

УДК 338

І. Ю. Гусєва,

асистент кафедри економіки підприємств,

ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В ЗОВНІШНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЇХ ФУНКЦІОНУВАННЯ

FEATURES OF FORMATION OF INTELLECTUAL RESOURCES OF ENTERPRISES OIL AND FAT INDUSTRIES IN THE EXTERNAL ENVIRONMENT THEIR THE FUNCTIONING

*Стаття присвячена визначенню особливостей формування інтелектуальних ресурсів підприємств олійно-жирової промисловості в зовнішньому середовищі їх функціонування. Виокремлено сукупність інтелектуальних ресурсів підприємства, які створюються та функціонують у зовнішньому середовищі. Обґрунтовано необхідність їх використання з метою реалізації стратегічних намірів, формування стійких конкурентних переваг та потенційних можливостей розвитку, збільшення ринкової вартості підприємства.*

*Article devoted to defining features of the formation of intellectual resources of enterprises oil and fat industries in the external environment their the functioning. Singled out a set of intellectual resources of the enterprise that are created and function in the external environment. Substantiated necessity of using them in order to implement the strategic intentions, formation of sustainable competitive advantages and potential possibilities of development, increase the market value of the company.*

*Ключові слова: інтелектуальні ресурси, зовнішнє середовище, конкурентні переваги, стратегія розвитку, ринкова вартість підприємства.*

*Key words: intellectual resources, external environment, competitive advantage, strategy development, market value of the enterprise.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Динамічний розвиток ринкового середовища потребує формування стійких конкурентних переваг, пошуку альтернативних інноваційних напрямів та інструментів підвищення ефективності функціонування сучасних підприємств. Діяльність підприємств базується на використанні ефективних, адаптованих до сучасних умов розвитку механізмів менеджменту. Формування ефективної стратегії розвитку суб'єктів господарювання в умовах невизначеності і динамічності зовнішнього економічного середовища потребує використання всіх наявних та залучення інноваційних ресурсів. Розвиток підприємств неможливий без комплексного і системного управління інтелектуальними ресурсами, а саме тією частиною, яка створюється в зовнішньому середовищі. Ідентифікація інтелектуальних ресурсів є важливим процесом при визначенні потенційних напрямів розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Роль інтелектуальних ресурсів підприємств олійно-жирової промисловості надзвичайно важлива в сучасних ринкових умовах. Необхідним є виокремлення тих інтелектуальних ресурсів, які функціонують у зовнішньому середовищі. Вони безпосередньо впливають на результативність діяльності і створення цінності для всіх контрагентів у сукупності з іншими

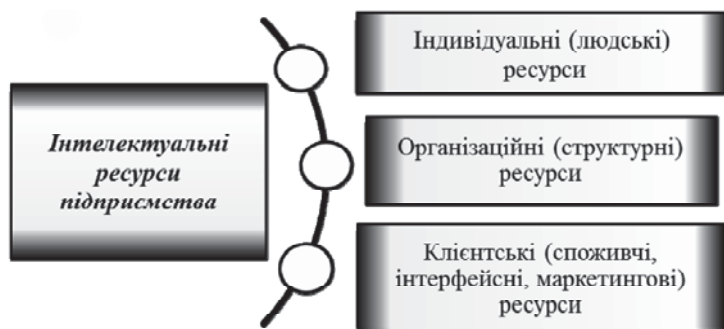
ресурсами підприємства [1]. Серед таких цінностей варто виділити: збільшення прибутковості, ринкової вартості, оптимізація витрат, підвищення ефективності використання усіх наявних ресурсів, розвиток інноваційного потенціалу, збільшення інвестиційної привабливості, забезпечення стійких конкурентних переваг та ринкових позицій підприємства тощо.

Пошук шляхів підвищення ефективності управління інтелектуальними ресурсами, які функціонують у зовнішньому середовищі, є актуальним та пріоритетним завданням всіх підприємств України.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Дослідження процесів управління інтелектуальним капіталом як сукупністю інтелектуальних ресурсів висвітлено у працях К.Е. Свейбі, Р.С. Каплана, Д.П. Нортон, Т. Стюарта [11], Е. Брукінг [1], Л. Едвінсона [12], А. Чухно [9]. Розробка методичних і практичних засад щодо ефективного використання інтелектуальних ресурсів висвітлені в роботах Д. Крепса, Р. Вілсона, П. Мілгрона, Д. Робертса, Р. Харлоу, Д. Марстона, Л.В. Малюги, П.М. Цибульова, О.В. Безухи.

Дослідженню методичного інструментарію управління інтелектуальними ресурсами присвячено ряд робіт: П. Друкера, Т. Давенпорта, Л. Прусака, Б. Лев,



**Рис. 1. Структура інтелектуальних ресурсів підприємства**

А. Гапоненко, О.Б. Бутнік-Сіверського, О. Кендюхова, Р. Швайса, І.Р. Рейлі, І.М. Репіної, А.Н. Козирева, Г.О. Швиданенко та ін. [3—10]. Разом з тим, наявні лише фрагментарні підходи до комплексного управління тією частиною інтелектуальних ресурсів, яка формується тільки в зовнішньому середовищі підприємства, що є основою для подальших досліджень.

**МЕТА СТАТТІ**

Враховуючи особливості діяльності підприємств олійно-жирової промисловості, необхідним є виокремлення тієї сукупності інтелектуальних ресурсів підприємства, яка формується та функціонує у зовнішньому середовищі в ринкових умовах. А також висвітлення основних проблемних аспектів процесу формування інтелектуальних ресурсів підприємств у зовнішньому середовищі, актуальних питань і пріоритетів щодо подальшого розвитку.

**ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Рациональне та ефективне управління інтелектуальними ресурсами надзвичайно важливе в сучасних умовах господарювання. Це безпосередньо впливає на результативність діяльності підприємства, формування його економічних цінностей і забезпечення лідируючих конкурентних позицій [1; 8; 10]. Основними перевагами використання інтелектуальних ресурсів є збільшення ринкової частки, зростання вартості бізнесу, підвищення ефективності використання всіх ресурсів підприємства (за рахунок виникнення синергічного ефекту), динамічне зростання обсягів інноваційної діяльності за рахунок інтелектуалізації виробництва тощо.



**Рис. 2. Авторський підхід до визначення структури інтелектуальних ресурсів, які функціонують у зовнішньому середовищі**

Сутність інтелектуальних ресурсів полягає у формуванні інтелектуального потенціалу підприємства, тобто його потенційних інтелектуальних можливостей. Інтелектуальний потенціал є складовою сукупного потенціалу підприємства і характеризує його спроможність забезпечувати стійкі конкурентні переваги на основі сформованого ресурсного портфеля. Інтелектуальний капітал підприємства є похідним від інтелектуальних ресурсів. Інтелектуальні ресурси набувають форми інтелектуального капіталу в процесі залучення до обороту, споживання та створення інтелектуальних продуктів на основі авансованої вартості [4; 5]. Інтелектуальний потенціал відображає здатність компанії до відтворення знань та досягнення бажаного фінансово-економічного стану за допомогою взаємодії наявних інтелектуальних і традиційних ресурсів.

Інтелектуальні ресурси — це всі продукти інтелектуальної діяльності (незалежно від їх обліку в балансі), які формують та розширюють потенційні можливості підприємства за рахунок їх унікальності, забезпечують його стійкі конкурентні переваги. Слід виокремити основні ознаки інтелектуальних ресурсів:

- це частина ресурсів підприємства довготривалого використання, яка немає матеріальної форми;
- це інтегрований інтелектуальний продукт як результат взаємодії знань, умінь, накопиченого досвіду персоналу, результатів науково-технічної діяльності та організаційно-методичних рішень за різними напрямками функціонування підприємства;
- інтелектуальні ресурси створюють стійкі конкурентні переваги підприємства та забезпечують економічне зростання у довгостроковій перспективі за рахунок своєї унікальності;
- неможливість копіювання або відтворення, відсутність замінників та рідкість серед ресурсів підприємств;
- це джерело створення потенційних конкурентних переваг і, як результат, збільшення доходу та прирощення доданої вартості;
- інтелектуальні ресурси забезпечують зростання вартості компанії за рахунок створення цінності для всіх зацікавлених сторін тощо.

Останні дослідження доводять, що з метою створення інтелектуальних продуктів та забезпечення конкурентних переваг більше високого рівня, у порівнянні з іншими суб'єктами господарювання, необхідним є формування інтелектуальних ресурсів підприємства. Проблеми формування і використання інтелектуальних ресурсів пов'язують із переходом найбільш розвинених країн до постіндустріального суспільства з економікою, яка базується на знаннях (knowledge-based economy) [5—7]. Тобто знання перетворюються в чинник виробництва поряд з працею та матеріальними ресурсами.

Актуальність і пріоритетність інтелектуальних ресурсів для кожного підприємства визначається з позиції рівня ефективності їх використання, формування конкурентних переваг за

ринкових умов, реалізації стратегічних намірів тощо. Необхідним є виокремлення частини інтелектуальних ресурсів, які функціонують у зовнішньому середовищі, з метою визначення умов їх формування, сфер впливу та взаємодії.

Дослідники пропонують різні підходи до формування елементної структури інтелектуальних ресурсів, іншими словами, до визначення їх безпосередніх первинних складових за окремими елементними групами. У результаті дослідження можна виокремити складові інтелектуальних ресурсів підприємства, які формують їх структуру (рис. 1).

Необхідним є виокремлення тієї частини інтелектуальних ресурсів підприємства, які формуються та функціонують у зовнішньому середовищі. У результаті проведених досліджень основних підходів до визначення сутності інтелектуальних ресурсів можна зробити висновки, що основними в зовнішньому середовищі є клієнтські ресурси. Ефективне управління клієнтськими ресурсами призводить до формування клієнтського капіталу у вигляді доданої вартості. Клієнтський капітал значною мірою характеризує здатність частини інтелектуальних ресурсів, яка функціонує в зовнішньому середовищі до створення цінності.

Таким чином, клієнтський капітал (брендовий, ринковий) — це система стійкого позитивного ставлення клієнтів та партнерів до підприємства, яка є засобом створення доданої вартості та формування конкурентних переваг на ринку. Він створюється в результаті взаємодії підприємства з елементами зовнішнього середовища. Це та частина інтелектуальних ресурсів, які функціонують у зовнішньому середовищі (на ринку), що є невіддільною від підприємства і забезпечує конкурентоспроможність та зростання його вартості [3—5; 10].

Враховуючи особливості сучасних умов господарювання, зведення інтелектуальних ресурсів, які функціонують у зовнішньому середовищі, лише до клієнтських є звуженням сутності цієї категорії. Таким чином, не врахованими залишається значна частка інтелектуальних ресурсів, а саме тих складових, що формуються в умовах ринку. Вважаємо за необхідне визначити клієнтські ресурси як складову інтелектуальних в умовах ринку. Також слід враховувати ті інтелектуальні ресурси, які забезпечують стійкі конкурентні переваги на ринку, включають ставлення та лояльність постачальників і споживачів до підприємства, ділові зв'язки, канали постачання, збуту тощо.

Необхідним стає групування інтелектуальних ресурсів за певними ознаками, які формуються та ефективно використовуються тільки в умовах ринку, в єдину керовану систему з метою ефективного їх використан-

Таблиця 1. Лідери ринку олійно-жирової промисловості України станом на 2012 рік

Назва підприємства	Торговельна марка	Частка ринку, %*	Приналежність до корпорацій
ПАТ з П «Дніпропетровський ОЕЗ»	ТМ «Олейна», ТМ «Разумниця»	36	ТОВ «Бунге Україна»
ПАТ «Пологівський ОЕЗ»	ТМ «Славія»	16	
ЗАТ «Слов'янська»	ТМ «Славія»	7	
ВАТ «Одеський ОЖК»	ТМ «Сонячна Долина»	7	
ПАТ «Вовчанський ОЕЗ»	ТМ «Чумак», ТМ «Щедрий Дар», ТМ «Любонька»	17	ГК «Кернелл груп» (22%)
ПАТ «Кіровоградська»			
ТОВ «Екотранс»			
ТОВ «Бандурський ОЕЗ»			
ТОВ «Приколотнянський ОЕЗ»	ТМ «Стожар»	5	
ПАТ «Полтавський ОЕЗ»	ТМ «Диканька»	5	

\*Мається на увазі частка ринку за показником реалізованої продукції, а саме фасованої олії.

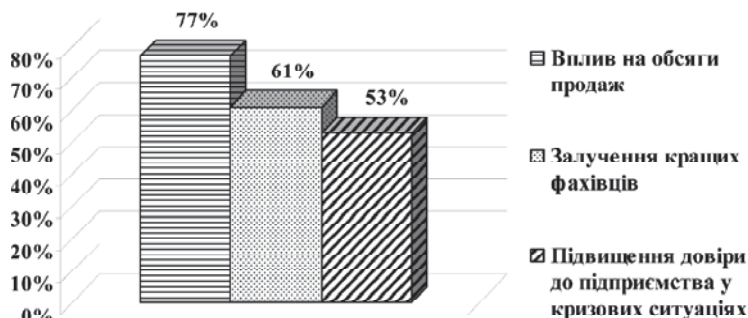


Рис. 3. Вплив ділової репутації на результативність діяльності підприємств, %

ня. За результатами проведених досліджень теоретичних і практичних підходів визначено авторську позицію стосовно структури інтелектуальних ресурсів, які функціонують у зовнішньому середовищі (рис. 2).

Необхідним є проведення подальших досліджень структури інтелектуальних ресурсів з метою визначення сфер їх формування та функціонування, виокремлення сутнісних характеристик з урахуванням сучасних ринкових тенденцій та умов діяльності підприємств олійно-жирової промисловості.

Наприклад, підприємства олійно-жирової промисловості України, які переважно за рахунок формування та ефективного використання інтелектуальних ресурсів стали лідерами ринку (табл. 1).

Враховуючи специфіку діяльності підприємств олійно-жирової промисловості, представники асоціації "Укроліяпром" відзначають збільшення конкуренції. Розвиток зовнішнього середовища безпосередньо впливає на результативність діяльності підприємств олійно-жирової промисловості, що сприяє пошуку та залученню всіх можливих ресурсів. Саме тому інтелектуальні ресурси, які формуються в зовнішньому сере-

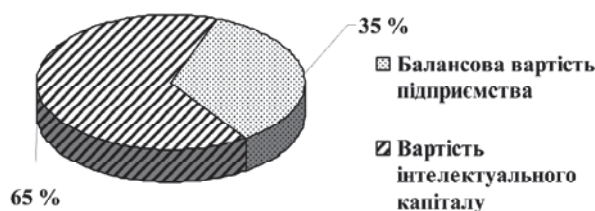


Рис. 4. Ринкова вартість підприємств-лідерів олійно-жирової промисловості України

довищі, стають інструментом конкурентної боротьби. Ділова репутація, клієнтські ресурси, популярність торговельної марки або бренду формуються в умовах ринку на основі багатьох внутрішніх показників діяльності підприємств. Створення компетенцій та інформаційного забезпечення потребує проведення значних маркетингових досліджень.

Результати дослідження лідерів ринку олійно-жирової промисловості засвідчують відчутний вплив ділової репутації на результативність діяльності, що підтверджують дані на рис. 3.

У результаті проведення досліджень визначено таку властивість інтелектуальних ресурсів у зовнішньому середовищі, як емерджентність. Емерджентність — це результат виникнення між елементами системи так званих синергетичних зв'язків, які забезпечують збільшення загального ефекту до більших обсягів, ніж сума ефектів окремо взятих елементів системи, що діють (функціонують) незалежно. Тобто формування та ефективне управління сукупністю цих ресурсів призводить до збільшення результативності діяльності підприємств.

Інтелектуалізація виробництва зумовила можливість максимізації прибутку і ринкової вартості як запоруки конкурентоспроможності та подальшого стратегічного розвитку. За даними останніх досліджень, вартість інтелектуального капіталу складає понад 60% ринкової вартості підприємств олійно-жирової промисловості (рис. 4).

Поява нових виробників і продукції сприяє конкуренції та формуванню жорстких ринкових умов для підприємств олійно-жирової промисловості. Таким чином, ефективність інтелектуальних ресурсів, які формуються в зовнішньому середовищі, визначається у порівнянні із аналогічними суб'єктами господарювання. Це пов'язано із середовищем створення та функціонування інтелектуальних ресурсів підприємства, а саме ринковими умовами, що обґрунтовує використання порівняльного підходу до оцінювання їх ефективності.

### ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасні ринкові тенденції потребують обґрунтованості, цілеспрямованості та узгодженості управлінських рішень. Формування конкурентоспроможної стратегії розвитку базується на маркетингових дослідженнях, аналітичних підходах до оцінювання діяльності та використання всіх ресурсів підприємства. Саме тому необхідним є дослідження зовнішніх і внутрішніх факторів розвитку та шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств на засадах управління інтелектуальними ресурсами в зовнішньому середовищі. Таким чином, у результаті проведених досліджень можна зробити такі висновки:

— доведено необхідність використання сучасних інструментів конкурентної боротьби, а саме інтелектуальних ресурсів підприємства, які функціонують у зовнішньому середовищі;

— обґрунтовано актуальність цих інтелектуальних ресурсів у процесі зміцнення ринкових позицій, збільшення частки ринку, заохочення споживачів, максимізації прибутку та вартості підприємства в цілому;

— досліджено особливості формування інтелектуальних ресурсів підприємств олійно-жирової промисловості в зовнішньому середовищі їх функціонування.

Актуальним напрямом подальших досліджень є питання прогнозування ринкових переваг та результативності діяльності підприємств олійно-жирової промисловості, сформованих на основі ефективного управління інтелектуальними ресурсами, які формуються в зовнішньому середовищі.

### Література:

1. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии. — Спб.: Питер, 2001. — 288 с.
  2. Даулинг Грэм. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. — Издательство: ИМИДЖ-Контакт, 2003. — 400 с.
  3. Добикіна О.К., Рижиков В.С., Касьянюк С.В., Кокотько М.Є, Костенко Т.Д., Герасимов А.А. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навчальний посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 208 с. — С. 52—55.
  4. Йоран Руус, Стивен Пайк, Лиза Фернстрем. Интеллектуальный капитал. Практика управления. — М.: Высшая школа менеджмента, 2010. — 448 с.
  5. Карась П. Интеллектуальный капитал: складові та аспекти комерціалізації в нових умовах господарювання // Економіст. — 2006. — № 8.
  6. Мішустіна Т.С. Нематеріальні активи підприємства та місце торговельної марки // Академічний огляд. Науково-практичний журнал. — Вип. 2. — 2003. — С. 74—76.
  7. Рєпіна І.М. Ідентифікація та класифікація активів підприємства // Стратегія розвитку України. наук. Журнал. — № 1. — 2009. — 386 с.
  8. Скрынько С.А., Мендрул А.Г., Ларцев В.С. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов. — К: Издатель СПД Цудзиневич Т. И., 2009. — 310 с.
  9. Чухно А. Интеллектуальный капитал: сущность, формы и закономерности развития // Экономика Украины. — 2002. — № 11. — С. 48—55.
  10. Швиданенко Г.О., Шевчук Н.В. Управление капиталом предприятия: навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2007. — 440 с.
  11. Stewart T.A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. — New York: Currency Doubleday, 1997. — P. 67.
  12. Edvinsson L., Malone M.S. Intellectual Capital: Realizing your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. — N.Y.: Harper Business, 1997.
  13. Kreps D.M., Wilson R. Reputation and imperfect information // Journal of Economic Theory 27. — 1982. — P. 253—279.
  14. Milgrom P., Roberts J. Predation, reputation and entry deterrence // Journal of Economic Theory 27. — 1982. — P. 280—312.
  15. Harlow R.F. Public relations definitions through the years // Public Relations Review. — № 3 (1). — 1977. — P. 49—63.
- Стаття надійшла до редакції 15.02.2013 р.