

позволяет малому бизнесу в полной мере вернуть свою деятельность и обеспечить повышение занятости, уровень доходов работников, социальные гарантии и др. Для повышения эффективности малого предпринимательства представляется целесообразным определение приоритетных сфер деятельности с установлением стратегических ориентиров в части обеспечения занятости, результатов, доходов работников таких предприятий. Для поддержки и развития малого бизнеса необходимо дальнейшее совершенствование упрощенной системы налогообложения, создание правовой базы регулирования деятельности различных объединений предприятий малого, среднего и крупного бизнеса с целью обеспечения синергетического эффекта их совместного функционирования.

### Литература.

- 1 Ляшенко В.И, Хахулин В.В. Экономико-правовое обеспечение развития субъектов малого предпринимательства. – Донецк: Юго-Восток, 2001. – 456 с.
- 2 Сидорова А.В. Экономико-статистические методы анализа сферы услуг. Монография. – Донецк: ДонНУ, 2002. – 240 с.
- 3 Егоров П.В., Карпова Е.И. Синтез механизмов управления развитием предприятий малого бизнеса в Донецкой области // Финансы,

учет, банки. Сборник научных трудов. Выпуск 8. Часть 2 / Под общ. ред. П.В.Егорова. – Донецк: ДонНУ, 2002. – С.191-200

4 Виноградская А. Малое предпринимательство: состояние и перспективы развития // Бизнес-информ. – 1998. – №1718. – С.21

5 Stiglitz (eds), Proceedings of the Annual Bank Conference on Development Economics, Washington, World Bank, 2756. (Русский перевод Стиглиц Джозеф (1999) Куда ведут реформы ? ( К десятилетию начала переходных процессов) // Вопросы экономики. 1999. – № 7. – 430 с.

6 Статистичний щорічник України за 2005 рік / Державний комітет статистики України; За ред. О.Г. Осауленка. – К: Консультант, 2006 р. – 571 с.

7 Данные Государственного комитета по развитию предпринимательства, Госкомстата Украины, Мирового банка и Европейского банка реконструкции и развития / Кубай Н.Е. Становление и развитие частного предпринимательства в переходной экономике (на примере Украины): автореферат диссертации на получение научной степени кандидата экономических наук. –Львов: Государственный университет имени И. Франка, 1999г. – С.9

Статья поступила в редакцию 21.12.2006

**О.В. КОРНЄВА,**  
*Донецький національний технічний університет*

### ВИКОРИСТАННЯ ХАРАКТЕРИСТИК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ І ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Останнім часом в науковому і практичному контексті все частіше постає тема систематичного управління знаннями організації чи країни. Теорії, гіпотези і багатий практичний досвід з цієї проблеми об'єднані в напрямок, що отримав назву „управління знаннями” (knowledge management). Він розвивається на вимогу практичних задач, що постають, в першу чергу, перед великими багатонаціональними корпораціями, а також перед консультуючими компаніями, науковими закладами і фінансовими інститутами. На сучасному етапі «управління знаннями» стало популярним як тип стратегічного менеджменту, і це дає високі результати. Серед найбільш динамічних й успішних компаній світу перші місця належать тим, хто першим впровадив відповідну систе-

му: „IBM”, „Siemens”, „World Bank Group”, „Ford Motor Company”, „Hewlett-Packard” та іншим відомим брендам. Це підтверджує, що засвоєння найкращих досягнень управління знаннями є актуальною задачею для будь-якого сучасного підприємства.

Особливо актуальним це питання є для України, оскільки значна втрата інтелектуального і технічного потенціалу країни викликає справедливе занепокоєння численних фахівців. Зокрема, Україна відстає від більшості розвинутих країн за кількісними показниками функціонування наукової сфери (див. табл. 1, [1, с.12]). Це є свідомством системних економічних перешкод розвитку науки, а також ілюстрацією

© О.В. Корнєва, 2007

того, що держава і підприємці недостатньо зацікавлені в інноваційних ідеях. Однією з причин є відсутність досвіду з управління інтелектуальним розвитком, який характеризується високою ризикованістю і динамічністю. Одним

із методів покращення такої ситуації може стати впровадження передових ідей управління знаннями в практику державного і корпоративного управління в Україні.

Таблиця 1.

## Науково-інноваційна діяльність в Україні і світі в 2005 році.

Країна	Зайнятих у сфері науки в розрахунку на тис. осіб	Річні витрати в розрахунку на 1 науковця	Внутрішні витрати на НДДКР (у % від ВВП)
Німеччина	124	122	2,5
США	170	220	2,82
Франція	135	203	2,2
Данія	143	88	2,19
Корея	78	162	2,96
Росія	69	28	1,24
Україна	51	23	1,2

Специфікою управління знаннями є те, що воно розвивається, в першу чергу, на вимогу практичних проблем, що виникають перед великими компаніями. Зокрема, питання існування інтелектуального капіталу вперше було поставлено П.Друкером в роботі „Концепція корпорації” (1946), присвяченій загальним питанням менеджменту і написаній по результатах його роботи з фірмою «Дженерал Електрик». Надалі цю проблему піднімав Дж.Гелбрейт в роботі «Нове індустріальне суспільство» (1969) в контексті зростання ролі наукоємних виробництв в сучасній йому економіці. Великий вклад в створення обліку інтелектуальних ресурсів підприємства як активу було внесено К. Свейбі, який розробляв це питання в частині бухгалтерського обліку нематеріальних активів видавничого підприємства. В своїй роботі «Невидимий балансовий звіт» (1989) він першим запропонував модель оцінки інтелектуального капіталу компанії, а також детально розглянув бухгалтерську сутність ресурсів, що його формують [2]. Серед видатних фахівців цього напрямку можна назвати також Е.Брукінг, чия книга «Інтелектуальний капітал» присвячена пошуку структури інтелектуального капіталу, виділенню повного переліку його складових і налагодженню системи управління ними з метою збільшення ринкової вартості підприємства [3].

В Україні управління знаннями розвивалось на основі світових досягнень. Вітчизняні науковці зробили великий вклад у впровадження на Україні передових принципів управління знаннями. Зокрема, А.В. Кендюхов присвятив свої роботи оцінці інтелектуального потенціалу

нації, пошуку оптимальних способів оцінки і використання інтелектуального капіталу підприємства, аналізу особистого фактору формування цих двох величин ([4] та ін.). Крім того, вклад у налагодження інтелектуального розвитку на рівні окремої організації, регіонів і країни зробили В.Н. Амітан і Ю.Н. Кіклевич [5], Панасюк В. [6], Б.Маліцький, О.Попович [1] та інші. Загалом розробки вітчизняних фахівців виділяються високим теоретичним і науковим рівнем.

В той же час, невирішеними залишаються деякі окремі питання управління інтелектуальними ресурсами підприємства. Зокрема, не до кінця обґрунтовано роль різних фахівців (маркетологів, технологів, менеджерів, фінансистів тощо) у формуванні інтелектуального капіталу, не визначено єдиних критеріїв ефективності інтелектуального розвитку підприємства. Крім того, значні проблеми на практиці викликає існування двох різних характеристик підприємства: його інтелектуального капіталу та інтелектуального потенціалу. Недиференційований підхід до управління ними призводить до неповного використання резервів інтелектуального росту, робить менш ефективною систему стимулювання творчого персоналу і знижує очікувані акціонерами вигоди при інвестуванні в підприємство.

Виходячи з цього, метою даної роботи є розмежування цих понять з управлінської точки зору і аналіз сутності кожної з названих характеристик.

Розглянемо історію виникнення цих двох понять. В 1969 р. Дж. Гелбрейт визначив інтелектуальний капітал як „... дещо більше, ніж

„чистий інтелект” людини, що включає цілеспрямовану інтелектуальну діяльність” [7, с.3]. Так для опису знань вперше було використано поняття капіталу, тобто цінності, що допомагає створювати інші цінності.

З часом тлумачення цього поняття трансформувалося, взявши початок в теорії менеджменту і людського капіталу. Найбільш широко використовується визначення інтелектуального капіталу як тих нематеріальних активів компанії, які, не відбиваючись в її фінансовій звітності, можуть бути кодифіковані, оцінені і використані компанією [8, с.1]. Популярним це поняття стало після виходу в 1991 р. статті Т.Стюарта „Мозкова сила”, яка була присвячена інтелектуальним ресурсам компанії в контексті задач нового економічного періоду.

Поширене в економічній публіцистиці розуміння інтелектуального капіталу пов'язане із індивідуумом, що володіє певними знаннями. Однак, хоча людина є основною рушійною силою інтелектуального прогресу, не можна прирівнювати інтелектуальний капітал компанії до знань її співробітників. В статтях, орієнтованих на бізнес-аудиторію, інтелектуальний капітал розуміється як патенти, процеси, управлінські навички, технології, досвід, інформація про споживачів тощо [8, с.1].

Наведемо також деякі визначення, надані менеджерами-практиками, керівниками великих компаній( цитується по [8, с.1]).

С. Уоллман, представник місії США з безпеки й обміну, в одному з своїх публічних виступів в 1995 році зазначив: „... інтелектуальний капітал – це активи, вартість яких за балансовим звітом дорівнює нулю”.

Т. Стюарт, редактор журналу „Форчун”,

вважає: „... патенти, процеси, управлінські навички, технології, досвід і інформація про поставників і споживачів. Об'єднані, ці знання складають інтелектуальний капітал”.

К. Брадлі, професор міжнародного менеджменту в Школі бізнесу відкритого університету США: «Інтелектуальний капітал – це перетворення знань і невлених активів в корисні ресурси, які надають конкурентні переваги індивідуумам, фірмам, націям”.

Э. Брукінг, глава консультативної компанії The Technology Broker: „Ми ідентифікували чотири категорії невлених активів – людські ресурси, права на інтелектуальну власність, інфраструктуру і положення на ринку, – які визначаються узагальнюючим терміном „інтелектуальний капітал”.

Губерт Сент-Ондрж, голова Канадського імперського комерційного банку: „Інтелектуальний капітал включає три елементи: людський, споживчий, структурний капітал”[8, с.1].

Тобто бачимо, що інтелектуальний капітал описується по різному, але в будь-якому випадку розуміється як сукупність конкретних цінностей. Часто інтелектуальний капітал визначається через коло його складових. Наприклад, в більшості класифікацій згадується людський капітал. Все, що не є людським капіталом, як правило, поділяється на низку позицій. Серед цих позицій в більшості систем обліку є брендовий капітал, який також називають клієнтським чи капіталом ставлення. Ця частина виникає для опису положення фірми на ринку, її зв'язків з клієнтами, партнерами. Все, що не належить до цих двох категорій, як правило, називають структурним інтелектуальним капіталом (рис.1).



Рис. 1. Складові інтелектуального капіталу

Термін „людський капітал” з'явився в літературі, як мінімум, в 1962 р. і був ведений Маклапом з приводу проблем економіки знань. Проте в контексті вчення про інтелектуальний капітал вивчення його людської складової, як правило, ведуть від робіт японського дослідника Х.Ітамі, що з'явилися в 1980 році [9, с.1]. Людський капітал – це не тільки зібрана разом і відповідним образом освічена робоча сила, але й хороший менеджмент, контракти з видатними фахівцями в тій галузі, до якої стосується бізнес. Наприклад, менеджери Lucent Technology, намагаючись показати переваги компанії, завжди звертають увагу на кількість вчених з науковим ступенем і лауреатів Нобелівської премії, які працюють у них. Саме їхня лабораторія з її унікальним науковим потенціалом складає головну цінність підприємства, хоча цей потенціал не можна вважати активом в звичайному розумінні. До людського капіталу також відносять ноу-хау, які не можна відокремити від особи, що їх створила. Використання таких ноу-хау, як правило, потребує не тільки знання, як і що робити, але й відповідних навичок, щоб виконувати унікальну послідовність дій. Найскравішим прикладом такого активу є вміння фокусника або хірурга.

До складу людського капіталу також включають так звані „мовчазні”, скриті знання, або знання, що мають на увазі (*tacit knowledge*). Під ними розуміється сукупність навичок, сформованих досвідом, тобто вміння поводитись в певних ситуаціях, спроможність роботи в команді тощо.

Людський капітал не відображається в складі активів фірми в її звітності. Фахівці не наполягають на створенні механізму обліку людського капіталу, оскільки багато хто з дослідників вважає його таким, що не належить фірмі. З цим явищем пов'язане виникнення поняття позикового інтелектуального капіталу, проте його теорія поки є фрагментарною.

Наступною складовою інтелектуального капіталу є найбільш суперечливий – структурний. Його склад є вкрай різноманітним. До нього відносять права інтелектуальної власності, інформаційні ресурси, інструкції та методики роботи, системи організації роботи та ін. При всій різноманітності саме структурний капітал в найбільшій мірі відповідає бухгалтерському та фінансовому тлумаченням понять „нематеріальні активи”. До складу структурного капіталу також включають систематизовані знання, в тому числі ноу-хау, що, в принципі, відділяються від робітника і фірми.

До останньої складової інтелектуального

капіталу – ринкової – слід відносити: товарні знаки і знаки обслуговування; фірмові найменування; ділова репутація; наявність „своїх людей”, або *insiders*, в організаціях- партнерах або клієнтах; наявність постійних покупців; повторні контракти з клієнтами і т.ін. [9, с.2]. Це поняття виділене вперше в 1992 році Г.С.Онгом. Тільки частину перерахованого можна назвати активами, оскільки напрацьовані зв'язки з представниками контрагентів не є власністю фірми. Проте вони можуть відігравати важливу роль в побудові стосунків підприємства з партнерами, і відтак, вплинути на прибуток, як і звичайні активи.

Таким чином, фахівці погоджуються, що інтелектуальний капітал – це цінності компанії, що не можуть бути повністю ідентифіковані сучасними бухгалтерськими методами і складаються зі знань фахівців, досвіду роботи, ефективності задоволення споживчих потреб, баз даних, інтелектуальної власності. При цьому існують численні класифікації інтелектуальних активів, але всі вони здебільшого подібні до наведених вище трьох груп. Багато хто зі спеціалістів взагалі вважає необхідним існування такого терміну тільки для окреслення різноманітних нематеріальних активів компанії. Щоправда, є і такі, що вважають інтелектуальні ресурси новою формою капіталу разом із землею, робочою силою (це, наприклад, В.Л. Іноземцев).

Отже, поняття інтелектуального капіталу, як можна зробити висновок, ширше, ніж інтелектуальної власності або нематеріальних активів. Воно вживається для окреслення кола цінностей, що доступні для використання підприємством і застосовуються ним для отримання економічних вигод. Більшість з цих цінностей (репутація, знання персоналу, «свої» люди у постачальників і покупців тощо), фактично, не належать підприємству, проте експлуатуються ним. Таким чином, інтелектуальні цінності виступають в якості позикового капіталу, який дозволяє підприємству збільшувати рентабельність власних активів. При цьому справжніми власниками інтелектуальних цінностей є інші суб'єкти: персонал, компанії-контрагенти, суспільство. Тобто в розглянутому розумінні інтелектуальні ресурси проявляють властивості повноцінного капіталу.

Крім того, в більшій чи меншій мірі фахівці погоджуються, що на сучасному етапі окремою цінністю компаній стала та легкість, з якою компанія отримує доступ до інтелектуальних ресурсів. Проте, як можна побачити з тих визначень, що наведені вище, поняття інтелек-



туального капіталу не описує тієї ефективності, з якою використовуються можливості розвитку за рахунок інтелектуального фактору. Воно тільки наголошує на існування на даний момент у кожній компанії окремих складових інтелектуального капіталу, таких, як інтелектуальна власність, відомий бренд тощо.

У зв'язку з цим у літературі з управління знаннями з'являється поняття, що описує можливості росту інтелектуальних ресурсів підприємства – поняття інтелектуального потенціалу. Усвідомлення його існування є важливим для побудови ефективного управління, адже інформація коштує дорого і потребує постійного оновлення. Для того, щоб забезпечити фінансову ефективність її існування, необхідно постійно знаходити нові, найпростіші і найдешевші джерела її отримання та найефективніші шляхи її використання. Це пов'язано із постійним контролем за наявними і потенційними можливостями інтелектуального розвитку організації. До того ж, фактично, заходи з ідентифікації і використання інтелектуального потенціалу мають передувати створенню інтелектуального капіталу підприємства.

В науковій думці ця проблема неодноразово розглядалася, але систематичного розвитку отримала тільки в рамках теорії економічного потенціалу підприємства. У 70-80 рр. минулого сторіччя з'явилася низка вітчизняних публікацій, які ввели в економічну думку поняття «потенціал». Воно виникло як відповідь на потребу виміру можливостей і резервів росту підприємства.

Слово «потенціал» має латинське походження та означає силу, потужність. В той же час, стосовно підприємства, організації поняття потенціалу визначається в різні способи. Найвужчим є його ототожнення із річним обсягом виробництва, найзагальнішим є визначення його як соціально-економічної системи. Значну роботу з вивчення цього поняття зроблено С.Н.Краснокутською. Надавши визначення економічного потенціалу підприємства, вона виділила його окремі складові частини, такі як фінансовий, виробничий, маркетинговий, кадровий і, зокрема, науково-технічний потенціал підприємства. На думку дослідниці, можливості організації з забезпечення свого науково-технічного розвитку і формують цю останню величину. Ми можемо з впевненістю сказати, що існуюча спроможність будь-якого підрозділу підприємства впливати на інтелектуальний розвиток організації (через подачу раціоналізаторських пропозицій, налагодження ефективних внутрішніх комунікацій, покращення імі-

джу і ринкової репутації підприємства тощо) розширює область формування інтелектуального потенціалу і дозволяє визначити його як величину, що формується сукупністю всіх господарчих явищ і процесів всередині підприємства.

Найчастіше термін «інтелектуальний потенціал» вживається фахівцями в двох контекстах. По-перше, він вивчається як частина економічного потенціалу підприємства в рамках розроблених в цьому напрямку теорій та концепцій. По-друге, це поняття вживається в інноваційному менеджменті для визначення перспектив покращення ринкових позицій організації, що виникають завдяки орієнтації на науково-технічний розвиток.

Більшість спеціалістів ([10], [11] та ін.) вживають термін „інтелектуальний потенціал” для характеристики резервів, що властиві виключно людям. Однак очевидно, що для створення можливостей довгострокового технологічного розвитку підприємства мають значення й технологічна база виробництва і досліджень, і законодавче поле, й ціла низка інших впливових факторів. Тобто ототожнювати інтелектуальний потенціал організації виключно з її персоналом було б невірно.

Спираючись на велику теоретичну і практичну роботу, що зроблена в з цього питання в рамках теорії економічного потенціалу підприємства, можна сказати, що інтелектуальний потенціал виступає як спроможність підприємства забезпечувати свій довгостроковий технологічний розвиток, використовуючи наявні можливості і ресурси інтелектуального, наукового, технологічного, кваліфікаційного, інформаційного характеру.

Це визначення, з одного боку, наголошує на існуванні такої економічної цінності, як можливість знаходити і використовувати інтелектуальні ресурси. З іншого боку, воно змінює трактовку інтелектуального потенціалу, розширюючи її від риси, властивої персоналу фірми, до характеристики, властивої організації в цілому. В запропонованому визначенні враховується вплив на формування інтелектуального потенціалу підприємства зовнішніх та внутрішніх факторів різного ступеню впливовості.

Таким чином, термін «інтелектуальний потенціал» використовується, фактично, для визначення резервів, які можуть бути використані підприємством під час формування інтелектуального капіталу. У вузькому розумінні інтелектуальний потенціал – це спроможність інтелектуального капіталу до оновлення і збільшення. Отже, ці категорії не можна вважати

тотожними з наукової точки зору.

В чому ж різниця між цими двома категоріями? Якщо інтелектуальний капітал уособлює вартість доступних фірмі інтелектуальних ресурсів, то інтелектуальний потенціал характеризує підприємство з точки зору перспектив набуття і використання ринково корисних знань. При цьому обидві категорії мають спільні риси:

- базуються на доступній фірмі інформації як в формі активів, так і в невловимій формі;
  - виступають як важіль збільшення ефективності використання ресурсів через економію матеріалів і фінансових коштів у виробництві, реалізації і управлінській діяльності;
  - можуть належати персоналу, фірмі та зовнішній середі, формуватись як за участю, так і без впливу підприємства;
  - знаходяться під впливом відповідної величини в галузі, країні, оскільки їхня цінність тісно пов'язана з комплектом інформації, яка доступна іншим підприємствам;
  - своїм існуванням збільшують конкурентоспроможність фірми як через покращення характеристик продукції і економію матеріалів, так і через надання фірмі можливості більш ефективного використання фінансових ресурсів;
  - в найбільшій мірі властиві інноваційно орієнтованим компаніям.
- В той же час, існують принципові розбіжності між цими двома поняттями через різницю їхньої природи:

§ інтелектуальний потенціал є часткою економічного потенціалу підприємства, а інтелектуальний капітал – часткою активів, як в звичайній бухгалтерській, так і в невловимій формах;

§ інтелектуальний капітал уособлює наявні невловимі активи фірми, а потенціал – описує їхній можливий приріст;

§ інтелектуальний капітал може бути власним і позиковим, інтелектуальний потенціал не відокремлюється від організації, що його створила;

§ інтелектуальний капітал є результатом сприйняття ринком інтелектуальних зусиль компанії, а потенціал виникає в результаті накопичення знань у внутрішньому просторі організації.

Як бачимо, інтелектуальний потенціал є категорією іншої природи, аніж інтелектуальний капітал, який є центром уваги управління знаннями на сучасному етапі. Управління інтелектуальним капіталом полягає в обліку і вико-

ристанні існуючих цінностей компанії. Для управління інтелектуальним потенціалом більш важливою є повна реалізація можливостей фірми з нарощування інтелектуальної власності.

Отже, можемо узагальнити існуючі підходи до визначення обох розглянутих величин наступним чином.

Інтелектуальний капітал – це існуючі активи фірми, які використовуються нею для збільшення прибутку або отримання інших економічних вигод, проте не можуть бути ідентифіковані традиційними бухгалтерськими методами. Найчастіше ці активи поділяють на три загальні категорії: людський капітал (знання персоналу, спроможність до комунікацій, невідокремлювані ноу-хау), брендовий капітал (ставлення учасників ринку і суспільства до підприємства) та структурний капітал (зарєєстрована і незарєєстрована інтелектуальна власність та інші складові).

Інтелектуальний потенціал – це спроможність фірми забезпечувати свій науковий, технологічний та економічний розвиток шляхом ефективного набуття і використання ресурсів інформаційного і кваліфікаційного характеру. Інтелектуальний потенціал характеризує можливість фірми в подальшому покращувати свою ринкову позицію і є величиною, яка залежить від існуючого інтелектуального рівня, гнучкості організаційної структури, прогресивності персоналу і інших численних факторів. Спрощуючи, інтелектуальний потенціал характеризує можливість росту інтелектуального капіталу підприємства.

Ці категорії не можуть бути визнані тотожними, оскільки характеризують різні сторони функціонування підприємства. Представляється доцільним рекомендувати до звітів з інтелектуального капіталу, як вже стають популярними, додавати звіт з можливостей його збільшення, тобто з інтелектуального потенціалу. Це доповнить інформацію, яку отримує інвестор, і допоможе йому прийняти ефективне рішення. Крім того, публікація звітів з інтелектуального потенціалу допоможе персоналу бути в курсі стану, перспектив і пріоритетів підприємства. Побудова форми таких звітів є актуальною задачею найближчого майбутнього.

### Література.

1. Б.Маліцький, О.Попович. Стан використання вітчизняного інтелектуального потенціалу // Інтелектуальна власність. – 2005. – №12. – С.7-13.
2. K. Sveiby. “The Invisible Balance Sheet.”//

Публікація на електронному ресурсі <http://www.sveiby.com/TheLibrary/IntangibleAssets/tabid/81/Default.aspx>.-2005.

3.Е. Брукинг. Интеллектуальный капитал – С.-Петербург, «Питер», 2001 р. – 288с.

4. Берсуцкий Я.Г., Кендюхов А.В. «Многоцелевой подход к управлению интеллектуальным капиталом предприятия»// Экономическая кибернетика. – 2004. – №1– 2. –С.63-70.

5. В.Н. Амитан, Ю.Н. Киклевич. Исследование инновационного поля Донецкого региона. Опыт академии технологических наук Украины // Металл и литье Украины. – 2002. – №7-8. – С.11-12.

6. Панасюк В. Деякі підходи до прогнозування науково-технологічної та інноваційної сфер.// Економіка України. – 1999. – №3. – С. 10-20.

7. Bontis, N. „Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models?” // Тези доповіді на 17 Міжнародній конференції з бізнес-процесів, управління інтелектуальним капіталом та інноваціями. – Гамільтон, Канада. – 1996.

8. Голубкин В. Н., Клеева Л. П, Патока Л. В. Интеллектуальный капитал в эпоху глобализации мировой экономики //публікація на електронному ресурсі – [www.ou-link.ru/pub/business\\_obraz\\_1\\_18.html](http://www.ou-link.ru/pub/business_obraz_1_18.html). – «Бизнес-образование». – №1 (18). – 2005 .

9. А.Н. Козырев. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов// Электронный ресурс [www.cfin.ru/fianalysis/value/intangibles\\_and\\_intel\\_1.shtml](http://www.cfin.ru/fianalysis/value/intangibles_and_intel_1.shtml). – 2002.

10. Г.Р. Аглямова, М.А. Нугаев. Интеллектуальный потенциал молодежного города: структура, содержание, функции. Публікація на електронному ресурсі [www.tisbi.ru/science/vestnik.html](http://www.tisbi.ru/science/vestnik.html). – 2005.

11. Рахлин К. М, Серова О. Ю. Потенциал организации как основа ее конкурентоспособности// Публікація на електронному ресурсі [squality.eup.ru/MATERIALY9/potencial.htm](http://squality.eup.ru/MATERIALY9/potencial.htm). – 2005.

Статья поступила в редакцию 07.02 .2007

**У.В. ЛАВРИК,**

*Донецкий национальный технический университет*

### **ВДОСКОНАЛЕННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ПІДХОДІВ ДО ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ**

Як елементи виробничої системи природні фактори мають оцінюватися та враховуватися традиційними для економічної системи вартісними показниками. В радянській економіці ж довгий час заперечувалась необхідність оцінки природних ресурсів, виходячи з відомого постулату К.Маркса про те, що природні ресурси „не являються продуктом труда, а следовательно не имеют стоимости”[1,с.172]. Однак по мірі переважно екстенсивного розвитку виробництва почала проявлятися як відносна, так і абсолютна обмеженість окремих природних ресурсів, що супроводжувалось різким погіршенням стану навколишнього природного середовища. Дані обставини підвели до розуміння того, що для раціонального використання природних ресурсів директивного управління явно не досить, і лише припинення безоплатного залучення природних ресурсів у господарський оборот може сприяти поліпшенню ситуації. З розвитком ринкових відносин очікуваним було встановлення адекватної оцінки природних ресурсів, яка стане вагомим стимулом

раціонального їх використання. Однак, і в умовах ринкової економіки поширеним є заниження ціни природного блага, що напряму позначається на ефективності їх використання. З оцінок економістів-екологів щорічні втрати від нераціонального використання природних ресурсів і тотального забруднення навколишнього середовища сягають 8-9 % ВВП і є чи не найбільшими у світі, а витрати на охорону природи значно менше 1% [2, с.181-182]. Для досягнення економічного оптимуму ці суми повинні бути рівні, а для досягнення екологічного оптимуму витрати на природоохоронну діяльність повинні бути такими, щоб збитку не виникало взагалі. Тому на сьогодні нагальним завданням є розробка ефективного механізму управління використанням природних ресурсів, важливим інструментом якого є економічна оцінка природних ресурсів, яка дозволить отримати адекватну оцінку їх вартості та буде сприяти надходженню до бюджету коштів від

© У.В. Лаврик, 2007