доповнюють один одне і

можна їх поєднати, що буде формувати інтелектуально-креативний підхід до інноваційного управління підприємством як ключовий імператив. Інтелектуально-креативний капітал являє собою сукупність оригінальних здібностей, умінь, навичок, новітніх якостей, креативності, які спроможні створити концептуально нову нішу для задоволення потреб суспільства зі стійким ростом генерування інноваційних ідей та вмінням донести до розуміння людства корисність та ефективність їх застосування [4, с. 274].

Креація ідеї є відправною точкою створення інновації й інтуїтивне відчуття її значущості управліннями підприємства, швидке її втілення забезпечує успіх у цілому. Алан Іні (Alan Iny), старший спеціаліст з питань творчості та сценарного планування провідної міжнародної консалтингової компанії Boston Consulting Group, співавтор книги «Мислення у нових рамках: нова парадигма креативності у бізнесі» (2013 рік), наголошує, що «креативність означає зміну способу бачення світу, що може дати вам змогу побачити нові продукти, переосмислити бізнес-процеси або трансформувати цілу галузь» [6, с. 15]. Джон Као, провідний фахівець з інновацій, бізнес-творчості, організаційних перетворень і нових технологій (професор Гарвардської школи бізнесу, керівник програми «Управління інноваціями» Стенфордського університету), зазначає, що «перед сучасним бізнесом постають нові виклики – бізнес спрямований на пошук нових конкурентних інноваційно-креативних переваг» [6, с. 15].

У наш час більшість економістів-дослідників та бізнес-консультантів стверджують, що саме інноваційно-креативний напрям розвитку менеджменту компанії є запорукою за сучасних ринкових умов її конкурентоспроможності. Зокрема О. В. Вартанова відзначає: «В умовах інтелектуалізації капіталу особливу цінність для підприємства становлять так звані інноваційні працівники, до компетенцій яких належать творчі здібності, оригінальність ідей, креативність ... тому виникла специфічна галузь менеджменту – креативний менеджмент» [2, с. 31]. Інтегрування й узагальнення особливостей інтерпретації креативного менеджменту як складного механізму взаємодії керуючої та керованої систем для створення сприятливих умов і можливостей творчого розвитку й досягнення організацією ефективного результату та впливу на творчих працівників з метою генерування, пошуку, розвитку, поєднання комерційних ідей, їх оцінювання та вибору з метою реалізації інноваційного розвитку та досягнення цілей і місії компанії, що засноване на сучасних технологіях управління творчістю та командної роботи, дозволяють визначити креативний менеджмент як особливу управлінську діяльність, яка спрямована на активізацію творчої діяльності працівників щодо генерування креативних ідей, їх оцінку та відбір з метою формування ефективних креативних рішень, реалізація яких забезпечить підприємству сталий інноваційний розвиток, конкурентоспроможність та здобування високих соціально-економічних результатів. Креативні управлінські рішення – це рішення у сфері управлінської діяльності, процес розробки яких відрізняється творчим характером, а результати мають позитивні наслідки для колективу підприємства, його партнерів (у тому числі споживачів) і суспільства в цілому [7, с. 123]. Креативний потенціал компанії – готовність компанії до прийняття і реалізації креативних управлінських рішень, що сприяють досягненню поставлених компанією цілей і формуванню унікальних конкурентних переваг за рахунок використання власних і додаткових ресурсів. Слід зазначити, що креативний потенціал компанії характеризується синергетичним ефектом від реалізації креативного потенціалу кожного із співробітників і залученням організаційно-економічного механізму розвитку потенціалу в цілому.

Невизначеність та швидкі зміни у зовнішньому середовищі підприємства потребують розробки інструментарію швидкого прийняття результативних управлінських рішень. Вибір найбільш результативних та актуальних (в нашому розумінні пріоритетних), на конкретний момент часу, управлінських рішень є важливим завданням стратегічного управління підприємством. Стратегія використання інтелектуально-креативного капіталу підприємства в інноваційній діяльності повинна бути чітким формулюванням плану дій, термінів та виконавців, що може стати для керівництва основою для створення конкретних наказів та розпоряджень, формування системи мотивації та відповідної організаційної структури підприємства. Відповідно до цілей загальної стратегії підприємства, стратегія управління інтелектуально-креативним капіталом підприємства повинна: визначати вимоги для прийому на роботу відповідно до необхідних компетенцій, які визначаються загальною та інноваційною стратегією підприємства; задавати плани навчання та підвищення кваліфікації, розширення компетентностей, що повинне сприяти організації оновлення інтелектуального капіталу підприємства. Своєчасне оновлення інтелектуального капіталу підприємства є однією з основних цілей стратегії управління інтелектуально-креативним капіталом підприємства, яку можна розкласти на три часткові підцілі: накопичення інтелектуального капіталу підприємства; раціоналізація вкладень в інтелектуальний капітал підприємства; забезпечення результативної мотивації персоналу до творчої праці. Отже, використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства є багатограним завданням, яке пересікається зі значним колом питань управління персоналом, стратегічного управління, мотивації персоналу.

У процесі розробки і реалізації управлінських інновацій застосовуються різні методи і засоби. Крім методів підготовки проекту змін та впровадження, необхідно приділяти належну увагу організації роботи з управління процесом впровадження інновацій. Ця робота повинна будуватися із застосуванням наукових методів, які довели свою ефективність в подібних ситуаціях. При проведенні аналізу використання інтелектуально-креативного капіталу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства доцільно застосовувати інструменти стратегічного менеджменту та стратегічного аналізу, в тому числі, – матричний метод. Аналіз результативності використання інтелектуального капіталу в управлінні інноваційною

діяльністю підприємства із застосуванням матриць стратегічного аналізу дає змогу ідентифікувати позицію підприємства в координатах матриці («ініціативність-активність», «ініціативність-соціальна згуртованість», «активність-соціальна згуртованість») та визначати відповідні типові пріоритетні управлінські рішення.

Розроблення та впровадження у виробництво ідей-інновацій має низку проблем та вимагає змін у сприйнятті проблеми всіма рівнями управлінського апарату підприємства. Керівний персонал органу управління повинен бути достатньо компетентним, щоб розуміти необхідність і заохочувати застосування управлінських інновацій. Необхідність впровадження управлінських інновацій обумовлена створенням на підприємствах адаптованого організаційно-економічного механізму, орієнтованого на розробку і модернізацію перспективної, конкурентоспроможної продукції та технологій, перебудову організаційно-планової підготовки виробництва, підвищення рівня автоматизації проектування, зміну стилю управління комунікаційною та ціновою політикою.

Висновки. Отже, в умовах глобалізації та інформаційного суспільства інтелектуально-креативний капітал об'єктивно стає ключовим імперативом конкурентних переваг, які орієнтовані на створення цінності інноваційного продукту, отримання високих результатів від інноваційної діяльності у довготривалій перспективі й забезпечення можливостей для розвитку підприємства.

Література

1. Беккер Г. С. Воздействие инвестиций в человеческий капитал на заработки / Г. С. Беккер // Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории / под ред. Р. И. Капелюшника. – М.: ГУ ВШЭ. – 2003. – 436 с.
2. Вартанова О.В. Креативний менеджмент як підгрунтя розвитку креативних працівників підприємства / О.В. Вартанова, І.В. Шестер // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2013. – № 2. – С. 30–34.
3. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / В.Л. Иноземцев. – М.: Academia; Наука, 1988. – 640 с.
4. Легомінова С.В. Інструментарій оцінки інтелектуального капіталу підприємств як ключового імперативу їх конкурентних переваг / С.В. Легомінова // 36. наук. праць Мукачевського державного університету. Серія «Економіка та суспільство». – Видавництво МДУ, 2017. – Вип. 11. – С. 270–276.
5. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Б.Б. Леонтьев. – М.: Акционер, 2002. – 200 с.
6. Лук'яненко Д.Г. Феномен креатизації глобальної економіки і менеджменту / Д.Г. Лук'яненко, Т.О. Галахова // Зовнішня політика і дипломатія: традиції, тренди, досвід. – 2016. – № 23. – Ч. 3. – С. 12–21.
7. Савченко О. І. Креативний менеджмент как основа бизнес-творчества инновационных компаний [Електронний ресурс] / О. І. Савченко. – 2012. – С. 117–125. – Режим доступу : http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/7237/1/vestnik_HPI_2012_16_Savchenko_Kreativnyy.pdf
8. Эшби У. Р. Введение в кибернетику / У. Р. Эшби. – М.: Ком-Книга, 2006. – 452 с.
9. Robert Cushing «Creative Capital, Diversity and Urban Growth» unpublished manuscript, Austin, Texas, December 2001.

References

1. Bekker G. S. Vozdejstvie investitsij v chelovecheskij kapital na zarabotki / G. S. Bekker // Chelovecheskoe povedenie: ekonomicheskij podhod. Izbrannye trudy po ekonomicheskoi teorii / pod red. R. I. Kapelyushnikova. – M.: GU VShE. – 2003. – 436 s.
2. Vartanova O.V. Kreativnij menedzhment yak pidgruntya rozvitku kreativnih pracivnikiv pidpriemstva / O.V. Vartanova, I.V. Shester // Socialno-trudovi vidnosini: teoriya ta praktika. – 2013. – № 2. – S. 30–34.
3. Inozemcev V.L. Za predelami ekonomicheskogo obshstva. Postindustrialnye teorii i postekonomicheskie tendencii v sovremennom mire / V.L. Inozemcev. – M.: Academia; Nauka, 1988. – 640 s.
4. Lehominova S.V. Instrumentarii otsinky intelektualnogo kapitalu pidpriemstv yak kliuchovoho imperatyvu yikh konkurentnykh perevah / S.V. Lehominova // Zb. nauk. prats Mukachevskoho derzhavnogo universytetu. Serii «Ekonomika ta suspilstvo». – Vydavnytstvo MDU, 2017. – Vyp. 11. – S. 270–276.
5. Leontev B.B. Cena intellekta. Intellektualnyj kapital v rossijskom biznese / B.B. Leontev. – M.: Akcioner, 2002. – 200 s.
6. Lukianenko D.H. Fenomen kreatyzatsii hlobalnoi ekonomiky i menedzhmentu / D.H. Lukianenko, T.O. Halakhova // Zovnishnia polityka i diplomatiia: tradytsii, trendy, dosvid. – 2016. – № 23. – Ch. 3. – S. 12–21.
7. Savchenko O. I. Kreativnij menedzhment kak osnova biznes-tvorchestva innovacionnyh kompanij [Elektronnij resurs] / O. I. Savchenko. – 2012. – S. 117–125. – Rezhim dostupu : http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/7237/1/vestnik_HPI_2012_16_Savchenko_Kreativnyy.pdf
8. Eshbi U. R. Vvedenie v kibernetiku / U. R. Eshbi. – M.: Kom-Kniga, 2006. – 452 s.
9. Robert Cushing «Creative Capital, Diversity and Urban Growth» / unpublished manuscript, Austin, Texas, December 2001.

Надійшла / Paper received: 13.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 29.09.2020