

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

П.Л. Гринько

Розглянуто існуючі методологічні підходи до визначення структури інтелектуального капіталу. Ураховуючи особливості діяльності організацій в умовах цифрової економіки, запропоновано модель інтелектуального капіталу. Визначено ключові аспекти його формування в умовах цифровізації сучасної економіки, що виявляється в накопиченні людського, ресурсного, організаційно-структурного, споживчого, клієнтського, інноваційного, цифрового та іншого видів капіталу. Розглянуто процес поступових трансформацій персоналу в контексті теорії поколінь. Досліджено вимоги до кваліфікації сучасного менеджера та його відповідальність в умовах цифровізації.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, цифровізація, бізнес, покоління, цифрові технології.

METHODOLOGICAL APPROACHES FOR THE DETERMINATION OF THE STRUCTURE OF INTELLECTUAL CAPITAL OF ORGANIZATIONS IN A DIGITAL ECONOMY

P. Hrynko

The article considers the issues of methodological approaches to the formation of the structure of intellectual capital, which is one of the main factors in the success of organizations in the digital economy. This concept is multifaceted and many domestic and foreign researchers give only a general formulation of it, which preserves the uncertainty and makes the problem of intellectual capital management unresolved in organizations, especially in the digital economy. Given the peculiarities of organizations in a digital economy, a model of the structure of intellectual capital is proposed. The structure proposes to include the following components of intellectual capital: human, resource, organizational and structural, digital, innovative, consumer and customer types of capital. The accumulation of these types of capital is a key aspect of its formation in the digital modern economy. Today, various social networks play a significant role, from which you can get a lot of useful information about employers and employees, as well as competition, which

has significantly intensified between companies in the field of finding and attracting the most talented and qualified professionals. The article considers the influence of generation theory on the process of gradual personnel transformations. The author determined that intellectual capital plays a major role in the innovative development of both organizations and business in general, and the growth of knowledge of management staff, leads to new professionals, with a new understanding of business goals of organizations, their strategic and tactical objectives in the context of digitalization.

Keywords: *intellectual capital, digitalization, business, generations, digital technologies.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Одним із основних чинників успішного розвитку організацій у цифровій економіці є ефективне використання їх інтелектуального капіталу (ІК). Аналіз показує, що це поняття багатогранне та різноаспектне. Проте багато вітчизняних і зарубіжних дослідників надають йому лише загального формулювання, що зберігає невизначеність і робить проблему управління інтелектуальним капіталом невирішеною в організаціях, особливо в умовах цифрової економіки. Різні моделі інтелектуального капіталу є узагальненням практики управління чинниками, що впливають на вартість конкретної організації. Сьогодні інтелектуальний капітал зосереджений тільки на особистості, а потім уже за участю людини може зберігатися в базах даних, базах знань або в інтелектуальних інформаційних системах. Але це продукт насамперед інтелектуальної людської праці. Тому формування базових стратегій розвитку і моделі управління інтелектуальним капіталом в організаціях актуалізує більш змістовне визначення не тільки його суті, але й структури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Структуру інтелектуального капіталу розглянуто з різних точок зору в роботах зарубіжних учених: К. Свейбі, Л. Едвінсона, М. Мелоуна, Е. Брукінга та інших. Вітчизняні дослідники: В. Єрмоленко, Т. Понедільчук, Попело], Л.Федулова, Л. Гевлич та багато інших також розглядають сутність цієї унікальної економічної категорії. Проте цифрові трансформації організацій, що відбуваються в умовах глобалізації економічних процесів, вносять суттєві корективи в розвиток бізнесу в Україні, що зумовлює актуальність нових досліджень стосовно методологічних підходів до формування інноваційного капіталу.

Метою статті є розкриття ключових аспектів, які характеризують вплив інтелектуального капіталу на підвищення ефективності бізнесу в умовах цифровізації сучасної економіки та дослідження методологічних підходів до формування його структури та використання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтелектуалізація праці є вирішальним чинником інноваційного розвитку кожної організації. Відзначимо також, що цінність інтелектуального капіталу (ІК) зростає, якщо він повною мірою втілюється в товари, послуги та бізнес-процеси. Тобто сам по собі інтелектуальний капітал без поєднання з іншими капіталами (фінансовим, матеріальним тощо) не має того важливого результату, який притаманний цифровій економіці. Але його частка у виробках, товарах, послугах, на нашу думку, набагато більша порівняно з фінансовим і матеріальним, оскільки значною мірою впливає на інші капітали через призму нових знань, компетенцій, ноу-хау тощо. «Людина в інформаційно-знанневому суспільстві стає одним із програмно-апаратних засобів кіберпростору, які впливають на її духовність, підсвідомість, внутрішній світ особистості, що дає можливість для цілеспрямованого лінгвістичного маніпулювання та програмування» [1, с. 83].

Найважливіша властивість інтелектуального капіталу полягає в його активності, «енергетиці», здатності поєднувати всі можливості та ресурси (капітали), що й визначає його генеруючу роль. «Інтелектуальна праця слугує основою та базою для функціонування інноваційної праці і в даному контексті виступає фактором та животворним началом створення інновацій, так само як і сприятливі умови інноваційної діяльності, у свою чергу, слугують потужним стимулом для формування інтелектуальної праці. Тому її поширення (як і відповідної форми капіталу) можливо в рамках інноваційного шляху розвитку, а отже, передбачає всебічну структурну перебудову економіки України» [2, с.13].

Вважаємо, що реалізація ІК виявляється в накопиченні людського, ресурсного, організаційно-структурного, споживчого, клієнтського, інноваційного, цифрового та інших видів капіталу. При цьому інноваційний та цифровий види капіталу – результат включення інтелектуального капіталу в корпоративний управлінський контент і бізнес-процеси в умовах цифровізації та інноваційного розвитку бізнесу. Крім того, між розглянутими підходами не існує принципових відмінностей, оскільки в більшості випадків розглядаються ідентичні складові інтелектуального капіталу: людський, організаційний та клієнтський, незалежно від того, як вони трактуються, групуються та деталізуються авторами. Підсумовуючи існуючі методологічні підходи до визначення структури інтелектуального капіталу та враховуючи особливості діяльності організацій в умовах цифрової економіки пропонуємо модель інтелектуального капіталу, надану на рис. 1.

Отже, людський капітал – це сукупність знань, досвіду і компетенцій персоналу як єдиної економічної цінності конкретної організації.

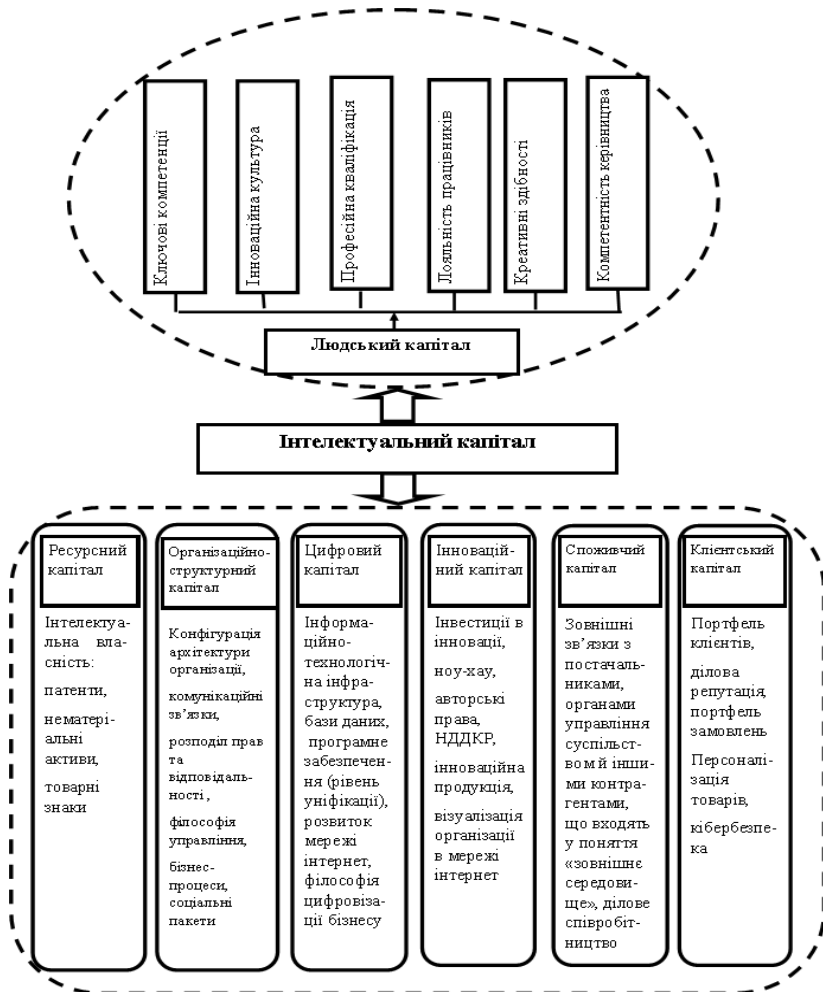


Рис. 1. Рекомендована структура інтелектуального капіталу організації в умовах цифрової економіки

Для того щоб людський капітал був дійсно корисним, слід ефективно ним управляти, упроваджувати інноваційну культуру,

формувати колективну комунікацію. До ресурсного капіталу в ракурсі інтелектуалізації ми відносимо інтелектуальний потенціал, представлений інтелектуальною власністю організації.

Організаційно-структурний капітал – усе, що пов'язано зі складністю конфігурації архітектури організації, організацією ефективної структури управління, внутрішніх та зовнішніх вертикальних і горизонтальних комунікаційних каналів, розподілом прав та відповідальності персоналу, взагалі філософією управління в організації.

Клієнтський капітал – система надійних довірчих і взаємовигідних відносин організації зі своїми клієнтами, покупцями. Сюди відносяться ділова репутація, канали реалізації, кібербезпека, забезпечення якої дуже важливе в умовах цифрової економіки тощо.

Споживчий капітал включає ділове співробітництво та зовнішні зв'язки з постачальниками, органами управління суспільством й іншими контрагентами, що входять у поняття «зовнішнє середовище». Нами запропоновано включення до інтелектуального капіталу цифрового та інноваційного видів капіталу, оскільки в умовах цифрової економіки саме ці складові його структури відіграють особливу роль у розвитку організації.

Таким чином, інтелектуальний капітал не складається з окремих елементів, а створюється внаслідок їх взаємодії. Знання та здібності працівників організації проникають у всі організаційні процеси і взаємовідносини з партнерами, що сприяє їх довготривалості й ефективності, а також накопиченню бази даних тощо.

Отже, в організації відбувається круговий оборот складових елементів інтелектуального капіталу. Проте така взаємодія не може мати позитивного ефекту без додаткових сумісних зусиль. Тому для успішного формування інтелектуального капіталу організаціям доцільно здійснювати ефективну взаємодію через сполучення різних видів інтелектуального капіталу та створення при цьому синергетичного ефекту.

Як показують дослідження, доцільно виділити два ключових чинники, які в цифрову епоху сприяють особливо великому впливу на процес формування найму/залучення робочого персоналу. По-перше, завдяки інтернету і спеціальним веб сервісам значно зросла прозорість інформації як про компанії-найму, так і про потенційних кандидатів-претендентів. Найвідомішим із згаданих веб сервісів на цей момент є Glassdoor, який публікує персональні відгуки співробітників щодо майже 500 тисяч компаній усього світу. Значну роль відіграють різні соціальні мережі, з яких можна отримати чимало

корисних відомостей про роботодавців і працівників. Другим чинником стає конкуренція, яка помітно посилилася між компаніями у сфері пошуку та залучення найбільш талановитих і кваліфікованих фахівців.

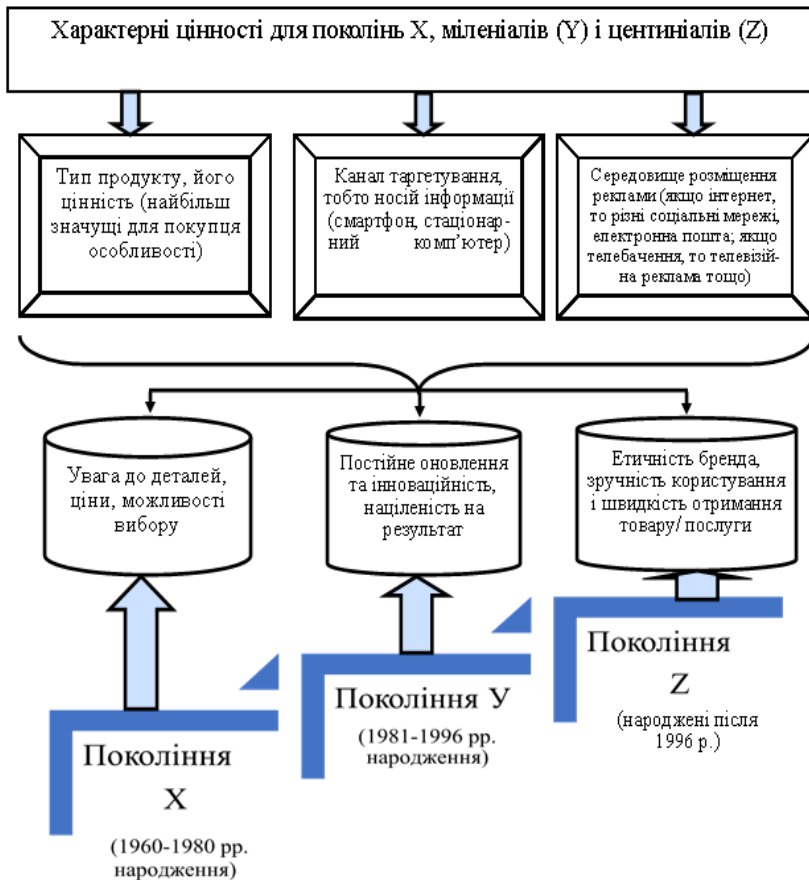


Рис. 2. Характеристика особливостей поколінь X, Y, Z

Сьогодні процес поступових трансформацій персоналу розглядається в контексті теорії поколінь, розробленої У. Штраусом і Н. Хоув, згідно з якою історична епоха, в яку людина народилася, значною мірою впливає на її бачення світу [3]. На сьогодні виділяють три широко представлені покоління: покоління X (1960–1980 років народження), покоління Y, або міленіали (1981–1996 років

народження) і покоління Z, або центиніали (народжені після 1997 р.). (рис. 2).

Представники покоління X ще застали світ без інтернету, на піку своєї соціальної активності зіткнулися як із колосальним розвитком технологій, що спричинило серйозні соціальні трансформації, так і з економічними й політичними кризами. Характерними рисами покоління є гнучкість, готовність до змін, надія на власні сили і всебічна інформованість.

Міленіали швидше адаптуються до використання технологій, ніж будь-яке попереднє покоління. Вони більш чутливі до зміни цін, з обережністю ставляться до прийняття боргових зобов'язань і активно беруть участь у цифровому світі, проводячи багато годин в інтернеті. Також міленіали є більш освіченими, ніж попередні покоління та націленими на співпрацю, спільне прийняття рішень. Вони приділяють велику увагу як власному здоров'ю, так і впливу людства на екологічну ситуацію у світі.

Відмінності у споживачській поведінці поколінь X, міленіалів (Y) і центиніалів (Z) знаходяться в трьох основних площинах: тип продукту та його цінність (найбільш значущі для покупця характеристики); канал таргетування (смартфон, стаціонарний комп'ютер тощо); середовище розміщення реклами (якщо інтернет, то соціальні мережі, електронна пошта; якщо телебачення, то телевізійна реклама тощо). Так, для наймолодшого покоління важливими є етичність бранда, зручність користування і швидкість отримання товару/ послуги; для міленіалів – постійне оновлення та інноваційність, націленість на результат, при цьому саме міленіали схильні частіше, ніж представники інших поколінь, здійснювати покупки через інтернет [4, с. 61]. Для покоління X характерною є увага до деталей, ціни, можливості вибору. У цій групі найбільше лояльних покупців цікавлять широкі продуктові сегменти, оскільки вони шукають товари не лише для себе, але й для дітей і онуків.

Результати дослідження свідчать, що спостерігається й зворотний ефект і усе більш помітним стає «розрив у цифрових знаннях» (digital skills gap) між різними поколіннями. Якщо основна маса міленіалів демонструє досить високий рівень обізнаності та розуміння новітніх розробок і продуктів зі сфери високих технологій, старші покоління, як правило, подібними знаннями володіють у недостатній мірі. Так, відповідно до одного з останніх досліджень [5], уже у 2022 році приблизно 22% нових робочих місць у глобальній економіці буде створено завдяки цифровим професіям (ЦП) (digital positions)». Те, що сьогодні та в найближчому майбутньому основна увага буде зосереджена на рекрутуванні персоналу, що має необхідні

цифрові навички, відверто визнають і топ-менеджери компаній-наймачів. Більше того, 73% недавно опитаних CEO (Chief Executive Officer) менеджерів уже сьогодні відчувають серйозні проблеми під час пошуку таких кваліфікованих спеціалістів [6].

Для визначення впливу цифровізації на роботу нового менеджера зазначимо, у чому полягає його відповідальність, яка зумовлює вимоги до його кваліфікації: розуміння суті бізнесу і місця в ньому організації через інформаційні потреби; розуміння можливостей сучасних цифрових інформаційних систем і технологій; уміння визначати стратегію розвитку інформаційної системи; уміння працювати в сучасному інформаційному середовищі.

Таким чином, епоха цифрових технологій змінює свідомість управлінського персоналу, сприяє пошуку нових і адаптації наявних моделей управління, які є основою майбутньої конкурентоспроможності. Нові бізнес-стратегії, в основу яких закладено digital-технології, підвищують ефективність управлінських рішень: автоматизований рекрутинг, перехід на віртуальні робочі місця, індивідуалізація – створення для кожного співробітника середовища для самореалізації та розвитку, управління ефективністю. Однак, які б пріоритети в підходах і технологіях не використовувалися, ключове значення має саме людський потенціал організації – люди, здатні їх генерувати і ними керувати.

Висновки. Отже, інтелектуальний капітал відіграє основну роль в інноваційному розвитку як організацій, так і бізнесу загалом, а зростання обсягу знань управлінського персоналу приводить до появи нових фахівців, із новим розумінням бізнес-цілей організацій, їх стратегічних і тактичних завдань.

Результати дослідження дають можливість зробити висновок про те, що взаємовідносини персоналу організацій в умовах цифрової економіки сьогодні зміщуються зі сфери саморозвитку технологій у сферу покращення бізнесу внаслідок його інтелектуалізації та нових можливостей, що надаються технологіями.

Список джерел інформації / References

1. Kapitanets, S.V., Mostipaka, O.V. (2018), “Conceptual bases of development of information-knowledge society”, *Eastern Europe: economy, business and management* [“Kontseptualni osnovy rozvytku informatsiynoznannyyevoho suspil'stva”, *Skhidna yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya*], No. 4(15), pp. 81–85.

2. Safonov, Y.M. (2015), “Problems and perspectives of market-oriented management of enterprises: theory, methodology, practice” [“Problemy ta perspektyvy rynkovo-orientovanoho upravlinnya pidpryyemstvamy: teoriya,

metodolohiya, praktyka”], collective mon., National University "Kyiv-Mohyla Academy", Kyiv, 534 p.

3. Bresman, H., Rao, V.D.A. (2017), “Survey of 19 Countries Shows How Generations X, Y, and Z Are – and Aren’t – Different”, Harvard Business Review, available at: <https://hbr.org/2017/08/a-survey-of-19countries-shows-how-generations-x-y-and-z-are-and-arent-different>

4. McDermott, K. (2017), “Future trends in consumer behavior. Acapture”, available at: <https://www.acapture.com/wp-content/uploads/2017/03/Future-trends-in-consumer-behavior.pdf>

5. Albert S., Bradley, K. (1996), “The Impact of Intellectual Capital”, *Open University Business School Working Paper*, No. 15.

6. Press, G. (2016), “Artificial Intelligence Rapidly Adopted by Enterprises / Survey Says”, available at: <https://www.forbes.com/sites/gilpress/2016/07/20/artificial-intelligence-rapidly-adopted-by-enterprisessurvey-says/#37bc173b12da>

Гринько Павло Леонідович, д-р екон. наук, доц., кафедра міжнародної економіки та економічної теорії, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. E-mail: pavelgrinko@gmail.com.

Hrynko Pavlo, Doctor of Economics, Associate Professor of the Department of International Economics and Economic Theory, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. E-mail: pavelgrinko@gmail.com.

DOI: 10.5281/zenodo.5040464

УДК 657.474(083.71)

ПРОБЛЕМИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

М.О. Ільченко, Л.М. Зарецька, О.А. Кулініч, Н.М. Федоренко

Проаналізовано вплив нових фінансових інструментів цифрової економіки як на організацію та розвиток зовнішньоторговельних відносин окремих підприємств, так і на зовнішньоекономічну діяльність України загалом. На основі проведеного аналізу запропоновано заходи з розвитку діяльності підприємств України в напрямі цифрової економіки, зроблено