

УДК 005.333.4

МАРЦЕНЮК Л. В.<sup>1\*</sup>, МАТУСЕВИЧ О. О.<sup>2</sup>, ЛЕБЕДЕВА В. К.<sup>3</sup>

<sup>1\*</sup> д.е.н., професор кафедри економіки та менеджменту, Український державний університет науки і технологій, e-mail: rwinform1@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-4121-8826

<sup>2</sup> к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та психології, Український державний університет науки і технологій, e-mail: alex\_m73@meta.ua, ORCID ID: 0000-0002-9486-1308

<sup>3</sup> кандидат економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки і соціально-гуманітарних наук, «Інститут промислових та бізнес технологій», Український державний університет науки і технологій, e-mail: lebtoval@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2744-5435

## ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ: ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТ ЗАСТОСУВАННЯ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

**Мета.** Дослідити основні чинники зростання інтелектуального капіталу на підприємствах в умовах діджиталізації. **Методика.** Для досліджень використані метод вивчення та узагальнення відомостей і системний аналіз. **Результати.** У статті досліджуються основні чинники зростання інтелектуального капіталу на підприємствах. Автори статті виокремлюють основні проблеми та завдання розвитку інтелектуального капіталу підприємств. Обґрунтована позиція авторів щодо напрямів розвитку такого середовища підприємства, що сприяє підвищенню інтелектуального капіталу конкретного підприємства. **Наукова новизна.** Запропоновано інструменти вдосконалення управлінських рішень на підприємствах в контексті підвищення інтелектуального капіталу суб'єкта господарювання. **Практична значимість.** Висновки, зроблені у даній статті, можуть бути використані підприємцями для формування управлінських рішень в напрямку підвищення інтелектуального капіталу та їх прийняття.

*Ключові слова:* інтелектуальний капітал; менторство; знання; інновації; обмін досвідом

### Постановка проблеми

Інтелектуальний капітал в усі часи вважався, є і буде одним із основних ресурсів будь-якого підприємства. Саме від цього чинника багато в чому залежить успіх суб'єкта господарювання на сучасному ринку, адже вибагливий споживач вимагає все більше інновацій, все більше оптимального співвідношення ціни та якості, при чому якість виходить на перший план. Вважаємо, що саме рівень інтелектуального капіталу підприємства є його лакмусом оцінювання з точки зору готовності до адаптації власного підприємства з урахуванням змін внутрішнього та зовнішнього середовища. Враховуючи стрімкий розвиток діджиталізації суспільства, підходи до зростання інтелектуального капіталу на підприємствах повинен бути удосконалений.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідження стосовно сутності та основних ознак інтелектуального капіталу можна знайти в наукових працях таких вчених, як: В. Базилевич, Л. Волощук, І. Давидова, Н. Калетнік, О. Кендюхов, О. Комліченко, Г. алетнік, С. Легенчук, О. Літвінов, О. Стрижак, О. Собко, А. Чухно, С. Турчіна, О. Шкурупій та інших. І хоча їх дослідження були достатньо ґрунтовні, все ж такі деякі питання розвитку інтелектуального капіталу не були розглянуті цими поважними науковцями.

### Формування цілей статті

Метою статті є дослідження основних чинників зростання інтелектуального капіталу на підприємствах, а також розробка рекомендацій менеджерам щодо створення такого робочого середовища, в якому кожен працівник буде зацікавлений підвищити інтелектуальний капітал того підприємства, на якому він працює.

## Виклад основного матеріалу дослідження

Інтелектуальний капітал є елементом ефективності організації, успіху та благополуччя персоналу, джерелом вартості для підприємств. Саме за допомогою інтелектуального капіталу як володіння знаннями, практичним досвідом, адміністративними технологіями, відносинами з клієнтами та спеціальними навичками, які забезпечують компанії можна досягти конкурентних переваг на ринку. Інтелектуальний капітал включає ресурси, засновані на знаннях, які ведуть до стійкої конкурентної переваги підприємства [1].

Поняття інтелектуального капіталу є складною та багатовимірною змінною. Він включає три основні компоненти: людського капіталу, структурного капіталу та капіталу відносин. Усі ці три компоненти можуть мати місце як на індивідуальному, так і на організаційному рівнях. На індивідуальному рівні перший компонент відноситься до сукупних знань, інтелекту, досвіду людини. Людський особистий капітал накопичується з роками завдяки навчанню (це індивідуальний капітал). Однак на організаційному рівні людський капітал стосується тактичних знань, закладених у свідомості працівників. Другий компонент, на індивідуальному рівні, відноситься до суб'єктивних знань працівника про процедури, принципи, стандарти та методи роботи, які формуються протягом процесу мислення та пізнання, тоді як на рівні організації це стосується організаційних процедур організації роботи. Нарешті, інтелектуальний капітал у відносинах визначається як знання, інтегровані у відносини з іншими в організації та за її межами, які допомагають працівнику отримувати певну інформацію. Інтелектуальний капітал може поєднувати навички обміну знаннями та сприяти інноваціям та інноваційній поведінці серед працівників [2].

Людський капітал зосереджується на навичках і креативності працівників. Цей потенціал покращується за допомогою навчальних програм, які можуть підвищити ефективність компанії, якщо співробітники працюють ефективніше. В епоху діджиталізації менеджерам потрібно запровадити ефективну цифрову платформу для навчання співробітників задля отримання додаткових теоретичних знань. Щодо практичного застосування, нічого кращого аніж фізичне навчання на конкретному інструменті чи апараті тощо, на наш погляд, ще не придумали.

Структурний капітал включає нелюдські активи, такі як патенти, авторські права, правила, процедури та політика прийняття рішень організації. Інвестиції в такий капітал безперечно підвищать ефективність.

Капітал відносин також є відносинами, які фірма підтримує із зовнішніми зацікавленими сторонами, такими як довіра, досвід і знання. Цей капітал не дозволяє зацікавленим сторонам, таким як клієнти, відмовитися від прибуткових відносин.

Швидке зростання науки і цифрових технологій разом із «новим поколінням» співробітників, які працюють у своїх організаціях за допомогою діджитал-технологій, спонукали до пошуку та введення інновацій на робочих місцях для створення конкурентної переваги підприємства. Щоб бути конкурентоспроможними, організації повинні бути готові до несподіваних ситуацій, повних ризиків, невизначеності та тиску, як це відбулося під час пандемії COVID-19. Зі спалахом цієї смертельної хвороби багатьом країнам довелося заблокувати багато підприємств або вдатися до соціального дистанціювання. У цей час роль інновацій та інноваційної поведінки працівників набула безпрецедентного значення в організаціях. Інновації є результатом соціальних і особистих взаємодій, на них впливає оточуюче середовище. Інноваційна поведінка проявляється, коли співробітники генерують, просувають і реалізують нові ідеї, продукти та процеси. Інноваційна поведінка спрямована на створення, вдосконалення та застосування новаторського мислення на робочому місці для досягнення успіху підприємства [3].

Подібним чином у важкі часи, такі як пандемія, або війна, умови для захоплення співробітників до інновацій повністю змінилися, вимагаючи нових методів управління. У багатьох організаціях співробітникам доводиться працювати вдома. У таких напружених і складних умовах праці інноваційна поведінка робочої сили набула більшого значення. Крім того, враховуючи економічний шок, багато компаній не мали іншого виходу, як скоротити кількість своїх працівників. Пандемія коронавірусу значно вплинула на стрімкий розвиток цифрового робочого середовища, де співробітники можуть ділитися своїми знаннями та досвідом з іншими та поводитися інноваційно, щоб підприємство могло відновитися якомога швидше [4].

Майже кожна галузь у світі зазнає дедалі більшого тиску. Щоб досягти зростання та успіху на сучасному ринку, організація повинна вміти впроваджувати нові технології, зберігаючи при цьому гармонійне поєднання інновацій, екологічної відповідності та дотримання нормативних документів. Іншими словами, підприємства мають юридичне зобов'язання дотримуватися екологічних та нормативних вимог, охорони здоров'я та навколишнього середовища, репутації та довіри зацікавлених сторін, управління ризиками, а також керувати своїм доступом до ринків і контрактів, етичних міркувань, інноваційних зусиль та конкурентоспроможності.

Крім того, використання інтелектуального капіталу надає підприємствам інструменти, які дозволяють їм змінюватися та адаптуватися, щоб зберегти конкурентну перевагу. Здатність до поглинання також може полегшити реалізацію інноваційної діяльності, яка має вирішальне значення для покращення ефективності бізнесу.

В останні роки суттєво змінилася основа конкурентної переваги, адже фокус переміщено з матеріальних ресурсів на нематеріальні активи.

Тепер успіх компанії визначається сукупністю факторів, включаючи її зовнішнє середовище та нематеріальні ресурси. Ресурсний підхід стверджує, що конкурентні переваги корпорацій випливають із володіння цінними та незамінними ресурсами.

Інтелектуальний капітал – це зусилля, що докладені співробітниками компанії, менеджерами та іншими зацікавленими сторонами для покращення ефективності бізнесу. Інтелектуальний капітал розглядається як нематеріальний, але цінний актив, а також як найважливіше джерело конкурентної переваги, що впливає на корпоративні інновації та продуктивність. Побудова інтелектуального капіталу значною мірою покладається на знання, креативність, компетентність і цінні навички. Інтелектуальний капітал – це накопичені знання, здібності та компетентність працівників, які суттєво допомагають у створенні конкурентної переваги, це форма нематеріальних активів.

Інтелектуальний капітал – це колективні знання працівників організації, включаючи методи, компетенції та стійкість, які можуть сприяти покращенню ефективності бізнесу. Менеджерам підприємства варто затвердити та втілювати в життя ефективну Програму навчання працівників, аби працівники отримували саме ті знання, які потрібні підприємству саме в цей період і які є актуальними на сучасному ринку.

Це також відносини між зацікавленими сторонами організації, включно зі споживачами та постачальниками, ці відносини теж є складовою інтелектуального капіталу. Стейкхолдери є невід'ємною частиною існування будь-якого суб'єкта господарювання, тож необхідно подбати про налагодження стійких зв'язків із надійними постачальниками, реалізаторами, постійними споживачами тощо [5].

Варто зауважити, що інтелектуальний капітал – це інформація, яка залишається в організації після звільнення співробітників, включаючи організаційну культуру, бази даних, інновації, управління якістю, інформаційні технології та знання, а також патенти (стосовно патентів – керівникам підприємств варто особливо звернути увагу на цей аспект, адже потрібно стимулювати працівників до розробки різного роду інновацій, а потім важливим етапом закріплення розробки за цим підприємством є отримання патенту, який в майбутньому може принести неабиякі вигоди підприємству). Тож кожному підприємству варто налагодити таку систему зберігання інформації, яка б відповідала умовам надійності збереження даних та можливості зберігання великого обсягу даних, а також швидкого доступу до цих даних тих осіб, хто має на це право, і беззаперечно, надавала можливість швидкого та зручного управління, аналізу, оперування існуючими даними в конкретній базі конкретного підприємства.

Інтелектуальний капітал можна розглядати як набір організаційних процедур і стратегічних процесів, за допомогою яких підприємства отримують, інтегрують, перетворюють і застосовують знання для створення вартості та отримання переваги на ринку. Узагальнено подану вище інформацію в таблиці 1.

Інтелектуальний капітал є ключовою рушійною силою для засвоєння знань і досягнення сталого розвитку. В останні роки багато уваги приділяється саме сталому розвитку як планети в цілому, так і кожної країни, кожної галузі, і відповідно кожного підприємства. Всі суб'єкти повинні співіснувати на умовах раціонального споживання існуючих ресурсів таким чином, аби задовольнити потреби й наступних поколінь. Економіка, екологія та соціальна складова – основні орієнтири сталого розвитку [6].

Таблиця 1

**Характеристика складових інтелектуального капіталу та напрямів його розвитку**

Інтелектуальний капітал підприємства		
Людський	Організаційний	Клієнтський
Знання (це той ресурс, який працівникам підприємства потрібно постійно поповнювати, обмежитися лише університетськими знаннями замало, потрібно час від часу, як того вимагають зміни у внутрішньому за зовнішньому середовищі отримувати нові актуальні знання. Важливим напрямом отримання й передачі нових знань на підприємстві є менторство).	Технічне і програмне забезпечення (враховуючи стрімкі зміни у зовнішньому середовищі, розвиток штучного інтелекту, діджиталізації в цілому, важливим аспектом успішного функціонування підприємства є наявність сучасного технічного та програмного забезпечення технічних та інших процесів, які відбуваються на конкретному підприємстві. Тільки ті підприємства, що матимуть необхідні ресурси для адаптації власних технологій до змін зовнішнього середовища та впровадження інновацій, можуть розраховувати на високий рівень конкурентоспроможності).	Зв'язки з клієнтами (усі зусилля будь-яке підприємство спрямовує саме на те, аби у нього в першу чергу, був клієнт, який би зацікавився продукцією підприємства. Зв'язки з клієнтами напрацьовуються роками, використовуються різноманітні технології зворотного зв'язку, таким чином, все спрямоване на створення стійких взаємовигідних зв'язків).
Навички (цей ресурс накопичується із роками, він залежить від тренуваності людини у тій чи іншій сфері, а також від індивідуальної здатності покращувати власні навички впродовж кар'єри).	Патенти (цей ресурс є невід'ємною умовою успішного функціонування підприємства не лише в поточному періоді, а й в перспективі. Саме патенти є одним із інструментів додаткових бонусів у порівнянні з конкурентами, адже дозволяють підприємству отримувати додаткові вигоди як у вигляді фінансового забезпечення, так і в формі публічного визнання).	Інформація про клієнтів (клієнтська база є так би мовити «золотим» ресурсом підприємства, адже маючи цільову аудиторію, можна влучно пропонувати бажані цій аудиторії товари чи послуги. Разом з тим, керівництво компанії повинно забезпечити збереження даних про клієнтів та запобігти витоку інформації, а також виконувати відповідне законодавство, що пов'язане із захистом персональних даних).
Творчі здібності (цей ресурс більшою мірою закладений в кожному природою, саме те, що закладено генами, можливо та є сенс розвивати. В цьому контексті важливим питанням постає механізм виявлення творчих здібностей задля подальшого їх розвитку).	Товарні знаки (є важливим елементом нематеріальних активів підприємства, адже саме товарні знаки юридично підтверджують право власності даної організації на відповідні торгові марки тощо).	Історія взаємовідносин із клієнтами (цей нематеріальний ресурс є дуже важливим для підприємства, він накопичується роками, він враховує як позитивний, так і негативний досвід роботи з клієнтами. В цьому контексті важливим напрямом роботи з клієнтами в разі виникнення нештатних ситуацій є використання антикризовий комунікаційних технологій, аби негативні явища у взаємодії «підприємство – клієнт» були пом'якшені та перекривалися б в подальшому позитивними враженнями). Цей ресурс неможливо передати третім особам, адже стосунки стейкхолдерів з підприємством – це лише їхні стосунки і їх не можна передати чи перепродати тощо).
Моральні цінності (повинні всмоктуватися в свідомість людини ще з молоком матері, поступово зміцнюючи свої позиції у більш зрілому віці).	Організаційна структура (побудова раціональної організаційної структури підприємства є одним із основних завдань для ефективної діяльності, при чому власникам бізнесу потрібно враховувати той факт, що середовище, в якому існує підприємство, не є статичним, а отже потрібно періодично реформувати чи реорганізовувати структуру організації задля оптимального використання наявних у підприємства ресурсів).	Торгова марка або бренд (це саме той елемент, за яким конкретне підприємство впізнають стейкхолдери. Цьому елементу, так само, як і якості продукції чи послуг, варто приділяти достатньо уваги, аби бренд був відомий та головне – бажаний з боку споживачів).
Культура праці (це дуже важливий ресурс, адже він є передумовою визначення взаємовідносин працівника в колективі, на різних рівнях співпраці).	Культура організації (цей елемент дуже важливий, адже культура організації містить як культуру взаємодії всередині компанії, так і по відношенню до зовнішніх контрагентів. Саме культура організації може стати важливим елементом залучення найкращих фахівців до конкретного підприємства, якщо воно славиться своєю культурою).	

*Джерело: складено авторами*

Зараз інтелектуальний капітал є одним із головних факторів ринкового клімату, який сприяє зростанню та конкурентоспроможності. Нематеріальний актив – це інтелектуальний капітал, і оцінити його вартість може бути важко.

Менеджери повинні більше зосереджуватися на навчанні та розвитку персоналу, щоб можна було визначити потреби клієнтів, надавати їм повні послуги та покращувати орієнтацію на клієнта та очікування щодо своєчасної відповіді на їхні вимоги [7].

Як ключовий елемент успіху в організаціях, знання наполегливо розглядаються як великий актив, який забезпечує стійкий розвиток і конкурентну перевагу. Менеджери повинні використовувати нові практики та стратегії управління знаннями, щоб досягти сталого розвитку. Однією з таких стратегій є обмін знаннями, що має важливе значення для досягнення успіху та продуктивності в організаціях. Це відноситься до різних видів діяльності та практик, які люди використовують для передачі знань та які є зрозумілими для колег. Це рух або взаємний обмін знаннями між співробітниками, що збільшує співпрацю, вирішення проблем і створення ідей на роботі. Враховуючи значущість знань в організаціях і попит цієї цифрової епохи, менеджери повинні знайти корисні способи передачі знань і досвіду від експертів компанії працівникам-початківцям. Знання не повинні бути капіталом лише одного працівника, він повинен ділитися своїми знаннями з іншими.

Знання є одним із найважливіших факторів досягнення успіху та конкурентної переваги в організаціях. Обмін знаннями – це переміщення знань між колегами, що підвищує відчуття співпраці з іншими для вирішення проблем або розробки нових ідей. Обмін знаннями може відбуватися як всередині організації (між колегами), так і у зовнішньому середовищі, тобто обмін знаннями з колегами з підприємств, що працюють в дотичній до вашого підприємства галузі. Саме менеджери повинні організувати ефективні канали обміну знаннями (це можуть бути зустрічі, обмін повідомлення за допомогою мережі Інтернет та інші форми).

Менторство є важливим елементом отримання нових знань працівниками. Саме школа менторів на підприємстві допомагає зробити з окремих індивідів-працівників створити єдине ціле – колектив.

Бажання працівників ділитися знаннями, інтелектуальний капітал та інноваційна поведінка на роботі тісно пов'язані між собою. У робочому середовищі, в якому працівники готові ділитися своїми новими ідеями та знаннями з колегами, атмосфера в колективі значно сприятливіша, ніж в інший колективах, а це означає підвищену продуктивність праці і врешті-решт, прибуток для власників підприємства.

Знання потрібно не зберігати в голові, а передавати іншим. Це має ключове значення для формування інтелектуального капіталу в компанії, менеджери якої заохочують та мотивують працівників проявляти більше новизни на робочих місцях.

## Висновки

Інтелектуальний капітал є нематеріальним активом, який не може бути точно розкритий у фінансовій звітності (авторське право, патент, торгова марка тощо). Інтелектуальний капітал – це інформація, яку можна перетворити на прибуток. Враховуючи унікальні характеристики інтелектуального капіталу та необхідність його розвитку на підприємстві, менеджери повинні зосередитися на покращенні якості людських ресурсів за допомогою: 1) практичних заходів, наприклад, організація програм професійного навчання для своїх працівників (при чому підвищення кваліфікації працівників потрібно оплачувати за рахунок підприємства, адже майже жоден працівник не бажає підвищувати свій рівень знань за власний рахунок і завжди буде апелювати до керівництва стосовно низької оплати праці та неможливості або недоцільності проходити додаткове навчання); 2) встановлення дієвих механізмів залучення талантів (тут в першу чергу потрібно шукати таланти серед школярів – наприклад, якщо вашому підприємству потрібен фізик, можна знайти талановитого школяра, оплатити його навчання на відповідній спеціальності в університеті, укласти з ним угоду про те, що він відпрацює на вашому підприємстві щонайменше 5 років); 3) призначення працівників на роботу відповідно до їх професійних здібностей і досвіду (цей пункт повністю виключає корупцію в контексті призначення на посади працівників саме виключно на підставі їх знань, вмінь та досвіду, а не в залежності від рівня зв'язків з керівництвом, адже можна запровадити обов'язкове вхідне тестування на кожну посаду, з переліком таких питань, які б

охоплювали різноманітні сфери оцінювання претендента – від професійних знань до психологічного портрету); 4) надання можливості підлеглим проявляти ініціативу (якщо працівник не боїться висловити свої пропозиції з покращення технологічного процесу або будь чого, що стосується даного підприємства, можна вважати, що менеджери досягли великого успіху, адже в колективі є елемент довіри та впевненості у працівників стосовно того, що їх пропозиції можуть бути враховані та відзначені матеріально або іншим чином); 5) розвитку системи менторства на підприємстві. Цей перелік заходів далеко не є вичерпним та потребує подальшого дослідження.

Разом з тим підсумовуємо, що інтелектуальний капітал значною мірою створює конкурентні переваги бізнесу, а управління інтелектуальним капіталом є вирішальною компетентністю в нинішню епоху, засновану на знаннях.

Ця стаття може бути корисною для керівництва компаній, які усвідомлюють важливість і силу обміну знаннями та інтелектуальним капіталом для створення позитивних результатів і конкурентних переваг для своїх підприємств. Менеджери повинні використовувати різні стратегії та засоби аби мотивувати співробітників ділитися своїми ідеями з іншими колегами задля зростання конкурентних переваг підприємства. Менеджери з персоналу також можуть використовувати це дослідження для відбору претендентів на роботу на основі їхніх навичок та ентузіазму ділитися знаннями та інноваційними ідеями, які є важливими для успіху організації.

MARTSENIUK L.<sup>1\*</sup>, MATUSEVYCH O.<sup>2</sup>, LEBEDIEVA V.<sup>3</sup>

1\* Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economics and Management, Ukrainian State University of Science and Technologies, e-mail: rwinform1@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-4121-8826

2 Ph.D., Associate Professor Department of Finance, Accounting, and Psychology Ukrainian State University of Science and Technology, e-mail: alex\_m73@meta.ua, ORCID ID: 0000-0002-9486-1308

3 Ph.D, in Economics, Professor Department of International Economics and Social Humanities Institute of Industrial and Business Technologies Ukrainian State University of Science and Technology, e-mail: lebtoval@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2744-5435

## INTELLECTUAL CAPITAL: THEORETICAL AND APPLIED ASPECT OF USE IN THE ERA OF DIGITALIZATION OF ECONOMIC PROCESSES

**Goal.** To investigate the main factors of the growth of intellectual capital at enterprises in the conditions of digitalization. **Method.** For research, the method of studying and summarizing information and system analysis was used. **The results.** The article examines the main factors of the growth of intellectual capital at enterprises. The authors of the article single out the main problems and tasks of developing the intellectual capital of enterprises. The authors' well-founded position regarding the directions of development of such an environment of the enterprise, which contributes to the increase of the intellectual capital of a particular enterprise. **Scientific novelty.** Tools for improving management decisions at enterprises in the context of increasing the intellectual capital of a business entity are proposed. **Practical significance.** The conclusions made in this article can be used by entrepreneurs for the formation of management decisions in the direction of increasing intellectual capital and their adoption.

*Keywords:* intellectual capital; mentoring; knowledge; innovations; exchange of experience

## REFERENCES

1. Turchina, S., Azarov, V. (2023). Intelektual'nyy kapital ta intelektual'na vlasnist': vyznachennya i osoblyvosti rozvytku v umovakh hlobal'nykh transformatsiy [Intellectual capital and intellectual property: definition and features of development in the conditions of global transformations]. *Ekonomika ta suspil'stvo*, 52. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-81> [in Ukrainian]
2. Zakharchyn H. M. (2021). Upravlinnia znanniamy v umovakh rozvytku tsyfrovoy ekonomiky ta intelektualizatsii suspilstva [Knowledge management in the conditions of the development of the digital economy and the intellectualization of society]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu – Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University*, 36, 76–80. [in Ukrainian]
3. Kaletnik H. M., Kolomiets T. V. (2020). Pidvyshchennia efektyvnosti funktsionuvannia pidpryemstv APK na osnovi formuvannia i vykorystannia intelektualnoho kapitalu [Increasing the efficiency of the functioning of agro-

industrial complex enterprises based on the formation and use of intellectual capital]. *Ekonomika, finansy, menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky – Economics, finance, management: topical issues of science and practice*, 4, 7–19. [in Ukrainian]

4. Martseniuk, L. and Hruzdiev, O. (2021). Dual'na osvita yak zasib efektyvnoho poyednannya teoriyi ta praktyky [Dual education as a means of effective combination theory and practice]. *Ekonomika ta derzhava*, 3, 58–65. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.3.58 [in Ukrainian]

5. Martseniuk L. V. (2020). Rozvytok trudovoho potentsialu ya osnovnyi element pidvyshchennia resursnoho potentsialu pidpriemstva [Development of labour potential as a main element of increasing the resource potential of the enterprise]. *Economic journal Odessa polytechnic university*, no 2 (12), 102–107. URL: <https://economics.opu.ua/ejopu/2020/No2/102.pdf> [in Ukrainian]

6. Binh Thi Thanh Truong, Phuong V. Nguyen (2024). Driving business performance through intellectual capital, absorptive capacity, and innovation: The mediating influence of environmental compliance and innovation, *Asia Pacific Management Review*, 29 (1), 64-75. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2023.06.004>.

7. Odunayo Magret Olarewaju, Thabiso Sthembiso Msomi (2021). Intellectual capital and financial performance of South African development community's general insurance companies, *Heliyon*, 7 (4), e06712, ISSN 2405-8440, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06712>.

Стаття надійшла до редакції: 26.11.2023

Received: 2023.11.26