

цим відзначається зниження експорту і зростання імпорту. При цьому, необхідно відмітити, що ринок поліетилену високої щільності все ще лідирує за темпами приросту. Ринок споживання поліетилену в Україні структурований досить традиційно: лідирує на ринку поліетилену тара і упаковка, друге місце займають товари господарського і культурно-побутового призначення, на третьому влаштувалися плівки, на четвертому – труби і деталі трубопроводів. Звичайно, ринок поліетилену в нашій країні має свої особливості. Наприклад, підвищений попит в Україні мають такі види поліетилену, як поліетилен високої щільності, лінійний поліетилен, і різноманітні композиції на основі поліетилену. З часом українські виробники все більше переорієнтовувалися на внутрішній ринок поліетилену, об'єми експорту падають, імпорт безперервно збільшується. У перспективі на світових ринках виросте попит на надвисокомолекулярний поліетилен.

Загалом проаналізувавши діяльність підприємств галузі, можна зауважити, що на даний момент часу спостерігається тенденція, щодо товарної переорієнтації підприємств. Багато з них переходять на виробництво біо- та паперових пакетів, запроваджують нові види сировини. Також на досліджуваних підприємствах впроваджуються сучасні вимоги щодо якості продукції на основі стандартів ISO. Перспективним видом діяльності є налагодження ліній з переробки вторинної сировини на гранули поліетилену. Більшість із досліджених підприємств виготовляють пакети із нанесенням фірмових логотипів замовника та рекламних зображень. Це дає змогу індивідуально підходити до потреб кожного клієнта та максимально їх задовольняти.

Література

1. Кривошей В.Н. Экология бумажного и полимерного пакета / В.Н. Кривошей // Упаковка. – 2011. – № 3. – С. 41–44.
2. Данилюк М.О. Аналіз ринку полімерів та напрями посилення активності його учасників / М.О.Данилюк, Л.Р. Семотюк // Прикарпатський вісник НТШ. – 2008. – № 1(1). – С. 273–282.

References

1. Kryvoshei V.N. Ekoloziya bumazhnoho y polimernoho paketa / V.N.Kryvoshei // Upakovka. – 2011. 3. – s. 41–44.
2. Danyliuk M.O., Semotiuk L.R. Analiz rynku polimeriv ta napriamy posylennia aktyvnosti yoho uchasykiv / M.O.Danyliuk, L.R. Semotiuk // Prykarpatskyi visnyk NTSh. – 2008. – 1(1) – s.273–282.

Надійшла 17.09.2013; рецензент: д. е. н. Орлов О. О.

УДК 339.166.5

Н. В. ПРИЛЕПА

Хмельницький національний університет

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розкрито сутність економічної категорії «інтелектуальний капітал»; розглянуто трансформацію підходів до ролі талановитих працівників у забезпеченні конкурентних переваг компаній. Для кращого розуміння механізму функціонування інтелектуального капіталу охарактеризовано його структурні елементи. Проаналізовано класифікації видів інтелектуального капіталу та виділено перелік класифікаційних ознак (характеристик), елементів інтелектуального капіталу.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, людський капітал, організаційний капітал, споживчий капітал, інноваційна діяльність.

N. V. PRILEPA

Khmelnitskyi National University

INTELLECTUAL CAPITAL AS A TOOL OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE

This article deals with the essence of economic categories "intellectual capital", is considered as the transformation approach to talented employees to provide competitive advantage of companies. For a better understanding of the functioning of intellectual capital characterized its structural elements. The classification of intellectual capital, measured by various scholars, and selected for classification criteria (characteristics), the elements of intellectual capital have been analyzed. Traced, for the formation of intellectual capital in the economic activity is due to three components: human, organizational and consumer capital, because their interaction has a significant impact on the creation and enhancement of intellectual capital. It is concluded that the study of intellectual capital - a task priority nature, which is important for all companies in Ukraine.

Keywords: intellectual capital, human capital, organizational capital, consumer capital, innovation activity.

Постановка проблеми. Повноцінна реалізація потенціалу інноваційних чинників неможлива без належної уваги до людини як носія і продуцента знань, сукупність яких є невід'ємною складовою людського

капіталу, основою науково-технологічного прогресу. Звідси й визнання в науковому та підприємницькому середовищі в якості базової цінності – цінності людського капіталу. Вона є порівнянною з цінністю матеріального капіталу, вираженого в засобах виробництва, чого ніколи не було в попередні епохи розвитку людської цивілізації. Людина з її знаннями, інтелектом, здатністю до прогнозування і творчості відіграє все вагомішу роль у досягненні підприємницького успіху у всіх видах економічної діяльності.

На жаль, в Україні людина досі розглядається здебільшого як трудовий ресурс, що має невисоку ціну і лише за рахунок цього може створювати конкурентні переваги. Однак відтік трудових ресурсів з України в країни із вищою ціною праці (причому відтік найактивніших у соціальному плані людей, працівників із високим рівнем кваліфікації та рівнем загального розвитку, який забезпечує здатність засвоювати нові знання) може зумовити деградацію суспільства і породити серйозні соціально-економічні проблеми. Вони можуть проявлятися, зокрема, у нездатності вітчизняних суб'єктів господарювання динамічно розвиватись і активно протистояти конкурентному тиску іноземних товаровиробників внаслідок відсутності креативності й інноваційності у підходах до організації виробництва й збуту. Ця проблема нині все більше відчувається у машинобудівних галузях, які випускають складну технічну продукцію і можуть конкурувати із світовими товаровиробниками лише за умови забезпечення її унікальних виробничо-експлуатаційних характеристик.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Про необхідність підвищення ролі знань в забезпеченні високих темпів розвитку економіки України говорять нині не тільки вітчизняні науковці, а й представники владних структур. Свідченням усвідомлення важливості даної проблеми є вихід у 2007 р. колективної монографії співробітників Інституту економіки й прогнозування НАН України «Соціогуманітарний аспект інноваційно-технологічного розвитку економіки України» [7]. Однак у ній більше акцентовано на ролі державних органів управління у розвитку інтелектуального ресурсу країни, на особливостях побудови національної інноваційної системи, на можливостях інноваційного розвитку окремих секторів економіки. Проте не менш важливою проблемою є підвищення ролі інтелектуальної складової у практиці діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання, оскільки саме вона є основою їх інноваційного потенціалу. На цьому наголошують В. Верба, І. Новіков, В. Стадник, І. Грабовська, А. Гриньов, Н. Гончарова, В. Кравченко [6], М. Краснокутська, Л. Федулова [7] та ін., які активно і плідно працюють у напрямі пошуку можливостей підвищення інноваційних можливостей виробничих підприємств. Однак, незважаючи на значну кількість виконаних досліджень, багато теоретичних, методологічних і методичних аспектів здійснення процесу управління інтелектуального капіталу розкриті не повною мірою. Це і визначило мету цього дослідження.

Формулювання цілі статті. Метою статті є уточнення сутності економічної категорії «інтелектуальний капітал» як інструмента інноваційного розвитку підприємства, а також аналіз класифікації видів інтелектуального капіталу та виділити перелік класифікаційних ознак (характеристик), елементів інтелектуального капіталу.

Виклад основного матеріалу досліджень. Нині визнається як беззаперечний факт, що розвиток підприємства значною мірою залежить від його інноваційного потенціалу. У свою чергу, інноваційний потенціал безпосередньо залежить від величини та ефективності використання інтелектуальних ресурсів на підприємстві. І багато науковців прямо чи опосередковано звертають увагу на те, що структура інноваційного потенціалу підприємства має включати не тільки ті елементи його внутрішнього середовища, які обумовлюють його здатність до змін (ресурсний аспект), а й готовність до їх здійснення (мотиваційний аспект) [7, с. 192]. На сьогодні практично доведено, що діяльність людини впливає на економічний розвиток більше, ніж всі інші виробничі чинники. Однак лише в тому разі, коли повною мірою використовується її інтелектуальний капітал.

Термін «інтелектуальний капітал» в сучасній науковій літературі є одним із найуживаніших, оскільки за високої мінливості умов господарювання він визнається основним джерелом розвитку. У самому визначенні підкреслюється його економічна складова (капітал). Аналіз існуючих у економічній літературі трактувань даного терміну [2–4] показує, що науковці під інтелектуальним капіталом мають на увазі сукупність знань, навичок, вмінь людини, її здатності до сприйняття нової інформації в процесі навчання, її здатності до творчості, завдяки чому створюється додана вартість. Стосовно підприємства як сукупності людей (носіїв індивідуального інтелекту) сучасні дослідники визначають інтелектуальний капітал як «сукупність людських і ринкових активів (бренд, репутація, відносини з постійними клієнтами) інтелектуальної власності (ноу-хау, авторські права) та інфраструктурних активів (технології, методи, що забезпечують здійснення виробничого процесу)» [3].

Інтелектуальний капітал, уособлений у творчому потенціалі працівників, нині стає одним із найважливіших конкурентних переваг підприємств, регіонів і країн в цілому і це відображається у трансформації підходів до визначення їх ролі в суспільствах з різними парадигмами економічного розвитку (табл. 1).

О. Бутнік-Сіверський, підкреслюючи природу інтелектуального капіталу, визначає його як «знання, що можуть бути перетворені на прибуток і оцінені» [3]. І далі він наголошує на тому, що саме за рахунок

інтелектуальної складової зростає частка доданої вартості у структурі ціни виготовленої на підприємстві продукції.

Таблиця 1

Трансформація підходів до ролі талановитих працівників у забезпеченні конкурентних переваг компанії [8]

Характеристики	Основні парадигми економічного розвитку		
	Індустріальна економіка	Економіка знань	Економіка творчості
1	2	3	4
Конкурентні переваги	Матеріальні ресурси Економіка вмінь	Освіта, знання Економіка знань	Інновації, мобільність Економіка ідей
Ключові чинники управління для забезпечення конкурентоздатності	Влада і контроль	Делегування повноважень	Вплив, довіра і співробітництво
Основний акцент в діяльності	Прибуток	Прибуток, працівники	Прибуток, працівники, принципи, планета
Позиціонування співробітників	Оплата праці	Головний актив	Найважливіша інвестиція
Що важливо для працівника	Вміння застосовувати набуті навички	Застосування знань	Генерування нових ідей
Значення таланту	Як механізм виробничої системи	Як важливий актив	Відповідні працівники на відповідному робочому місці є найважливішим активом компанії
Втрата талановитих працівників	Швидко відновлюється (талант не має стратегічного значення)	Тактична проблема	Стратегічна проблема
Оцінка потенціалу і розвиток таланту	Не важливі	Залежно від намірів і цілей компанії	Здійснюється для керівників, менеджерів і окремих співробітників шляхом формування карток їх творчих здібностей

Отже, можна стверджувати, що інтелектуальний капітал — це знання, інформація, досвід, організаційні можливості, інформаційні канали, які можна використати для створення багатства. Інакше кажучи, це сума всього того, що знають і чим володіють.

Проте необхідно підкреслити, що ідеї носіїв специфічних ресурсів є тільки частиною інноваційного процесу. Вони принесуть відчутні плоди лише у разі їх відповідності запитам ринку та своєчасного втілення. А це потребує значних організаційних зусиль та ефективної міжфункціональної організаційної взаємодії для того, щоб можливості та здібності різних людей спрямовувати у потрібне русло. Ефективна взаємодія сприяє нарощуванню інтелектуального капіталу підприємства, а отже — збільшує його інноваційний потенціал.

Важливо також брати до уваги те, що створені на підприємстві нові знання стають надбанням усіх учасників інноваційної діяльності, якщо вони через його організаційну складову органічно вплітаються у структуру інтелектуального капіталу. На цьому акцентують увагу багато сучасних дослідників [2–4]. Зокрема, В. Катькало підкреслює: «...чим більшою стає компанія, що більш динамічно вона хоче розвиватися, тим більше вона повинна спиратися на організаційний капітал» [5]. Саме в цьому і криється основна проблема перетворення інтелектуальних ресурсів в інтелектуальний капітал — останній формується і зростає лише тоді, коли на підприємстві створена система обміну і накопичення знань, перетворення їх у специфічний ресурс, який стає джерелом підприємницьких ідей.

Даний підхід підтримується авторитетною думкою Організації Економічного Співробітництва і Розвитку (ОЕСР), яка була ініціатором і організатором конференції по інтелектуальному капіталу в 1999 р., а також ряду масштабних досліджень, спрямованих на з'ясування чинників, що сприяють його зростанню. Запропоноване ОЕСР визначення інтелектуального капіталу безпосередньо вказує на роль структурного капіталу у цьому: «інтелектуальний капітал — це економічна цінність двох категорій невлічимого майна компанії: організаційний (структурний) капітал і людський капітал» [7]. Цієї позиції дотримуються й інші автори, вважаючи таке визначення найбільш практичним і працюючим [3; 6].

Для кращого розуміння механізму функціонування інтелектуального капіталу спробуємо

охарактеризувати його структурні елементи. Для цього необхідно проаналізувати класифікації видів інтелектуального капіталу, здійснену різними вченими, та виділити перелік класифікаційних ознак (характеристик), елементів інтелектуального капіталу. Результати такого дослідження представлені у табл. 2.

Таблиця 2

Класифікація елементів інтелектуального капіталу [1]

Класифікаційна ознака	Класифікаційні види
1	2
за типами (Звіт Конрада, Група Конрада)	індивідуальний інтелектуальний капітал, структурний (організаційний) інтелектуальний капітал
за типами (Монітор нематеріальних активів, Свейбі)	структура зовнішня, структура внутрішня, індивідуальна компетенція
за типами (Схема вартості «Скандії», Едвінсон)	людський капітал, структурний капітал
за типами (Брукінг)	ринкові активи, людські активи, інфраструктурні активи, ринкова вартість
за типами (Стюарт)	людський капітал, структурний капітал, клієнтський капітал
за типами (А.Чухно)	людський капітал, технологічний капітал
за стратегічними напрямками (ЗСП, Каплан, Нортон)	клієнти, внутрішня структура підприємства, інноваційні та навчальні процеси, фінанси
1) за роллю у виробничо-господарському процесі; 2) за типами; 3) за належністю; 4) за використанням у виробничо-комерційній діяльності (О. Кендюхов)	1) основний; той, що забезпечує; 2) персоніфікований, інфраструктурний, клієнтський, марочний, формалізована інтелектуальна власність; 3) невідчужуваний і відчужуваний 4) у використанні, в розвитку, в резерві
1) за формою власності; 2) за корпоративними транзакціями; 3) за резидентністю; 4) за формою залучення 5) за терміном знаходження у розпорядженні; 6) за формуванням; 7) за можливістю визначення розміру вартості інтелектуального капіталу (О. Бутнік-Сіверський)	1) приватний, колективний, державний; 2) акціонерний, пайовий; 3) національний іноземний; 4) у формі права на об'єкти промислової власності; у формі авторського та суміжного з ним права; в інших формах; 5) власний, строковий; 6) створений самим суб'єктом, придбаний у інших; 7) оцінка вартості визначається прямим методом, оцінка вартості визначається експертним методом

Таким чином, розглядаючи класифікацію елементів інтелектуального капіталу простежено, що найчастіше до його складу належать такі види: людський, структурний (організаційний), споживчий капітали. Можна погодитися, що формування інтелектуального капіталу в процесі господарської діяльності відбувається за рахунок трьох складових: людського, організаційного та споживчого капіталів, адже важливість і значимість кожної з трьох складових очевидна, а їх взаємодія спричиняє істотний вплив на створення і примноження інтелектуального капіталу підприємства.

Висновки. Отже, враховуючи вище зазначене, можна констатувати, що роль інтелектуального капіталу підприємства надзвичайно важлива в сучасних умовах ринку і полягає у впливі складових елементів інтелектуального капіталу на економічні результати і формуванні різноманітних економічних цінностей підприємства. Серед таких цінностей варто виділити: збільшення ринкової вартості підприємства; оптимізація змінних та постійних витрат, а також зменшення транзакційних витрат; підвищення ефективності використання усіх ресурсів підприємства; зростання продуктивності підприємства; розвиток інноваційного потенціалу; зміцнення і удосконалення конкурентних переваг підприємства. Дослідження інтелектуального капіталу – це задача пріоритетного характеру, яка є актуальною для всіх підприємств України. Досягнення стабільних конкурентних позицій на ринку можливе завдяки раціональному та ефективному управлінню інтелектуального капіталу підприємства.

Література

1. Білов Г.О. Теоретичний аспект та класифікації інтелектуального капіталу підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lib.chdu.edu.ua-pdf-naukpraci-economy-2008-99-86-17.pdf.url>
2. Бриль М.С. Оценка социальных ценностей персонала и их влияние на инновационное развитие предприятия / М.С. Бриль // Бизнес Информ. – 2010. – № 11. – С. 114–116.

3. Бутнік-Сіверський О. Б. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект / О. Б. Бутнік-Сіверський // Інтелектуальний капітал. – 2002. – № 1. – С. 16–27.
4. Вовканич С. Людський та інтелектуальний капітали в економіці знань / С. Вовканич, Л. Семів // Вісн. НАН України. – 2008. – № 3. – С. 13–23.
5. Катяло В. Эволюция теории стратегического управления : [монография] / В. Катяло. – СПб : ИД С.-Петерб. гос. университета, 2006. – 548 с.
6. Кравченко В. О. Методика аналізу стимулювання праці в інноваційній діяльності управлінського персоналу промислових підприємств / В. О. Кравченко // Бизнес Информ. – 2009. – № 4 (3). – С. 53–55.
7. Соціогуманітарний аспект інноваційно-технологічного розвитку економіки України / [за ред. Л. І. Федулової]. – К. : Ін-т економіки та прогнозування, 2007. – 472 с.
8. Caddy I. Intellectual capital: recognizing both assets and liabilities / I. Caddy // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – № 2, vol. 1. – P. 129–146.

References

1. Bilov G. O. Teoretychnyj aspekt ta klasyfikacyi intelektualnogo kapitalu pidpryyemstva [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.lib.chdu.edu.ua-pdf-naukpraci-economy-2008-99-86-17.pdf.url>
2. Bryl M. S. Ocenka sotsyalnyx cennostej personala y ux vlyyanye na ynnovacyonnoe razvytye predpryyatyya / M. S. Bryl // Byznes Y'nform. – 2010. – 11. – S. 114–116
3. Butnik-Siverskyj O. B. Intelektualnyj kapital: teoretychnyj aspekt / O. B. Butnik-Siverskyj // Intelektualnyj kapital. – 2002. – 1. – S. 16–27.
4. Vovkanych S. Lyuds'kyj ta intelektualnyj kapitaly v ekonomici znan / S. Vovkanych, L. Semiv // Visn. NAN Ukrayiny. – 2008. – 3. – S. 13–23.
5. Katkalo V. Evolyucyya teoryy strategycheskogo upravlenyya : monografyya / V. Katkalo. – SPb. : YD S.-Peterb. gos. unyversyteta, 2006. – 548 s.
6. Kravchenko V. O. Metodyka analizu stymulyuvannya praci v innovacijnij diyal'nosti upravlinskogo personalu promyslovyx pidpryyemstv / V. O. Kravchenko // Byznes Ynform. – 2009. – 4 (3). – S. 53–55.
7. Sociogumanitarnyj aspekt innovacijno-technologichnogo rozvytku ekonomiky Ukrayiny / za red. L. I. Fedulovoyi. – K. : In-t ekonomiky ta prognozuvannya, 2007. – 472 s.
8. Caddy, I. Intellectual capital: recognizing both assets and liabilities / I. Caddy // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – 2, vol. 1. – R. 129–146.

Надійшла 13.09.2013; рецензент: д. е. н. Орлов О. О.

УДК 330.133.1 : 658.8 : 658.7

З. М. АНДРУШКЕВИЧ

Хмельницький національний університет

ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ТОВАРУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Із насиченням товарних ринків, загостренням конкуренції і підвищенням вимогливості споживачів, на ринку збільшується пропозиція конкурентоспроможних благ і способів задоволення потреб споживачів. За таких умов важливим завданням підприємства є отримання конкурентної переваги, яка створює додаткову цінність товару для споживачів та задовольняє їх потреби краще, ніж конкуренти. У даній статті розглянуто різні підходи до визначення споживчої цінності товару та запропоновано підхід до її формування на основі інтеграції комплексів маркетингу та логістики.

Ключові слова: споживча цінність, товар, якість, комплекс маркетингу, комплекс логістики, орієнтація на споживача, ланцюг створення вартості.

Z. M. ANDRUSHKEVICH

Khmelnytsky National University

VALUES OF CONSUMER GOODS IN THE MODERN BUSINESS ENVIRONMENT

With the saturation of commodity markets, increased competition and increasing customer demands, the market increased offer competitive benefits and ways to meet the needs of consumers. Under these conditions, an important objective of the enterprise is a competitive advantage that creates added value products for consumers and meets their needs better than the competition. In this paper the theory and identified four stages in the development of the theory of customer value goods: labour theory of value and unearned, the traditional concept of the formation of values and modern views on the formation of customer value. Within the scientific research proposed approach to the formation of customer value products based on the integration of marketing and logistics, resulting in the creation of a better quality of goods (services), their functional properties, lower cost of production and distribution of products, and therefore the lower price and better service of consumers; singled components of customer value chain product during interaction marketing and logistics.

Keywords: consumer value, product quality, marketing mix, complex logistics, focus on consumer value chain.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Сучасні умови зростання рівня розвитку товарної пропозиції, використання маркетингових підходів для просування та стимулювання збуту товарів сприяли