



**Д. В. Глотова**

аспірант, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Україна glotovadasha@gmail.com

## ВИМІРЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ У ПРОЦЕСІ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Анотація.** У статті доводиться, що ринкова вартість підприємства визначається капіталізацією його прибутковості, унікальністю та інноваційністю продукції, що випускається. З огляду на це автором розроблено методіку оцінки вартості підприємства на основі вимірювання його інтелектуального капіталу. Досліджено, що вироблення інтелектуального продукту неможливе без розвитку інтелектуального потенціалу, який запропоновано розраховувати на основі теорії ймовірностей.

**Ключові слова:** вартість, підприємство, вимірювання, інтелектуальний капітал.

**Д. В. Глотова**

аспірант, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Україна

### ИЗМЕРЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ПРОЦЕССЕ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация.** В статье доказывається, что рыночную стоимость предприятия определяет капитализация его прибыльности, уникальность и инновационность выпускаемой продукции. С учетом этого автором разработана методика оценки стоимости предприятия на основе измерения его интеллектуального капитала. Выявлено, что создание интеллектуального продукта невозможно без развития интеллектуального потенциала, который предложено рассчитывать на основе теории вероятностей.

**Ключевые слова:** стоимость, предприятие, измерение, интеллектуальный капитал.

**Daria Glotova**

Post-Graduate, Donetsk National University of Economics and Trade named after M. Tugan-Baranovsky, Ukraine  
31 Shchorsa St., Donetsk, 83050, Ukraine

### MEASUREMENT OF INTELLECTUAL CAPITAL IN THE PROCESS OF COMPANY EVALUATION

**Abstract. Introduction.** The most effective instrument to make timely strategic and operational transformation of business system is the process of value-based management. However, to manage the value of an enterprise, you must first carry out its evaluation and determine its value. Knowing the value of businesses help in resolving such problems, as improving the efficiency of enterprise management, justification of investment decisions, business plans creation.

*The purpose* of the paper is to develop an approach to the evaluation of the company based on the measurement of intellectual capital. *Methods.* There are several approaches to the evaluation of the enterprise: market, cost and profitable. However, these approaches do not fully open up the fact that in today's market enterprise value is determined by capitalization of its value, socioeconomic importance, uniqueness, innovation and intellectualization of products and services.

*Results.* Therefore, it becomes necessary to develop an approach to evaluation which would open up the impact of intellectual capital on the value it creates. In general, the value of the company is proposed to calculate as the sum of both the value of the tangible assets and intellectual capital. The value of intellectual capital is proposed to assess as the sum of the values of intellectual potential and intellectual property. The greatest difficulty in determining the value by this method is calculating the value of the intellectual potential. It is proposed to determine it as the sum of both the value of the tangible assets and intellectual property, adjusted by a factor that reflects the probability of an intellectual product, which will increase the value of tangible and/or intangible assets, and the factor that shows how much can be increased the value of tangible and/or intangible assets due to the appearance of an intellectual product. Thus, the main problem solved in the research is the determination of these factors. The appearance of intellectual products is impossible without intellectual potential. The components of intellectual potential are to include knowledge, practical experience, personal development, personal and family relations, self-organized learning, personal qualities of the employee, company loyalty, self-motivation, team stability, corporate culture, communication system; management processes, operational processes, information technology, corporate memory company, established contacts and relationships. The probability that the employees of the company will create an intellectual product that will increase the value of tangible and/or intangible assets is determined as the combination of probability of independent events associated with the development of the intellectual potential components. The factor which shows how much the value can be increased by tangible and intangible assets due to the appearance of a new intellectual products is proposed to calculate by analyzing the past performance of a particular company, comparing the value of intellectual products, the appearance of which enabled the company to increase assets with the sum of tangible and intangible assets.

*Conclusions.* Thus, the developed approach to the evaluation of the company based on the measurement of its intellectual capital value will promptly lead to effective management decisions concerning the future development and influence the value of the company (decreasing or increasing it) by monitoring the performance of intellectual potential, which is the basis for the creation of company intellectual capital.

**Keywords:** value; enterprise; evaluation; intellectual capital.

**JEL Classification:** C65, G32

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах ведення бізнесу стає очевидним, що компанії для збереження довгострокової конкурентоспроможності повинні здійснювати корегування своєї поточної діяльності з урахуванням вимог навколишнього середовища. При цьому найбільш ефективним інструментом, що дозволяє здійснити своєчасну стратегічну й оперативну трансформацію

бізнес-системи, виступає процес управління вартістю бізнесу. Однак для управління вартістю необхідно спочатку провести оцінити її величину.

Кожен керівник підприємства рано чи пізно стикається із проблемою вартісної оцінки свого бізнесу, що потрібно для прийняття зваженого рішення стосовно реалізації прав власника. Адже саме вартість компанії найповніше

відображає результати її діяльності. Знання вартості бізнесу сприятиме вирішенню таких завдань, як підвищення ефективності управління підприємством, обґрунтування інвестиційних рішень, розробка планів розвитку (бізнес-планів). Із поширенням економіки знань, яка вирізняється інноваційністю і посиленням впливу інтелектуальних процесів на економічні результати функціонування підприємства, стає актуальною розробка такого підходу до оцінки вартості підприємства, який би враховував цей вплив.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Нині питання оцінки вартості компанії є досить актуальними. Проблематиці оцінки вартості бізнесу присвячено праці таких учених, як А. Самбурський, Н. Чебатарьов, Н. Брезіцька, Н. Головач, А. Грязнова, Л. Мельник. Процес виявлення і методи оцінки інтелектуального капіталу висвітлено в наукових доробках Д. Хаббарда (Douglas W. Hubbard), Д. Хитчнера (James R. Hitchner), Дж. Мартина (John D. Martin), В. Петті (William Petty), Е. Брукінг (Annie Brooking). Водночас, єдиного підходу до оцінки вартості підприємств з урахуванням впливу інтелектуального капіталу у вітчизняній і зарубіжній теорії та практиці поки не існує.

**Метою статті** є розробка нового підходу до оцінки вартості компанії на основі вимірювання її інтелектуального капіталу.

**Основні результати дослідження.** Оцінка ринкової вартості бізнесу є цілеспрямованим упорядкованим процесом визначення величини ринкової вартості об'єкта у грошовому вираженні з урахуванням чинників, що впливають на неї, у конкретний момент часу в умовах конкретного ринку [1].

У класичному розумінні ринкова вартість – це найвища ціна у грошовому вираженні, яку принесе продаж власності на конкурентному і відкритому ринку за дотримання всіх умов, властивих справедливій операції, коли покупець та продавець діють розумно, із знанням справи і на ціну угоди не впливають сторонні чинники і стимул-реакції [2].

Існує ряд підходів до оцінки вартості майна підприємства: ринковий, витратний, дохідний [3]. Ринковий підхід означає, що найбільш імовірною величиною вартості оцінюваного підприємства може бути реальна ціна продажу ідентичної компанії, яка склалася на ринку [4]. Витратний підхід полягає в оцінці поточної вартості тих чи інших елементів майнового комплексу підприємства і його нематеріальних активів [5]. Дохідний підхід розглядає підприємство як актив, що приносить дохід у майбутньому. Одним із головних недоліків дохідного підходу є прогнозний характер інформації, на основі якої здійснюється оцінка [6]. Залежно від цілей оцінки, умов, стану об'єкта оцінки вартість підприємства вимірюють відразу декількома методами, найбільш відповідними конкретній ситуації в рамках зазначених вище підходів, а потім розраховують підсумкову величину як середньозважену [7].

Проте розглянуті вище підходи не повною мірою враховують того, що в сучасних умовах ринкову вартість підприємства визначають капіталізацією його цінності, унікальністю, інноваційністю й інтелектуалізацією продукції, що випускається, робіт, послуг [8]. Саме тому стає необхідним розробка такого підходу до оцінки вартості бізнесу, який би враховував вплив інтелектуального капіталу підприємства на створювану ним вартість. На підставі зазначеного підходу вартість бізнесу в загальному вигляді можна визначити за допомогою формули (1):

$$V_k = V_{ma} + V_{ik}, \quad (1)$$

де  $V_k$  – вартість компанії;  $V_{ma}$  – вартість матеріальних активів (МА);  $V_{ik}$  – вартість інтелектуального капіталу (ІК).

Інформаційною базою для здійснення оцінки вартості компанії на основі цього підходу є управлінська і бухгалтерська звітність, а також опрацьовані відділом роботи з персоналом результати опитування відповідних співробітників підприємства.

Е. Брукінг (Brooking, 2001) визначає інтелектуальний капітал як сукупність нематеріальних активів, що підсилю-

ють конкурентні переваги підприємства. До інтелектуального капіталу відносяться ринкові активи (марка, перспективні угоди, договори, контракти, дистрибутивні канали), активи інтелектуальної власності (патенти, авторські права, торгова марка) та інфраструктури (бізнес-процеси, управлінська політика підприємства, культура і процеси управління), гуманітарні активи (інтелектуальні активи службовців та партнерів підприємства, які полягають у знаннях і уміннях) [9]. Л. Г. Мельник вважає, що інтелектуальний капітал об'єднує у собі розумові здібності людей, а також матеріальні й нематеріальні активи, які вони використовують у процесі своєї інтелектуальної праці [10]. Виходячи із наведених визначень, вартість інтелектуального капіталу пропонується розраховувати за формулою (2):

$$V_{ik} = V_{in} + V_{ib}, \quad (2)$$

де  $V_{in}$  – вартість інтелектуального потенціалу;  $V_{ib}$  – вартість інтелектуальної власності або нематеріальних активів (НМА) компанії.

Найбільші труднощі при визначенні вартості компанії за наведеною методикою викликає обрахування вартості інтелектуального потенціалу. Її пропонується розраховувати таким чином:

$$V_{in} = (V_{ma} + V_{ib}) * k_a * k_{ct}, \quad (3)$$

де  $k_a$  – коефіцієнт, що відображає імовірність появи інтелектуального продукту, який підвищить вартість матеріальних і/або нематеріальних активів;  $k_{ct}$  – коефіцієнт, що показує, наскільки може бути збільшена вартість матеріальних і/або нематеріальних активів компанії завдяки появі інтелектуального продукту.

Отже, завдання зводиться до визначення цих коефіцієнтів.

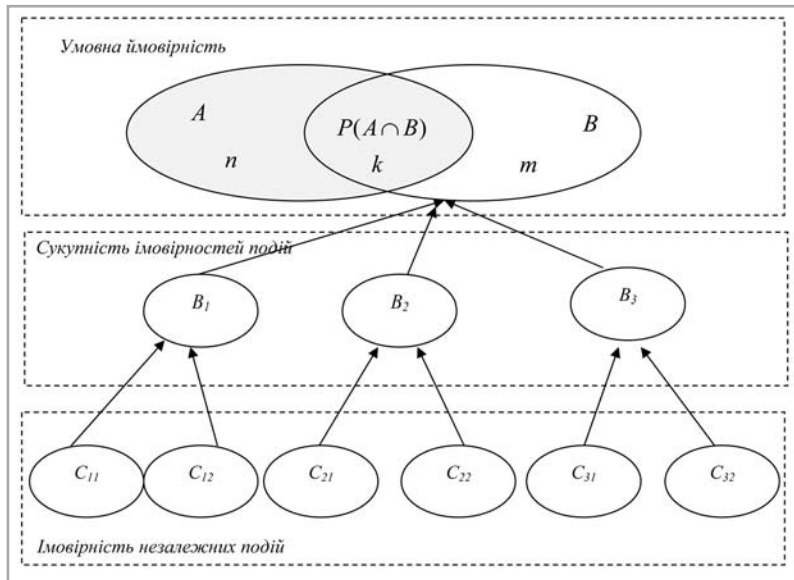
Поява інтелектуального продукту (*подія А*) неможлива без наявності та розвитку інтелектуального потенціалу (*подія В*). Складовими інтелектуального потенціалу є знання (рівень освіти); професійні навички; практичний досвід роботи; особисті розробки; особисті й родинні зв'язки; самонавчання та організація навчання; особисті якості співробітника; лояльність компанії; самомотивація; стабільність колективу; корпоративна культура; система комунікацій; управлінські процеси; операційні процеси; інформаційні технології; корпоративна пам'ять компанії; налагоджені контакти і зв'язки. Імовірність того, що співробітниками підприємства буде створений інтелектуальний продукт, який підвищить вартість матеріальних і/або нематеріальних активів, зумовлена сукупністю ймовірностей незалежних подій, пов'язаних із розвитком складових інтелектуального потенціалу компанії.

Заздалегідь відомо, що *подія В* вже відбулася, адже компанія завжди має певний інтелектуальний потенціал. Таким чином, *подія В* є достовірною, а ймовірність *події А* може змінюватися. У цьому випадку варто говорити про умовну ймовірність настання *події А* (поява інтелектуального продукту) за умови, що *подія В* (формування інтелектуального потенціалу) вже відбулася, –  $P(A/B)$ . Таким чином,  $k_a = P(A/B)$ .

Нехай є загалом  $n$  результатів, серед яких  $m$  результатів сприяють настанню *події В*, тобто розвитку інтелектуального потенціалу компанії. При цьому  $k$  результатів сприяє настанню *події А* ( $A \cap B$ ), тобто створенню інтелектуального продукту, що збільшує активи компанії (рис.):

$$P(A/B) = \frac{k}{m} = \frac{n}{m} = \frac{P(A \cap B)}{P(B)}. \quad (4)$$

Ймовірність настання *події В* розглядається як комплекс ймовірностей подій: імовірності того, що співробітник компетентний у конкретній сфері, має досвід роботи, практичні навички й т. ін. –  $P(B_1)$ ; імовірності того, що співробітник володіє необхідними особистими якостями, лояльний до компанії і т. ін. –  $P(B_2)$ ; ймовірності того, що



Примітки:  $A$  – множина подій, що спонукають до появи інтелектуального продукту, який збільшує вартість матеріальних і нематеріальних активів компанії;  $B$  – множина подій, що сприяють розвитку інтелектуального потенціалу компанії;  $B_1$  – події, які залежать від рівня знань та професійного розвитку співробітників;  $B_2$  – події, пов’язані з особистими якостями співробітників;  $B_3$  – події, що визначаються рівнем розвитку систем підприємства;  $C_{11}, C_{21}, C_{31}$  – множина подій розвитку складової інтелектуального потенціалу компанії.

Рис. Ймовірнісний механізм появи інтелектуального продукту

Джерело: Авторська розробка

розвитку інтелектуального потенціалу сприятимуть корпоративна культура компанії, система управління та логістики, прагнення застосовувати передові технології тощо –  $P(B_3)$ .

Щоб не суперечити умовам завдання, ймовірність події  $P(B)$  – розвитку інтелектуального потенціалу – не повинна бути меншою від ймовірності настання події  $(A \cap B)$ , іншими словами:  $P(B) \geq P(A \cap B)$ .

Ймовірність настання події  $B$  пропонується визначати за формулою (5):

$$P(B) = P(B_1 \cup B_2 \cup B_3) = P(B_1) + P(B_2) + P(B_3) - (P(B_1) * P(B_2) + P(B_1) * P(B_3) + P(B_2) * P(B_3)) + P(B_1) * P(B_2) * P(B_3). \quad (5)$$

Події  $B_1, B_2, B_3$ , своєю чергою, можуть виникнути під впливом розвитку їх складових  $(C_1, C_2, C_3)$ . Оскільки ці події незалежні одна від одної, тобто настання однієї не залежить від настання іншої, то існує вірогідність настання незалежних подій. Вона визначається таким чином:

$$P(C_i) = \prod_{i=1}^l C_{li} = C_{11} \times C_{12} \times \dots \times C_{li}, \quad (6)$$

де  $P(C_i)$  – вірогідність настання події  $C_i$ , тобто розвитку  $i$ -ї складової;  $l$  – кількість складових цього показника.

Завдання визначення вірогідності виникнення подій  $C_{11}, C_{21}, C_{31}$  зводиться до знаходження загальної кількості результатів, у тому числі позитивних (табл.).

Для визначення величини вартості інтелектуального потенціалу підприємства нами вироблені підходи до розрахунку коефіцієнта  $\kappa_{cm}$ . Він показує, на скільки може бути збільшена вартість матеріальних і нематеріальних активів компанії завдяки появі нового інтелектуального продукту.

Розрахунок цього коефіцієнта пропонується проводити на основі аналізу минулої діяльності конкретного підприємства:

$$\kappa_{cm} = S_{ip} / S, \quad (23)$$

де  $S_{ip}$  – вартість інтелектуального продукту, поява якого дозволила компанії збільшити активи;  $S$  – сума матеріальних і нематеріальних активів компанії.

Наведемо алгоритм розрахунку оцінки вартості компанії (на прикладі ВАТ «Донецький хлібокомбінат») за допомогою описаного підходу. Використавши дані, надані відділом роботи з персоналом, отримуємо такі значення показників відповідно до формул (7-22):

$$P(B_1) = P(K) * P(ПН) * P(OP) * P(O3) * P(CH) = 0,0027$$

$$P(B_2) = P(T3) * P(Л) * P(CM) * P(ПC) = 0,1024$$

$$P(B_3) = P(KK) * P(CK) * P(YP) * P(YO) * P(IC) * P(3O) * P(KPK) = 0,00588$$

Далі за формулою (5) обрахуємо ймовірність настання події  $B$ :  $P(B) = 0,110087$ , а також ймовірність створення інтелектуального капіталу завдяки розвиненому інтелектуальному потенціалу:

$$P(A \cap B) = 5/50 = 0,1.$$

Отримавши значення цих показників, можна визначити коефіцієнт  $\kappa_a$ , скориставшись формулою (4):  $\kappa_a = 0,908371$ , і коефіцієнт  $\kappa_{cm}$  за формулою (23):

$$\kappa_{cm} = 0,004203.$$

Далі розрахуємо вартість інтелектуального потенціалу підприємства за формулою (3):

$$B_{in} = 11\,895\,000 * 0,908371 * 0,004203 = 45\,413,72 \text{ грн.}$$

Підставивши отримані значення у формулу (2), можна виміряти вартість інтелектуального капіталу підприємства:

$$B_{ik} = 45\,413,72 + 38\,000 = 83\,413,72 \text{ грн.}$$

І насамкінець розрахуємо значення вартості підприємства згідно з формулою (1):

$$B_k = 11\,895\,000 + 83\,413,72 = 11\,978\,413,72 \text{ грн.}$$

Як можна побачити із наведених розрахунків, інтелектуальний капітал ВАТ «Донецький хлібокомбінат» збільшує суму ринкової вартості підприємства на 83 413,72 грн. Проведення активних заходів із метою покращення корпоративної культури підприємства, активізація роботи з підвищення лояльності персоналу та створення сприятливих умов праці зможуть збільшити вартість інтелектуального капіталу підприємства, а відповідно і його ринкову вартість.

**Висновки.** Таким чином, розроблений підхід до оцінки вартості компанії на основі врахування вартості її інтелектуального капіталу дозволить керівництву підприємства своєчасно приймати ефективні управлінські рішення щодо майбутньої стратегії розвитку і впливати на вартість бізнесу (зменшуючи або збільшуючи її) шляхом моніторингу показників інтелектуального потенціалу, який є базисом для створення інтелектуального капіталу компанії.

### Література

1. Самбурский А. М. Метод управления стоимостью компании, основанной на концепции сбалансированной системы показателей / А. М. Самбурский, М. Я. Ходоровский // Журнал экономической теории. – 2006. – № 2. – С. 76–88.
2. Хаббард Д. Как измерить все, что угодно. Оценка стоимости нематериального в бизнесе / Дуглас Хаббард; пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 2009. – 298 с.
3. Чеботарев Н. Ф. Оценка стоимости предприятия / Н. Ф. Чеботарев. – М.: Издательский дом «Дашков и Ко», 2009. – 256 с.
4. Хитчнер Д. Новые сферы использования методов оценки стоимости бизнеса / Джеймс Хитчнер; пер. с англ. – Санкт-Петербург: Маросейка, 2009. – 352 с.

5. Брезіцька Н. Сучасні методичні підходи до оцінки вартості підприємства / Н. Брезіцька // Економіка. Фінанси. Право. – 2010. – № 1. – С. 3–8.
6. Головач Н. Методичні засади оцінки вартості бізнесу / Н. Головач // Наукові записки НаУКМА. – 2005. – Магістеріум. – Вип. 18. – С. 103–110.
7. Оценка недвижимости ; под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой и др. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 496 с.
8. Мартін Д. Д. VBM-управління, що базується на вартості: Корпоративна відповідь революції акціонерів / Джон Д. Мартін, Вільям Дж. Петті ; пер. з англ.; за наук. ред. О. Б. Максимової, І. Ю. Шарипової. – Дніпропетровськ : Балас Бізнес Букс, 2006. – 272 с.
9. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Энни Брукинг ; пер. с англ. – Санкт-Петербург : Питер Бук, 2001. – 288 с.
10. Мельник Л. Г. Предпосылки формирования информационного общества / Л. Г. Мельник // Социально-экономические проблемы информационного общества ; под ред. д. э. н., проф. Л. Г. Мельника. – Сумы : Университетская книга, 2005. – С. 60–87.

Стаття надійшла до редакції 15.09.2013

## References

1. Samburskiy, A. M., & Khodorovskiy, M. Ya. (2006). The method of value-based management based on the concept of a balanced scorecard. *Zhurnal ekonomicheskoy teorii (Journal of Economic Theory)*, 2, 76-88 (in Russ.).
2. Hubbard, D. W. (2009). *How to Measure Anything: Finding the Value of «Intangibles» in Business* (Trans. from Eng.). Moscow: Olimp-Business (in Russ.).
3. Chebotarev, N. F. (2009). *Evaluation of an Enterprise*. Moscow: Dashkov & Ko PH (in Russ.).
4. Hitchner, J. R. (2009). *Financial Valuation: Applications and Models* (Trans. from Eng.). St. Petersburg: Maroseyka (in Russ.).
5. Brezitska, N. (2010). Modern methodological approaches to enterprise evaluation. *Ekonomika Finansy. Pravo (Economy. Finance. Law)*, 1, 3-8 (in Ukr.).
6. Golovach, N. (2005). Methodological basics of enterprise evaluation. *Naukovi zapysky NaUKMA (Scientific Notes NaUKMA)*, 18, 103-110 (in Ukr.).

Визначення вірогідності виникнення подій $C_{1P} C_{2P} C_{3i}$		
Подія	Формула	Умовні позначення
Перша група формул, за допомогою яких визначають імовірності того, що співробітник компетентний у конкретній сфері, має досвід роботи і відповідні практичні навички (формули 7-11):		
компетентний, тобто володіє необхідними знаннями:	$P(K) = \frac{n_k}{N}$	де $n_k$ – число співробітників, що володіють знаннями, тобто компетентні у своїй галузі; $N$ – загальна кількість співробітників підприємства або загальне число опитуваних співробітників
володіє професійними навичками:	$P(ПН) = \frac{n_{пн}}{N}$	де $n_{пн}$ – число співробітників, що володіють необхідними професійними навичками
має особисті розробки:	$P(OP) = \frac{n_{op}}{N}$	де $n_{op}$ – число співробітників (за результатами анкетування), які мають особисті розробки в певні сфері
має особисті та родинні зв'язки:	$P(OЗ) = \frac{n_{oz}}{N}$	де $n_{oz}$ – число співробітників, котрі мають особисті, родинні зв'язки в організаціях і органах, співпраця з якими може спростити вирішення важливих питань
здатний самонавчатися:	$P(CH) = \frac{n_{ch}}{N}$	де $n_{ch}$ – число здатних до самонавчання співробітників (згідно з результатами психологічного тестування)
Друга група формул, за допомогою яких визначають імовірності того, що співробітник володіє необхідними особистими якостями, може бути корисний для підприємства (формули 12-15):		
володіє необхідними особистими якостями, як-от: креативність, здібність до творчості, новаторства та ін. лояльний до компанії:	$P(TЗ) = \frac{n_{tz}}{N}$	де $n_{tz}$ – число співробітників, які мають творчі здібності, схильність до раціоналізаторства та ін.
володіє здібністю до самомотивації:	$P(CM) = \frac{n_{cm}}{N}$	де $n_{cm}$ – число співробітників (за результатами психологічного тестування), здібних до самомотивації і мотивації своїх колег
працюватиме в компанії впродовж тривалого часу:	$P(ПС) = \frac{n_{ps}}{N}$	де $n_{ps}$ – кількість постійних співробітників у компанії за досліджуваний період
Третя група формул, за допомогою яких визначають вірогідність того, що розвитку інтелектуального потенціалу сприятимуть такі фактори (формули 16-22):		
корпоративна культура компанії:	$P(KK) = \frac{n_{kk}}{N}$	де $n_{kk}$ – число співробітників (згідно з результатами анкетування або опитування), задоволених корпоративною культурою
система комунікацій:	$P(CK) = \frac{n_{ck}}{N}$	де $n_{ck}$ – число співробітників (за результатами анкетування або опитування), задоволених рівнем розвитку систем комунікації
система управління або швидкість прийняття управлінських рішень:	$P(УР) = \frac{r_{ур}}{R}$	де $r_{ур}$ – число управлінських рішень, прийнятих протягом одного робочого дня від моменту надання необхідної інформації; $R$ – загальне число управлінських рішень, прийнятих за досліджуваний період
процес управління операціями:	$P(УО) = \frac{n_{yo}}{N}$	де $n_{yo}$ – число співробітників, задоволених якістю операційних процесів
інформаційна система:	$P(IC) = \frac{n_{ic}}{N}$	де $n_{ic}$ – число співробітників, задоволених якістю розвитку інформаційних технологій у компанії
зв'язок компанії із зовнішнім світом:	$P(ЗС) = \frac{m_{зс}}{M}$	де $m_{зс}$ – кількість сфер і напрямів діяльності, у яких компанія має налагоджені контакти та зв'язки; $M$ – загальна кількість сфер і напрямів діяльності, які входять до спектру інтересів компанії
корпоративна пам'ять компанії:	$P(KPK) = \frac{k_{кпк}}{K}$	де $k_{кпк}$ – кількість звернень до систем корпоративної пам'яті, які привели до позитивного результату у вирішенні будь-якого завдання; $K$ – загальна кількість звернень до систем корпоративної пам'яті компанії

Джерело: Авторська розробка

7. Griaznova, A. G., Fedotova, M. A. et al. (Eds.) (2004). *Real estate evaluation*. Moscow: Finance and statistics (in Russ.).
8. Martin J. D., Petty W. J., & Wallace, J. S. (2006). *Value Based Management with Corporate Social Responsibility* (Trans. from Eng.). Dnipropetrovsk: Balans Biznes Buks (in Ukr.).
9. Brooking, A. (2001). *Intellectual Capital: Core Asset for the Third Millennium*. St. Petersburg: Piter Book (in Russ.).
10. Melnik, L. G. (2005). Background for information society formation. In L. G. Melnik (Ed.). *Social and economic problems of information society* (pp. 60-87). Sumy: University Book (in Russ.).

Received 15.09.2013