

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки
(Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975)



Ефективна економіка № 12, 2014

УДК 338.439.5:331.44:631.115.2

С. І. Плотницька,

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту і адміністрування,
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова*

МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

S. Plotnyska,

PhD (Economics), Associated Professor, Associated Professor of Management and Administrating Department, O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

MARKETING MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES INTELLECTUAL RESOURCES

Стаття присвячена розробці маркетингових інструментів управління формуванням і використанням інтелектуальних ресурсів аграрного підприємства. Встановлено, що концепція маркетингового управління найбільш раціонально забезпечує координацію і задоволення потреб учасників процесу управління інтелектуальними ресурсами аграрного підприємства. Впровадження цієї концепції в діяльність аграрних підприємств дозволяє отримувати додаткові конкурентні переваги та посилювати свої ринкові позиції.

The article is devoted to developing marketing management tools formation and use of intellectual resources in agricultural enterprises. Established that the concept of marketing management provides the most efficient coordination and meeting the needs of stakeholders intellectual resources management in agricultural enterprises. The introduction of this concept into the activities of agricultural enterprises can receive additional competitive advantages and strengthen its market position.

Ключові слова: *інтелектуальні ресурси, маркетинг, система управління, маркетинговий інструментарій, організаційна культура.*

Key words: *intellectual resources, marketing, management system, marketing tools, organizational culture.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі інформація, наукові знання, професійний, науковий і культурний потенціали суспільства визначають структуру національної економіки, якість виготовлених продукції і послуг, ефективність функціонування господарства.

Процеси інтелектуалізації виробничих процесів, ускладнення систем управління організаціями обумовлюють необхідність аналізу механізмів управління інтелектуальними ресурсами та інтелектуальним капіталом. Специфічний економічний зміст актуалізує проблеми управління ними як особливими активами сучасної організації.

Необхідний пошук ринкових методів, що забезпечують ефективне управління інтелектуальними ресурсами сучасних підприємств, націлений як на отримання максимально можливого прибутку від використання інтелектуальної діяльності людини, так і на задоволення потреб самого носія інтелектуального потенціалу.

В умовах значного старіння населення України, зменшення загальної кількості висококваліфікованих спеціалістів у сфері АПК та ін., питання ефективного управління інтелектуальними ресурсами аграрних підприємств набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування і розвитку інтелектуальних ресурсів та інтелектуального капіталу аналізувалися в роботах У. Боуена, М. Мелоуна, П. Страссман, Т. Стюарта, У. Шнейдера, Л. Едвінсона. В свою чергу значний вклад у розробку методологічних засад внесли Л. Абалкін, О. Амосов, Д. Богиня, В. Врублевський, Н. Гавкалова, В. Гесць, М. Долішний, О. Даций, М. Дороніна, О.В Кендюхов, А. Колот, В. Куценко, О. Крисальний, О. Бутнік-Сіверський, Н. Лук'янченко, В. Онікієнко, О. Онищенко, Л. Прусак, П. Саблук, В. Ситник, А. Чухно, П. Цибульов.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Проблема ситуація

Однак все ж таки більшість науковців розглядають лише сутність «інтелектуального капіталу», його складові та показники і методи оцінки. Натомість практично відсутні вітчизняні дослідження щодо управління інтелектуальним капіталом організацій, зокрема агропідприємств. Така ситуація спричиняє потребу в розробці відповідного інструментарію управління інтелектуальними ресурсами.

Метою дослідження є розробка маркетингових інструментів управління формуванням і використанням інтелектуальних ресурсів аграрного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтелектуальні ресурси є умовою і основою розвитку підприємства і суспільства в цілому. 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 витратах підприємства. Більшість авторів виділяють такі види інтелектуальних ресурсів: людські, структурні або організаційні, клієнтські або ринкові [6, 7, 10].

Критичний аналіз останніх публікацій дав змогу запропонувати підхід щодо виділення видів інтелектуальних ресурсів агропромислового підприємства, наведений в табл. 1.

Таблиця 1.

Типологія інтелектуальних ресурсів аграрного 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 ритейлу, ліцензії, уподобання покупців, портфель замовлень, найменування, сервіс, ціноутворення, стимулювання збуту тощо

Ефективне управління інтелектуальними ресурсами дає істотні конкурентні переваги і дозволяє підприємствам реалізувати свої стратегічні цілі та завдання. Управління інтелектуальними ресурсами на рівні окремо взятого агропідприємства в даний час пов'язане не тільки з пошуком способів ефективного створення і використання знань та інформації для досягнення поставлених економічних цілей - таких, як зростання прибутку, економія витрат, збільшення обсягів реалізації продукції, але і забезпечення конкурентоспроможності діяльності аграрного підприємства.

Головними інструментами конкурентної боротьби в цій ситуації стають:

- 1) орієнтація на споживача,
- 2) постійне вдосконалювання технологічних та 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 аграрного підприємства.

Таким чином, створення ефективної системи управління інтелектуальними ресурсами не можливе без використання інструментарію маркетингу, оскільки саме він передбачає 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 агропідприємства слід розглядати як процес планування й реалізації потенціалу інтелектуальних ресурсів аграрного підприємства, спрямований на здійснення політики його сталого розвитку, що задовольняє як 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.

Сучасні умови пред'являють особливі вимоги до організації процесу маркетингового управління інтелектуальними ресурсами і обумовлюють доцільність виділення підсистеми маркетингового управління інтелектуальними ресурсами в якості самостійної функціональної підсистеми аграрного підприємства. Передумовами організації самостійної системи маркетингового управління інтелектуальними ресурсами є: різноманіття форм і видів інтелектуальних ресурсів; необхідність створення комплексної стратегії в галузі управління інтелектуальним потенціалом; специфіка інструментів і методів управління інтелектуальними ресурсами; значна кількість служб і підрозділів, що беруть участь в процесі генерації і перетворення інформації про інтелектуальні ресурси; необхідність координації в процесі управління інтелектуальними ресурсами; висока прибутковість угод з об'єктами інтелектуальної власності; високий ризик виникнення недобросовісної конкуренції [2].

Процес маркетингового управління інтелектуальними ресурсами можна визначити як синтезоване використання інструментів менеджменту та маркетингу, ув'язане зі складовими системи мотивації на реалізацію інноваційного потенціалу трудового ресурсу, що дозволяє реструктуризувати елементи системи управління підприємством відповідно до вимог зовнішнього середовища.

Управління інтелектуальними ресурсами агропідприємства передбачає виконання ряду функцій, спрямованих на їх раціональне формування, використання і розвиток. Їх можна систематизувати за окремими напрямками діяльності (рис. 1).



Рис. 1. Система управління інтелектуальними ресурсами агропідприємства на маркетингових засадах

Створення та розвиток системи маркетингового управління інтелектуальними ресурсами, забезпечення умов для її ефективного функціонування, оцінка результативності та пошук шляхів подальшого вдосконалення організації управління - все це найважливіші аспекти маркетингового управління інтелектуальними ресурсами підприємства.

Маркетингове управління інтелектуальними ресурсами підприємства має бути підпорядковане довгостроковим цілям його розвитку, які повинні формуватися, виходячи з сучасного стану його ресурсної бази, положення на ринку і товарної орієнтації.

Перетворення інтелектуального ресурсу може супроводжуватися збільшенням і поліпшенням якісних параметрів самого ресурсу. У зв'язку з цим, характеризуючи життєвий цикл інтелектуальних ресурсів, необхідно звернутися до динамічної моделі їх функціонування та розвитку. З погляду діалектики очевидно, що будь-яка структура не може бути незмінною в часі. В дослідженні розроблена еволюційна концепція відтворення інтелектуальних ресурсів з виділенням трьох стадій циклів знань (рис. 2).

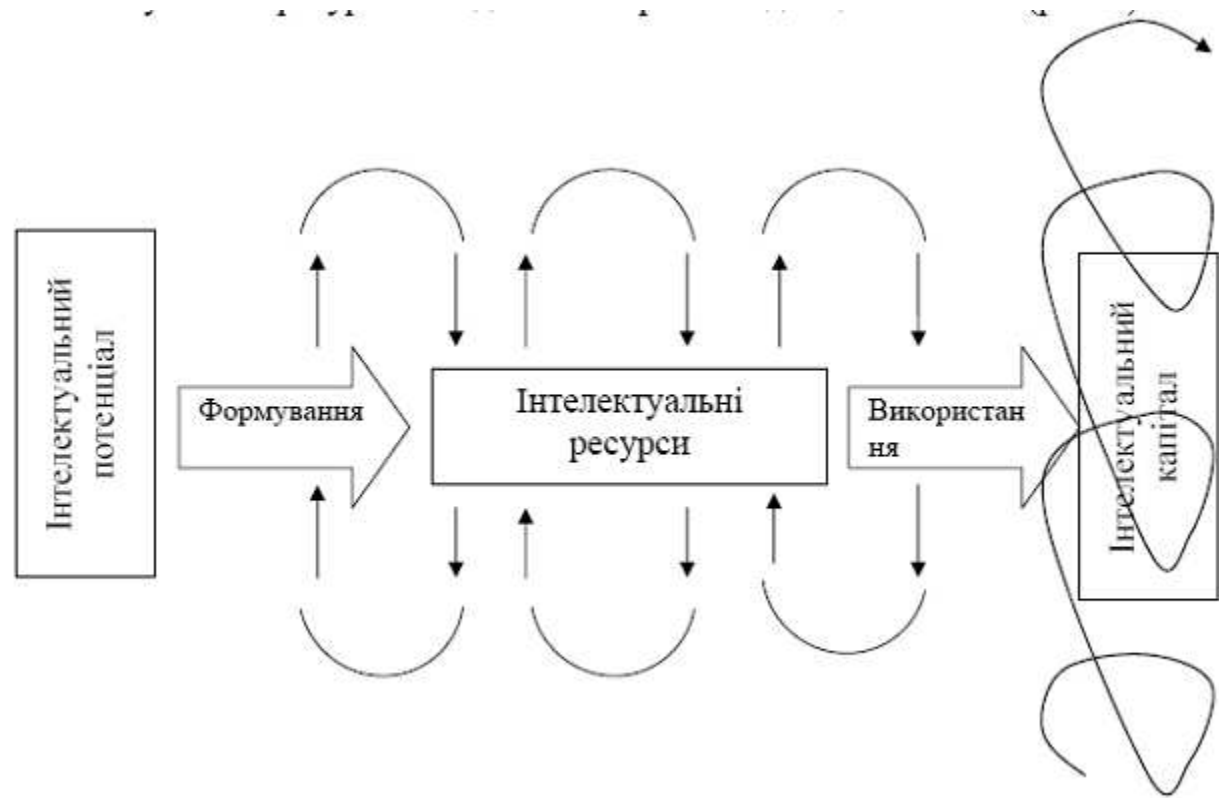


Рис. 2. Цикл та еволюційна спіраль відтворення інтелектуальних ресурсів
Розроблено і доповнено автором за матеріалами [3].

Перший етап характеризує процес формування інтелектуальних ресурсів. Для цього використовуються, в першу чергу, вже наявні інтелектуальні ресурси організації. Тому ефективність процесу їх формування залежить від обсягу та якості складу інтелектуальних ресурсів (чим більше за обсягом і якісніше за складом, тим ефективніше процес формування інтелектуальних ресурсів).

Другий етап пов'язаний з використанням інтелектуальних ресурсів. Тут не тільки споживаються вже наявні знання, вміння, досвід, а й формуються нові, інакше кажучи, відбувається процес самозростання знань.

Третій етап називається реструктуризацією інтелектуальних ресурсів - це їх внутрішній рух, перехід з однієї форми в іншу. По суті, це процес виникнення нових форм знань, як відповідь на вимоги життя [3].

Належне використання інтелектуальних ресурсів підприємства може бути гарантованим тільки через забезпечення належного рівня управління цим процесом. Використання інтелектуальних ресурсів у будь-якій соціально-економічній системі, в том числі і на агропідприємствах, внаслідок незадовільного управління ними неминуче зумовить появу некомпетентних, необґрунтованих рішень з використання доступних ресурсів природи, реалізація яких порушуватиме «гармонійність», «ефективність», «продуктивність» [8].

Дослідження особливостей участі інтелектуального ресурсу в капіталі агропідприємства необхідне для формування, функціонування та створення механізмів управління. При цьому слід розрізняти динаміку власне інтелектуальних ресурсів і динаміку інтелектуального капіталу.

У першому випадку йдеться про процеси збільшення або зменшення реального знання, тобто інтелектуальних ресурсів, якими володіє агропідприємство, процеси, що ведуть до зміни їх якості. У другому випадку визначальним є рух вартості інтелектуальних ресурсів: формування, зростання або зменшення інтелектуальних ресурсів, перенесення вартості інтелектуального капіталу на вироблену продукцію. Безперечно, перший процес є підґрунтям для другого (рис. 3).



Рис. 3. Інструментарій формування та використання інтелектуальних ресурсів
Примітка. Розроблено автором за матеріалами [5]

Загалом можна говорити про зростання ролі неекономічних інструментів маркетингу в управлінні інтелектуальними ресурсами, оскільки в сучасних умовах саме нематеріальні чинники набувають визначального значення, у той час, як матеріальні методи оцінки праці не враховують і не можуть врахувати такі моменти, як свобода у творчості, творчість як процес самореалізації та інші, які, в умовах постіндустріальної економіки, відіграють подекуди вирішальну роль для працівника.

Проте, залежно від умов виробництва, інтелектуальні ресурси потребують різного інструментарію маркетингового управління. Коли організація має справу з управлінням унікальним інтелектуальним капіталом, який об'єктивно обмежений, це веде до специфікації маркетингового інструментарію управління інтелектуальними ресурсами. Значну роль у такому випадку відіграють неекономічні форми мотивації співробітника, зокрема, спеціальний графік робочого часу, відхід від жорсткої ієрархічної структури виробничого процесу, формування комфортних умов праці.

Одним з питань, яке підприємство повинно вирішувати в процесі маркетингового управління інтелектуальними ресурсами, є оцінка ефективності реалізації його заходів. Подібну оцінку внутріорганізаційного маркетингу по формуванню інтелектуального капіталу в рамках управління інтелектуальними ресурсами необхідно здійснювати на регулярній основі не тільки з використанням традиційних методів маркетингу, але і з залученням специфічних методів, використовуваних для дослідження інтелектуального капіталу. Це пояснюється тим, що розміри накопиченого підприємством інтелектуального капіталу залежать від якості управління його інтелектуальними ресурсами, а також від створених на підприємстві умов для реалізації інтелектуальних потенціалів його працівників [11].

Висновки: Одним з напрямків ефективного управління інтелектуальними ресурсами агропідприємства в даний час є концепція маркетингового управління, що забезпечує координацію і найбільш повне задоволення потреб усіх учасників процесу управління інтелектуальними ресурсами. Впровадження даної концепції в діяльність сучасних агропідприємств дозволить їм отримувати додаткові конкурентні переваги, забезпечуючи стійкі позиції на ринку.

В рамках маркетингової концепції удосконалення управління інтелектуальними ресурсами агропідприємства варто виділити такі пріоритетні напрямки:

- моніторинг інформації про наявний інтелектуальний потенціал підприємства;
- визначення доцільності залучення додаткових інтелектуальних ресурсів, наприклад, на умовах аутсорсингу;
- виявлення пріоритетних і найбільш прибуткових сфер діяльності агропідприємства і напрямок найбільш кваліфікованих фахівців на вирішення завдань у цих сферах;
- сприяння підвищенню креативності та інноваційної активності інтелектуальних ресурсів агропідприємства;
- всебічну підтримку навчання і підвищення кваліфікації персоналу агропідприємств з метою розвитку і вдосконалення раніше отриманих знань.

Список використаних джерел.

1. Бриль І.В. Стратегія управління інтелектуальним потенціалом підприємств: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / І.В. Бриль. – Донецьк, 2012. – 228 с.
2. Клепко С.Ф. Наукова робота і управління знаннями: Навчальний посібник. – Полтава: ПОІППО, 2005. – 201 с.
3. Климов, С. Интеллектуальные ресурсы организации. – СПб.: Общество «Знание» Санкт-Петербурга и Ленинградской обл., 2000. – С.131.
4. Лобанов Д. Внутрішній маркетинг персоналу в російських компаніях [Електронний ресурс] / Д. Лобанов - Режим доступу до ресурсу: <http://alls.in.ua/25208-vnutrishnijj-marketing-personalu-v-rosijskih-kompaniyah.html>.
5. Марусинина, Е. Ю. Влияние факторов внешней и внутренней среды на процесс маркетингового управления интеллектуальными ресурсами / Е. Ю. Марусинина // Предпринимательство. – 2007. – № 5, октябрь. – 0,15 п. л.
6. Мильнер Б. Управление интеллектуальными ресурсами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://institutiones.com/general/1072-upravlenieintellektualnimi-resursami.html>>.
7. Норіцина Н.І. Інтелектуальні ресурси підприємства: охороноздатність та оцінювання / Н.І. Норіцина // Вісник МНТУ. Сер.: Економіка. – 2010. – № 2 (5). – С. 93-102.
8. Просвирина И.И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы [Електронний ресурс] // Финансовый менеджмент. – 2004. – № 4. – Режим доступу: <http://masters.donntu.edu.ua/2011/fknt/klimko/ library/tez1.htm>.
9. Піняк І. Інтелектуальні активи як ефективний ресурс економічного розвитку підприємства / І. Піняк //Кендюхов О.В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом: Монографія / НАН України. Інститут економіки промисловості; ДонУЕП. – Донецьк: ДонУЕП, 2008. – 359 с.
10. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / пер. с англ. В. Ноздриной. – М. : Поколение, 2007. – 12 с.
11. Ткач І. Аналіз методів та механізмів управління інтелектуальним капіталом підприємства [Електронний ресурс] // Економічний аналіз. – 2011. – Випуск 8. – Частина 2. – С. 346-350. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/

References.

1. Bryl, I.V. (2012), “Stratehiia upravlinnia intelektualnym potentsialom pidpriemstv”, Abstract of Ph.D. dissertation, 08.00.04, Donetsk, Ukraine, p.228.
2. Klepko, S.F. (2005), *Naukova robota i upravlinnia znanniamy* [], POIPPO, Poltava, Ukraine, p.201.
3. Klymov, S. (2000), *Yntellektualnye resursy orhanyzatsyy* [], Obshchestvo «Znanye» Sankt-Peterburha y Lenynhradskei obl., SPb , Russia, p.131.
4. Lobanov, D. “Vnutrishnii marketynh personalu v rosiiskykh kompaniiakh”, [Online], available at: <http://alls.in.ua/25208-vnutrishnijj-marketing-personalu-v-rosijskih-kompaniyah.html>.
5. Marusynyna, E. Yu. (2007), “Vlyanye faktorov vneshnei y vnutrennei sredy na protsess marketynhovoho upravleniya yntellektualnymy resursamy”, *Predprynymatelstvo*, vol. 5.
6. Mylner, B. “Upravlenye yntellektualnymy resursamy”, [Online], available at: <http://institutiones.com/general/1072-upravlenieintellektualnimi-resursami.html>.
7. Noritsyna, N.I. (2010), “Intelektualni resursy pidpriemstva: okhoronozdatnist ta otsiniuvannia”, *Visnyk MNTU. Ser.: Ekonomika*, vol. 2 (5), pp. 93-102.
8. Prosvyryna, Y.Y. (2004), “Yntellektualnyi kapytal: novyi vzhgliad na nemateryalnye aktyvy”, *Fynansovy menedzhment*, vol. 4, [Online], available at: <http://masters.donntu.edu.ua/2011/fknt/klimko/ library/tez1.htm>.
9. Piniak, I. (2008), *Intelektualni aktyvy yak efektyvnyi resurs ekonomichnoho rozvytku pidpriemstva* [], NAN Ukrainy. Instytut ekonomiky promyslovosti; DonUEP, Donetsk, Ukraine, p.359.
10. Stiuart, T. (2007), *Yntellektualnyi kapytal. Novyi ystochnyk bohatstva orhanyzatsyi* [], Pokolenye, Moscow, Russia, p.12.
11. Tkach, I. (2011), “Analiz metodiv ta mekhanizmiv upravlinnia intelektualnym kapitalom pidpriemstva”, *Ekonomichnyi analiz*, vol. 8, part 2, pp. 346-350[Online], available at: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ (http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/).

Стаття надійшла до редакції 20.12.2014 р.



(<http://www.poligrafua.net/>).

bigmirnet

343

102

(<http://www.bigmir.net/>).

Вропу.

ТОВ "ДКС Центр"