

УДК 658:330.34.1

Марчук Л.С.,
аспірант

Перерва П.Г.,

д.е.н, професор, декан економічного факультету
Національний технічний університет «ХПШ»,
Харків

Класифікація інтелектуального потенціалу промислового підприємства

В умовах розвитку ринкових механізмів посилюється роль інтелектуальних ресурсів і забезпечених ними можливостей досягнення, зростання прибутковості та конкурентоспроможності підприємств. Успішність створення та запровадження нововведень господарюючими суб'єктами також визначається, в основному, рівнем їхнього інтелектуального потенціалу (ІП). Тому актуальним є розроблення нових і удосконалення існуючих теоретико-методичних положень формування і використання інтелектуального потенціалу підприємств.

Враховуючи те, що поняття інтелектуальний потенціал, як справедливо вказує Л.В.Холявко [1], є похідним від двох категорій «потенціал» і «інтелект», та поєднує у собі їхні визначальні особливості, а при розробленні його класифікаційних ознак слід відштовхуватись від видових проявів зазначених категорій, нами сформовано та доповнено класифікацію інтелектуального потенціалу підприємства (табл. 1).

Таблиця 1.1

Класифікація інтелектуального потенціалу промислового підприємства [1]

Класифікаційна ознака	Види ІП
За рівнем узагальнення	ІП працівника; групи працівників; підрозділу; підприємства; об'єднань підприємств тощо.
За рівнем формування на підприємстві	Особистісний ІП; організаційний ІП.
За джерелом формування	Потенціал власних інтелектуальних ресурсів; потенціал залучених інтелектуальних ресурсів.
За можливістю відчуження	Відчужуваний ІП; невідчужуваний ІП.
За походженням	Початковий ІП; набутий ІП.
За фактом виявлення Виявлений ІП; прихований ІП.	За ступенем реалізованості
ІП, реалізований в повному обсязі; частково реалізований ІП*; нереалізований ІП.	За відповідністю цілям діяльності
Релевантний ІП; 92е релевантний ІП.	За сферою застосування*
ІП у операційні, фінансовій, інвестиційній діяльності.	За рівнем винятковості інтелектуального ресурсу*
Типовий ІП; нетиповий ІП; унікальний ІП.	За застосуванням результатів*
ІП, результати використання якого застосовуються підприємством; ІП, результати використання якого не застосовуються підприємством.	За джерелами впливу на формування*
ІП, сформований завдяки внутрішнім впливам; ІП, сформований завдяки зовнішнім впливам; ІП, сформований завдяки комбінованим впливам.	За видом внутрішніх змін, що можуть бути здійснені з метою формування ІП*
ІП, сформований завдяки структурним змінам;	ІП, сформований завдяки цільовим змінам; ІП,

	сформований завдяки функціональним змінам; ІІ, сформований завдяки комбінованим змінам.
За функціональним станом*	ІІ у стані формування; ІІІ у стані використання.

Інтелектуальний капітал промислового підприємства забезпечує формування унікальних конкурентних переваг підприємства. Процеси його формування та використання багато в чому залежать від наявності інтелектуальних ресурсів, що трансформуються в інтелектуальний потенціал підприємства, який використовується на даний конкретний момент часу. Проблеми формування інтелектуального потенціалу зумовлюють проблеми формування інтелектуального капіталу, а також трансформаційні процеси фінансового потенціалу підприємства в інтелектуальні ресурси та промисловий інтелектуальний потенціал. Ефективне використання ІІ підприємства забезпечує йому комерційну успішність виробничої діяльності.

Література

1. Холявка Л.Ю. Формування і використання інтелектуального потенціалу підприємства: дисертація канд. екон.наук: 08.00.04 : Львів : Львівська політехніка, 2016.- 285 с.
2. Перерва П.Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. праць. Сер. : Проблеми економіки та управління. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 815. – С. 118-125.
3. Перерва П.Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.
4. Науково-методичні підходи до вирішення проблем практичної реалізації механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / П.Г.Перерва, І.В.Гладенко, А.В.Косенко, М.М.Ткачов // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПИ» : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ «ХПИ», 2008. – № 18. – С. 105-110.
5. Перерва П.Г. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, В.Л.Товажнянський // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПИ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПИ». – 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
6. Ткачов М. М. Ринок контрафактної продукції в системі неформальної економіки / М. М. Ткачов // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПИ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПИ». – 2013. – № 22 (995). – С. 89-95.
7. Перерва П.Г. Исследование рынка промышленной продукции / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.
8. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.

9. Перерва П.Г. Маркетинг на промисловому підприємстві.- М.: НПО «Реклама, інформація, маркетинг», 1991.- 80 с.
10. Перерва П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, Н.М.Побережна // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - №2. - С. 191-198. Косенко А.П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А.П.Косенко, Д.Коциски, О.И.Маслак, П.Г.Перерва, Д.Сакай.- Монографія / Под ред. проф. Перервы П.Г. и проф
11. Д.Коциски – Харьков-Мишкольц : НТУ „ХПИ”, Мишкольц.техн.ун-т, 2009. – 170 с.
12. Перерва П.Г. Управление ассортиментом продукции / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
13. Косенко О. П. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій [Монографія] / О.П. Косенко. - Х.: «Смугаста типографія», 2015.- 517 с.
14. Перерва П.Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 93 с.

УДК658.152:658.589(477)

Матросова В.О.,
к.е.н., професор кафедри організації виробництва
та управління персоналом
Дворецька Р.І.,
магістр кафедри організації виробництва
та управління персоналом
Національний технічний університет «ХПИ»,
Харків

Проблеми активізації інвестиційно-інноваційної діяльності вітчизняних підприємств в сучасних умовах

На даний час в Україні, як і в більшості країн з перехідною економікою, існують закономірні перепони для широкого розповсюдження інновацій: дешева робоча сила, яка витісняє дорогу техніку; недостатність ринкових перетворень, що обумовлює слабкі позиції середнього класу – головного носія інновацій у суспільстві; загальмоване протягом кризового періоду оновлення основного капіталу. Про це свідчать такі дані: знижений показник інноваційної активності в промисловості (18,4%); незначна частка інноваційної продукції в обсязі реалізованої промислової продукції (5,6%); низький рівень капітальних інвестицій в інновації в загальному обсязі інвестицій в основний капітал (3,6%) [1].

Зростання інвестицій матиме певний мультиплікаційний ефект, тобто сприятиме отриманню підприємством прибутку, що може бути вкладений у нові інвестиції. Конкурентоспроможне, рентабельне підприємство, достатньо фінансово