Л.І. Тертична, канд. екон. наук, доц.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВЛАСНІСТЮ НА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА

В статті досліджуються інституційні умови і чинники, що забезпечують розвиток власності на інтелектуальний капітал фірми, основні параметри і показники, що характеризують ефективність управління інтелектуальним капіталом підприємства з точки зору базисності системи власності на даний капітал.

The article examines the institutional conditions and the factors that ensure the development of property on the intellectual capital firm, the basic parameters and indicators that characterize the effectiveness of intellectual capital management in terms of the ownership basis of this capital.

В умовах швидких технологічних змін та динамічної конкуренції головним ресурсом підвищення конкурентоспроможності підприємства стає його інтелектуальний капітал та використання інтелектуальної власності. Власність на інтелектуальний капітал підприємства є суспільною формою відносин, що виникають між безліччю економічних агентів з приводу привласнення творчих, або капіталоорієнтованих корпоративних знань. Якщо інститути, що регулюють зазначені відносини, відображають уподобання працівників при виконанні своїх виробничих функцій, вважаються справедливими, то в персоналу підприємства формується і відтворюється стійка мотивація до творчо-трудової діяльності щодо створення (творчого привласнення) інтелектуальних цінностей. Природно, що в протилежній ситуації такої мотивації не виникає, і підприємство закономірно втрачає свої конкурентні переваги.

Проблематика управління інтелектуальним капіталом та інтелектуальною власністю підприємства в сучасних умовах дуже складна і різнобічна. Різні аспекти досліджуваних питань розглянуті у доробку зарубіжних учених: С. Брю, Д. Белла, В. Гойла, П. Друкера, В. Іноземцева, А. Тофлера, Е. Тодда та ін. Значний внесок у дослідження різних аспектів формуваня і використання інтелектуального капіталу внесли такі вчені як С. Бандур, Д. Богиня, О. Грішнова, І. Петрова. Дослідженню інтелектуальної власності присвячені публікації В. Базилевича, О. Бутніка-Сіверського, В. Гейця, А. Гриценко, Г. Задорожного, В. Мандибури, Ю. Ніколенка, А. Чухна та ін.

Мета даного дослідження полягає в тому, щоб виявити і обґрунтувати інституційні умови і чинники, що забезпечують розвиток власності на інтелектуальний капітал фірми. Свідомий та цілеспрямований пошук, виробництво і впровадження відповідних інститутів забезпечують підвищення ефективності управління власністю на інтелектуальний капітал підприємства. Існуючі дослідження в сфері виявлення сутності та соціально-економічного змісту системи власності на інтелектуальний капітал підприємства дозволяють виділити наступні принципові теоретичні та науково-практичні положення. По-перше, управління власністю на даний капітал є базисною соціально-економічною основою процесу управління інноваційно орієнтованим підприємством. Пояснюється це тим, що ключовою «рушійною силою» творчості будь-якої фірми, є мотивація реальних, а не номінальних власників. З пізнавальної точки зору, будь-яке виробництво є свідомо організованою,

цілеспрямованою взаємодією розумової діяльності та знання, і саме розумова діяльність є функцією «мотиваційної амбітності» конкретних осіб і творчих корпоративних груп підприємства [1, с. 45].

По-друге, існуюча концепція управління інтелектуальною власністю підприємства не віддзеркалює сучасні загальні управлінські парадигми, що вимагають безумовного виконання наказів, в системі інтелектуального виробництва та інноваційної економіки в цілому [2, с. 15]. Сутність зазначеного недоліку полягає в тому, що традиційний погляд на інтелектуальну власність стосується лише системи формалізованих інтелектуальних знань, свідомо перетворених на об'єкти інтелектуальної власності. Проте, з точки зору даного дослідження, інтелектуальна власність розглядається не у вузькому значенні, а розширювально, включаючи масштабну і багаторівневу систему неявних індивідуальних і корпоративних знань.

Підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю підприємства можна розглядати як підвищення ефективності управління даною власністю саме в широкому значенні, що включає свідомий та цілеспрямований вплив на систему знань. Відмінність такого підходу до управління інтелектуальною власністю від традиційного носить принциповий характер, оскільки «звичайний» зміст даного управління не зачіпає так званого процесного знання, що формується і функціонує в межах економічного простору, що розглядається. Іншими словами, дослідницька програма формування, розвитку та управління інтелектуальною власністю підприємства, що діє, має відношення, швидше, до «явища» інтелектуального капіталу фірми, а не до його «сутності».

Зазначене означає, що основні управлінські зусилля менеджерів інтелектуального капіталу мають бути спрямовані не стільки на формалізацію існуючого інтелектуального знання, скільки на виробництво, поширення і подальше використання нового корпоративного знання. Ця обставина з новою силою актуалізує зростаючу творчу роль економічного простору, де знання створюються, розвиваються, а також виявляється їх цінність і корисність, без чого в принципі безглуздо вести мову про інтелектуальну власність як таку. Таким чином, сфера свідомої діяльності в сфері підвищення ефективності управління власністю на інтелектуальний капітал підприємства, з одного боку, розширюється, втрачаючи контури «ринкового фундаменталізму».

З іншого боку, неринковий сектор формування системи інтелектуальної власності постає як базисний відносно традиційного ринкового сектора. У цьому значенні можна констатувати, що власність на інтелектуальні явні знання у відомому значенні виступає як функція власності на інтелектуальні неявні знання. Звідси і управління об'єктами інтелектуальної власності у формі явних знань постає як функція якісних параметрів управління власністю на інтелектуальний капітал співробітників організації. В зв'язку з цим важливо усвідомити, що в справі підвищення ефективності управління даною власністю, так звані «ринкові сигнали» відіграють важливу, але не ключову економічну роль.

Базисна роль інтелектуальної власності підприємства як об'єкту корпоративного управління обумовлює однойменну значущість відповідного менеджменту. Як випливає з тлумачення сутності власності, управління будь-якою власністю безпосередньо узгоджується з управлінням відповідних суспільних форм, або інститутів. Отже, проблематика ефективності управління інтелектуальним капіталом підприємства трансформується в проблему управління його інституційним капіталом. Звідси і виникає

потреба підвищення ефективності управління інституційним капіталом підприємства, що одночасно є умовою і чинником підвищення ефективності корпоративного менеджменту. Дана обставина зумовлює важливість і необхідність формування і розвитку інституційного менеджменту як нового напряму у сфері інтелектуалізації корпоративного виробництва і відповідного управління.

Зважаючи на специфіку інтелектуального виробництва в межах організації, управління інтелектуальним капіталом підприємства як об'єктом власності не вписується в рамки традиційних уявлень щодо управління як такого. Тут, з одного боку, актуалізується наноекономічний управлінський аспект, пов'язаний з об'єктивною індивідуалізацією інтелектуальної діяльності в системі економічного корпоративного простору [3, с. 114]. З іншого боку, необхідна змістовна корекція управління інтелектуальною власністю підприємства як цілісним утворенням, що зумовлює необхідність збереження елементів традиційної єрархічної влади.

Проте слід підкреслити, що управлінська ієрархія в даному випадку не підміняється, а доповнюється і диверсифікується в природні економічно демократичні, мережеві форми управління, де керує не сила економічної влади, а влада інтелекту, творчого розуму. Так, А. К. Казьмін зазначає, що всяка творча особа, інтелектуал має право претендувати на те, щоб в межах корпорації ним керував інтелектуал більш високого рівня не з точки зору службового становища, а з точки зору рівня явних і неявних інтелектуальних знань [4, с. 72]. У зв'язку з цим виникає потреба в формуванні і розвитку наноекономічного рівня управління інтелектуальною власністю особи як індивіда та особи як члена корпоративного співтовариства.

Зазначений наноекономічний рівень управління інтелектуальним капіталом як об'єктом індивідуального привласнення (власності особи як члена організації) обумовлює необхідність детальнішої структуризації системи неявних інтелектуальних знань, що є інтелектуальним прихованим капіталом індивіда. В економіці знань формується специфічна верства співробітників підприємства, яких Г. Б. Клейнер називає «корпоративними жерцями», що є носіями невід'ємного потаємного знання. При цьому навряд чи слід вважати, що «...предметною сферою цих знань є лише зовнішнє середовище – організація ринку, маркетинг, конкуренція, або, навпаки, лише внутрішнє середовище підприємства – доступ до ресурсів, інформації, механізми прийняття і реалізації потрібного рішення тощо. В загальному випадку йдеться про розуміння: а) того, що і чому відбувається на підприємстві; б) того, що і чому відбувається на ринку; в) які можливості та спроможність і підприємства, і його зовнішнього середовища. Тут поєднуються відомості, відчуття і передчуття, що стосуються підприємства, його потенціалу та можливостей, а також напрямків їх якнайкращого використання.

За типом особи носій корпоративного «потаємного знання» повинен являти собою нетривіальне поєднання «корпоративного інтроверта» і «корпоративного екстраверта», оскільки, по-перше, він в думках ототожнює себе з підприємством і, по-друге, його знання спрямоване як всередину підприємства, так і назовні; як у минуле підприємства, так і в його майбутнє» [5, с. 146]. Таким чином, в межах економічного простору, що розглядається, особа, яка виступає як член корпоративного співтовариства, по-перше, здійснює творчо-трудовим способом привласнення нових знань; по-друге, ця ж особа здійснює, з тим чи іншим ступенем ефективності, використання цих знань в творчому процесі. Зазначений

ступінь ефективності є функцією відповідної мотивації співробітника, яка, в свою чергу, визначається якістю інституційного менеджменту підприємства.

Зазначені вище висновки дозволяють уточнити основні параметри і виявити деякі показники, що характеризують ефективність управління інтелектуальним капіталом підприємства з точки зору базисності системи власності на даний капітал. Насамперед слід звернути увагу на два «факторні» параметри даної ефективності. Перший параметр безпосередньо пов'язаний з системою власності на інтелектуальний внутрішній капітал, причому цей капітал поділяється на наноекономічний (внутрішньоособовий) і безпосередньо внутрішній капітал підприємства (внутрішньофірмовий). Відмічений параметр не пов'язаний з ринковою діяльністю підприємства безпосередньо, а характеризує сферу творчого, творчо-трудового привласнення нового знання.

Другий параметр пов'язується з системою власності на ринково орієнтовані інтелектуальні активи підприємства, що в сучасній економічній і юридичній літературі зазвичай визначається як інтелектуальна власність. Зауважимо, що система ринково орієнтованої власності підприємства на інтелектуальний капітал безпосередньо «стикається» з інститутами-умовами, що характеризують ефективність і якість зовнішнього середовища, що інститути-умови є цілком сприятливими для вирішення внутрішньофірмових завдань стійкого економічного розвитку [6, с. 97]. Іншими словами, зовнішня складова інституційного середовища сучасного підприємства розглядається як вирішене макроекономічне завдання.

В системі наноекономічного і внутрішньофірмового привласнення творчих знань показники ефективності даного управління пов'язані з якістю та кількісними оцінками економічної діяльності, або обміном-спілкуванням, що розвиває членів організації. Тобто, йдеться про показники, що створюють, з одного боку, неявні знання кожного члена корпорації, а з іншого боку, – всього корпоративного співтовариства як цілісного утворення.

Менеджмент інтелектуального капіталу в даному випадку спрямовується на розширення та інтенсифікацію обміну-спілкування, що розвиває всіх членів персоналу, оскільки лише в цьому випадку створюються і, одночасно, споживаються всіма учасниками спілкування нові знання. Проте саме таке творче спілкування є процесом індивідуального і внутрішньофірмового створення нового знання, якщо менеджери організовують дискусії в межах досягнення нових творчих цілей організації та вирішення відповідних завдань.

З кількісної точки зору показники ефективності управління інтелектуальним капіталом підприємства, або управління корпоративними знаннями можна сформулювати наступним чином.

1. Кількісний показник залучення всіх членів персоналу до різних видів і форм перепідготовки та підвищення кваліфікації (стажування, корпоративні конференції та семінари, відеоконференції з спорідненими підприємствами, розвинені форми самоосвіти тощо). Проте, йдеться не про традиційні механізми навчання персоналу, а про створення системи, з одного боку, безперервної корпоративної освіти, а з іншого боку, – випереджаючого зростання інтелектуального рівня співробітників. У даному випадку, коефіцієнт безперервного навчання персоналу (КБНП) повинен наближатися до одиниці, що свідчило б про стовідсоткове охоплення персоналу різними формами економічного навчання. Зазначений коефіцієнт не завжди безпосередньо характеризує ступінь охоплення персоналу такими формами навчання, які безпосередньо пов'язані з поточними

цілями організації. Одночасно, нераціонально займатися довільним навчанням персоналу, тобто лише віддалено пов'язаним із специфікою діяльності підприємства.

2. Кількісний показник мережевих творчих груп і підгруп, що діють в межах конкретних цільових корпоративних проектів. Відмінність цих груп і підгруп від зазначених вище форм безперервного навчання персоналу полягає в тому, що розвиває обмін-спілкування, і створення знань відбувається заздалегідь в актуалізованому напрямку. Якщо в першому випадку нові знання стають надбанням інтелектуального потенціалу суб'єкта і носять більшою мірою інформаційний характер, то в даному випадку знання спочатку стають творчою рушійною силою, інтелектуальним капіталом. В інноваційній економіці та в діяльності інноваційно орієнтованої організації кількість мережевих творчих груп або кількість учасників в якій-небудь спільній групі є абсолютно необхідним чинником стійкої динаміки економічного зростання. Сутність відповідного менеджменту полягає в тому, щоб, з одного боку, науково обгрунтовано сформулювати мету і творчі завдання підприємства, а з іншого боку, – створити додаткові організаційні умови для формування творчих груп «за інтересами». Це дає можливість виділити так званий коефіцієнт творчої «мережевізації» підприємства (КТМП), що характеризує ступінь участі та залученості співробітників до відповідної діяльності та який також повинен наближатися до одиниці.

3. Кількість «творців» в межах організації, тобто працівників, що є творцями економічної культури і економічного менталітету підприємства. Крім того, корпоративні «творці» створюють неформальні норми і правила великої кількості невидимих і слабо відчутних трансакцій, які непідвладні офіційним структурам корпоративної влади. Але саме ця частина творчого персоналу організації визначає внутрішню логіку і спрямованість діяльності всієї структури в її внутрішньому аспекті, саме ці люди створюють економічну історію фірми, будучи авангардом її корпоративної культури, іміджу та репутації.

4. Кількісний показник творчих груп «за інтересами», в межах яких здійснюється розширенне відтворення неявних і явних знань внаслідок так званого «перехресного запилення розумів». Сутність даного методу полягає в створенні умов для синергетичного ефекту високого рівня, де результативність пізнавальної діяльності безпосередньо узгоджується з різними імпровізаціями і творчою інтуїцією співробітників, що займаються різними, іноді не пов'язаними між собою, видами творчої діяльності [7, с. 46]. Нові знання тут створюються на «міждисциплінарних стиках», що утворюються внаслідок свідомо організованої взаємодії між представниками різних професій та освітніх статусів. Як показує пізнавальна практика, в системі «перехресного запилення розумів» виникають неординарні, деколи непередбачувані думки учасників творчого спілкування, що є основою створення очікуваних інтелектуальних новітніх знань і подальших інновацій.

Стосовно управління «міждисциплінарним» інтелектуальним капіталом важливо, насамперед, визначати коло творчих завдань, що вимагають міждисциплінарного впливу відповідних учасників формального і неформального спілкування. Крім того, потрібно кожного разу обгрунтовано підбирати склад учасників передбачуваних обговорень. Конкретним показником ефективності даної форми економічної співпраці може бути кількість створених і діючих подібних міждисциплінарних груп; кількість вирішених завдань цими групами. Менеджмент інтелектуального капіталу тут безпосередньо узгоджується з цілеспрямованим створенням таких груп (стаціонарних і під конкретні завдання), а також із створенням сприятливих інституційних умов їх функціонування. Роль лідера в таких групах

визначається виключно особливостями вирішуваного міждисциплінарного завдання, а не службовим становищем того чи іншого члена персоналу.

Якісні показники даного параметра та його кількісні характеристики узгоджуються з конкретним соціально-економічним результатом інтелектуальної діяльності підприємства.

Менеджмент інтелектуального капіталу, з точки зору форм і способів творчого привласнення новітніх знань, сприяє трансформації звичайної економічної культури підприємства в культуру постійних економічних інновацій, або в інноваційну економічну культуру організації. Під економічною культурою підприємства прийнято розуміти систему певних цінностей, яких дане підприємство дотримується. Економічна культура є стійким утворенням, що, з одного боку, є узагальненим продуктом менеджменту організації, а з іншого боку, – визначає логіку і спрямованість самого управління, зокрема і інтелектуальним капіталом.

Економічна культура інноваційно орієнтованого підприємства, підприємства з розвиненими формами розширеного відтворення новітніх знань якісно відрізняється від однойменної культури звичайної організації. Економічна культура підприємства з виразними формами інноваційно-інтелектуальної діяльності характеризується тим, що тут конституюючою цінністю є інтелектуальна інновація. Звідси і виникає соціокультурний феномен в економічній дійсності під назвою «економічна культура інтелектуально-інноваційного підприємства». У системі цінностей підприємства, в якому має місце економічна культура нової якості, важливу роль відіграють такі явища і процеси, як творча діяльність, різні творчі імпровізації, інтелектуальна інтуїція, будь-які форми внутрішньофірмового і позакорпоративного спілкування, шанобливе ставлення до інновацій і новаторів, шанування інтелектуалів, а не адміністраторів тощо.

Таким чином, економічна корпоративна культура інтелектуальної якості є система внутрішньофірмових цінностей, що відображають пріоритетний характер формування і розвитку творчих, гуманістично спрямованих інновацій, що забезпечують їх високоефективну реалізацію. Створення даної культури є ключовим завданням менеджменту інтелектуального капіталу, оскільки система зазначених внутрішньофірмових цінностей є не що інше, як специфічне, насамперед, неявне корпоративне знання. Наявність і функціональність цього знання має як внутрішні, так і зовнішні форми прояву. До внутрішніх слід віднести вже названі кількісні змінні: кількість і роль корпоративних творців, розуміння ролі і значення «перехресного запилення розумів», наявність і розвиток творчих мережевих груп і підгруп, усвідомлення важливості безперервної і випереджаючої освіти співробітників тощо. Зовнішні змінні параметри безпосередньо узгоджуються з такими явищами-активами, як інтелектуальна привабливість організації, специфіка сприйняття підприємства зовнішніми агентами, імідж і ділова репутація тощо.

Економічна корпоративна культура інтелектуальної якості тісно пов’язана з економічним корпоративним менталітетом, під яким слід розуміти саме внутрішню специфіку сприйняття персоналом даного підприємства тих або інших явищ об’єктивної та суб’єктивної дійсності. В даному випадку йдеться не стільки про сформованих і одержуючих творчу апробацію цінностях організації, скільки про оцінку того, що може або не може набути статус цінності. Якщо сама система прийнятих цінностей є корпоративною культурою організації, то специфіка сприйняття і оцінювання відповідних явищ постає як

процесне неявне знання, або «канал сприйняття», який може і не «пропустити» яку-небудь внутрішню або зовнішню новину.

Сам економічний менталітет є найважливішою культурною цінністю підприємства. Отже, відвертість і готовність персоналу підприємства сприймати різного роду інтелектуальні інновації можна кваліфікувати, з одного боку, як його інноваційно орієнтований економічний менталітет, а з іншого боку, як найважливіший елемент економічної корпоративної культури фірми. Якщо цінність фірми втілена в її персоналі, то цінність персоналу полягає, перш за все, в його корпоративному менталітеті та корпоративній культурі. Очевидно, що підприємство, в особі його персоналу, є колективним власником корпоративного менталітету та культури: чим вище творчий потенціал даних явищ, тим вище цінність самого підприємства. Зрозуміло, що йдеться не про матеріальні об'єкти привласнення і власності, а про об'єкти неявного знання, які не можна побачити і торкнутися, але без яких немає якісної визначеності, а тому і цінності конкретної організації.

Крім того, згідно з логікою формування і розвитку власності на інтелектуальний капітал та інтелектуальну власність, необхідно відзначити, що в системі економічного простору підприємства виникає і відтворюється складна система соціальних внутрішньофірмових відносин, що вимагають відповідної інституціоналізації. Одночасно, інституційна внутрішня система підприємства сама є певним наслідком функціонування економічного менталітету і відповідної культури. Можна зробити висновок, що в системі інтелектуальної власності підприємства найважливішу роль віграє власність на інституційний внутрішній капітал, прибутковість якого безпосередньо узгоджується, як із скороченням внутрішніх трансакційних витрат, так і зі створенням самих умов для відповідних трансакцій. Інтелектуальна якість інституційного внутрішнього капіталу підприємства визначається ступенем інноваційності створюваних і поширюваних інститутів, частина з яких втілюється в елементах і ланках корпоративної культури і внутрішньофірмового менталітету.

Отже, саме корпорація як системна цілісність є власником своїх неявних знань, що виступають, насамперед, у формі інтелектуально-інноваційного інституційного капіталу підприємства. Будь-яке порушення (руйнування) цієї цілісності об'єктивно призведе до зниження якості або до знищення інтелектуального внутрішнього капіталу фірми. Носієм цього капіталу є весь персонал, в центрі якого знаходяться корпоративні «творці»; будь-які неоптимальні зміни в межах персоналу можуть призвести до негативних, а деколи і незворотних негативних наслідків (наприклад, масове звільнення співробітників знищує корпоративну культуру і відповідного інституційного капіталу фірми).

Інтегральним внутрішнім показником результативності управління власністю на інтелектуальний капітал підприємства може стати його обсяг бази новітніх знань, а також швидкість оновлення цих знань. Причому, навряд чи є можливим здійснити повну оцінку зазначеної результативності, оскільки великий обсяг створюваних новітніх знань залишається в прихованій формі, будучи неявним корпоративним знанням.

Інтегральним зовнішнім показником результативності управління власністю на інтелектуальний капітал підприємства є зміст ринкового попиту на формалізовані знання підприємства. Ці знання оформлені як винаходи, нові види товарів і послуг, різні ноу-хау та інші, завершені і корисні знання, що є власністю даного підприємства. Самі ці

формалізовані знання, що часто мають форму патенту, є специфічною формою «прибутковості» від використання інтелектуального внутрішнього капіталу організації. Прибутковість же формалізованих, ринково орієнтованих корпоративних знань має традиційну грошову форму. Проблема полягає в тому, щоб оптимізувати управлінські механізми, регулюючі взаємодію внутрішньої та зовнішньої системи власності підприємства на свій інтелектуальний капітал, що зумовлює необхідність забезпечення високої ефективності економічної реалізації даної власності, де персонал підприємства і його менеджери повинні виступати як високоефективні власники своїх індивідуальних і корпоративних знань.

Таким чином, для підвищення ефективності управління власністю на інтелектуальний капітал підприємства, насамперед, потрібно забезпечити попит підприємства на менеджерів, що володіють інтелектуальним знанням, мають навички і здібності щодо виробництва та управління інститутами організації. Новітні знання, що створюються і привласнюються, поповнюють базу знань, виявляючи свою цінність для вирішення поточних та інших, можливо, диверсифікованих виробничих завдань. На даному етапі важливі інститути, що мотивують і регулюють процес трансформації неявних знань – в явні, формалізовані знання. Потрібне спеціальне створення і розвиток інститутів, що визначають параметри інтелектуальної ренти для відповідних співробітників і груп, що створюють новітні знання. Очевидно, що тут необхідна певна «шкала оцінювання» відповідних творчих досягнень членів персоналу, де фіксуються конкретні результати творчого процесу. Інноваційні форми (інститути) прогресивного виробництва і привласнення новітніх знань, що отримали апробацію, цілеспрямовано розповсюджуються, з часом набувають вигляд корпоративного економічного менталітету і економічної культури. Даний менталітет і культура стають найважливішими елементами нематеріальних активів підприємства, що істотно підвищують його ринкову цінність.

Література:

1. Ходжсон Д. Экономическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории / Джеффри Ходжсон. – М.: Дело, 2003. – 345 с.
2. Корсун В. А. Системное управление инновационной деятельностью персонала как ресурс конкурентоспособности предприятия / В. А. Корсун. – М.: Издательство «Учеба» МИСиС, 2007. – 154 с.
3. Экономика знаний: Коллективная монография / Под ред. проф. В. П. Колесова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 374.
4. Казьмин А. К. Объект исследования интеллект человека / А. К. Казьмин // Наука в России. – 2004. – № 3. – С. 69-75.
5. Макаров В. Л. Микроэкономика знаний / В. Л. Макаров, Г. Б. Клейнер. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. – 204 с.
6. Клейнер Г. Б. Инновационная экономика и современный менеджмент. Международная академия менеджмента. Научные труды. Выпуск IX. – М.: IAM, 2008. – 240 с.
7. Лукичева Л. И. Управление интеллектуальным капиталом. – М.: Омега-Л, 2007. – 184 с.