

Шимкова Юлія,
Здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності «Економіка»
Науковий керівник: **Славіна Н.А.,**
к.е.н., доцент, кафедри менеджменту, публічного управління та
адміністрування,
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ

Управління інтелектуальним підприємництвом – це сукупність принципів, методів і форм управління інтелектуальною діяльністю та персоналом, зайнятим цією діяльністю. Управління інтелектуальним бізнесом реалізовується через процес прийняття управлінських рішень, які формують сукупність відповідних функцій управління. Виділення функцій у менеджменті інтелектуального підприємництва зумовлене різноманітністю управлінської діяльності в ланцюзі «ідея – наукові дослідження – розробки – проектування – виробництво – реалізація інтелектуальних продуктів»[1].

В умовах розвитку інформатизації суспільства та переходу підприємств на інформаційний тип господарства виникає необхідність у генеруванні ідей, креативному мисленні персоналу, випуску інноваційної продукції, збільшенні гудвілу компанії та створення її позитивного іміджу як основи забезпечення розвитку підприємницької майстерності. Тому, особливої ваги та актуальності набувають питання формування та нарощення інтелектуального капіталу як базису розвитку підприємницької майстерності в сучасних умовах децентралізації економіки. Визначенню місця інтелектуального капіталу в системі забезпечення розвитку підприємницької майстерності передують дослідження категорій «капітал-інтелект - інтелектуальний капітал» [2].

Використання інтелектуального капіталу, як чинника розвитку підприємницької майстерності дозволить створити «інтелектуальну

платформу» по формуванню бізнес-середовища, набуттю бізнес-навиків, бізнес-планування, методики оцінки ефективності реалізації бізнес-проектів, оволодіти підприємницькою майстерністю по розробці стартапів, розробити бізнес-технології ведення підприємницької діяльності.

Така платформа стане передумовою до формування інвестиційного середовища, ринку інвестицій, конкретних інвестиційних пропозицій з боку інвесторів, які бажають інвестувати у конкретні бізнес ідеї.

У теоретичних працях і в практичній діяльності представлено класифікацію функцій інтелектуального бізнесу, які відображають зміст інтелектуальної праці та її реалізації. До них належать: прогнозування (передбачення); формування інноваційних цілей; планування; координація; організація; стимулювання (активізація); контроль. Кожна з функцій розпадається на окремі види роботи (етапи), що пов'язані з багатогранною діяльністю підприємства і виконуються у відповідній послідовності.

На підприємствах, що здійснюють розробки інтелектуальних продуктів, можна виділити два основні види процесів:

1) творчі процеси, які включають вільне мислення, експериментування, дослідження, інтуїтивність, допитливість, відходження від штампів

і стандартів та ін.;

2) процеси створення вартості (комерційні процеси) – інжиніринг, виробництво, чітке планування доходів і витрат, купівля-продаж, уникнення ризиків, виведення товару на ринок тощо [3].

Варто зазначити, що співвідношення між творчістю і процесами зі створення вартості змінюється залежно від етапу розвитку підприємства. Так, на стадії започаткування підприємство налаштовується на радикальні ідеї, фокусується на розробці винаходів, які можуть надати конкурентні переваги. Багато компаній-початківців та стартапів формують радикально нові бізнес-моделі.

Із ростом і розвитком підприємства виникає життєва необхідність отримувати вигоду від інновацій, що є наслідком творчих процесів,

тому зменшується прагнення до творчості і зростає акцент на отриманні цінності (покращення процесів виробництва, доставки, продажу та ін.). А з часом підприємства входять в етап зрілості і починають боротьбу за частку ринку. При цьому творчість, особливо радикальна, втрачає свою цінність для керівництва, що з часом може суттєво послабити позиції фірми на ринку.

Для вибору чи корекції стратегії інтелектуального підприємництва необхідно врахувати внутрішні і зовнішні фактори. До внутрішніх належать: технічні можливості; успішність сформованої бізнес-моделі; організаційні можливості; фінансування; ефективність управлінських рішень.

До зовнішніх факторів належать: можливості у зовнішньому середовищі; структура галузі; конкуренція; ступінь технологічних змін. Для визначення стратегії інтелектуального підприємництва керівництво має відповісти на питання, що стосуються: кількості інтелектуальних продуктів, необхідних компанії; сфер, в яких вони мають бути сконцентровані; типів інкрементних, напіврадикальних чи радикальних інтелектуальних продуктів, з яких має складатися портфель фірми. Вищому керівництву необхідно визначити основні компетенції та переваги і створювати інтелектуальні продукти навколо них.

На початку створення інтелектуальних продуктів існує множина ідей, з яких вибирають тільки найкращі. Інтелектуальні системи керують потоком від множини ідей до кількох, які досягають комерціалізації. Цей процес проходить три стадії:

- 1) генерування ідей та їх просування по організації до етапу прийняття рішень щодо фінансування;
- 2) прийняття рішення про фінансування, де вибраний продукт або отримує початкове спонсорство, або його відхиляють;
- 3) комерціалізація інтелектуальних продуктів.

Інтелектуальні системи повинні виходити з обраної стратегії та інвестиційного портфелю для їх реалізації. Для цього необхідно чітко визначити, як підприємство буде вести гру на ринку, тобто яку вибере стратегію. Стратегію можна розглядати як комплексний план, що орієнтує

організацію не на сьогодні, а на перспективу. Метою стратегії є забезпечення не стільки поточного успіху, скільки прискореного постійного розвитку організації в умовах конкуренції, лідерства на ринку.

У сучасних висококонкурентних умовах для функціонування на ринку підприємствам інтелектуального бізнесу особливу увагу необхідно приділяти формуванню ефективного управління. У структурі підприємства доцільно виділити інтелектуальні системи, які б сприяли створенню інтелектуальних продуктів і налагодженню щоденних взаємодій та рішень персоналу. Керівництво має обрати стратегію залежно від особливостей інтелектуального продукту, який лежить в основі ведення бізнесу. Втілення названих засад управління інтелектуальним підприємством на практиці стане основою успішного функціонування бізнесу.

Список використаних джерел

1. Управління інноваційним розвитком підприємства: [монографія] Акад. муніцип. упр., Екон. шк. акад. УАНВ.Г. Федоренка. Київ: ДКС центр, 2014. 345 с.

3. Корнух О.В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства. Ефективна економіка. 2013. № 12

3. Писаренко Б.А. Управління інноваційним розвитком підприємств Вісник економічної науки України. 2010. № 1(17). С. 81-85.

4. Славіна Н.А. Антикризове управління сільськогосподарськими підприємствами. Інноваційна економіка: Всеукраїнський науково-виробничий журнал. 2013. № 6 (44). С. 86-89.

5. Славіна Н.А. Формування поведінки менеджера в конфліктних ситуаціях. Вісник Одеського національного університету. Том2. Вип. 5. м.Одеса, 2015. 488с. С.144-148.