

РОЗБУДОВА МЕРЕЖІ ІНТЕЛЕКТИНГОВИХ АГЕНЦІЙ ЯК КАТАЛІЗАТОР ПРОЦЕСІВ КРЕАЦІЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

О. М. Собко, к. е. н., доцент, Тернопільський національний економічний університет, olhasobko754@gmail.com

Досліджено вектори розвитку інституційного оточення, що здійснюють позитивний вплив на активізацію процесів креації вартості підприємств, які функціонують в умовах економіки знань. Доведено доцільність розбудови мережі інтелектингових агенцій, визначено їх місію та завдання. Обґрунтовано позитивний вплив функціонування інтелектингових агенцій на креацію вартості підприємства. Розроблено проект організаційної структури управління інтелектингової агенції. Запропоновано типологізацію дорадчих послуг в межах департаментів креації вартості та інтелектуального консалтингу в інноваційній сфері.

Ключові слова: інтелектуальний капітал підприємства, інтелектингова агенція, інноваційна сфера, інтелектинг, креація вартості підприємства.

Постановка проблеми. Становлення економіки знань супроводжується розширенням сфер і масштабів застосування нового виду ресурсу – знань, який нині розглядається в якості товару-субституту, а можливості його поширення і застосування постійно покращуються завдяки розвитку ІТ сектора. Зважаючи на те, що знання є результатом інтелектуальної діяльності, тобто інтелектомістким ресурсом, спроможним створювати інтелектуальну додану вартість, а отже, забезпечувати високу ринкову вартість підприємства, необхідність створення сприятливого оточення для їх розвитку не викликає сумнівів. Підтвердженням правильності зроблених висновків можуть слугувати стратегічні рішення у країнах, які демонструють позитивний поступ в економічному розвитку на основі підвищення конкурентоспроможності наукового сектора, покращення міжсекторного партнерства – бізнесового, наукового, освітнього, публічного – та громадських організацій. Такі прагнення ЄС представлені у «Лісабонській Стратегії», яка для усіх країн-членів передбачає доведення рівня фінансування наукових досліджень до 3% ВВП, а для низки учасниць – таких, як Фінляндія (3,32 % у 2013 р.), Швеція (3,21 % у 2013 р.), Данія (3,05 % у 2013 р.), де цей показник перевищує граничну межу, планується подальше його зростання, адже найвищий рівень сьогодні утримує Японія – 3,38 % у 2013 р. [1, с. 81; 2, с. 250]. Звідси – стратегія розвитку, базована на посиленні ролі знань та сек-

тора ІТ, створює найкращі умови для формування інтелектуального капіталу підприємств та забезпечення швидких темпів креації їх вартості. Суб'єкти господарювання, які мають потенціал до забезпечення постійних процесів креації вартості, користуються перевагами при пошуку усіх видів виробничих ресурсів (фінансових, людських тощо), а, значить, є конкурентоспроможними на глобалізованому ринку. Відтак, стає зрозумілим, що визначення векторів формування оточення, сприятливого для нарощення темпів креації вартості підприємств на основі функціонування інтелектуального капіталу, прихованого у площині розбудови мережі інтелектингових агенцій, що і є предметом пропонованого дослідження, залишаються актуальними та своєчасними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасна економіка створює преференційні умови для суб'єктів господарювання, яким притаманна висока ринкова вартість, сформована на базі інтелектуального капіталу. Опираючись на це, панорама здійсненого дослідження знаходиться на межі перетину теорії вартості та концепції інтелектуального капіталу. Вивченню підлягали публікації, які вміщують проблематику інституційної перспективи щодо формування оточення, сприятливого до процесів креації вартості підприємства.

Дослідження напряму креації вартості підприємства базоване на вивченні розвитку концепції управління вартістю А. Рапап-портом та виділенні понять «креації вартос-

ті», «лакун вартості» [3], вперше зауважених А. Шапіро та Ш. Балбіремом [4, с.8]. Ретроспективний погляд, реалізований при застосуванні історичного методу дослідження, дозволяє стверджувати, що фундаментальні основи появи теорії креації вартості підприємства приховані у працях «імперативу вартості» Дж. Мактаггарта, П. Контеса і М. Манкінса [5, с.2, 69–110], «міграції вартості» А. Сливозького [6] та М. Сюдцака [7], які знайшли своє обґрунтування в аспектах міграції вартості інноваційних моделей розвитку підприємств А. Яблонського та М. Яблонського [8] тощо.

Моніторинг наукового термінологічного поля інтелектуального капіталу підприємства підтверджує його популярність, відсутність узагальненої дефініції і загальноприйнятої структуризації, що пояснюється відносною новизною даного вектора досліджень. Крім того, більш детальне вивчення теорії інтелектуального капіталу підприємства передбачає зосередження більшої уваги на розвитку останнього саме в межах концепції «платформи вартості», запропонованої М. Мрозевським [9, с. 29, 48]. Дане рішення зумовлене тематикою дослідження, оскільки дозволяє виявляти вплив інтелектуального капіталу на вартість підприємства. З цією метою нами досліджені праці низки економістів щодо обґрунтування впливу інтелектуального капіталу на формування ринкової вартості суб'єктів господарювання із різних секторів економіки, зокрема у Л. Едвінсона та М. Мелоуна об'єктом була страхова фірма «Skandia» [10, с. 45; с. 106], у К.- Е. Свейбі – модерні «підприємства знань» [11]; у М. Братніцко, Я. Стрижини – підприємницький сектор [22, с.70] тощо. Привертають увагу дослідження вітчизняних науковців. Так, варто згадати публікації О. Кендюхова, який говорить про «інтелектуальні ресурси, здатні створювати нову вартість ... генерувати майбутні грошові потоки, тобто капіталізуватися», або, іншими словами, забезпечувати креацію вартості сучасних підприємств [13, с. 14, 15]; В. Петренка, де увагу акцентовано на процесах інтелектокористування і виділено «інтелектуальні продукти», яким, на наше переконання, притаманна інтелектуальна додана

вартість, що і гарантує високі темпи креації вартості для їхніх виробників [14, с.84.].

Не применшуючи цінності наведених вище досліджень, змушені констатувати, що, на жаль, їхня палітра не вміщує конкретизованих шляхів активізації процесів креації вартості сучасних підприємств. Зауважимо, що покращення інституційної перспективи на основі побудови мережі інтелектингових агенцій також не є достатньо аргументованою у науковому термінологічному полі.

Формулювання мети статті. Метою пропонованої публікації є представлення авторського погляду на можливості створення сприятливого оточення для креації вартості модерних підприємств на основі розвитку інтелектуального капіталу, забезпеченого розбудовою мережі інтелектингових агенцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Новітня парадигма господарювання характеризується посиленням впливу на креацію вартості підприємств фактора інтелектуального капіталу, який, на нашу думку, охоплює сукупність економічних відносин, що виникають між підприємцями та найманими працівниками – власниками індивідуального інтелектуального капіталу щодо пошуку, перетворення, збагачення, дифузії (поширення) і використання знань, генерованих інтелектом, а також розподілу та перерозподілу створеної доданої вартості, а це позитивно динамізує процес капіталізації підприємства.

У нашому дослідженні схиляємося до думки, що креація вартості підприємства – постійні в просторі та часі інноваційно-гармонійні процеси інтелектуалізації праці у виробничій, комерційній чи соціальній сферах його функціонування, які дозволяють мінімізувати величину «лакуни вартості».

Запропонований авторський підхід до тлумачення поняття креації вартості підприємств базується на двох доведених вище твердженнях: перше припускає, що максимізація вартості забезпечується процесами її креації, друге – креація вартості підприємства значною мірою забезпечується функціонуванням інтелектуального капіталу. Правильність наших припущень доведена у рейтингах, опублікованих у таких популярних

виданнях, як «Forbs», «Fiduciary Network» тощо. Так, у списку «Global 2000» у 2015 р. опинилися «Agricultural Bank of China» (з ринковою вартістю 189,9 млрд. дол. США), «Bank of China» (199,1 млрд. дол. США), «Berkshire Hathaway» (354,8 млрд. дол. США), «JP Morgan Chase» (225,5 млрд. дол. США), «Exxo Mobile» (357,1 млрд. дол. США), «Petro China» (334,6 млрд. дол. США), «General Electric» (253,5 млрд. дол. США) тощо [15]. При цьому всі суб'єкти господарювання не заперечують ролі інтелектуального капіталу у формуванні таких високих показників.

Популяризація і поширення зацікавленості інтелектуальним капіталом у різних сферах суспільства, насамперед в економіці, зумовлює факт, що сучасний бізнес стає усе більш інтелектомістким, а інтелектуальний капітал – детермінує вектори перспективних наукових розвідок, перетворюючись на ключовий канон теоретичних підходів і практичних рішень у сфері забезпечення креації вартості підприємств. Так, у сучасних дослідженнях особливостей креації вартості підприємства з'являються нові ідеї, підходи та інструментарій.

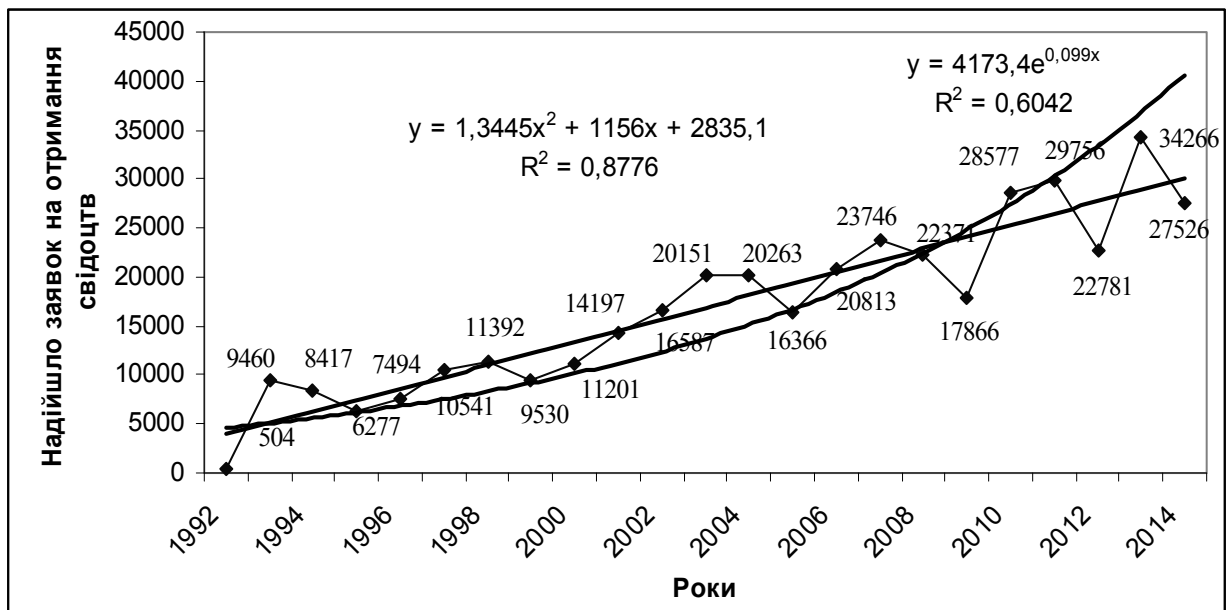
Інституційна перспектива в теорії креації вартості підприємства чітко та послідовно вимальовується у сфері розвитку інтелектуального капіталу, який, завдяки зміні парадигми господарювання, покращенню справ у питаннях охорони інтелектуальної власності, швидкому прогресу в галузі інформаційних технологій чи обґрунтуванню Т. Дудучем «ефекту інтелектуального левіриджу» (спроможності інтелектуального капіталу підвищувати прибуток на основі створення високотехнологічних товарів і послуг, виробничих процесів чи організаційних форм тощо) [16, с. 234–235], дозволяє останньому не лише набуті форми «інтелігентного інноватора» [17, с.26], а й утримувати позиції інтелектуального лідерства.

Дослідження тенденцій розвитку у сфері інтелектуальної власності України кристалізувало низку проблем, вирішення яких дозволить активізувати процеси формування інтелектуального капіталу вітчизняних підприємств. Зокрема, ми вважаємо, що забезпечити найшвидші темпами активі-

зації цієї діяльності можна у частинах подання заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг. Економічна доцільність реалізації таких кроків, дозволить вітчизняним підприємцям значно підвищити рівень інтелектуального капіталу, який має ринкове походження. Принагідно відмітимо значний вплив даного структурного елемента на креацію вартості сучасних високо технологічних підприємств, що підтверджують публіковані щорічні рейтинги відомих світових фірм.

Зважаючи на низку переваг, які виникають із розвитком цього структурного модуля інтелектуального капіталу та посиленням його впливу на креацію вартості сучасних підприємств, а також, враховуючи перспективи, які відкриваються перед вітчизняними суб'єктами господарювання у зв'язку із набуттям із 1 січня 2016 р. чинності Договору про асоціацію з ЄС, необхідність прогнозування нарощення потенціалу у частині подання заявок та отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг є очевидною. Панорама поданих заявок та отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг відображена на рис. 1, 2, кристалізує такі перспективи, дозволяючи виявити зручні інструменти для прогнозування інструменти, послуговуючись побудовою трендових моделей. Опрацьовані та узагальнені статистичні дані дозволяють стверджувати, що у цій сфері діяльності, починаючи із 1992 р. мала місце певна нестабільність, адже динаміка як поданих заявок, так отриманих свідоцтв на знаки для товарів і послуг в українських реаліях була різномасштабною.

Одним із перспективних напрямів інтелектуальної діяльності для вітчизняних підприємств є отримання свідоцтв на товарні знаки, що дозволить швидко розбудувати інтелектуальний капітал, а також підвищити їх інвестиційну привабливість та конкурентоспроможність на глобальному ринку. Представлена на рис. 2 за більш, ніж 10-річний період зміна заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг загалом відображає позитивні тенденції, незважаючи на незначні спадні тренди порівняно з попереднім роком, зокрема у 1995 р. (у 1,3 рази), у 1999 р., 2009 р. та у 2013 р. (у 1,2 рази).



*Примітка: суцільною лінією показано тренд експоненціальний; курсивом – тренд поліноміальний.

Рис. 1. Динаміка поданих заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні у 1992–2013 рр. та експоненціальна й поліноміальна лінії тренду (джерело: побудовано на основі [18; 20, с. 19, 20; 21, с. 9, 71; 22, с. 40])

Для опису характеристики формування аналізованого показника – заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг, нами використано два види трендових моделей – експоненціальну (якість 0,61):

$$y = 4173,45e^{0,099x}, \quad (1)$$

та поліноміальну 2 степеня (якість 0,88).

$$y = 1,3445x^2 + 1156x + 2835,1, \quad (2)$$

де x – роки, зокрема $x = 1, 2, 3, \dots$, репрезентуючи відповідно 1992 р., 1993 р. і т. д.

Отже, застосування обох моделей для вивчення перспективи діяльності щодо подання заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні дозволяє стверджувати, що за експоненціальною моделлю вона була на 2013 р. більш оптимістичною, ніж за поліноміальною.

Таким чином, приходимо до висновку, що в даному випадку доцільним для прогнозування є застосування модель поліноміальної, свідченням чого є не лише вищий показник якості (R^2), але й проведені нами по-

рівняння похибок набутих значень кількості поданих заявок на отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг. Так, отримане прогнозне значення даного показника у 2014 р. становило 31045 од. при фактично досягнутому 27526 од., тобто погрішність на рівні 12 %.

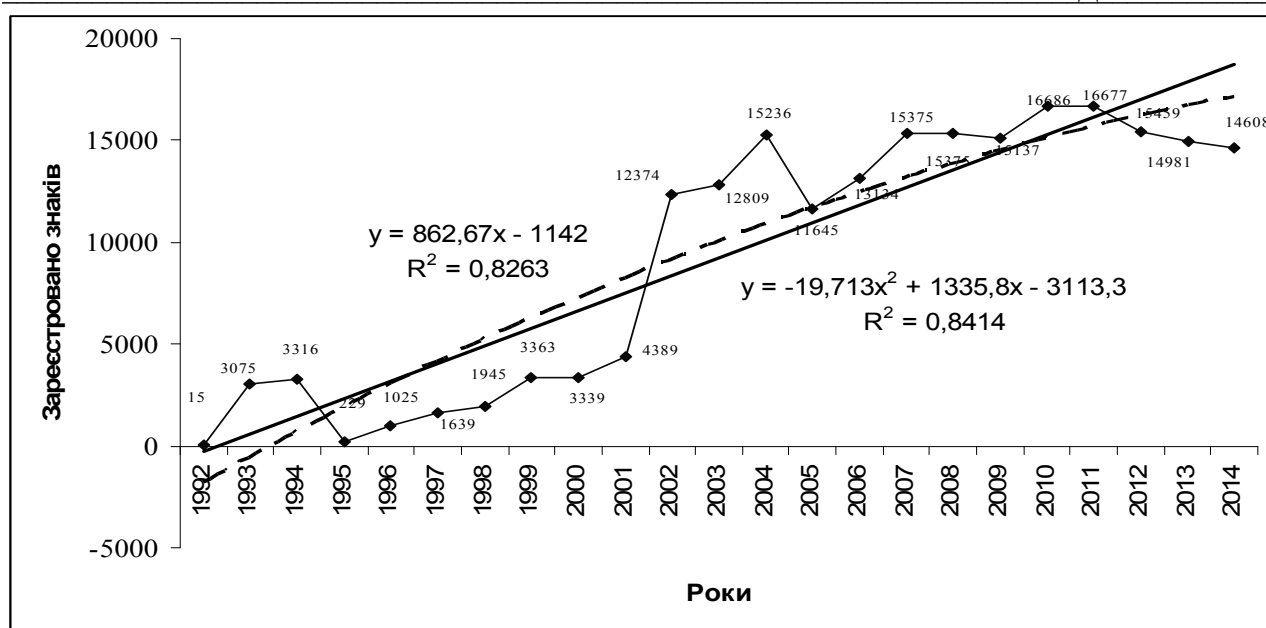
Зважаючи на те, що у цій сфері інтелектуальної діяльності важливим є не лише подання заявок, але отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг, проведемо аналогічний аналіз і у цій частині (рис. 2).

З цією метою, нами визначено доцільність застосування двох трендових моделей із майже рівними значеннями індикаторів надійності, зокрема поліноміальної 2 степеня (якість 0,84):

$$y = -19,713x^2 + 1335,8x - 3113,3, \quad (3)$$

де x – роки, зокрема $x = 1, 2, 3, \dots$, репрезентуючи відповідно 1992 р., 1993 р. і т. д., а також лінійної (якість 0,83):

$$y = 862,67x - 1142, \quad (4)$$



*Примітка: суцільною лінією показано тренд лінійний; курсивом – тренд поліноміальний.

Рис. 2. Панорама отриманих свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні у 1992–2013 рр. та лінійна й поліноміальна лінії тренду (джерело: побудовано за: [19; 20, с. 19–20; 21, с. 9, с.71; 22, с. 40])

У дослідженні нами проведена оцінка доцільності застосування вище запропонованих трендових моделей для прогнозування змін щодо отриманих свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні. Так, результати доводять меншу похибку при використанні поліноміальної лінії тренду, наприклад для 2013–2014 рр. прогнозована кількість зареєстрованих знаків відповідно становила в абсолютних величинах 19249 од. та 20197 од. при реально досягнутому значенні 14981 од., і 14608 од. тобто відносне відхилення становить 28 % та 38 %. Водночас, при застосуванні для прогнозування моделі лінійного тренду змін щодо отриманих свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні для аналізованого року, отримуємо зростання відносного значення відхилення на 1 % (29 % і 39 % відповідно). Отже, результати проведеного дослідження засвідчили, що для прогнозування змін отриманих свідоцтв на знаки для товарів і послуг в Україні доцільно застосовувати поліноміальні моделі.

Принагідно зауважимо, що, на жаль, жодна з моделей не відобразила дійсності, адже реально як кількість поданих заявок, так і отриманих свідоцтв для товарів і послуг в Україні у 2013–2014 рр. була значно нижчою від прогнозованого рівня. Однак,

такий стан речей, на нашу думку, може бути зумовлений і військовими діями, які суттєво посилили негативний вплив формування тенденцій у цій сфері діяльності. Крім того, поява такого значного відхилення в значній мірі зумовлена повільними темпами реформування національної економіки, зростанням міграції високо кваліфікованих спеціалістів, які, на жаль, не бачать можливостей для свого розвитку на батьківщині. У свою чергу, такі тенденції значно посилюють негативні впливи на активізацію діяльності у сфері охорони інтелектуальної власності.

Зважаючи на вищевикладене, вважаємо, що запропоновані трендові моделі цілком слушно можуть використовуватися у майбутньому для планування і прогнозування діяльності у сфері охорони інтелектуальної власності, зокрема, як в частині активізації подання заявок, так і отримання свідоцтв на знаки для товарів і послуг серед українських виробників.

В українських реаліях активізація інтелектуальної діяльності обмежується насамперед відсутністю раціонально розбудованого інтелекту на мезорівні, що за своєю природою належить до ринкових регулятивних механізмів, який дозволяє підвищувати рівень зайнятості для висококваліфікованих фахівців, обмежувати корупцію (оскільки

послуги надаються через підприємницький сектор, а не державні інституції), покращувати інноваційність та конкурентоспроможність суб'єктів господарювання, забезпечувати креацію вартості підприємств шляхом нарощення інтелектомісткості національних виробництв тощо.

На нашу думку, розбудова інтелектуального на мезорівні передбачає створення мережі інтелектуальних агенцій, зайнятих наданням освітньо-дорадчих, інформаційних, просвітницьких та іншого типу послуг як для юридичних, так і фізичних осіб у сферах організації, ведення, фінансування інтелектуальної діяльності, захисту прав інтелектуальної власності, налагодження міжсекторної співпраці шляхом пошуку партнерів тощо. Прикладом успішних фірм такого типу є «*Hilco Streambank*», спеціалізація якої включає також продаж та оцінку нематеріальних цінностей (брендів, торгових марок, патентів, авторських прав тощо).

Відтак, інтелектуальна агенція – це ринкова інституція, зареєстрована як юридична особа, що діє з метою надання широкої гами інформаційних, освітньо-дорадчих, просвітницьких і консалтингових послуг у сфері інтелектуалістики.

Місія інтелектуальних агенцій полягає у створенні сприятливого оточення для активізації інтелектуальної діяльності на мезоекономічному рівні шляхом полегшення пошуку шляхів розбудови міжсекторного партнерства, нарощення інтелектуального капіталу, обмеження інформаційної асимет-

рії, створення рівних умов доступу до знань та інформації для різних верств громадян та фахової допомоги при оформленні охоронних документів у сфері інтелектуальної власності, скерованих до підприємств, органів місцевого самоврядування, громадських організацій.

Необхідність дотримання принципу розбудови інтелектуальних агенцій в Україні посилюється саме в нинішніх умовах, адже лише такий шлях забезпечить швидку інтелектуалізацію господарської діяльності, не створюючи нового джерела для виникнення корупції, що нині є найгострішою проблемою (у 2014 р. Україна посіла 142 місце у рейтингу за індексом корупції), дозволить покращити умови для підприємництва (у 2014 р. 96 місце у рейтингу з легкості ведення бізнесу) тощо [20]. Вищенаведені переваги від створення інтелектуальних агенцій доводять економічну ефективність та соціальну доцільність їх створення.

Згідно з нашими пропозиціями, організаційна структура управління таких інтелектуальних агенцій повинна включати три ключові департаменти – інтелектуального консалтингу, освітніх проектів та інформації, креації вартості. Відтак, кожен із запропонованих структурних підрозділів надаватиме дорадчі послуги в межах своїх компетенцій, перелік яких наочно представляє рис. 3.

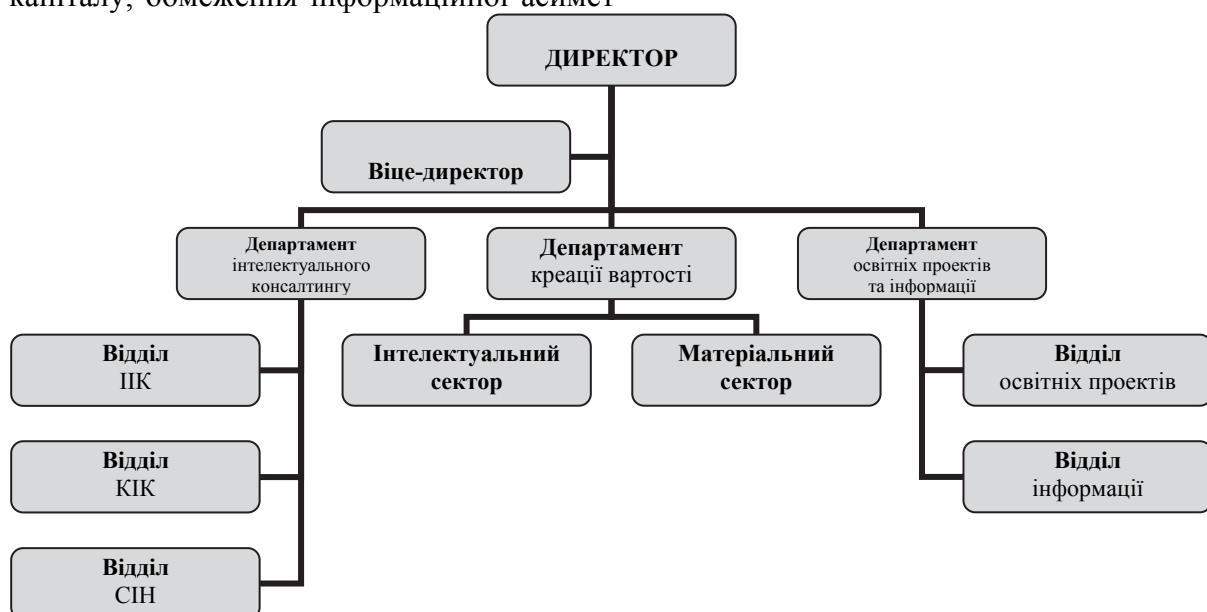


Рис. 3. Проект організаційної структури управління інтелектуальної агенції

Функції загального управління агенцією доцільно делегувати директору та віце-директору, які можуть бути або обраними з її засновників або найманих менеджерами.

Таким чином, розмаїття дорадчих послуг, які можуть надавати запропоновані вище департаменти, визначається рівнем їх компетентності та делегованими їм повноваженнями. Так, наприклад, департамент інтелектуального консалтингу формують три відділи – відділ індивідуального інтелектуального капіталу, відділ колективного інтелектуального капіталу, відділ соціального інтелектуального капіталу, що відповідає розробленій нами структуризації інтелектуального капіталу підприємства.

Запровадження інноваційної моделі розвитку в сучасних умовах господарювання розглядається в якості ключового чинника забезпечення економічного зростання,

підвищення конкурентоспроможності та інтелектуальної вартості підприємства. На сприяння удосконаленню бізнесових процесів на підприємстві скеровані дорадчі послуги інтелектуальних агенцій в інноваційній сфері (рис. 4). Так, серед низки актуальних сьогодні дорадчих послуг інтелектуальних агенцій в інноваційній сфері вітчизняних підприємств доцільно виділити забезпечення охорони прав на об'єкти інтелектуальної власності. Не менш важливим є розширення практики застосування методики «*Sig Sigma*», скерованої на удосконалення бізнес-процесів у галузі стандартизації та сертифікації продукції, запровадження методики управління інноваційними проектами «*DMAIC*», що дозволяє мінімізувати непродуктивні витрати часу, пов'язані з прийняттям управлінських рішень.

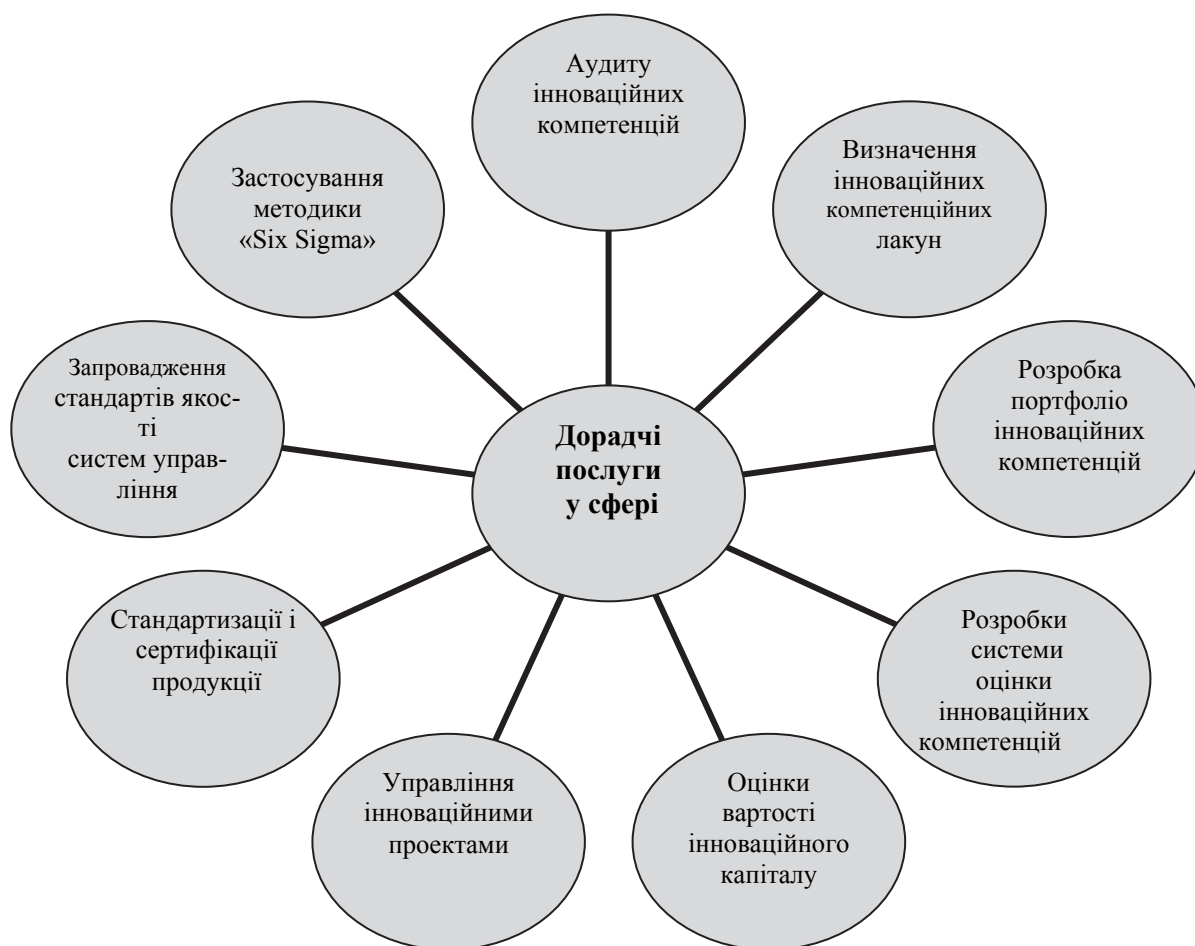


Рис. 4. Перелік дорадчих послуг, які надаються відділом колективного інтелектуального капіталу інтелектуальної агенції у інноваційній сфері

Одним із важливих векторів діяльності

інтелектуальних агенцій є надання дорадчих

послуг у сфері креації вартості підприємства, які, згідно з нашими пропозиціями, виконуватиме департамент креації вартості. Адже, нинішні умови господарювання перемістили на перший план проблеми оцінки вартості суб'єктів господарювання, що знайшло своє практичне застосування при умовах реструктуризації, поділу чи приватизації останніх (а в Україні ще й відчуження).

Зважаючи на швидкі темпи зростання ринкової вартості сучасних високо технологічних підприємств при департаменті креації вартості інтелектуальних агенцій, у якості

структурних підрозділів запропоновано виділити інтелектуальний сектор, який і надавав би дорадчі послуги щодо креації вартості на базі розвитку інтелектуального капіталу, а також матеріальний сектор, що відповідно здійснював би пошук резервів, забезпечених функціонуванням матеріального (фізичного та фінансового) капіталу. Враховуючи предмет нашого дослідження, зосередимося на деталізації видів дорадчих послуг саме для інтелектуального сектора (рис. 5).

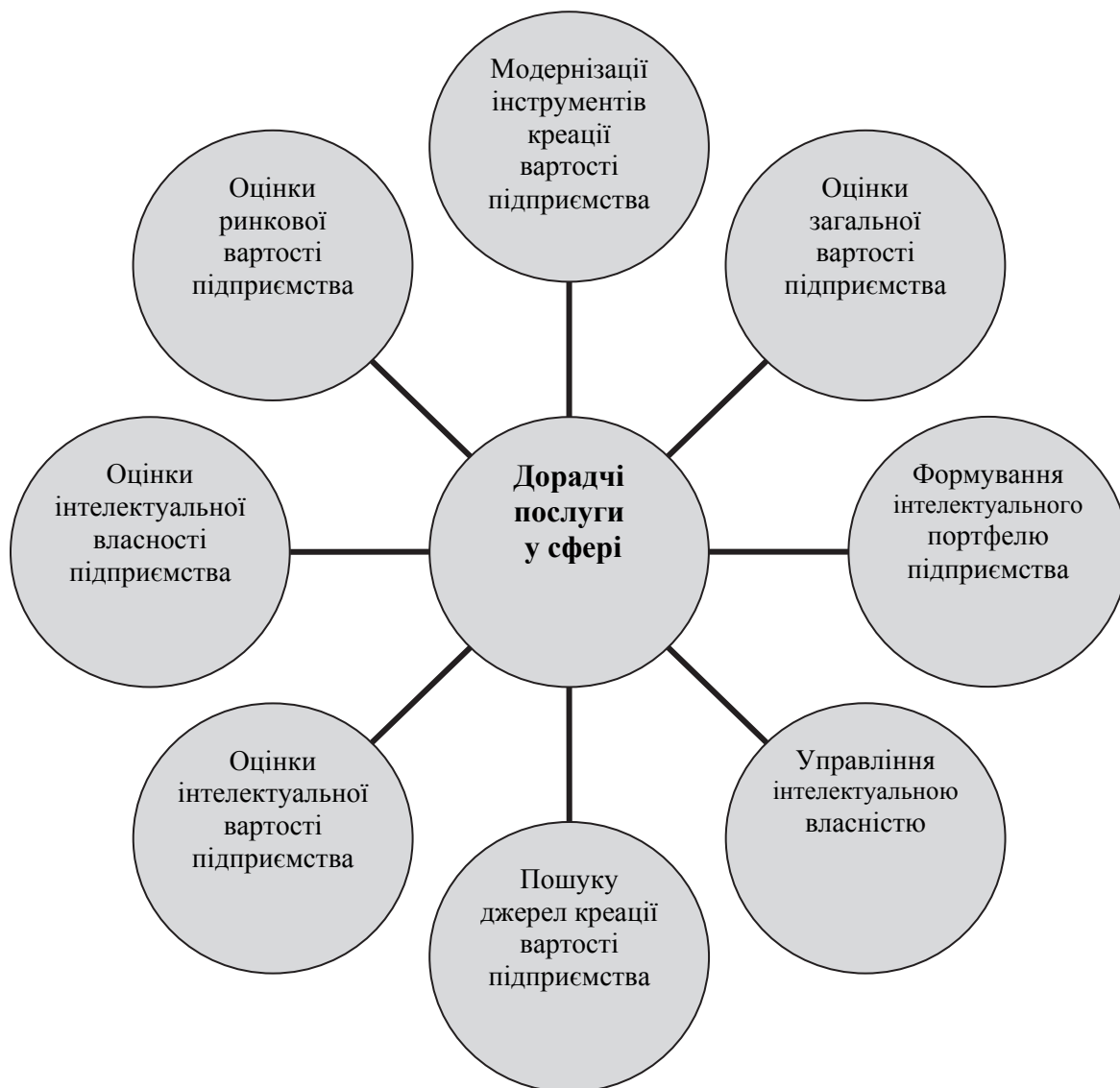


Рис. 5. Перелік дорадчих послуг, які надаються інтелектуальним сектором департаменту креації вартості інтелектуальної агенції (джерело: авторська розробка)

В умовах української економіки ключовим напрямом діяльності інтелектуальних агенцій у цій сфері є модернізація інстру-

ментів і пошук джерел креації вартості, оскільки обмеженість доступу країни до світових ринків дешевих фінансових ресур-

сів та їхня недостатність на вітчизняному ринку, зумовлені кризовим становищем, є суттєвим чинником, що визначає низьку зацікавленість у інтелектуальній діяльності. На подолання недостатньої поінформованості вітчизняного бізнесового сектора щодо можливостей і переваг залучення фінансування інтелектуальної діяльності повинна бути націлена система дорадчих послуг, які надаватимуться в межах департаменту освітніх проєктів та інформації відділом інформації.

Згідно з нашими міркуваннями, департамент освітніх проєктів та інформації доцільно сформувавши з двох структурних підрозділів – відділу освітніх проєктів та відділу інформації. При цьому відділ освітніх проєктів забезпечуватиме їх свідчення шляхом організації навчань у сферах розвитку інтелектуального капіталу, управління, обігу та захисту інтелектуальної власності, креації вартості чинниками інтелектуального походження, оцінки всіх видів вартості підприємств, а також підвищення кваліфікації, тренінгів, конференцій, симпозіумів, круглих столів, пошуку джерел фінансування науково-дослідних проєктів, тобто заходів, скерованих на набуття нових компетенцій, підвищення інтелектуального розвитку, комунікаційних навичок тощо. У той же час основним завданням для відділу інформації є налагодження так званого зворотного зв'язку, промоція агенції та її послуг, пошук нових партнерів, інформування юридичних і фізичних осіб щодо новинок у сфері інтелектуалістики тощо. Таким чином, надання дорадчих послуг такого типу, з одного боку, позитивно вплине на подолання інформаційної асиметрії та обмеження її негативно на креацію вартості вітчизняних підприємств, а з іншого – популяризуватиме принципи інтелектуалістики у межах громадянського суспільства.

Підсумовуючи, зазначимо, що каталізатором процесів креації вартості підприємств, джерелом виникнення яких є інтелектуальний капітал, виступає розбудова інституційної перспективи шляхом розвитку мережі інтелектуальних агенцій. Зважаючи на запропоноване вище, можемо констатувати, що для українських підприємств – це найдешевший і найшвидший шлях, який до того

ж не створює підґрунтя для корупції, а отже, в наших реаліях є найбільш раціональним і економічно виправданим шляхом у забезпеченні стабільних позитивних трендів.

Висновки. Пропонована публікація є першим кроком до більш ґрунтовних наукових досліджень позитивного впливу інституційного оточення на активізацію процесів креації вартості сучасних підприємств. Доцільність розбудови мережі інтелектуальних агенцій, зайнятих наданням послуг щодо забезпечення креації вартості підприємств на базі розвитку інтелектуального капіталу, достатньо обґрунтована з позицій визначального впливу останнього на ринкову вартість відомих світових фірм. Функціонування інтелектуального капіталу в інноваційній сфері дозволить якісно покращити трансфер технологій і пришвидшить комерціалізацію результатів наукових досліджень. Позитивний поштовх у підвищенні ефективності креації вартості модерних підприємств, забезпеченої функціонуванням інтелектуального капіталу, матимуть дорадчі послуги інтелектуальних агенцій в сфері забезпечення охорони інтелектуальної власності, застосування новітніх методик удосконалення бізнес-процесів у галузі стандартизації і сертифікації продукції та управління інноваційними проєктами. Запропонований нами вектор створення інтелектуальних агенцій можна вважати достатньо обґрунтованим, зважаючи на визначену організаційну структуру та окреслену цільову направленість. Конструктивний підхід при типологізації дорадчих послуг, виділених інтелектуальним сектором департаменту креації вартості інтелектуальних агенцій, сприятимуть формуванню сприятливого оточення та виявленню нових джерел зростання інтелектуальної вартості підприємств. Відкриття інтелектуальних агенцій допомагатиме розвитку сприятливого інституційного прокреативного та інтелектуального оточення (середовища функціонування суб'єктів господарювання). Вирішення вказаних проблем вимагає активізації наукових розвідок у цій сфері, що дозволить зорієнтувати підприємства на модель зрівноваженого розвитку та економічного зростання.

Література

1. Strategia Lizbońska a zarządzanie wartością /

[Andrzej Drwiłło, Małgorzata Wróblewska, Dorota Czykier-Wierzbą i in.]; red. Leszek Pawłowicz. – Warszawa: CeDeWu, 2006. – 529 [1]s.

2. Mały Rocznik statystyczny Polski / Główny Urząd Statystyczny Polski; redaktor główny Halina Dmochowska. – Warszawa: Zakład Wydawnictw statystycznych Polskich, 2015. – 539 s. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/roczniki-statystyczne/roczniki-statystyczne/maly-rocznik-statystyczny-polski-2015,1,16.html>

3. Rappaport A. Creating Shareholder Value: A Guide for Managers and Investors / Alfred Rappaport. – New-York: Free Press, 1998. – 224 p. – (2 Edition).

4. Shapiro A. C. Modern Corporate Finance: A Multidisciplinary Approach to Value Creation Models / Alan C. Shapiro, Sheldon D. Balbirer. – Upper Saddle River New Jersey: Prentice Hall, 2000. – 606 p.

5. McTaggart J. The Value Imperative: Managing for Superior Shareholder Returns / James M. McTaggart, Peter W. Kontes, Michael C. Mankins. – New-York: The Free Press, 1994. – 367 p.

6. Slywotzky A. J. Value Migration: How to Think Several Moves Ahead of the Competition / Adrian J. Slywotzky. – Boston: Harvard Business School Press, 1996. – 336 p.

7. Siudak D. Pomiar procesów migracji wartości przedsiębiorstw na polskim rynku kapitałowym / Dariusz Siudak. – Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck, 2013. – 344 s. – (Seria Finanse).

8. Jabłoński A. Cykl życia wartości przedsiębiorstw wobec kondycji modelu biznesu / Adam Jabłoński, Marek Jabłoński. // Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie. – 2013. – № 4. – S. 57–63.

9. Mroziewski M. Kapitał intelektualny współczesnego przedsiębiorstwa. Koncepcje, metody wartościowania i warunki jego rozwoju / Marian Mroziewski. – Warszawa: Difin, 2008. – 142 [1]s.

10. Edvinsson L. Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa odnajdując jego ukryte korzenie / Leif Edvinsson, Michael Malone; [Przekład Monika Marcinkowska] – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, – 2001. – 150 s. – (Seria Przedsiębiorczość).

11. Sveiby K. E. The New Organizational Wealth / Karl-Erik Sveiby. – San Francisco, 1997. – 220 [8] p. – (Managing & Measuring Knowledge-Based Assets).

12. Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny / [Praca zbiorowa pod red. Mariusza Bratnickiego, Janusza Stryżyny; współ. aut. Kamili Butrym, et. al.]. – Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2001. – 205 s. – (Seria: Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Karola

Adamieckiego w Katowicach).

13. Кендюхов О. В. Интеллектуальный капитал предприятия: гносеология экономической категории / Александр Володимирович Кендюхов // Вісник Донецького університету економіки та права, 2011. – С. 12–16.

14. Петренко В. Управління процесами інтелектокористування в соціально-економічних системах: [монографія] / Віктор Павлович Петренко. – Івано-Франківськ : Нова зоря, 2006 – 352 с.

15. Global 2000 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.forbes.pl/tagi/1736/global-2000/1> (15.06.2015).

16. Dudycz T. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa / Tadeusz Dudycz. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2005. – 273 s.

17. System informacji strategicznej. Wywiad gospodarczy a konkurencyjność przedsiębiorstwa ; [praca zbiorowa pod red. Ryszarda Borowieckiego, Marii Romanowskiej]. – Warszawa: Difin, 2001. – 394 s.

18. Державний департамент інтелектуальної власності. Об'єкти промислової власності. Плани та звіти. Поточна статистика. Архів. Надходження заявок на ОПВ у 1992–2012 рр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://sips.gov.ua/ua/plans_reports.html (15.08.2015)

19. Державний департамент інтелектуальної власності. Об'єкти промислової власності. Плани та звіти. Поточна статистика. Архів. Внесені охоронних документів до державних реєстрів у 1992–2012 рр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://sips.gov.ua/ua/plans_reports.html (15.08.2015)

20. Державний департамент інтелектуальної власності. Річний звіт 2006 // Офіційне видання державного департаменту інтелектуальної власності. – Київ, 2007. – 66 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sips.gov.ua/t/docman/binary/ukr6.pdf> (15.08.2015)

21. Державний департамент інтелектуальної власності. Річний звіт 2009 // Офіційне видання державного департаменту інтелектуальної власності. – Київ, 2010. – 71 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://sips.gov.ua/i_upload/file/zvit_ua9.pdf (15.09.2015)

22. Промислова власність у цифрах [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.uipv.org/i_upload/file/promvlasnist-2014.pdf (15.09.2015)

23. Післязавтра – багата країна. Рецепт успіху // 24 канал, 14.08. 2015 р., 01²¹ [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://24tv.ua/ukrayina/pislyazavtra_bagata_krayina_retsept_uspihu/n602226 (15.08.2015)

РАЗВИТИЕ СЕТИ ИНТЕЛЕКТИНГОВЫХ АГЕНСТВ КАК КАТАЛИЗАТОР ПРОЦЕССОВ КРЕАЦИИ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

О. Н. Собко, к. э. н., доцент, Тернопольский национальный экономический университет

Исследованы векторы развития институциональной среды, оказывающей положительное влияние на активизацию процессов креации стоимости предприятий,

которые функционируют в условиях экономики знаний. Доказана целесообразность развития сети интеллектинговых агентств, определены их миссия и задачи. Обосновано положительное влияние функционирования интеллектинговых агентств на креацию стоимости предприятия. Разработан проект организационной структуры управления интеллектингового агентства. Предложено типологизацию консультативных услуг в пределах департаментов креации стоимости, интеллектуального консалтинга в инновационной сфере, а также образовательных проектов и информации.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал предприятия, креация стоимости предприятия, интеллектинговое агентство, инновационная среда, интеллектинг.

DEVELOPMENT OF THE INTELLIGENT AGENCIES NETWORK AS AN ENTERPRISE VALUE CREATION ACCELERATOR

*O. N. Sobko, Ph.D (Econ.), Ass. Prof.,
Ternopil National Economics University*

There are studied the vectors of the institutional environment of the development that would produce a positive impact on the activation of enterprise value creation processes functioning in knowledge economy. The expediency of an intelligent agencies network is proved, their mission and objectives are defined. The positive impact of intelligent agencies functioning on enterprises value creation is grounded. The project of management organizational structure of an intelligent agency is given. The typology of advisory services within value creation departments and intellectual consulting in innovation sphere is suggested.

Keywords: enterprise intellectual capital, enterprise value creation, intelligent agencies, innovative environment, intellecting.

Рекомендовано до друку д. е. н., проф. Пилипенко Ю. І.

Надійшла до редакції 28.09.15.