

УДК 330.46

МЕНТАЛЬНА ВАРТІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ В ПРОЦЕСІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ

О.О. ХІМІОН

Київський національний університет технологій та дизайну

Визначені фактори інноваційного розвитку компанії. Запропоновані підходи щодо уточнення структури інтелектуального капіталу та удосконалення стратегічного управління компанією на основі врахування впливу на її вартість інноваційної та ментальної складових

Події фінансової кризи показали, що фінансові ресурси, які є інструментом створення реального капіталу, не гарантують стійкості роботи компанії та її розвитку, особливо в умовах нестабільності. Таким чином, суб'єктам господарювання необхідно шукати інші джерела стабілізації своєї діяльності на основі інноваційного розвитку, тобто, по-суті, визначити інноваційний потенціал своєї діяльності.

Об'єкти та методи дослідження

На основі проведених досліджень, Л.Едвінсоном та М.Малоне [1] визначено, що джерелами створення капіталу компанії та її доданої вартості, крім фінансового, є інтелектуальний капітал.

Інтелектуальний капітал визначається як капітал, що включає освічену частину трудових ресурсів, знання, інструментарій інтелектуальної та управлінської праці, середовище існування та трудової діяльності, що забезпечують ефективне та раціональне функціонування людського капіталу як виробничого фактору. Ключовим елементом інтелектуального капіталу є знання.

Дослідження Б.Корнійчука [2] показують, що безпосереднім джерелом прирощення знань є творча діяльність людини. Час творчої праці людини визначається як креативний капітал, він створюється в процесі творчого розвитку індивіду та має властивості самозростання. Процес зростання знань може бути примножений та пришвидшений за рахунок стимулювання їх обміну. Причини, які спонукають людей обмінюватися знаннями, розглядалися Еріком Лессером та Лоренсом Прусаксом [3], Ж.Нахапетом та С.Гошалом [4], Ліндою Греттон [5], Як Фитц-енцем [6], Стівеном Кові [7, 8], іншими.

Відповідно до досліджень Л.Греттон [5] основними факторами, що визначають емоційну сторону діяльності будь-якої компанії, створюють середовище, в якому людина працює, впливають на її відповідальність, спонукають людину ділитися своїми знаннями, формують її лояльність до організації, є потреба в розумінні сенсу того, що людина робить; урахування впливу процесів, що відбулися в минулому та відбуваються в теперішньому, наявність душі.

Для створення такої атмосфери необхідна наявність таких факторів як соціальні мережі, довіра, загально-прийнятті цінності. Дані складові становлять основу соціального капіталу. Соціальний капітал, як джерело ефективного створення сприятливих умов існування та роботи людини, дозволяє встановлювати зв'язок між трьома видами інтелектуального капіталу (структурним, людським та клієнтським). Ж.Нахапетом та С.Гошалом виділені три складові соціального капіталу [3]:

- структурний вимір, що складає внутрішню побудову соціальної мережі,
- реляційний вимір, що характеризується встановленням, підтримкою та розвитком відносин в соціальній мережі, та визначає взаємодію членів колективу в процесі роботи,

- когнітивний вимір, що полягає у формуванні спільних інтересів або єдиного розуміння бачення та завдань, що стоять перед організацією.

Важливість розвитку соціального капіталу підтверджена і дослідженнями англійської компанії Fogum for the Future [9]. Стійкий розвиток суспільства та компаній, зокрема, укріплення їх поточного та майбутнього потенціалу, забезпечується за рахунок узгодження напрямків експлуатація природних ресурсів, здійснення інвестицій, науково-технічних розробок, розвитку особистості та інституціональних змін з метою задоволення людських потреб та устремлінь. Тобто при визначенні стабільності діяльності організації або суспільства в цілому, мова повинна, перш за все, йти про забезпечення якості життя людини та задоволені її потреб.

Відповідно до досліджень Стівена Кові [8] стимулювання обміну знаннями досягається завдяки створенню атмосфери довіри в колективі, насамперед, віри в те, що зусилля співробітників будуть справедливо оцінені і їх внесок у спільну справу отримає визнання. Ефективний обмін знаннями та якість отриманого знання визначається не регулярністю взаємовідносин, а – довірою, що є критичним елементом процесу обміну знаннями [3].

Постановка завдання

Завдання полягає у визначенні факторів, що спонукають носія знань ділитися знаннями з іншими та визначають його ініціативність, ентузіазм та відданість організації, тобто впливають на якість існуючих в організації зв'язків та відносин, а також знань, що в компанії створюється, тобто визначає її інноваційний потенціал.

Результати та їх обговорення

Визначенню джерел ефективної роботи компанії та встановлення довіри в колективі присвячені роботи Стівена Кові [7, 8]. В своїх дослідженнях С.Кові звертається до духовної складової будь-якої особи, що передбачає задоволення її потреби у відчутті значимості та залишенні після себе спадщини, усвідомленні внеску в оточуючий світ. Духовне життя людини і людства відрізняється від суто природного і надає йому соціальний характер. Саме ця складова людини визначає її ентузіазм та відданість організації [7]. Поняття духовності не обмежується розумом, рівнем освіти, раціональністю, культурою мислення, рівнем та якістю знань. Духовні потреби людини являють собою внутрішнє спонукання до творчості, створення духовних цінностей та їх опануванню, до духовного спілкування. На відмінність від природних духовні потреби задані не біологічно, а соціально. Сама по собі така потреба не виникає, вона має бути сформована та розвинена соціальним середовищем, оточенням індивіду в процесі виховання, освіти, роботи, тобто духовність в контексті компанії може бути визначена як складова її соціального капіталу.

Виходячи з вище викладеного, основні складові соціального капіталу (структурна, реляційна та когнітивна) можуть бути визначені як необхідні, але не достатні для встановлення дійсно ефективного зв'язку в компанії. Ефективним може бути визначений зв'язок, що призводить до створення нового дійсно цінного знання. Виходячи з цього, структура соціального капіталу, що запропонована Дж.Нахапетом та С.Гошалом [4], має бути доповнена духовним виміром (таблиця).

Розкриття потенціалу співробітників досягається шляхом визначення спільної місії, тобто прояснення цілей, бачення та цінностей організації для того, щоб знайти ті напрямки, в яких всі чотири потреби окремої людини (фізичні – економічне благополуччя, інтелектуальні – ріст та розвиток,

Структура соціального капіталу (авторська розробка)

Характеристики	СКЛАДОВІ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ			
	Структурна	Реляційна	Когнітивна	Духовна
Мета існування	Побудова соціальної мережі, встановлення зв'язків	Підтримка та розвиток відносин в соціальній мережі	Формування спільних інтересів, єдиного розуміння завдань,	Служіння та забезпечення піднесення всіх зацікавлених сторін
Потреби людей, які мають бути задоволені	Соціально-емоційні	Потреба в досягненнях. Ріст та розвиток, підвищення професійної компетентності, кар'єрне зростання, самореалізація	Потреба в причетності	Потреба в творчості, прагнення до духовного спілкування, відчуття значимості та потреба в залишенні після себе спадщини
Здібності людини, що дозволяють формувати складову	Здатність встановлювати зв'язки, спілкуватися, соціальна чуттєвість	Знання, талант, зобов'язання – почуття взаємної відповідальності, ініціативність, компетентність	Дисципліна, відповідальність, володіння спільною мовою, вихідними посланнями, акронімами, тощо	Совість – внутрішні моральні відчуття того що добре, а що погано. Навички, що засновані на принципах
Шляхи створення складової	Особисте спілкування	Обмін знаннями, встановлення зворотного зв'язку	Формування загального контексту	Розуміння потреб всіх зацікавлених осіб
Продуктивні ресурси	Неофіційні зустрічі, комунікаційні канали	Довіра (віра в те, що на людину можна поклатися).	Загальні знання, спільні правила, ролі та норми, спільне бачення	Спільне відчуття місії Принципи, що засновані на цінностях
Способи створення продуктивних ресурсів	Ярмарки знань, навчальні заняття, індивідуальні профілі, дискусійні бази даних	Взаємодія в процесі роботи, підтримка неформального спілкування	Узгодження цілей та результатів, організаційної структур та корпоративної культури Регулярна та відкрита звітність	Ототожнення інтересів і/або залучення до співпраці всіх співробітників Спілкування у дусі третьої альтернативи

соціально-емоційні – любов та взаємовідносини, та духовні – відчуття значимості та потреба в залишенні після себе спадщини, внеску в оточуючий світ) перетинаються з чотирма потребами організації [8]: фінансовою спроможністю, потребою в зростанні та розвитку, налагодженні взаємовідносин, усвідомленні сенсу, цільності та вкладу. Перші три потреби описують такі складові капіталу компанії як фінансовий капітал, структурний, людський та споживчий. Розуміння сенсу, цільності та вкладу забезпечує примноження, взаємодію та взаємозв'язок всіх інших видів капіталу. Дана категорія капіталу може бути визначена як духовний капітал компанії. Саме цей капітал відповідає та забезпечує взаємодію всіх складових інтелектуального капіталу організації, та визначає якість взаємозв'язків між всіма зацікавленими сторонами компанії.

Особливістю духовної діяльності є принципова неможливість відокремити «засоби праці», що в ній застосовуються (ідеї, образи, теорії, цінності) в силу їх ідеального характеру від безпосереднього виробника. Основним засобом духовної діяльності є інтелект окремої особистості. Тому в духовній діяльності головним є творча індивідуальність. В цьому є основне протиріччя духовного виробництва: засоби духовної праці, які є загальними за змістом, можуть застосовуватися тільки індивідуально. Таким чином, духовний капітал компанії можна розглядати як результат роботи креативного капіталу та соціального капіталу. Тому запропонована Л.Едвінсоном та М.Маллоне [1] структура інтелектуального капіталу може бути доопрацьована з урахуванням таких вагомих складових як соціальний, креативний та духовний капітали (Рис.).

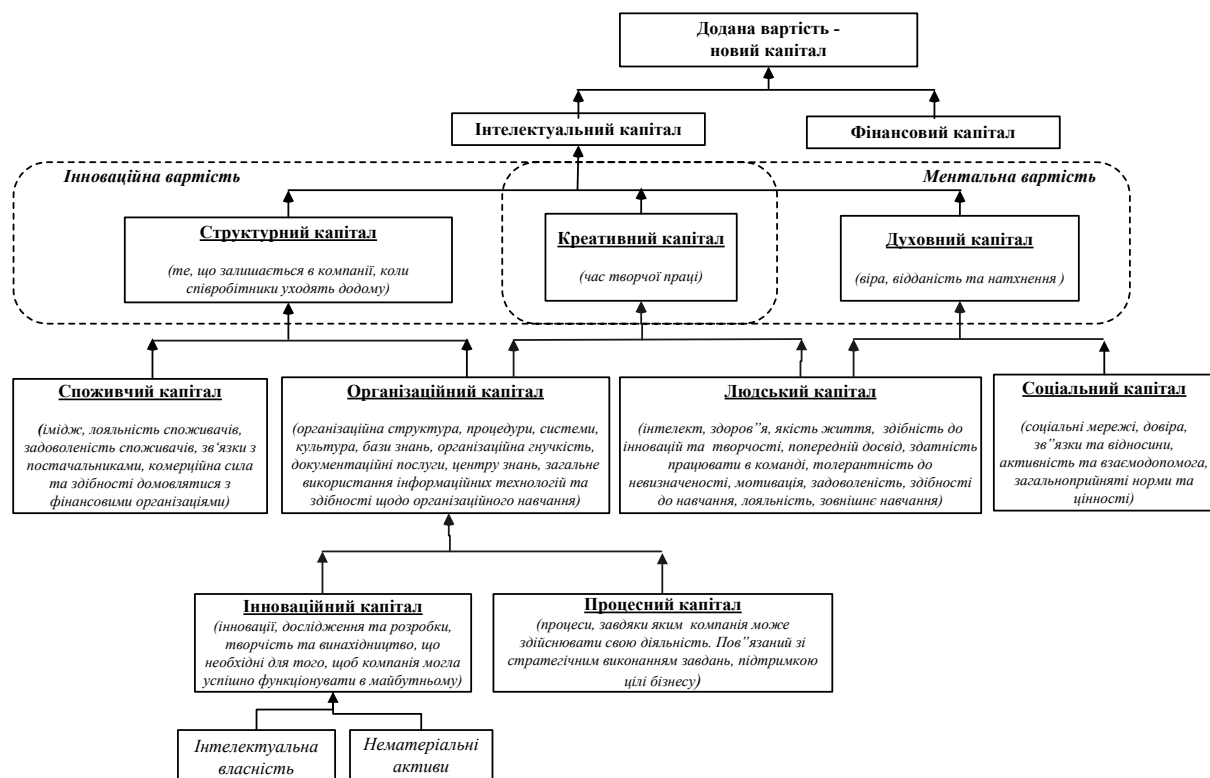


Рис. Джерела створення доданої вартості (авторська розробка)

Найбільшу зацікавленість з точки зору сучасних умов викликають такі складові інтелектуального капіталу як креативний та духовний, які, по суті, визначають менталітет компанії.

Менталітет в контексті складових успіху можна визначити як поєднання творчої спроможності людини (як свідомої складової її діяльності) та її духовної складової, що діє на рівні підсвідомості та є запорукою розвитку творчої діяльності людини. Саме ці складові є основною рушійною силою, що визначають життєдіяльність компанії в екстремальних умовах функціонування та дозволяють виробляти дійсно цінне знання та значним чином впливають на створення вартості компанії. Враховуючи вище викладене, в якості складових доданої вартості, що створюється в компанії, можна виділити фінансову складову, що створена фінансовим капіталом, інноваційну складову (явне знання, що створюється в результаті реалізації певних інноваційних проєктів, застосування інновацій, поліпшень, відкриттів що спрямовані на удосконалення діяльності компанії) та ментальну складову, що визначає інноваційний потенціал компанії та впливає на цінність створеного в компанії знання.

Для організації стратегічного управління діяльності компанії та її інноваційного розвитку застосовується модель економічної доданої вартості (1).

$$V = IC + \sum_{i=1}^n \frac{EVA_i}{(1+WACC)^i}, \quad (1)$$

де $WACC$ – середньозважена вартість капіталу (альтернативні витрати або необхідна норма прибутку).

$EVA = IC \cdot (ROIC - WACC)$, де $ROIC$ – рентабельність операційного прибутку.

Застосована у формулі величина рентабельності операційного прибутку відображає лише дохідність активів, що створені в результаті інвестування фінансового капіталу. Величина доданої вартості, що створена інтелектуальним капіталом, в розрахунку EVA окремо не виділяється. Тому, з точки зору організації управління та врахування впливу фінансових та не фінансових факторів на величину доданої вартості, що створюється в компанії, EVA можна розбити на дві частини: в першу включається повернення на вкладений фінансовий капітал, в другу – не включається. Тобто $EVA = EVA_1 + EVA_2$

Висновки

Інноваційний розвиток – це об'єктивно обумовлений, цілеспрямований та необоротний процес переходу об'єкту з одного стану в інший, що має супроводжуватися позитивним економічним ефектом. Якість такого переходу, а значить і економічний ефект, який характеризує такий перехід, має визначатися не тільки з точки зору фінансових показників, але і показників, що характеризуються якістю наявних в компанії зв'язків та цінність продукції та знань, які в компанії генеруються.

Перспективи подальших розвідок полягають в розробці алгоритму оцінки вартості компанії та ефективності її інноваційного розвитку за допомогою показників, що враховують час творчої праці людини та час, витрачений на взаємодопомогу іншим. Саме такі принципи, що покладені в основу роботи банків часу, дозволяють укріплювати спільноти людей та культивувати соціальну довіру та зв'язок між ними, що має стати запорукою розвитку інноваційного потенціалу компанії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Грэттон Линда. Живая стратегия: Как поставить людей в центр решения корпоративных задач / Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. – 288 с.
2. Как превратить знания в стоимость: Решения от IBM institute for Business Value/Составители: Эрик Лессер, Лоренс Прусак; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 248 с.

3. Кови Стивен Р. Семь навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности/ Пер.с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 374 с.
4. Кови Стивен Р. Восьмой навык: От эффективности к величию/Пер.с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 408 с.
5. Корнейчук Б.В. Информационная экономика. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2006. – 400 с.: ил. – (Серия «Учебное пособие»).
6. Фитц-енц Як. Рентабельность инвестиций в персонал: изменение экономической ценности персонала// – М.: Вершина, 2009. – 320 с.
7. Edvinsson L., Malone M.S. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. – Harper Collins – New York, 1997.
8. Janine Nahapiet, Sumantra Ghoshal. Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage// Academy of Management Review. – 1998. – Vol.23. – №2.– P. 242-266.
9. <http://www.forumforthefuture.org/>

Надійшла 03.11.2010

УДК 658.1: 314.7

ДЕТЕРМІНОВАНІ ТА СТОХАСТИЧНІ МОДЕЛІ МІГРАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ

О.Р. ОВЧИННИКОВА, О.О. КУЛИКОВ

Хмельницький національний університет

У роботі проаналізовано застосування математичних моделей в дослідженні міграційних процесів. Розглянуто детерміновану модель з дискретним часом міжгрупового руху населення, модель руху активного населення з безперервним часом та стохастичні моделі руху населення. Показано приклад графів марківських процесів, отримані рівняння для імовірностей переходів мігрантів з одного стану в інший за будь-який час у загальному вигляді

Глибокі суспільні й економічні зміни, що відбуваються в Україні впливають і на формування міграційної поведінки населення. Сьогодні міграція висуває нові вимоги до діяльності державних органів влади, її характеристики багато в чому визначають напрямок соціально-економічного розвитку країни або регіону. Без сумніву, дослідження міграційних переміщень населення, а саме оцінка якісної та кількісної структури міграційного потоку, сьогодні не може обійтися без застосування математичних моделей і методів.

До питань моделювання міграції звертались багато вчених, серед них О.Староверов, О. Хомра, В.Іонцев, Т.Петрова та ін. За допомогою моделей міграційних потоків можна визначити величини міграційних потоків в залежності від характеристик територій [5]. Статистичні регресійні моделі описують залежність міграційних характеристик від виділених факторів з метою отримання кількісної оцінки впливу цих факторів на міграції населення; задачами динамічних регресійних моделей є кількісна оцінка впливу економічних і неекономічних факторів на міграцію населення з врахуванням тенденції розвитку міграційних процесів [7]. За допомогою Марківських моделей можна аналізувати і прогнозувати розвиток міграційної структури, досліджувати різні економічні процеси та процеси відтворення населення і соціальної мобільності з врахуванням імовірностно-статистичних особливостей