

Результати проведеної оцінки дозволили зробити такі висновки. Поведінка працівників підприємств спонукається в основному очікуванням матеріальної винагороди за виконану роботу. Серед визначальних факторів посилення мотивації працівників до продуктивної праці виокремимо: матеріальне заохочення за виконану роботу, підвищення кваліфікації, можливість професійної підготовки працівників. Значну роль для працівників має мотивуюча можливість підвищення кваліфікації, яка визначається зв'язком «кваліфікація – оплата». Підвищення кваліфікації є для працівника і способом підвищення оплати праці.

Високо оцінюються також дружні стосунки у колективі, сприятливі умови праці, творчий характер роботи. Результати оцінки виявили недосконалість нематеріальних чинників мотивації на підприємстві, низький рівень партисипативності працівників. Це вимагає перегляду мотиваційної політики підприємства, посилення роботи у напрямках запровадження єдиної корпоративної культури та фірмового стилю, вдосконалення системи навчання персоналу, проведення оцінки персоналу, розробки моделі компетенції персоналу, формування та розвитку кадрового резерву. Слід додати, що постійні зміни в законодавчій базі, деформація трудових цінностей, соціальна незахищеність людей викликають негативні наслідки у трудовій поведінці, що характеризується низькою трудовою, професійною і творчою активністю, обумовлює необхідність нових підходів до знаходження дієвих мотиваційних чинників і стимулів.

Нематеріальна мотивація персоналу підприємства насамперед спрямоване на задоволення мотиву збереження соціального статусу в трудовому колективі завдяки залишенню за ним його робочого місця чи посади; підвищення соціального статусу працівника в трудовому колективі в результаті одержання ним вищої, більш відповідальної посади, посилення зацікавленості процесом опанування нових знань, умінь та практичних навичок; поглиблення інтересу до професійного спілкування з професіоналами. До інших методів нематеріальної мотивації персоналу належать створення робітничих рад чи спільних комітетів робітників, фахівців та керівників. Істотну роль відіграє регулювання робочого часу та заохочення працівників у підвищенні рівня професійної майстерності на базі надання їм вільного часу.

Практичні задачі мотивації персоналу машинобудівного підприємства полягають у підборі способів і методів ефективного впливу, а також у формуванні гнучких моделей і механізмів орієнтації персоналу на результативну діяльність. Вирішення цих задач вимагає системного підходу до мотивації персоналу. Мова йде про створення у працівників не лише матеріальних, а й організаційних, моральних і лідерських стимулів, що відповідають цілям підприємства. Така системна мотивація характеризується взаємозв'язком соціально-психологічних і соціально-економічних процесів, які інтегрують інтереси і цілі працівників з інтересами та цілями підприємства та формують корпоративний дух.

### Література

1. Булеев И.П., Атаманчук Г.С. Проблемы формирования механизма мотивации персонала промышленного предприятия // Вісник економічної науки України: науковий журнал. – 2010. – №1. – С. 43–47.
2. Еськов А. Роль мотивации в улучшении организации труда / А. Еськов, В. Зайцев // Вісник економічної науки України: науковий журнал. – 2008. – № 3 (13). – С. 31–33.
3. Усатенко О. Оцінка мотивації виробничого персоналу підприємства / О. Усатенко, О. Рябцева // Схід. – 2010. – №1 (101). – С. 24–27.
4. Азарова А.О. Дослідження множини чинників нематеріальної мотивації на підприємстві / А.О. Азарова, О.А. Ковальчук // Економічний простір. – 2010. – № 5. – С. 53–58.
5. Тужилкіна О. В. Підвищення вагомості нематеріальних чинників мотивації праці у формуванні людського капіталу сучасного підприємства в Україні / О. В. Тужилкіна // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 9. – С. 37–41.
6. Бешелев С.Д. Математико-статистические методы экспертных оценок / С.Д. Бешелев, С.Г. Гурвич. – М.: Статистика, 1980. – 263 с.

*Рецензент докт.економ.наук, профессор М.П. Войнаренко*

005.336.4

*Свічкарь В.А., старший викладач,  
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

## **ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ В СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ**

В теорії сучасного менеджменту та існуючих концепціях стратегічного менеджменту прийнято виділяти наступні функціональні стратегії підприємств: фінансову, маркетингову, виробничу, кадрову та інші. Слід відмітити, що увага такому явищу, як інтелектуальний капітал в стратегічному менеджменті не приділяється, як самостійному об'єкту управління. Окремі інтелектуальні активи „розтягуються” по інших напрямках діяльності підприємства, що призводить до втрати інтелектуальними активами їх значення, як складової інтелектуального капіталу підприємства, та його зведення до другорядного об'єкту управління.

Проблемами дослідження інтелектуального капіталу займається ціла низка як вітчизняних так і іноземних авторів. Зокрема присвятили роботи цій проблемі такі вчені як Том Стюарт, Енн Брукінг [6], Лейф Едвінсон, Лукічева Л.І. [4], Лев Барух О. Бутнік-Сіверський, І. Курас, Д. Степанов, В. Іноземцев, О. Пестрецова, В.П. Семиноженко, А.Н. Козирев [3] та інші.

Автор виділяє такі основні цілі статті:

визначити основні функції управління інтелектуальним капіталом;

проаналізувати особливості реалізації основних функцій управління на підприємствах споживчої кооперації України;

окреслити основні напрями вдосконалення управління інтелектуальним капіталом на підприємствах споживчої кооперації на основі використання функціонального підходу.

Методологічною й теоретичною основою дослідження є наукове й творче осмислення досягнень зарубіжних вчених у галузі теорії і практики управління інтелектуальним капіталом. В роботі використані такі методи дослідження, як метод економічного аналізу, метод аналізу та синтезу, специфічні методи наукового дослідження (порівняння, узагальнення, системного аналізу).

Інтелектуальні активи до недавнього часу розглядалися виключно з точки зору допоміжних ресурсів до матеріальних активів, грошових потоків. Тому питання підвищення ефективності використання інтелектуальних активів опосередковано зводилися до підвищення ефективності використання матеріальних і фінансових активів. Внаслідок такої ситуації на підприємствах не існувало окремих систем управління інтелектуальними активами. Питання ефективного використання інтелектуальних активів розв'язувалися основними підсистемами управління підприємствами, зрозуміло, що в інтересах останніх. Так технології, виробничі ноу-хау вважалися компетенцією виробничої підсистеми підприємства, дослідження ринку, формування іміджу підприємства, його торгової марки – компетенцією маркетингової підсистеми, питання розвитку особистого інтелектуального потенціалу, освіта, підвищення кваліфікації – питаннями кадрової підсистеми. Таким чином питання формування та використання інтелектуальних ресурсів підприємства виконувалися різними підсистемами підприємств незалежно одне від одного без здійснення загального керівництва та координацію розвитку інтелектуальних активів.

Підприємства мали і використовували інтелектуальні активи, але не мали інтелектуального капіталу, оскільки їх інтелектуальні активи були хаотично нагромадженими без дотримання скоординованої програми розвитку інтелектуального капіталу підприємства. Останнім часом ситуація почала суттєво змінюватися. Розвиток теоретичних положень концепції інтелектуального капіталу, та її практичне застосування призвели до створення нової підсистеми управління - підсистеми управління інтелектуальним капіталом. Приймаючи до уваги значення інтелектуальних активів та інтелектуального капіталу в цілому, економічна наука почала приділяти певну увагу питанням дослідження процесів управління інтелектуальним капіталом, в першу чергу, питанням управління його формуванням.

Повною мірою ця ситуація стосується і підприємств споживчої кооперації України. Протягом попередніх періодів інтелектуальні активи створювалися, накопичувалися, використовувалися різними управлінськими підсистемами. В питаннях координації управління інтелектуальними активами існував повний хаос. Недостатній рівень підготовки керівників підприємств споживчої кооперації України в питаннях управління інтелектуальними активами, нерозуміння значення інтелектуального капіталу в процесі забезпечення сталого економічного зростання та підвищення рівня конкурентоспроможності, недоліки в національній системі обліку інтелектуальних активів, призвели до відсутності інтелектуального капіталу в підприємствах споживчої кооперації.

Для аналізу ситуації, що склалася в системі споживчої кооперації України, було проаналізовано наявність та стан управління інтелектуальними активами в кількох організаціях споживчої кооперації різних областей України.

Першим завданням було проаналізувати наявність інтелектуальних активів, які числилися на балансі Козелецької та Семенівської райспоживспілок Чернігівської облспоживспілки, Миргородської та Лубенської райспоживспілок Полтавської облспоживспілки, Красноградської та Кегичівської райспоживспілок Харківської облспоживспілки та їх фактичним обсягом. Здійснювати повну оцінку всіх наявних інтелектуальних активів вищезгаданих споживспілок було недоцільно, оскільки дана процедура є дуже працеємкою, тому аналізувалася наявність лише нематеріальних активів балансова та реальна (табл.1). Розрахунок реальної наявності інтелектуальних активів, здійснювався на основі аналізу даних про введення в експлуатацію нематеріальних активів за період з 2002 по 2007 роки, та виявлення активів, які продовжують знаходитися в експлуатації. Переважну більшість з інтелектуальних активів, які продовжували використовуватися після їх списання з балансу становить програмне забезпечення, та довідково-нормативна література. Як ми можемо пересвідчитися з даних табл. 1.

Співвідношення між балансовою та реальною вартістю нематеріальних активів в підприємствах споживчої кооперації України

№ п/п	Назва споживспілки	Балансова вартість, станом, на 1.01.2008, грн.	Фактично, грн.	Відхилення (+,-), грн.	Фактична вартість до балансової, %
1	Козелецька РСС	13285	48657	35372	366,26
2	Семенівська РСС	8265	42657	34392	516,12
3	Миргородська РСС	11245	32545	21300	289,42
4	Лубенська РСС	4528	25354	20826	559,94
5	Красноградська РСС	6254	18424	12170	294,60
6	Кегічівська РСС	3258	26265	23007	806,17

найбільша різниця в обсягах активів становила в Кегічівській РСС – 8 разів, найменша в Миргородській РСС – 2,89 рази. Другим завданням аналізу використання інтелектуального капіталу в підприємствах споживчої кооперації був аналіз ступеня виконання функцій управління інтелектуальними активами різними управлінськими підсистемами підприємств споживчої кооперації (табл. 2).

Таблиця 2

Ступінь виконання функцій управління інтелектуальними активами традиційними підсистемами підприємств споживчої кооперації

Функції управління інтелектуальними активами	Номер райспоживспілки					
	1	2	3	4	5	6
Моніторинг і аналіз зовнішнього та внутрішнього середовищ, оцінка впливу внутрішніх та зовнішніх факторів на процес управління ІА	МП ±	МП ±	МП ±	МП ±	МП ±	МП ±
Розробка основних напрямів політики підприємства в сфері управління ІА	-	-	-	-	-	-
Розробка довгострокових та короткострокових планів створення і використання ІА в рамках вибраних напрямів	-	-	-	-	-	-
Організація проведення фундаментальних та прикладних досліджень у відповідності з розробленими планами розвитку ІА	КП ±	-	-	-	КП ±	-
Здійснення заходів щодо виявлення та ліквідації ІА, що не використовуються в господарській діяльності	МП ±	-	-	-	-	-
Забезпечення правового захисту ІА та здійснення заходів по запобіганню недоброякісній конкуренції	-	-	-	-	-	-
Забезпечення координації заходів в рамках програм розвитку ІА з іншими підрозділами	-	-	-	-	-	-
Здійснення інформаційно-аналітичного забезпечення процесів створення та використання ІА	МП ФЕП ±	-	-	-	МП ФЕП ±	-
Здійснення прогнозування потреби в нових видах ІА	-	-	-	-	-	-
Проведення аналізу ефективності використання ІА	-	-	-	-	-	-
Здійснення ідентифікації та оцінки вартості існуючих ІА	МП ФЕП ±	МП ФЕП ±	-	-	МП ФЕП ±	-
Розробка та здійснення заходів з розвитку інноваційного потенціалу працівників	КП ±	-	КП ±	-	КП ±	-
Організація процесу підвищення кваліфікації працівників	КП ±	КП ±	КП ±	КП ±	КП ±	КП ±
Розробка та вдосконалення методичного та технічного забезпечення заходів по формуванню та використанню ІА, аналізу ефективності використання ІА	-	-	-	-	-	-

В якості традиційних підсистем були обрані маркетингова підсистема (МП), кадрова підсистема (КП), фінансово-економічна (ФЕП), для оцінки ступеня виконання функцій управління використаємо наступні позначення:

+ - функція виконується;

± - функція виконується частково;

- - функція не виконується.

Позначення 1 – Козелецька РСС, 2 – Семенівська РСС, 3-, Миргородська РСС, 4 – Лубенська РСС, 5 – Красноградська РСС, 6 – Кегичівська РСС.

Аналіз даних табл. 2 свідчить, що серед основних функцій управління інтелектуальними активами на підприємствах споживчої кооперації, виконуються лише деякі і лише частково.

На жодному підприємстві споживчої кооперації із обраного кола не виконуються наступні функції управління інтелектуальними активами:

розробка основних напрямів політики підприємства в сфері управління інтелектуальними активами;  
розробка довгострокових та короткострокових планів створення і використання ІА в рамках вибраних напрямів;

забезпечення правового захисту ІА та здійснення заходів по запобіганню недоброякісній конкуренції;

забезпечення координації заходів в рамках програм розвитку ІА з іншими підрозділами;

здійснення прогнозування потреби в нових видах ІА;

проведення аналізу ефективності використання ІА;

розробка та вдосконалення методичного та технічного забезпечення заходів по формуванню та використанню ІА, аналізу ефективності використання ІА.

Лише дві функції управління інтелектуальними активами здійснюються частково на всіх шести підприємствах споживчої кооперації, це такі як:

моніторинг і аналіз зовнішнього та внутрішнього середовищ, оцінка впливу внутрішніх та зовнішніх факторів на процес управління ІА;

організація процесу підвищення кваліфікації працівників.

Найбільша кількість функцій управління інтелектуальними активами здійснюється в Козелецькій райспоживспільці:

моніторинг і аналіз зовнішнього та внутрішнього середовищ, оцінка впливу внутрішніх та зовнішніх факторів на процес управління ІА;

організація проведення фундаментальних та прикладних досліджень у відповідності з розробленими планами розвитку ІА;

здійснення заходів щодо виявлення та ліквідації ІА, що використовуються в господарській діяльності;

здійснення інформаційно-аналітичного забезпечення процесів створення та використання ІА;

здійснення інформаційно-аналітичного забезпечення процесів створення та використання ІА;

здійснення ідентифікації та оцінки вартості існуючих ІА;

розробка та здійснення заходів з розвитку інноваційного потенціалу працівників;

організація процесу підвищення кваліфікації працівників.

В Семенівській райспоживспільці виконуються частково лише такі функції управління інтелектуальними активами:

моніторинг і аналіз зовнішнього та внутрішнього середовищ, оцінка впливу внутрішніх та зовнішніх факторів на процес управління ІА;

здійснення ідентифікації та оцінки вартості існуючих ІА;

організація процесу підвищення кваліфікації працівників.

Інтелектуальний капітал (ІК) є важливим фактором виробництва за умов ринкових відносин. Управління інтелектуальним капіталом є послідовним та безперервним процесом реалізації функцій управління. На підприємствах системи споживчої кооперації України існує певна кількість інтелектуальних активів (ІА), які неможливо повною мірою вважати інтелектуальним капіталом, оскільки не виконуються основні функції управління ІК. Вдосконалення процесу управління ІК вимагає створення підсистеми управління ІК. Проте доцільність створення відокремленої підсистеми управління ІК має визначитися кожним підприємством самостійно, оскільки більшість функцій управління виконуються або можуть виконуватися маркетинговою, кадровою та фінансово-економічними підсистемами управління при координації їх функцій керівниками підприємств,

### Література

1. Багов В.П. Управление интеллектуальным капиталом: учеб. пособ./ В.П. Багов, Е.Н. Селезнёв, В.С. Ступаков.– М.: ИД «Камерон», 2006. – 248 с.
2. Козырев А.Н. Интеллектуальный капитал / А.Н. Козырев // Интеллектуальная собственность. – 2005. – №6. – С.42-54.
3. Лукичева Л.И. Управление интеллектуальным капиталом: учеб.пособ./ Л.И. Лукичева - М.:Омега-Л, 2008. – 552 с.
4. Нонака И. Компания - создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / И. Нонака, Х. Такеучи. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. – 462 с.

5. Селезнев Е.Н. Интеллектуальный капитал как объект управления / Е.Н. Селезнев // Справочник экономиста. - 2007. - №2. – С.20-27.

6. Brooking A. Intellectual Capital. - London: International Thompson Business Press, 1996. – 292 p.

368

*Рябокоть Н.П., старший викладач,  
Черкаський державний технологічний університет*

**ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ  
З НЕСТРАХОВИМИ ПОСЕРЕДНИКАМИ**

Для нормального функціонування страхового ринку діяльність страхових посередників життєво необхідна. Більшість страхувальників не в змозі розібратися з усіма особливостями страхової справи і звертаються за допомогою до фахівців, використовуючи їх професіоналізм і досвід. Такими фахівцями є посередники. Реалізація страхових продуктів через страхових посередників (агентів і брокерів) має ту перевагу, що забезпечується масовість і оперативність укладання договорів страхування, широке територіальне охоплення без відчутних додаткових витрат з боку страховика.

Водночас, все більшого поширення набувають альтернативні канали реалізації страхових продуктів через нестрахових посередників (банки, відділення зв'язку, туристичні фірми, агенції нерухомості, великі магазини, автосалони, станції технічного обслуговування автомобілів тощо), які реалізують страхові продукти, переважно фізичним особам. Враховуючи реалії сьогодення, а саме те, що велика частина українського населення зацікавлена у придбанні рухомого (автомобілі, побутова техніка) та нерухомого майна (житлова та нежитлова нерухомість), а також те, що страхові продукти зручно продавати в місцях здійснення угод купівлі-продажу майна, актуальним є питання організації продажу страхових продуктів нестраховими посередниками, перш за все, такими як автосалони і банки.

Слід зазначити, що проблематиці реалізації страхових продуктів за допомогою страхових посередників приділяється значна увага. Зокрема, цим питанням відведене належне місце у працях В. Базилевича – основи страхування [6], О. Вовчак та О. Завійської, С. Осадця – характеристика страхових послуг [1; 5], Н. Грищенко – основи страхової діяльності [2], О. Охріменко – питання страхового захисту [3], Б. Сербіновського – розвиток страхової справи [4], Ю. Троніна – основи страхового бізнесу [7] та інших.

Проте дослідження особливостей взаємодії страховиків із нестраховими посередниками є поодинокими та не знайшло належного висвітлення в економічній науці.

Метою статті є дослідження загальних і специфічних функцій, що виконуються страховими і нестраховими посередниками в процесі продажу страхових продуктів та унаочнення алгоритму успішної взаємодії страхової компанії з нестраховим посередником.

Для глибшого розуміння специфіки каналу реалізації страхових продуктів за допомогою посередників порівнюємо переліки функцій, що притаманні страховим і нестраховим посередникам (табл. 1).

Таблиця 1

Загальні та специфічні функції страхових і нестрахових посередників

Функція	Страхові агенти	Страхові брокери	Нестрахові посередники
Пошук та залучення потенційних страхувальників	+	+	+
Проведення роз'яснювальної роботи щодо страхових продуктів	+	+	-
Оформлення договорів страхування	+	-	+
Підписання договорів страхування від імені страховика	+	-	+
Обслуговування страхувальника за договором страхування після його укладання (збір страхових внесків, пролонгація договору)	+	-	-
Збір інформації цікавої для клієнта	-	+	+
Допомога в організації перестрахування	-	+	-
Підготовка та оформлення документів, пов'язаних із страховим випадком, з метою здійснення страхових виплат	-	+	-
Участь в організації страхових виплат за дорученням страховика (за його рахунок)	-	+	-