УДК 65.012.32.009.12

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.64-6>**Кондратюк Ю.В.**аспірант кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування
*Київський національний університет будівництва та архітектури***Лич В.М.**доктор економічних наук, професор
*Київський національний університет будівництва та архітектури***Kondratiuk Yuliia**Postgraduate Student at Department of Economic Theory
*Kyiv National University of Construction and Architecture***Lych Volodymyr**Doctor of Economic Sciences, Professor
Kyiv National University of Construction and Architecture

ВПЛИВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кондратюк Ю.В., Лич В.М. Вплив інтелектуального капіталу на управління знаннями будівельних підприємств. Система управління інтелектуальним капіталом та знаннями є чи не найголовнішим чинником адаптації будівельного підприємства до стійкого розвитку, забезпечення високої конкурентоспроможності, змін умов господарювання та програмування цих змін. Забезпечення конкурентоспроможності економіки неможливе без усвідомлення визначальної ролі інтелектуального капіталу та опанування навичок управління ним. Роль інтелектуального капіталу будівельних підприємств надзвичайно велика в ринкових умовах сьогодення, тому що його складові елементи впливають передусім на створення цінності для всіх учасників та на результати діяльності. Підвищення ефективності управління інтелектуальним капіталом як певною сукупністю інтелектуальних ресурсів є важливим пріоритетним завданням, що залишається актуальним для всіх будівельних підприємств України. Управління знаннями – це певною мірою концепція стратегічного управління будівельним підприємством, яка спрямована на зростання вартості підприємства, ґрунтована на правильному застосуванні знань та інтелектуального капіталу.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, складники інтелектуального капіталу, чинники впливу на формування інтелектуального капіталу, управління будівельним підприємством, знання.

Кондратюк Ю.В., Лич В.М. Влияние интеллектуального капитала на управление знаниями строительных предприятий. Система управления интеллектуальным капиталом и знаниями является важнейшим фактором адаптации строительного предприятия к стабильному развитию, обеспечению высокой конкурентоспособности, изменением в условиях государственного управления и программирования этих изменений. Обеспечение конкурентоспособности экономики невозможно без познания важнейшей роли интеллектуального капитала и овладения навыками управления им. Роль интеллектуального капитала строительных компаний чрезвычайно важна в современных рыночных условиях, поскольку его составляющие влияют, прежде всего, на создание стоимости для всех участников и результаты деятельности. Повышение эффективности управления интеллектуальным капиталом как определенной совокупностью интеллектуальных ресурсов является важной приоритетной задачей, которая остается актуальной для всех строительных предприятий Украины. Управление знаниями – в определенной степени концепция стратегического управления строительным предприятием, которая направлена на увеличение стоимости предприятия, основанной на правильном использовании знаний и интеллектуального капитала.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, составляющие интеллектуального капитала, факторы, влияющие на формирование интеллектуального капитала, управление строительным предприятием, знания.

Kondratiuk Yuliia, Lych Volodymyr. Impact of intellectual capital on knowledge management of construction enterprise. The presence of an efficient system of managing knowledge and intellectual capital (that complement each other) becomes one of the major factors in the operational adaptation of the enterprise to the changes of the environment, in the programming of these changes, in ensuring high competitiveness and sustainable development. Knowledge management at the tactical level must be derived and subordinated to the strategic level that is to the vision of the structural construction of the enterprise on the basis of knowledge. It has been proved that knowledge management is a concept of strategic enterprise management that is focused on increasing the value of an enterprise, based on the skillful acquisition and use of knowledge and the creation of intellectual capital. Intellectual capital includes components

created on the basis of management of knowledge resources (assets) that can become the basis for obtaining the benefits, which in the strategic perspective facilitate the increase in the enterprise value. An important part of this capital is the key competence that relates to the potential operational opportunities created as a result of organizational learning. Intellectual capital is based on knowledge, although it includes other valuable components, such as commercial brand or customer relationships. In the proposed approach, intellectual capital should include certain components such as human capital, customer capital, market capital and organizational capital, as well as the interconnections between these components. The division of intellectual capital into market and organizational (the components of structural capital) was conducted in order to focus knowledge management on the processes that are the most important for the enterprise. Improving key competencies and managing customer relationships are explained as two of the most important business processes that affect its creation. Knowledge management and organizational learning are considered to be the basis for creating intellectual capital. Improving key competencies and managing customer relationships are explained as two of the most important business processes that affect its creation.

Key words: intellectual capital, components of intellectual capital, factors influencing the formation of intellectual capital, management of the building enterprise, knowledge.

Постановка проблеми. Сьогодні управління все частіше зіштовхується з новими викликами, що пов'язані з визначальними чинниками економіки, заснованої на знаннях. Достатньо лише згадати слова видатного науковця та провидця П. Друкера, який, усвідомлюючи важливість придбання, інтерпретації та об'єднання знань та їх трансформації в практичну діяльність, звернув увагу на необхідність розвитку управління, заснованого на знаннях. За його словами, сутність сучасного менеджменту полягає у продуктивному використанні знань.

Здатність ефективно продукувати та застосовувати нові актуальні знання дає змогу оперативно визначати і посилювати порівняльні конкурентні переваги, приводити у відповідність внутрішні можливості розвитку до зовнішніх, які генеруються ринком. Наявність на підприємстві ефективної системи управління знаннями та інтелектуальним капіталом, які доповнюють одне одного, стає одним із головних чинників оперативної адаптації до зміни умов господарювання, програмування цих змін, забезпечення високої конкурентоспроможності та стійкого розвитку на національному й міжнародних ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління знаннями висвітлено у працях багатьох дослідників. Основні аспекти розроблено зарубіжними вченими. Наприклад, Т.М. Коулопоулос та К. Фраппаоло [1] трактують загальні підходи до управління знаннями. Основи маркетингу знань закладені в працях зарубіжних дослідників, таких як Б. Бішоп [3], Т. Стюарт [4], Т. Давенпорт [5], А. Сімар [6]. Вони розглядають маркетингові інструменти та методи комерціалізації знань, включаючи традиційні й нові, які базуються на застосуванні Інтернет-технологій. К. Джанетто та Е. Уїлер [2] розглядають питання розроблення та впровадження корпоративної стратегії управління знаннями організації. Сучасним підходам до вдосконалення менеджменту знань, управління знаннями з позицій забезпечення інноваційного розвитку приділяли увагу Б.Л. Бланк, Дж.-Л. Боуліон [7], С. Мачке, Дж. Москалюк, Ю. Крес [8], Р. Ландрі, Н. Амара [9], М. Петер [10], М.Е. Дженекс [11]. Різні аспекти управління знаннями підприємств досліджувалися також вітчизняними вченими. С.М. Ілляшенко [14], І.П. Мойсеєнко [12], Я. Ю. Вовк [13]. У публікаціях М.Я. Матвіїва [15] та А.С. Якшина [16] розглянуто проблему застосування маркетингу знань на ринку освітніх послуг.

Незважаючи на нескінченну кількість наукових досліджень, недостатньо вивченими залишилися питання щодо взаємного узгодження процесів продукування та використання знань на будівельних підприємствах, визначення ролі інтелектуального капіталу та виокремлення його компонентів, що мають значний вплив на управління знаннями.

Формулювання завдання дослідження. Головною метою статті є ідентифікація ключових процесів управління знаннями, виокремлення та діагностування складників інтелектуального капіталу будівельних підприємств, які мають найбільший вплив на управління знаннями. Також акцентується увага на зворотному зв'язку та взаємозалежності між окремими елементами інтелектуального капіталу та управління знаннями.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтерес, який спостерігається у вітчизняній та світовій літературі до питань, що пов'язані з управлінням інтелектуальним капіталом та знаннями, передусім є відповіддю на всебічні виклики практики управління. Сьогодні інтелектуальний капітал сприймається суспільством як певний важливий чинник, який визначає сам успіх того чи іншого підприємства, ключовий складник ринкової вартості та джерело конкурентної переваги. Створення інтелектуального капіталу та управління знаннями обов'язково варто вивчати як взаємозалежні складники, що перекриваються та доповнюють один одного. Це пов'язано з тим, що інтелектуальний капітал є похідним та результатом правильного застосування знань на практиці.

Для формулювання власного визначення управління знаннями враховуватимемо такі передумови, що пов'язані безпосередньо з управлінням бізнесом та роллю у цьому процесі знань:

- знання є стратегічним та цінним ресурсом сучасного розвиненого підприємства;
- знання – це те, що створене людиною;
- цінність, якість та своєчасність отриманих знань у майбутньому перевіряються ринком у першу чергу, середовищем та клієнтом, який оцінюватиме послугу чи цінність продукту для себе;
- знання – це той ресурс, що використовується в усіх сферах та на кожному рівні управління підприємством;
- одного різновиду знань чи категорії на практиці не існує, частіше за все створюються інтегровані пакети різних видів.

Люди, навички та знання, а також усе те, що допомагає ефективно застосовувати знання та вміння, формують інтелектуальний капітал. Капітал є тим елементом багатства, що здатен приносити його власнику стабільний та постійний дохід, саме тому інтелектуальний капітал і перетворюється на капітал, коли він у процесі його застосування стає джерелом доходу господарюючих суб'єктів на мікро- та на макрорівні. Своєю чергою, це призводить до докорінних якісних змін у всій системі суспільного відтворення: формування доходів, системи управління, стимулювання, відношеннях власності.

Об'єктами економіки знань є інформація та знання. Розглядаючи знання з позиції їх виробництва та споживання, варто відзначити, що велика частина знань є загальнодоступною та неконкурентною у споживанні. Таким чином, їх можна відносити до суспільних благ.

Отже, управління знаннями варто розглядати з погляду сучасної концепції управління підприємством, де ведуться постійні перевірки та контроль, це певний організаційний та інтегрований процес, який поєднує у собі бізнес-процеси та ресурси, управління людськими ресурсами, що проводяться із застосуванням телеінформаційних систем та сучасних технологій. Сутність управління знаннями полягає у практичному використанні всіх ресурсів, якими володіє підприємство для досягнення своїх цілей.

О.В. Кендюхов виокремлює три основні підходи до визначення інтелектуального капіталу: функціонально-структурний, структурний та термінологічний [18, с. 9]. М.С. Мелуон та Л. Едвінссон вважають, що інтелектуальний капітал є різницею між балансовою та ринковою вартістю підприємства, тобто це сума прихованих активів, які не входять до фінансової звітності. Отже, інтелектуальний капітал – це відображення прихованої різниці між балансовою та ринковою вартістю [17].

Варто також зазначити, що інтелектуальний капітал вважається похідним від вартості знань підприємства та проявляється в ефективному застосуванні ресурсів знань, пристосовуючись до теперішньої ринкової ситуації та до майбутніх змін, які керівництво повинно вміло передбачати і сприймати. Дослідження поглядів науковців дає змогу сформулювати такі висновки:

- інтелектуальний капітал засновується та базується на управлінні ресурсами знань, які слугують джерелом та ресурсом створення вартості підприємства;
- ресурси знань, що перетворені на цінності підприємства, створюють основу формування та розвитку інтелектуального капіталу;
- ціннішими є ті знання, які щодо стратегічних цілей підприємства за їх використання створюють більшу вартість.

Не випадковим є факт появи концепції інтелектуального капіталу в умовах становлення постіндустріальної економіки, коли стало неможливо для ефективного управління будівельним підприємством спиратися тільки на фінансові й економічні чинники. Створення і розвиток концепцій управління пов'язані переважно з ефективним управлінням вартістю в умовах економіки знань. Тому важливим завданням сучасних будівельних підприємств стає визначення таких інтелектуальних активів, що забезпечуватимуть оптимальну віддачу вкладеного капіталу.

Управління інтелектуальним капіталом підприємства базується на знаннях. Таким чином, невід'ємною частиною управління інтелектуальним капіталом є управління знаннями. Управління знаннями уявляється як потік, спосіб передачі, інструмент комунікацій із зовнішнім середовищем організації, тобто як механізм підсилення інтелектуального капіталу. Однак управління інтелектуальним капіталом це не лише управління знаннями, а й методика його розповсюдження: управління нарощуванням знаннєвого потенціалу, підвищення цінності та вартісна оцінка інтелектуального капіталу.

Реалізуючи функції інтегратора знань, підприємство повинно бути здатним залучити найкращих фахівців, забезпечити їх подальше вдосконалювання через постійне підвищення кваліфікації і накопичення практичного досвіду, а також створити їм достатні стимули для продовження роботи на підприємстві, навчання та самонавчання.

Основними напрямками управління інтелектуальними трудовими ресурсами є:

- забезпечення будівельного підприємства необхідними їй інтелектуальними трудовими ресурсами;
- підвищення рівня професіоналізму працівників знань (корпоративна освіта та самоосвіта);
- створення належних організаційних, економічних і психологічних умов для накопичення та ефективної реалізації творчого потенціалу фахівців;
- мотивація праці та навчання працівників.

Фундаментом формування і розвитку творчого потенціалу працівників виступає корпоративна освіта. Причому чим глибше специфічність інтелектуального трудового ресурсу, тим складніше будівельному підприємству залучити його за допомогою ринку праці, тим вища роль внутрішньої системи професійного навчання і підвищення кваліфікації у забезпеченні працівниками знаннями.

Творчість виступає найважливішим мотивом діяльності та навчання працівників знань, тому створення умов і стимулів реалізації їхнього інтелектуального потенціалу становить підвалини мотиваційного механізму як складової частини управління трудовими ресурсами фірми. Внутрішньофірмова система стимулів, що формує певний рівень мотивації інтелектуальної діяльності працівників, включає оплату праці, різні форми матеріального заохочення, можливості підвищення кваліфікації і професійного навчання, перспективи кар'єрного росту, культуру виробничого процесу і престижність зайнятості в певній фірмі та ін.

Структура інтелектуального капіталу є основним предметом суперечок різних науковців. Незважаючи на те що більшість із них поєднує думку про те, що три пов'язані між собою складники, якими є структурний, людський та споживчий капітал, наповнення різних дослідників значно відрізняється між собою. Наприклад, якщо Т. Стюарт поділяє інтелектуальний капітал на структурний та споживчий [19, с. 12], то Е. Брукінг керується поняттям «активи» та в структурі інтелектуального капіталу виокремлює людські, ринкові, інфраструктурні активи та інтелектуальну власність [20, с. 31]. Кардинально іншим є підхід О.В. Кендюхова. Він запропонував виділяти за функціональним змістом п'ять типів інтелектуального капіталу: інфраструктурний, персоніфікований, марочний, клієнтський, техніко-технологічний [18, с. 9].

Спробувавши дати власне визначення, однозначно можна стверджувати, що інтелектуальний капітал підприємства доцільно вивчати з погляду отриманих переваг у результаті якісного управління ресурсами, набутими працівниками. У запропонованому підході інтелектуальний капітал включає у себе такі взаємопов'язані між собою складники:

- людський капітал;
- капітал покупців;
- організаційний капітал;
- ринковий капітал.

Важливим елементом, на який варто звертати увагу, є інтелектуальна власність. Правильний захист конструкцій та винаходів, а також різних інноваційних рішень будівельного підприємства є остаточним та вирішальним чинником запобігання можливому порушенню прав і перетворення ідеї на цінні економічні ресурси з реальною ринковою вартістю.

Головний складник інтелектуальної власності в Україні: авторське та суміжне право; особливі об'єкти інтелектуальної власності (наприклад, комерційна таємниця); право промислової власності; ноу-хау; захист від недобросовісної конкуренції.

Допоміжним елементом створення інтелектуального капіталу є процес управління знаннями, куди входять придбання, становлення та поширення знань, їх застосування та захист. Визначення інтелектуального капіталу повинно розглядатися як результат умілого використання всіх ресурсів, що були створені знаннями, є відображенням їхньої здатності створювати інновації та похідними від процесів навчання.

Що стосується практики управління знаннями на будівельних підприємствах, то найскладнішою проблемою є визначення детермінант, що впливають на створення окремих складників інтелектуального капіталу, та діагностика зв'язків між ними. Таке трактування можна пояснити тим, що для всіх підприємств існують

різні чинники впливу на розвиток окремих складників інтелектуального капіталу. Поліпшення основних компетенцій та управління відносинами з клієнтами є двома найбільш важливими бізнес-процесами, що впливають безпосередньо на його створення. Також варто відзначити, що ці три групи чинників є сполучними для таких процесів: мікрофактори (чинники внутрішнього середовища); макрофактори (чинники зовнішнього середовища); егофактори.

Основна проблема управління знаннями – організаційні аспекти життя знань. Пізнавальна діяльність має бути ефективною. Підприємство для забезпечення своєї конкурентоспроможності повинно пізнавати швидше й якісніше за своїх конкурентів. Якщо це забезпечено, компанія раніше за інших зможе побачити нові сприятливі можливості, що постійно виникають в умовах високої невизначеності. Якщо нове знання швидко зможе закріпитися реальними діями – майбутній успіх гарантовано.

Отже, запропонована модель створення інтелектуального капіталу дає змогу якнайширше розглянути підприємство і, як наслідок, прийняти правильні управлінські рішення щодо його подальшого розвитку на вітчизняному та зовнішньому ринках.

Висновки. У становленні комплексної системи управління вирішальне значення мають досліджені проблеми. Окрім того, варто виділити, що для вітчизняних будівельних підприємств інтелектуальний капітал є одним із визначальних та головних чинників конкурентоспроможності на ринку, як внутрішньому, так і зовнішньому.

Представлені вище дослідження структурують концепцію управління знаннями та характеризують детермінанти процесів створення інтелектуального капіталу. Перспективою подальших досліджень є питання щодо розроблення інструментів та методів оцінювання інтелектуального капіталу будівельних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Коулопоулос Т.М. Управление знаниями : учебное пособие / пер. с англ. К. Фраппало. Москва, 2008. 224 с.
2. Голдобин Н.Д. Маркетинг знаний и инновационный педагогический процесс. *Ярославский педагогический вестник*. 2009. № 4. С. 130–134.
3. Bishop B. Strategic Marketing for the Digital Age. *Harper Business*. 1996. P. 250.
4. Thomas A. Stewart. Intellectual Capital – The New Wealth of Organizations. McGraw-Hill, 1996. P. 342.
5. Davenport T. Working Knowledge – How Organizations Manage What They Know. *Harvard Business School Press*. 1998. P. 199.
6. Simar A. Knowledge markets: More than Providers and Users. *IPSI BgD Internet Research Society Transactions*, 2006.
7. Blanc B.L. Organizational devices for knowledge management: Proposal for a crossover perspective between knowledge sciences and communication sciences. 2012. № 42(3/4). P. 382–395. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/0305572121126750> (дата звернення: 25.04.2021).
8. Matschke C., Moskaliuk J., Cress U. Knowledge exchange using Web 2.0 technologies in NGOs. *Journal of Knowledge Management*. 2012. № 16 (1). P. 159–176. URL: <http://dx.doi.org/10.1108/13673271211199007> (дата звернення: 24.04.2021).
9. Landry R., Amara N. Elucidation and enhancement of knowledge and technology transfer business models. 2012. № 42(1). P. 94–116. URL: <http://dx.doi.org/10.1108/03055721211207789> (дата звернення: 24.04.2021).
10. Peter M. An evaluation of knowledge management tools: Part 1 – managing knowledge resources. *Journal of Knowledge Management*. 2014. № 18(6). P. 1075–1100. URL: <http://dx.doi.org/10.1108/JKM-11-2013-0449> (дата звернення: 25.04.2021).
11. Jennex M.E. A proposed method for assessing knowledge loss risk with departing personnel. *The journal of information and knowledge management systems*. 2014. № 44(2). P. 185–209. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/VINE-07-2012-0028> (дата звернення: 25.04.2021).
12. Мойсеєнко І.П. Системи управління знаннями в умовах постіндустріальної економіки. *Проблеми економіки та управління*. 2004. Вип. 507. С. 151–157.
13. Вовк Я.Ю. Процес управління знаннями підприємства та його особливості. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.17. С. 343–352.

14. Ілляшенко С.М. Факторний аналіз стану інноваційної культури підприємства. *Економічний часопис – XXI*. 2014. № 3–4. С. 31–34.
15. Матвій М.Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційний аспекти : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2007. 448 с.
16. Якшин А.С. Стратегия и тактика маркетинга знаний на рынке образовательных услуг. *Экономическая наука и образование. Экономические науки*. 2010. № 5(66). С. 297–301.
17. Эдвинссон Л., Мэлоун М. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. Москва : Академия, 1999. URL: <http://www.iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/index.html> (дата звернення: 27.04.2021).
18. Кендюхов О.В. Організаційно-економічний механізм управління інтелектуальним капіталом підприємства : автореф. дис. ... докт. екон. наук : 08.00.04. Донецьк, 2007. 31 с.
19. Стюарт Т.А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / пер. с англ. В.В. Ноздриной. Москва, 2007. 368 с.
20. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / пер. с англ. Санкт-Петербург, 2001. 288 с.

References:

1. Kouloupoulos T.M., Frappaolo K. (2008) *Upravlenie znaniiami [Knowledge management]*. Moscow: Eksmo, p. 224.
2. Goldobin N.D. (2009). *Marketing znaniy i innovatsionnyy pedagogicheskiy protsess [Marketing of knowledge and innovative pedagogical process]*. *Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik*, no. 4, pp. 130–134.
3. Bishop B.(1996) *Strategic Marketing for the Digital Age*. Harper Business.
4. Thomas A. (1996) *Stewart. Intellectual Capital – The New Wealth of Organizations*. McGraw-Hill (in English).
5. Davenport T. (1998) *Working Knowledge – How Organizations Manage What They Know*. Harvard Business School Press, p. 199.
6. Simar A. (2006) *Knowledge markets: More than Providers and Users*. IPSI BgD Internet Research Society Transactions.
7. Blanc B.L., Bouillon J.-L. (2012) *Organizational devices for knowledge management: Proposal for a crossover perspective between knowledge sciences and communication sciences*. *VINE*, no. 42(3/4), pp. 382–395, Available at: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/03055721211267503> (accessed 25 April 2021).
8. Matschke C., Moskaliuk J., Cress U. (2012) *Knowledge exchange using Web 2.0 technologies in NGOs*. *Journal of Knowledge Management*, no. 16(1), pp. 159–176, Available at: <http://dx.doi.org/10.1108/13673271211199007> (accessed 24 April 2021).
9. Landry R., Amara N. (2012). *Elucidation and enhancement of knowledge and technology transfer business models*. *VINE*, no. 42(1), pp. 94–116. Available at: <http://dx.doi.org/10.1108/03055721211207789> (accessed 24 April 2021).
10. Peter M. (2014) *An evaluation of knowledge management tools: Part 1 – managing knowledge resources*. *Journal of Knowledge Management*, no. 18(6), pp.1075–1100. Available at: <http://dx.doi.org/10.1108/JKM-11-2013-0449> (accessed 25 April 2021).
11. Jennex M.E. (2014) *A proposed method for assessing knowledge loss risk with departing personnel*. *VINE : The journal of information and knowledge management systems*, no. 44(2), pp. 185–209. Available at: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/VINE-07-2012-0028> (accessed 25 April 2021).
12. Moiseienko I.P. *Systemy upravlinnia znanniamy v umovakh postindustrialnoi ekonomiky*. Available at: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9010/1/28.pdf> (accessed 25 April 2021).
13. Vovk Ya.Yu. (2013) *Protses upravlinnia znanniamy pidpriemstva ta yoho osoblyvosti [The process of knowledge management company and its features]*. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy* [Scientific Bulletin of Ukrainian National Forestry University], no. 23(17), pp. 343–352.
14. Illiashenko S.M., Shypulina Yu.S. (2014) *Faktorniy analiz stanu innovatsiinoi kultury pidpriemstva [Factor analysis of the enterprise innovation culture]*. *Ekonomichnyi chasopys XXI* [Economic Journal XXI], pp. 3–4, 31–34.
15. Matviiv M.Ya. (2007) *Marketynh znan: metodolohichniy ta orhanizatsiyniy aspekty [Marketing knowledge: methodological and organizational aspects]*. Ternopil: Ekonomichna dumka, p. 448.
16. Yakshin A.S. (2010) *Stratehiia i taktika marketinha znaniy na rynke obrazovatelnyh usluh [Strategy and tactics of marketing knowledge in the market of educational services]*. *Ekonomicheskaya nauka i obrazovanie. Ekonomicheskie nauki* [Economic science and education. Economic science], no. 5(66), pp. 297–301.
17. Edvinsson L., Meloun M. (1999). *Intellektualnyi kapital. [Opredelenie istinnoy stoimosti kompanii. Novaya postindustrialnaya volna na Zapade]*. *Antologiya / pod red. V.L. Inozemtseva*. Moscow: Akademiya, Available at: <http://www.iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/index.html> [accessed 27 April 2021].
18. Kendiukhov O.V. (2007) *Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia intelektualnym kapitalom pidpriemstva [avtoref. dys. dokt. ekon. nauk : spets. 08.00.04]*. NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti. Donetsk, p. 31.
19. Styuart T.A. (2007) *Intellektualnyi kapital. [Novyyi istochnik bogatstva organizatsiy]*. Per. s angl. V.A. Nozdrinoy. Moscow: Pokolenie, p. 368.
20. Brooking A. (2001) *Intellektualnaya sobstvennost [Intellectual Property]*. St. Petersburg: Peter, p. 288.