

Цибульська Е. І.
кандидат економічних наук, доцент,
Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія»

Кубарева М. В.
магістрантка факультету «Бізнес-управління»
Харківського гуманітарного університету
«Народна українська академія»

Tsybulska E. I.
PhD in economy, Associate Professor
Kharkov University of Humanities "People's Ukrainian Academy"

Kubareva M. V.
Master of the "Business-administration" department
Kharkov University of Humanities "People's Ukrainian Academy"

ОЦІНКА СТРАТЕГІЧНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОМПАНІЇ НА ОСНОВІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Анотація. Розглянуто методи оцінки і вимірювання соціальної корпоративної відповідальності компанії. Обґрунтовано вимірювання конкурентоспроможності підприємства на основі концепції сталого розвитку. Розроблено методичні підходи щодо оцінки стратегічних конкурентних переваг на основі корпоративної соціальної відповідальності.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, конкурентоспроможність, конкурентна перевага, сталий розвиток, економічні індикатори, соціальні індикатори, екологічні індикатори.

Постановка проблеми. В умовах загострення конкуренції на ринку, компаніям доводиться постійно удосконалювати форми ведення бізнесу і щодня шукати нові ефективні інструменти управління з метою забезпечення результативності своєї діяльності й випередження своїх конкурентів. Проблеми підвищення конкурентоспроможності національної економіки набули особливо гострого характеру останніми роками, поставивши владу та великий бізнес перед дилемою підвищення економічної ефективності підприємств та одночасного вирішенням соціальних питань. Великий український капітал поступово почав усвідомлювати помилковість неоліберального підходу до провідної ролі ринку в економіці, негативного впливу на соціальну стабільність, стан суспільних відносин, а також економічні результати діяльності компаній. Тому саме економічні причини стали провідним фактором висунення соціальної відповідальності бізнесу в низку найбільш важливих факторів підвищення конкурентоспроможності та стабільного економічного розвитку України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Корпоративна соціальна відповідальність (далі – КСВ) отримує широку увагу як із точки зору дослідницького напрямку, так і в практиці менеджменту міжнародних та вітчизняних компаній. За останні 5 років у всьому світі було опубліковано 494 наукових статей з тематики КСВ [1]. Що стосується бізнесу, то можна зробити висновок, що наявність КСВ виступає елементом конкурентної переваги і лідерства на ринку. Однією з ключових компетенцій керівника організації стає здатність просувати ініціативи КСВ [2, с. 187]. Питання регулятивного потенціалу духовно-етичних цінностей бізнесу набувають детального аналізу в роботі за редакцією Г. Хоружого [3]. В. Шаповал акцентує увагу на недостатній підтримці соціальних програм і проектів підприємств органами державної влади, відсутності відкритого діалогу щодо розроблення належних стимулів

для бізнесу, який прагне у своїй діяльності реалізувати принципи соціальної відповідальності [4]. Проблеми соціальної відповідності бізнесу як сучасної філософії поведінки та концепції, що формує суспільство, компанії стосовно своєї діяльності з метою сталого розвитку, ефективних інвестицій у людський капітал отримали відображення у монографії О. Гоголі та І. Кудінової [5]. О. Новікова, М. Дейч, О. Панькова та ін. висвітлюють результати експертного опитування наукових фахівців та освітян України з проблем соціальної відповідальності особистості, суспільства, бізнесу та держави [6]. Теоретичні й практичні аспекти розвитку соціальної відповідальності знайшли свої вирішення в монографії А. Колот [7]. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки достатньо системно розроблено в науковій праці І. Царик [8].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових публікацій, відсутнє єдине розуміння змісту соціальної відповідальності бізнесу. Недостатньо досліджено інституціональні основи управління процесом соціального інвестування, особливості взаємовідносин бізнесу і влади як на державному, так і регіональному рівні, об'єктивні причини функціонування бізнесу як соціально відповідального. Крім цього, в українській науці не вирішене питання оцінки конкурентних переваг підприємства на основі соціальної відповідальності.

Мета дослідження – аналіз методичних підходів щодо оцінки та вимірювання КСВ, а також розроблення методичних рекомендацій щодо оцінки стратегічних конкурентних переваг підприємства на основі соціальної відповідальності.

Результати дослідження. Розглянемо методи оцінки і вимірювання соціальної відповідальності іноземними авторами, результати дослідження представлено в табл. 1.

Методи оцінки і вимірювання соціальної відповідальності компанії іноземними авторами

Автори	Сутність методу
1	2
М. Московітц [9, с. 29–42].	Метод репутаційного індексу полягає в тому, що компетентні спостерігачі (експерти) складають рейтинг фірм на основі одного або декількох показників соціального результату
В. Еббот і Р. Монсен [10]	Шкала вимірювання заснована на аналізі контенту корпоративних річних звітів компаній журналу Fortune. Показано три результати: (1) зміну в часі соціальної активності цих корпорацій, (2) напрям і масштаби цієї участі, (3) вплив, яке корпоративне соціальну поведінку надає на прибутковність компанії
Л. Ф. Кочран та Р. А. Вуд [11]	Метод дозволяє виміряти ступінь звітності в різних публікаціях, особливо в річних звітах. Контент-аналіз допускає використання як якісного, так і кількісного аналізу даних
Л. Ф. Кочран і Р. А. Вуд [11]	Представлена шкала вимірювання цінності та оцінки окремих менеджерів по відношенню до КСВ, заснована на чотиривимірній моделі. Авторами була розроблена форма анкетного опитування зацікавлених сторін
А. Ульман [13]	Діапазон оцінок, що враховує ступінь розкриття інформації в річних звітах
А. Сіндхакпаді та ін. [14]	Вимірювання сприйняття менеджерами ролі етики та КСВ в ефективності своїх організацій. Шкала представлена у вигляді 16 поділів, що відображають різні виміри етичної та соціальної відповідальності всередині організації
Б. Руф та ін. [15]	Розроблено шкалу для оцінки відносної важливості індикаторів, включених до деяких репутаційних індексів
А. Куазі та Д. О'Брайн [16]	Представлена двовимірна модель для вимірювання відношення до КСВ, а також оцінки результатів реалізації соціально відповідальних дій
І. Майгнан та О. Феррелл [17]	Проводиться оцінка економічної, правової, етичної та дискреційної ступеня зацікавлених сторін, беручи до уваги тільки три групи стейкхолдерів (клієнти, співробітники та суспільство)
В. Велева та М. Еллен-бекер [18]	Інструмент для сприяння стійкості бізнесу. Представлені електронні показники сталого виробництва
Дж. Кіבל та ін. [19]	Тематичні дослідження для забезпечення показників сталого бізнесу
А. Азапакік [20]	Тематичні дослідження для забезпечення показників сталого бізнесу
Л. Махоні а Л. Торн [21]	Методика базується на середніх значеннях певних показників
Є. Нордгеймі та Г. Баррассо [22]	Запропоновано набір стійких показників для алюмінієвої промисловості
Д. Туркер [23]	Представлена оцінка величини сприйняття співробітників, клієнтів і уряду щодо КСВ, тобто їх бізнес-обов'язки щодо всіх зацікавлених сторін
П. Кларксон та ін. [24]	Розроблено індекс контент-аналізу для оцінки рівня екологічного складника в звітності про сталий розвиток компанії
Т. Чіі та А. Дартон [25]	Показаний комплексний набір показників діяльності компанії та показників для конкретної бізнес-операції з урахуванням заходів у сфері КСВ

Під час розроблення інструментарію збільшення стратегічних конкурентних переваг промислових підприємств із позиції соціальної відповідальної діяльності ми спиралися на ідеї Дж. Елкінгтона, який увів поняття потрійного підсумку діяльності корпорації, що включає в себе фінансове та екологічне вимірювання, відповідні ідеї еко-ефективності в межах корпоративної стійкості. Ідея виходить за межі традиційних заходів обліку прибутку, рентабельності, інвестицій і акціонерної вартості, включаючи екологічні та соціальні аспекти [27]. Крім того, Елкінгтон визначив можливі шляхи реалізації нових стратегій ведення бізнесу і став засновником концепції корпоративної стійкості, яка здатна одночасно приносити вигоди компанії, її споживачам і природному середовищу. Три підстави стійкості Елкінгтон позначив 3Р (People, Planet, Profits). Його ідея сталого розвитку була прийнята новою парадигмою розвитку бізнесу, що увібрала в себе принципи КСВ, викладені у формі 3Р [28].

Відповідно до концепції сталого розвитку, яка спирається на ідею потрійного підсумку інвестування (3Р – People, Planet, Profits), авторами запропоновано кон-

курентний індекс КСВ ($I_k^{КСВ}$), який синтезує в собі такі показники: економічні, соціальні, екологічні. Ці показники забезпечують формування довгострокових конкурентних переваг компанії. Ці показники були взяті з GRI глобальної ініціативи нефінансової звітності для публікації результатів діяльності компанії у сфері сталого розвитку.

Індекс $I_k^{КСВ}$ заснований на інформації, що розкривається в соціальному звіті компанії з економічних, екологічних та соціальних аспектів. GRI носить комплексний характер із точки зору всіх аспектів КСВ і визнана у всьому світі [29]. Крім того, рекомендації GRI були відзначені відповідними для будь-якого сектора промисловості [30], що в підсумку дозволило нам розробити цей інструментарій. Склад індексу $I_k^{КСВ}$ компанії представлено на рис. 1.

Економічний показник – це показник, що оцінює ефективність господарської діяльності компанії. До цього показника належать основні фінансові показники компанії: виручка, прибуток, ринкова капіталізація. Ці індикатори необхідні для підвищення конкурентоспроможності компанії і досягнення стратегічних цілей:

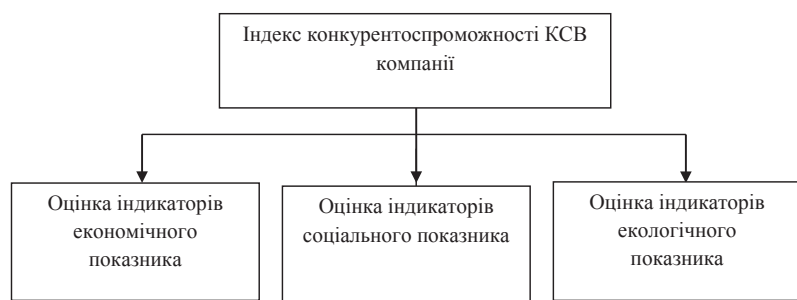


Рис. 1. Склад індексу конкурентоспроможності КСВ компанії

– прибуток (далі – П) – індикатор, який входить у групу показників, що характеризують економічну ефективність згідно GRI;

– ринкова капіталізація (далі –РК) – індикатор, що розраховується шляхом множення поточної вартості акцій на кількість акцій в обігу. Він найбільшою мірою відображає справжню вартість компанії, що необхідно враховувати для оцінки конкурентоспроможності підприємства в довгостроковому періоді. Якщо акції компанії не котуються на біржі, то ринкову вартість компанії слід визначати за доходним або ринковим підходами [31];

– виручка (далі – В) – один з основних індикаторів ефективності економічної та соціальної діяльності підприємства. Він відображає основний внесок компанії у формування національного та регіонального валового продукту. Саме величина виручки визначає суму податків, що сплачуються до бюджетів різних рівнів. Так, валова виручка в соціально відповідальних компаніях в довгостроковій перспективі виявилася на 4,8–10% вище, ніж у конкурентів, а рівень ефективності робочої сили перевищив на 37,9% цей показник у компанії, для яких не характерно соціально відповідальне ведення бізнесу [32].

Соціальним називається показник, що характеризує соціально відповідальну поведінку компанії. До цього показника належать ключові індикатори соціально відповідальної діяльності компанії. Під соціальними інвестиціями ми об'єднали статті інвестицій «внутрішньої КСВ». Такими індикаторами ми вибрали ті, які враховують інтереси однієї з головних зацікавлених сторін – персоналу: навчання та розвиток персоналу, охорона праці та промислова безпека, соціальний пакет:

– навчання і розвиток персоналу (далі – ОП) – витрати на навчання і розвиток співробітників із метою їх професійного і кар'єрного зростання;

– охорона праці й промислова безпека (далі – ОП) відображає діяльність компаній як відповідального роботодавця щодо інвестування в підтримку стану захищеності життєво важливих інтересів особистості й суспільства від аварій на небезпечних виробничих об'єктах і наслідків зазначених аварій.

– соціальний пакет (далі – СП) – витрати на підтримку здоров'я співробітників, поліпшення їхніх житлових умов і надання матеріальної підтримки.

Екологічним є показник, який характеризує раціональне природокористування, контроль викидів під час виробничої діяльності та широкий спектр профілактичних і сануючих заходів з охорони і захисту навколишнього середовища. Це є найважливішим складником соціально відповідальної поведінки компанії, а також виступає ключовим фактором її сталого розвитку. До цього показника належать індикатори, що характеризу-

ють структуру витрат на охорону і захист навколишнього середовища на території присутності: охорону атмосфери, охорону водних ресурсів, охорону земельних ресурсів.

Охорона атмосфери (далі – ОА) – витрати на проведення заходів із підтримки чистоти повітря і боротьби із забрудненням атмосфери (відходами виробництва і т. д.).

Охорона водних ресурсів (далі – ОВ) – витрати на заходи, пов'язані з поліпшенням якості вод, раціональним використанням водних ресурсів, запобіганням їх забруднення техногенними відходами тощо.

Охорона земельних ресурсів (далі – ОЗ) – витрати на заходи щодо забезпечення належного стану земельних ресурсів, запобігання їх забруднення неорганічними відходами і викидами, важкими металами, радіоактивними речовинами та іншими відходами виробництва і т. д.

Такі індикатори, як виручка підприємства, капіталізація підприємства, прибуток, є сполучною ланкою, що дозволяє з'єднати економічні, соціальні та екологічні індикатори господарюючого суб'єкта, що визначають його конкурентоспроможність.

Локальний індекс економічного показника може бути розрахований за формулою:

$$I_E = \sqrt[3]{I_B \cdot I_{\Pi} \cdot I_{PK}}, \quad (1)$$

де I_E – локальний індекс економічного показника;

I_B – індекс зміни індикатора виручки;

I_{Π} – індекс зміни показника прибутку;

I_{PK} – індекс зміни індикатора ринкової капіталізації.

Локальний індекс соціального показника може бути розрахований за формулою:

$$I_C = \sqrt[3]{I_{PP} \cdot I_{OP} \cdot I_{СП}}, \quad (2)$$

де I_C – локальний індекс соціального показника;

I_{PP} – індекс зміни індикатора навчання та розвитку персоналу;

I_{OP} – індекс зміни індикатора охорони праці;

$I_{СП}$ – індекс зміни індикатора «соціальний пакет».

Локальний індекс екологічного показника може бути розрахований за формулою:

$$I_{EK} = \sqrt[3]{I_{OA} \cdot I_{OB} \cdot I_{OZ}}, \quad (3)$$

де I_{EK} – локальний індекс екологічного показника;

I_{OA} – індекс зміни індикатора охорони атмосфери;

I_{OB} – індекс зміни індикатора охорони водних ресурсів;

I_{OZ} – індекс зміни індикатора охорони земельних ресурсів.

Таким чином, конкурентний індекс КСВ може бути виражений у вигляді середньої геометричної величини добутку індексу економічного, соціального та екологічного показників.

Висновки. Таким чином, запропонований нами конкурентний індекс КСВ, що враховує показники соціальної відповідальності, може бути застосований інструментом оцінки приросту стратегічних конкурентних переваг компаній різних галузей, використання якого дозволяє диференціювати позицію компанії в полі конкурентних стратегій, що дозволяє вносити зміни в управлінські рішення. Під час упровадженні запропонованого нами конкурентного індексу КСВ соціальної відповідальності перетворюється в потужний фактор стратегічного розвитку компанії і підвищення її конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Pisani N., Kourula A., Kolk A., Meijer R. How global is international CSR research, Insights and recommendations from a systematic review. *Journal of World Business*. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.05.003> (дата звернення 24.05.2018).
2. Davila A., Rodriguez-Lluesma C., Elvira M.M. Global leadership, citizenship and stakeholder management. *Organizational Dynamics*. 2013. № 3. P. 183–190. doi:10.1016/j.orgdyn.2013.06.003.
3. Моральний вимір економіки: соціальна відповідальність бізнесу та економічна ефективність: монографія. Національний банк України, Університет банківської справи; ред. Г. Хоружий. Київ: УБС НБУ, 2009. 255 с.
4. Шаповал В. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: монографія. ДВНЗ «Нац. гірн. ун-т». Донецьк: Держ. ВНЗ «НГУ», 2011. 356 с.
5. Гогуля О., Кудінова І. Соціальна відповідальність бізнесу: монографія. Каб. Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. Ніжин: Лисенко М.М., 2011. 175 с.
6. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О. Новікова, М. Дейч, О. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2013. 296 с.
7. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / А. Колот та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана», Наук. парк, Ін-т соц.-труд. відносин. Київ: КНЕУ, 2012. 501 с.
8. Царик І. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки: монографія. Черніг. держ. ін-т права, соц. технологій та праці. Чернігів: [б. в.], 2011. 152 с.
9. Moskowitz M. Choosing socially responsible stocks. *Business and Society Review*. 1972. No. 1. P. 71–75.
10. Abbott W., Monsen R. On the measurement of corporate social responsibility: self-reported disclosures as a method of measuring corporate social involvement. *Acad. Manag. J.* 1979. No. 22(3). P. 501–515.
11. Corporate Social Responsibility and Financial Performance Philip L. Cochran and Robert A. Wood *The Academy of Management Journal*. 1984. Vol. 27. No. 1. P. 43–44.
12. Ullman A. Data in search of a theory: a critical examination of the relationship among social performance, social disclosure and economic performance of US firms. *Acad. Manag. Rev.* 1985. No. 10. P. 540–557.
13. Ruf B., Muralidhar K., Paul K. The development of a systematic, aggregate measure of corporate social performance. *Journal of Management*.
14. Singhapakdi A., Vitell S.J., Rallapalli K.C., Kraft K.L. The perceived role of ethics and social responsibility: a scale development *J. Bus. Ethics*. 1996. No. 15. P. 1131–1140.
15. Ruf B., Muralidhar K., Paul K. The development of a systematic, aggregate measure of corporate social performance. *Journal of Management*.
16. Quazi A., O'Brien D. An empirical test of a cross-national model of corporate social responsibility. *J. Bus. Ethics*. 2000. No. 25. P. 33–51.
17. Maignan I., Ferrell O. Measuring corporate citizenship in two countries: the case of the United States and France. *J. Bus. Ethics*. 2000. No. 23(3). P. 283–297.
18. Veleva V., Ellenbecker M. Indicators of sustainable production: frame work and methodology. *J. Clean. Prod.* 2001. No. 9. P. 519–549.
19. Keeble J., Topiol S., Berkeley S. Using indicators to measure sustainability performance at a corporate and project level. *J. Bus. Ethics*. 2003. No. 44. P. 149–158.
20. Azapagic A. Developing a framework for sustainable development indicators for the mining and minerals industry. *J. Clean. Prod.* 2004. No. 12. P. 639–662.
21. Mahoney L.S., Thorne L. Corporate social responsibility and long-term compensation: evidence from Canada. *J. Bus. Ethics*. 2005. No. 57(3). P. 241–253.
22. Nordheim E., Barrasso G. Sustainable development indicators of the European aluminium industry *J. Clean. Prod.* 2007. No. 15. P. 275–279.
23. Turker D. Measuring corporate social responsibility: a scale development study. *J. Bus. Ethics*. 2008. No. 85(4). P. 411–427.
24. Clarkson P.M., Li Y., Richardson G.D., Vasvari F.P. Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: an empirical analysis. *Account. Organ. Soc.* 2008. No. 33. P. 303–327.
25. Chee Tahir A., Darton R.C. The process analysis method of selecting indicators to quantify the sustainability performance of a business operation. *J. Clean. Prod.* 2010. No. 18. P. 1598–1607.
26. Elkington J. *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone. Oxford, 1997. 402 p.
27. IBR The Indiana Business Review. URL: <http://www.ibrc.indiana.edu/ibr/index.html>.
28. Бурланков С., Ильина И., Долгов Д., Скворцов А. Техничко-економические методы оценки конкурентоспособности предприятия и продукции. *Экономические исследования*. 2011. № 3. С. 1–10.
29. Reynolds M., Yuthas K. Moral discourse and corporate social responsibility reporting. *Journal of Business Ethics*. 2008. No. 78(1–2). P. 47–64.
30. Гительман Л., Кожевников М. Управленческий консалтинг для технологической модернизации и индустрии будущего. *Экономика региона*. 2017. Т. 13. № 1. С. 204–215.
31. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов: пер. с англ.; Пер. с англ. 10-е изд., перераб. и доп. Москва: Альпина Паблишер, 2017. 1316 с.
32. Журнал Алгоритм успеха ОКРУСАЛ // Денежный интерес. Влияет ли социальная деятельность бизнеса на его финансовые показатели? 2012. № 3(8). С. 4–5.

ОЦЕНКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Аннотация. Рассмотрены методы оценки и измерения социальной корпоративной ответственности компании. Обосновано измерение конкурентоспособности предприятия на основе концепции устойчивого развития. Разработаны методические подходы к оценке стратегических конкурентных преимуществ на основе корпоративной социальной ответственности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, конкурентоспособность, конкурентное преимущество, устойчивое развитие, экономические индикаторы, социальные индикаторы, экологические индикаторы.

EVALUATION OF STRATEGIC COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE COMPANY BASED ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITIES

Summary. Methods for assessing and measuring the corporate social responsibility of the company are examined. Measuring the competitiveness of an enterprise based on the concept of sustainable development is justified. Methodical approaches to the assessment of strategic competitive advantages based on corporate social responsibility are developed.

Key words: corporate social responsibility, competitiveness, competitive advantage, sustainable development, economic indicators, social indicators, environmental indicators.

УДК 330.341.1:347.77/.78]:001.32

Цимбал Л. І.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана*

Дацько М. В.

*студентка
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана*

Tsymbal L. I.

*PhD, associate professor,
associate professor of department of international economy
SHEE 'Kyiv national economy university named after Vadym Hetman'*

Datsko M. V.

*Student,
SHEE 'Kyiv national economy university named after Vadym Hetman'*

РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЯХ КРАЇН

Анотація. У статті проаналізовано ТОП-10 країн за рівнем інновацій, динаміку показників за останні 5 років та окремі індикатори, що визначають інтелектуальний потенціал. Охарактеризовано ключові аспекти інноваційних стратегій усіх країн, що входять до першої десятки ключових інноваторів. Визначено основні аспекти активізації інтелектуального потенціалу в цих стратегіях, визначено спільні характеристики.

Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, інноваційні стратегії, інтелектуальний потенціал.

Вступ і постановка проблеми. Розвиток інновацій на всіх рівнях стає метою розвинених країн. Посилення конкурентної позиції економіки держави в умовах швидкозмінюваних ринків визначає необхідність напрацювання умов для формування інноваційного середовища. На думку Генерального директора ВОІВ, «інновації створюють умови для прискорення економічного зростання країн на всіх етапах розвитку. Однак ці умови не з'являються автоматично. Кожна країна повинна визначити таке поєднання заходів політики, яке дозволить мобілізувати наявний у економіці інноваційний і творчий потенціал» [15].

Основою розвитку інноваційного середовища є інтелектуальний потенціал країни і розширення можливостей використання інтелекту (як основи якісного зростання економіки) стає однією з ключових передумов успішності економіки та оцінки її лідерського потенціалу в цих умовах. Зміна якісної основи розвитку економіки вимагає переосмислення ролі інтелекту в процесі господарювання, що актуалізує питання інтелектуального потенціалу та ефективності його реалізації для нарощення конкурентоспроможності економіки на основі інновацій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання інтелектуального потенціалу та інноваційного розвитку