

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто сутність та види інтелектуальних ресурсів торговельного підприємства. Визначено особливості та запропоновано систему управління інтелектуальними ресурсами торговельного підприємства.

Ключові слова: *інтелектуальні ресурси, інтелектуальний капітал, управління інтелектуальними ресурсами.*

В умовах ринкової економіки для більшості торговельних підприємств запорукою успішної діяльності є ефективність управління інтелектуальними ресурсами, які виступають домінантними у складі ресурсів підприємства з точки зору формування і використання потенціалу підприємства, оскільки безпосередньо персонал підприємства на основі використання знань, умінь, навичок (що розглядаються як складова продуктивних сил), інформаційних технологій, під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів здійснює управління матеріальними ресурсами з метою забезпечення прибутковості діяльності підприємства.

Отже, для забезпечення ефективності управління підприємством торгівлі на сучасному етапі необхідно здійснювати облік, оцінку, ефективне використання та пошук і використання можливостей нарощування інтелектуального капіталу підприємства, оскільки інтелектуальні ресурси торговельного підприємства є наслідком інтелектуальної діяльності окремих спеціалістів і підрозділів підприємства, а отже, його трудового колективу.

Питання щодо забезпечення ефективності використання інтелектуальних ресурсів розглядаються в роботах багатьох вітчизняних і закордонних вчених, серед яких слід виділити: І.В. Бриль [1], П.В. Карпуніна [3], Б. Мільнер [4], І. Піняк [6], Н.І. Норіцину [7]. Причому основна увага приділяється питанням розгляду сутності і характеристики інтелектуальних ресурсів, визначенню стратегій управління інтелектуальними ресурсами, обґрунтуванню методів оцінки інтелектуальних ресурсів. Однак питанням маркетингового підходу щодо формування і використання інтелектуальних ресурсів торговельними підприємствами, а також забезпеченню системного підходу до управління інтелектуальними ресурсами як фактору забезпечення його ефективності не приділяється належна увага, що і обумовило актуальність теми нашої статті.

Метою статті є розгляд сутності та видів інтелектуальних ресурсів торговельного підприємства, визначення особливостей управління інтелектуальними ресурсами торговельного підприємства та розробка системи управління інтелектуальними ресурсами торговельного підприємства.

Аналіз наукових публікацій свідчить, що концепція управління інтелектуальними ресурсами торговельних підприємств знаходиться на стадії становлення, а тому, незважаючи на те, що поняття «інтелектуальні ресурси» активно

використовується в наукових дискусіях, дотепер у літературі не існує єдиного визначення цієї категорії, недостатньо досліджені і особливості управління ними.

Для визначення сутності поняття «інтелектуальні ресурси», розглянемо поняття «інтелектуальний капітал» та «інтелектуальний потенціал».

Згідно погляду І.В. Бриль, інтелектуальний капітал слід розглядати як сукупність здібностей та знань, які мають економічну цінність і використовуються у виробничій системі, орієнтованій на задоволення потреб суспільства з метою підвищення економічного потенціалу, його використання та одержання доходу; інтелектуальний потенціал слід розглядати як можливості, надані інтелектуальними ресурсами в даний час і в майбутньому, що можуть бути використані для досягнення певної мети, розв'язання будь-якого завдання; тобто інтелектуальний капітал – це ресурси досягнення мети, а інтелектуальний потенціал – це можливості її досягнення [1]. Отже, можна зробити висновок, що І.В. Бриль певною мірою ототожнює поняття інтелектуального капіталу і інтелектуальних ресурсів.

Також слід зазначити, що визначення сутності інтелектуального капіталу не повинно обмежуватись здібностями та знаннями, які мають економічну цінність і використовуються у виробничій системі; воно повинно містити, окрім людських авуарів, також нематеріальні активи (програмне забезпечення, бази даних, торгові знаки, бренди тощо), які використовуються з метою забезпечення досягнення не лише економічних, але й технологічних і організаційних цілей підприємства.

Таким чином, сутність поняття «інтелектуальний капітал» полягає не тільки в результативному застосуванні й використанні інтелектуальних ресурсів (що є його складовими), але й в обов'язковості одержання стійкого додаткового доходу власником підприємства.

Інтелектуальні ресурси доцільно визначати як умовно матеріалізовані та нематеріалізовані активи підприємства, що являють собою сукупність знань, умінь, навичок та накопиченого досвіду, носієм яких є персонал підприємства та результати інтелектуальної діяльності, технологічні та організаційно-методичні рішення щодо різних сфер діяльності підприємства. Тобто інтелектуальні ресурси – це фактор потенційної ефективності діяльності підприємства, що повинен оптимально використовуватись за мінімальних витрат підприємства.

Більшість авторів виділяють такі види інтелектуальних ресурсів: людські, структурні або організаційні, клієнтські або ринкові.

Н.І. Норіцина [7, с. 94-96] запропонувала свій перелік видів інтелектуальних ресурсів:

- об'єкти інтелектуальної власності (авторські права, винаходи, зразки, найменування, торгові марки, комерційні таємниці тощо);
- інтерспецифічні ресурси (утворюються в результаті взаємодії персоналу підприємства з матеріалізованими і нематеріалізованими активами підприємства, що базується на знаннях та досвіді, техніці, технологіях, процесах організації діяльності тощо);
- інфраструктурні ресурси (утворюються сукупністю корпоративної культури, управлінськими процесами, інформаційними технологіями, мережеви-

ми ресурсами, виробленими стандартами та сучасними концепціями управління і підприємництва);

– маркетингові ресурси, що створюють підприємству конкурентні переваги (маркетингові стратегії та програми, позиція на ринку, клієнти, договірні відносини, ділове співробітництво, франшизи, система рітейлу тощо).

Критичний аналіз останніх публікацій дав змогу запропонувати підхід щодо виділення видів інтелектуальних ресурсів торговельного підприємства, викладений в таблиці 1.

Таблиця 1 – Типологія інтелектуальних ресурсів торговельного підприємства

Вид ресурсів	Характеристика
Людські	Знання, освіта, кваліфікація, досвід, навички, особисті зв'язки, корисні риси характеру (ініціативність, гнучкість, доброзичливість, відповідальність, стратегічна спрямованість мислення, здатність до самокорекції, принциповість тощо), забезпечення максимального використання трудового потенціалу, компетенції тощо
Технологічні	Бази даних, інформаційні системи, інформаційні технології, стандарти та процедури управління, сучасні концепції і інструменти управління, програмне забезпечення, мережеві системи зв'язку, методичні розробки, ноу-хау тощо
Структурні	Корпоративна культура, організаційна структура, засоби комунікації, соціальні відносини, система управління тощо
Маркетингові	Марки товарів, маркетингові стратегії та програми, позиція на ринку, клієнти, договірні відносини, ділове співробітництво, франшизи, система рітейлу, ліцензії, уподобання покупців, портфель замовлень, найменування, сервіс, ціноутворення, стимулювання збуту тощо

У сучасних умовах зростання невизначеності ринкових структур і меж, гіперконкуренція і нестійкість конкурентних переваг торговельних підприємств, складність передбачення якісних змін середовища функціонування найбільш важливого значення набуває питання забезпечення конкурентоспроможності діяльності торговельного підприємства.

Головними інструментами конкурентної боротьби в цій ситуації стають:

1) орієнтація на споживача, більш докладне врахування його індивідуальних потреб;

2) постійне вдосконалювання бізнес-процесів.

Обидві ці стратегії вимагають ефективного використання інтелектуальних ресурсів, більше того, вони засновані на цих ресурсах. Крім того, ці інструменти входять у блок інструментів маркетингового управління, тобто необхідно говорити про посилення ролі маркетингового управління інтелектуальними ресурсами на сучасному етапі, що і є якістю основної особливості управління інтелектуальними ресурсами торговельного підприємства.

Таким чином, створення ефективної системи управління інтелектуальними ресурсами не можливе без використання систем управління, заснованих на концепції маркетингу, оскільки саме вони передбачають найбільш повне врахування потреб всіх учасників ринку, у тому числі й працівників підприємств. А це, у свою чергу, сприяє найбільш повному розкриттю інтелектуального потенціалу працівників.

Маркетингове управління інтелектуальними ресурсами організації слід розглядати як процес планування й реалізації потенціалу інтелектуальних ресурсів організації, спрямований на здійснення політики сталого розвитку організації, що й задовольняє як її співробітників, так і інших учасників ринку.

Під процесом маркетингового управління інтелектуальними ресурсами слід розуміти сукупність дій і заходів, спрямованих на забезпечення ефективного планування, організації й контролю процесів формування, розвитку й використання інтелектуальних ресурсів підприємства, а також мотивації процесів формування й збільшення інтелектуальних ресурсів.

Таким чином, метою маркетингового управління інтелектуальними ресурсами торговельного підприємства має стати досягнення максимального результату від їхнього використання за мінімізації витрат на дані ресурси, що виникають на різних стадіях реалізації продукції за одночасної максимізації задоволення потреб співробітників організації і її клієнтів. Завданнями маркетингового управління інтелектуальними ресурсами є:

- планування, організація, контроль і регулювання процесів формування й збільшення інтелектуальних ресурсів;
- створення необхідної творчої атмосфери, забезпечення розвитку співробітників і їхньої мотивації до формування й збільшення інтелектуальних ресурсів;
- створення організаційно-методичної бази маркетингового управління інтелектуальними ресурсами й умов її ефективного використання;
- організація, контроль і регулювання процесу інформаційного забезпечення управління інтелектуальними ресурсами підприємства;
- планування, організація та контроль процесу формування товарного портфеля;
- планування, організація, контроль і регулювання процесів використання інтелектуальних ресурсів у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства.

Окрім маркетингового підходу щодо управління інтелектуальними ресурсами підприємства, слід забезпечити реалізацію певних заходів, котрі сприятимуть ефективності управління інтелектуальними ресурсами торговельного підприємства, основними з яких є:

- формування реєстру об'єктів інтелектуальної власності;
- облік раціональних пропозицій та аналіз їхньої потенційної і реальної реалізації;
- формування типових форм звітності у сфері управління інтелектуальними ресурсами;
- автоматизація процесу управління;

– облік і використання охороноздатних результатів інтелектуальної діяльності підприємства.

Забезпеченню ефективності управління інтелектуальними ресурсами підприємства також сприятиме використання системного підходу. Систему управління інтелектуальними ресурсами слід розглядати як сукупність елементів її підсистем: забезпечення цільової та функціональної, спрямовані на досягнення цілей підприємства та забезпечення конкурентоспроможності і ефективності діяльності підприємства.

Запропонована структура системи управління інтелектуальними ресурсами підприємства надана на рисунку 1.



Рисунок 1 – Рекомендована структура системи управління інтелектуальними ресурсами підприємства.

Запропоновані підсистеми також можна структурувати залежно від видів інтелектуальних ресурсів торговельного підприємства.

Таким чином, можна зробити такі **висновки**:

1. Інтелектуальні ресурси – це умовно матеріалізовані та нематеріалізовані активи підприємства, що являють собою сукупність знань, умінь, навичок та накопиченого досвіду, носієм яких є персонал підприємства, та результати інтелектуальної діяльності, технологічні та організаційно-методичні рішення щодо різних сфер діяльності підприємства.

2. Інтелектуальні ресурси торговельного підприємства можна поділити на чотири основні групи: людські, технологічні, структурні та маркетингові.

3. Основною особливістю управління інтелектуальними ресурсами торговельного підприємства є необхідність застосування маркетингового підходу, який передбачає реалізацію сукупності дій і заходів, спрямованих на забезпечення ефективного планування, організації й контролю процесів формування,

розвитку й використання інтелектуальних ресурсів підприємства, а також мотивації процесів формування й збільшення інтелектуальних ресурсів.

4. Система управління інтелектуальними ресурсами повинна складатись з підсистеми забезпечення, цільової та функціональної підсистем, що містять необхідні структурні елементи, спрямовані на досягнення цілей підприємства та забезпечують конкурентоспроможність і ефективність діяльності підприємства.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямку є розробка рекомендацій щодо забезпечення маркетингового підходу до управління інтелектуальними ресурсами торговельного підприємства.

Список літератури

1. Бриль І.В. Стратегія управління інтелектуальним потенціалом підприємств: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / І.В. Бриль. – Донецьк, 2012. – 228 с.
2. Интеллектуальный капитал – Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://ru.wikipedia.org>>.
3. Карпунин П.В. Эффективное управление интеллектуальными ресурсами как основа стабильности развития энергетического комплекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://www.csmr.ru/?q=node/200>>.
4. Мильнер Б. Управление интеллектуальными ресурсами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://institutiones.com/general/1072-upravlenie-intellektualnimi-resursami.html>>.
5. Норіцина Н.І. Інтелектуальні ресурси підприємства: охороноздатність та оцінювання / Н.І. Норіцина // Вісник МНТУ. Сер.: Економіка. – 2010. – № 2 (5). – С. 93-102.
6. Піняк І. Інтелектуальні активи як ефективний ресурс економічного розвитку підприємства / І. Піняк // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 1. – С. 33-40.

УДК 334.758

Голобородько А.Ю., канд. екон. наук (ДонНУЕТ, Донецьк)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У статті розглянуто основні мотиви і форми злиттів і поглинань в Україні, виділено особливості та тенденції розвитку ринку злиттів і поглинань у різних галузях економіки.

Ключові слова: злиття, поглинання, форми, мотиви, тенденції, галузь.

Процеси злиттів і поглинань підприємств в Україні почалися на початку 90-х років ХХ ст. і в сучасних умовах становлення економіки набувають особливої актуальності.

Питання особливостей здійснення злиття і поглинання підприємств висвітлені такими вченими, як Патрик Гохан, Г. Баккер, Д. Депаμφіліс, Д. Хардинг,