

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА В НОВІЙ ПАРИДИГМІ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті досліджено і систематизовано ключові елементи інтелектуального капіталу в новій парадигмі інноваційного менеджменту. Розкрито практичну цінність штучного інтелекту в сучасних умовах.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, інновації, менеджмент, знання, штучний інтелект

INTELLECTUAL CAPITAL OF AN ENTERPRISE WITHIN THE NEW PARADIGM OF INNOVATION MANAGEMENT

Abstract

The key elements of intellectual capital within the new paradigm of innovation management have been analysed and systematised in this article. The practical value of artificial intelligence in modern conditions has been demonstrated.

Keywords: intellectual capital, innovation, management, knowledge, artificial intelligence

В умовах загострення глобальної конкуренції при зміщенні акцентів від матеріальних ресурсів до нематеріальних активів все більшого значення набуває інтелектуальний капітал підприємства як визначальний фактор його успіху на ринку. Знання, навички, кваліфікація співробітників у поєднанні з сучасними технологіями здатні забезпечити підприємству більше конкурентних переваг за рахунок створення інноваційних продуктів та впровадження ефективних управлінських рішень у бізнес-процеси. Швидкість реагування на зміни ринкового середовища разом з якісною інтелектуальною працею спроможні створювати для підприємства значну додану вартість, випереджаючи своїх конкурентів у будь-яких аспектах. Сьогодні інтелектуальний капітал стає тим унікальним ресурсом, без якого підприємство не може максимально реалізувати свій інноваційний потенціал та забезпечити сталий розвиток.

Тема інтелектуального капіталу широко досліджується багатьма вітчизняними та закордонними науковцями, а саме: В.В. Джеджула, І.Ю. Спіфанова [1], М.І. Небава, О.М. Небава [2], Г.Ф. Боднар, Л.С. Вербовська [3] та інші. Але стрімкий розвиток технологій та постійні зміни у бізнес-практиці вимагають подальшого дослідження цієї теми, щоб надати наукові відповіді на все виникаючі нові питання.

На думку більшості науковців інтелектуальний капітал формується на основі людського капіталу працівників підприємства за допомогою ефективного поєднання з його структурним капіталом. До складу людського капіталу відносять знання, досвід, розумові здібності, креативність, навички, моральні цінності, зв'язки та мотивацію працівників підприємства. Структурний капітал охоплює організаційний капітал (патенти, торгові марки, промислові зразки, виробничі секрети, організаційна структура, корпоративна культура, системи управління, технічне і програмне забезпечення тощо) та клієнтський (ринковий) капітал, що визначається задоволеністю клієнтів, репутацією бренду серед споживачів продукції підприємства, надійністю ділових партнерів і т.п. [2,4].

У новій парадигмі інноваційного менеджменту саме людський капітал, який володіє актуальними знаннями, навичками та кваліфікаціями, займає пріоритетне місце та потребує постійного розвитку й вдосконалення. Він здатний генерувати ідеї, розробляти нові інноваційні продукти, сервіси та технології, які необхідні для успішного розвитку підприємства та задоволення все зростаючих потреб його клієнтів. Все це вимагає застосування нових підходів та методів до управління людськими ресурсами, особливо щодо їх мотивування для максимальної долученості до реалізації інноваційної стратегії підприємства.

В умовах швидко динамічного та хаотичного інформаційного середовища успіху досягають найспритніші компанії, які не тільки володіють необхідними знаннями, а швидше за конкурентів

застосовують їх для отримання конкурентних переваг на ринку. Для досягнення бажаних результатів на підприємстві вибудовується система менеджменту знань, яка дозволить забезпечити пошук, збирання й накопичення актуальних для нього знань, а також розвивати корисні навички, уміння та підвищувати кваліфікацію співробітників за рахунок різноманітних навчальних програм, тренінгів та інших заходів на регулярній основі. Все це потребує повного реінженірингу усіх бізнес-процесів та налагодження системи управління якістю на підприємстві, щоб менеджмент знань відбувався на основі ідентифікованих й формалізованих бізнес-процесів, а керування підприємством здійснювалося як керування їхньою взаємозв'язаною системою. Після цього для впровадження менеджменту знань важливо отримати організаційне знання про стратегії, цілі, визначити зв'язки знань з процесами, які відбуваються на підприємстві, зв'язки між співробітниками, які генерують, використовують ці знання та мають вплив на відповідні процеси, а також виокремити зони відповідальності на підприємстві. Необхідно визначити, які конкретно знання дають цінність і приносять гроші для підприємства, а які створюють цінність для його клієнтів [3]. В рамках системи менеджменту знань критично важливо налагодити співпрацю з навчальними закладами для розвитку людських ресурсів підприємства та пошуку талантів як носіїв унікальних знань для підприємства. Як показує досвід успішних світових компаній, формування корпоративних навчальних центрів є їхнім стратегічним пріоритетом, які не тільки дозволяють збільшувати внутрішній інноваційний потенціал, але і мати вплив на клієнтський капітал та залучати його для вирішення своїх стратегічних завдань.

Важливе місце в сучасному менеджменті знань належить корпоративній культурі компанії, яка здатна мотивувати співробітників до самонавчання, плідній та ефективній роботі в командах для досягнення спільних результатів, усувати будь-які бар'єри для поширення індивідуальних знань для напрацювання колективного досвіду та актуальної бази знань. Умови, за яких індивідуальні цілі окремого співробітника досягаються через корпоративні результати, дають можливість накопичувати цінні інтелектуальні знання та розвивати інтелектуальний потенціал компанії, що призводить до створення інноваційних продуктів, сервісів та технологій, продаж яких дає можливість компанії отримувати значні прибутки в майбутньому, таким чином капіталізуючи корпоративні знання.

На нашу думку, ключова роль знань у сучасному механізмі створення інновацій найкраще демонструє рисунок 1. Інновації народжуються в умовах, коли знання, підготовленість співробітників підприємства зустрічаються з певними можливостями у зовнішньому або внутрішньому середовищі для перетворення їх на свої переваги при наявності необхідності та вмотивованості всіх у досягненні загальної корпоративної мети. По мірі накопичення критично важливих для підприємства знань та збільшення його інтелектуального капіталу покращується здатність підприємства виявляти для себе нові можливості та визначати кращі стратегічні пріоритети.

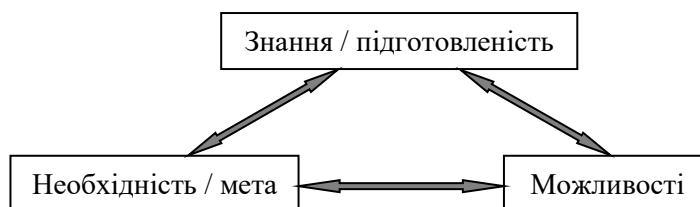


Рисунок 1 – Механізм створення інновацій

Для ефективного управління потрібне розуміння ролі внутрішніх та зовнішніх джерел формування інтелектуального капіталу. Вдале їх поєднання дозволить підприємству краще використовувати ринкові можливості та більш точно розуміти потреби своїх клієнтів. В дослідженні науковців В.В. Джеджули та І.Ю. Спіфанової відмічається важливість краудсорсингу як складової інтелектуального капіталу підприємства, яке може отримувати цінні знання за допомогою аналізу великого масиву даних. Краудсорсинг дає можливість використання знань, ідей та розумових здібностей зовнішніх конкретних груп людей, якими, наприклад, можуть бути потенційні або існуючі клієнти підприємства, для розв'язання певних завдань на платній або безоплатній основі [1]. Він може стати суттєвим доповненням до внутрішнього інтелектуального капіталу для збільшення загального інноваційного потенціалу підприємства.

В нових реаліях бізнес залучає штучний інтелект для підвищення продуктивності та ефективності своєї діяльності. Віртуальні та фізичні агенти штучного інтелекту сьогодні працюють поряд з людьми й забезпечують створення додаткової цінності як для самого підприємства, так і його клієнтів. Це

дозволяє також підприємству отримувати нові корисні знання, таким чином збільшуючи свій інтелектуальний капітал. Згідно з дослідженням консалтингової компанії McKinsey в такій агентній організації люди перейдуть від виконання рутинної діяльності до володіння та управління кінцевими результатами, зосередившись на наступних базових корпоративних напрямках: 1) бізнес-модель; 2) операційна модель; 3) управління; 4) робоча сила, люди та культура; 5) технології та дані. У великих масштабах штучний інтелект дозволить впроваджувати інновації з майже нульовими граничними витратами [5]. Наприклад, навчання персоналу, взаємодія з клієнтами, швидкий аналіз даних та інші можливості за допомогою штучного інтелекту стають звичними для бізнесу й допомагають йому у масштабуванні.

Нова парадигма передбачає збільшення інвестицій у бізнес-рішення на основі штучного інтелекту, який може утворити окремий блок як «штучний капітал», маючи свої специфічні характеристики, поряд з людським капіталом в структурі інтелектуального капіталу, які здатні взаємодоповнювати один одного. Знаходження оптимального балансу взаємодії «людина – штучний інтелект» для досягнення максимальних результатів інноваційного підприємства потребує подальших наукових досліджень та оперативного практичного їх тестування бізнесом для отримання зворотного зв'язку. Інвестиції в інтелектуальний капітал мають бути точковими та забезпечувати реально прорахований фінансовий результат для підприємства. Це особливо важливо для малих підприємств та стартапів, де інвесторам потрібно бачити практичну цінність для прийняття правильних рішень.

Таким чином, стрімке розповсюдження інформаційно-цифрових технологій та поява нових інструментів для бізнесу мають значний вплив на діяльність інноваційних підприємств. В цій новій парадигмі успіх у конкурентній боротьбі можливий лише для тих підприємств, що спроможні швидко приймати рішення на основі точних аналітичних моделей та практично використовувати нові знання як ключового елементу інтелектуального капіталу підприємства в розробці інноваційних продуктів, на повну реалізуючи весь свій потенціал. Не тільки наявність знань, а реальні швидкі дії щодо їх застосування у відповідних бізнес-процесах з максимальним фокусом на результат дозволяють створювати найкращі успішні інноваційні підприємства. Загальновідомий вислів «час – гроші» або, перефразовуючи до сучасних умов, «час – приріст інтелектуального капіталу» стає сьогодні як ніколи актуальним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Джеджула В.В., Спіфанова І.Ю. Краудсорсинг як складова інтелектуального капіталу підприємства / Економічний вісник Полісся. 2018. № 2 (14). Ч.2. С. 39-47. URL: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2018-2-2\(14\)-39-47](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2018-2-2(14)-39-47) (дата звернення: 10.01.2022).
2. Небава М.І., Небава О.М. Методи вимірювання інтелектуального потенціалу підприємства / Економіка та суспільство. 2024. № 70. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-144> (дата звернення: 10.01.2026).
3. Боднар Г.Ф., Вербовська Л.С. Менеджмент знань як складова частина процесу управління змінами в організації / Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут». 2021. № 18. С. 141-144. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.240585> (дата звернення: 10.01.2026).
4. Козловський С.В., Синегуб П.С. Парадигма управління інтелектуальним капіталом в умовах дигіталізації сучасної економіки / Економіка та держава. 2022. № 2. С. 85-93. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.2.85> (дата звернення: 10.01.2026).
5. Sukharevsky A., Krivkovich A., et al. The agentic organization: Contours of the next paradigm for the AI era [Електронний ресурс] / McKinsey & Company. – September 26, 2025. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/the-agentic-organization-contours-of-the-next-paradigm-for-the-ai-era> (дата звернення: 10.06.2025).

Зянько Віталій Володимирович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Заболотний Роман Олександрович – аспірант, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: romanzab.ua@gmail.com

Zianko Vitalii – doctor of economics, Professor, Head of the Department of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Zabolotnyy Roman – PhD Student, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: romanzab.ua@gmail.com