

УДК 658.1

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ
КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ
(НА ПРИМЕРЕ ПРУП «НОВОПОЛОЦКЖЕЛЕЗОБЕТОН»)**

Е.И. ГАЛЕШОВА, Л.Н. ГАЛУШКОВА

Определена роль интеллектуальных ресурсов в системе ресурсов предприятия. Приведена структура интеллектуальных ресурсов, наиболее полно отражающая их сущность. Проведен анализ интеллектуальных ресурсов предприятия на примере предприятия «Новополоцкжелезобетон».

На рубеже веков экономическая наука и практика в возрастающей мере определяется новой хозяйственной средой. Отличительной чертой этой среды являются «неосязаемые технологии» и неосязаемые формы передачи технологий. Это знания, навыки, квалификация, организационный и управленческий опыт и др., именно эти «неосязаемые технологии» дают возможность генерировать и осваивать инновации. Основной упор в реализации указанных технологий ставится на интеллектуальные активы, человеческий фактор, творческий потенциал, высокоразвитый научно-образовательный комплекс, которые представляют в своей совокупности интеллектуальные ресурсы. Таким образом, на сегодняшний день обладание только материальными активами не гарантирует доходов. Доходы создаются также и с помощью интеллектуальных ресурсов, используемых с целью формирования уникальных конкурентных преимуществ [1, с. 34].

В мировой экономической науке в последнее десятилетие активно идут дискуссии по определению роли и места интеллектуальных ресурсов в деятельности предприятия. Обеспечение конкурентоспособности и эффективности деятельности предприятия возможно только при скоординированном управлении всеми его ресурсами и особенно интеллектуальными, которые сегодня вышли на первый план в системе ресурсов предприятия. Обладание именно интеллектуальными ресурсами оценивается развитыми странами как стратегические ресурсы.

Актуальность проблемы заключается в том, что наличие интеллектуальных ресурсов еще не гарантирует успеха, в то время как их отсутствие или недостаточное использование равнозначно снижению эффективности деятельности промышленного предприятия, потере его доходности и конкурентных преимуществ. Поэтому особенностью управления современным промышленным предприятием является не стремление к увеличению количества вовлекаемых в производственный процесс интеллектуальных ресурсов, а совершенствование процесса управления ими с тем, чтобы эффект от их использования был максимальным.

Анализ зарубежных и отечественных источников показал, что на данный момент нет однозначного подхода к определению интеллектуальных ресурсов и интеллектуального капитала предприятия, существуют также различные трактовки их содержания и структуры.

По мнению автора, наиболее полно отражающей сущность интеллектуальных ресурсов предприятия является модель структуры интеллектуальных ресурсов, согласно которой интеллектуальные ресурсы представляют собой сочетание и взаимодействие четырех составляющих видов ресурсов [2, с. 27]:

- 1) человеческие ресурсы: человеческие активы; научно-образовательные возможности предприятия;
- 2) организационные ресурсы: интеллектуальная собственность как актив; активы инфраструктуры рынка; деловая репутация;
- 3) информационные ресурсы: информационные технологии; информационные системы;
- 4) коммуникационные: управленческие процессы (механизмы обратной связи на всех уровнях управления); корпоративная культура и корпоративный климат.

Под *человеческими активами* подразумевается совокупность коллективных знаний сотрудников предприятия, их творческих способностей, умения решать проблемы, лидерских качеств, предпринимательских и управленческих навыков. Сюда также включаются психометрические данные и сведения о поведении отдельных личностей в различных ситуациях, например при командной организации работ или в стрессовых ситуациях [3, с. 33 – 35].

Интеллектуальная собственность включает ноу-хау, торговые секреты, патенты и различные авторские права [3, с. 33].

В соответствии с законодательством Республики Беларусь интеллектуальная собственность представляет собой исключительное право гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации продукции, выполняемых работ или услуг [4]. Для вовлечения объектов интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот необходимо оценить их стоимость.

В соответствии с нормативными актами Республики Беларусь оценка стоимости объектов интеллектуальной собственности представляет собой процесс определения полезности результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, продукции, выполняемых работ и услуг в стоимостном выражении [5].

В случае использования чужих исключительных прав на продукт интеллектуального труда предприниматель выплачивает обладателю исключительных прав вознаграждение (доход).

В мировой практике наиболее часто применяются два вида вознаграждения собственнику исключительных прав [6, с. 24]:

- паушальный платеж, предполагающий единовременное вознаграждение за право пользоваться предметом лицензионного соглашения до получения экономического эффекта (прибыли) от его использования или фактическая цена лицензии;

- роялти – периодические отчисления продавцу (лицензиару) за право пользования предметом лицензионного соглашения.

Активы инфраструктуры рынка – это тот потенциал, который обеспечивается нематериальными активами, связанными с рыночными операциями. В качестве примеров можно привести различные марочные названия товара, покупателей с их приверженностью этим марочным названиям, повторяемость сделок, портфель заказов, каналы распределения, различные контракты и соглашения, такие как лицензирование, франшиза и т.п. [3, с. 31].

Репутация – это общее мнение о достоинствах и недостатках субъекта. Управление репутацией тесно связано с формированием благоприятного имиджа организации. Имидж есть та или иная «сконструированная» известность, которую создают определенному объекту – вещи, событию, человеку и т.д. Причем имидж в таком понимании используется специально для общественного пользования и вовсе не обязан хоть как-то совпадать с реальностью, то есть может приобретать характер «чистого мифа». В отличие от имиджа репутация складывается из реальных действий и фактов [7, с. 160].

Всеобщее признание роли интеллектуальных ресурсов и управления ими должно обязательно внести коррективы в нынешние методы управления промышленного предприятия и привести к перераспределению инвестиций на уровне организации. Можно сказать, что эффективное управление интеллектуальными ресурсами позволит построить принципиально новую систему взаимосвязей и взаимодействий на предприятии, где управление интеллектуальными ресурсами – это систематический процесс формирования и преобразования индивидуального знания, опыта, навыков с тем, чтобы они могли быть перенесены в процессы, продукты и услуги в целях обеспечения конкурентоспособности организации на рынке. Знания в процессе овладения ими трансформируются в потоки информации, которые, с одной стороны, материализуются в объекты интеллектуальной собственности организации, а с другой – способствуют процессу движения организации от ее классических форм до обучающейся организации, где интеллектуальные ресурсы – это непрерывный источник создания конкурентных преимуществ, а управление интеллектуальными ресурсами – это стратегия постоянного обновления методов и повышения эффективности всех видов деятельности.

С целью оценить систему управления интеллектуальными ресурсами на предприятии «Новополоцкжелезобетон» нами было проведено исследование, включающее два этапа:

- 1) анализ структурных составляющих интеллектуальных ресурсов: человеческих, организационных, информационных и коммуникационных ресурсов;

- 2) анкетирование административно-управленческого персонала. Анкета была составлена на основе анкеты Э. Брукинга на наличие интеллектуального капитала и содержала 19 вопросов, отражающих элементы трех составных частей интеллектуальных ресурсов: организационные ресурсы, человеческие ресурсы и коммуникационные ресурсы. Четвертую составную часть (информационные ресурсы), по мнению автора, включать в состав анкеты показалось нецелесообразным, поскольку имелось довольно полное представление о состоянии данной составляющей интеллектуальных ресурсов на анализируемом предприятии.

При проведении анализа особое внимание было уделено человеческим ресурсам, поскольку именно они являются основной частью интеллектуальных ресурсов. Для этого оценке подверглись наличие и структура персонала, его динамика, также были проанализированы возрастной состав, показатели движения работников, динамика структуры уровня образования работников, динамика структуры профессионального обучения.

В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

- наибольший удельный вес в общей численности работников предприятия занимают работники, принадлежащие возрастной категории 40 – 49 лет, тогда как одним из очевидных факторов успеха фирм является молодость и энергия работников;

- лишь 14,3 % работников по состоянию на 2006 год имеют высшее образование;

- по всем анализируемым показателям движения работников ПРУП «Новополоцкжелезобетон» происходит улучшение в 2006 году;

- структура профессионального обучения на протяжении всего анализируемого периода такова: на фоне устойчивого увеличения обученных наблюдается постепенный рост повысивших квалификацию и, соответственно, снижение прошедших профессиональную подготовку и переподготовку. Такой вид обучения как стажировка на данном предприятии отсутствует, что является недостатком проводимого обучения персонала предприятия.

Таким образом, управление человеческими ресурсами на ПРУП «Новополоцкжелезобетон» находится на стадии становления. Хотя в управлении организацией применяются основные методы управления человеческими ресурсами, работают они, по мнению автора, не в полную силу.

На сегодняшний день организационные ресурсы, как составная часть интеллектуальных ресурсов, играют значительную роль в их управлении. Эту роль определяет наличие и использование объектов интеллектуальной собственности, развитость рыночной инфраструктуры.

К сожалению, оценку таких немаловажных показателей, как ноу-хау, патенты, авторские права, торговой марки и т.п. провести не удалось за неимением таковых на данном предприятии. Это говорит о практически полном отсутствии такой важной составной части организационных ресурсов как интеллектуальная собственность, а также о небольшой доле другого компонента организационных ресурсов – инфраструктурных активах рынка.

Однако несмотря на это, ПРУП «Новополоцкжелезобетон» имеет надежные партнерские связи, которые позволяют формировать портфель заказов, обеспечивающий внутренний рынок.

Следует отметить, что помимо формирования собственного портфеля заказов на ПРУП «Новополоцкжелезобетон» наблюдается устойчивая тенденция для внедрения на строительные рынки ближнего зарубежья, а именно на строительные рынки Российской Федерации. Стабильность работы в этих районах обуславливается известностью предприятия, его давними связями и положительным имиджем.

Также на предприятии, исходя из анализа технического состояния основных фондов предприятия, учитывая износ оборудования, данных бухгалтерского баланса на предприятии разработана подробная программа перевооружения и обновления производства на 2004 год и последующие периоды до 2008 года.

ПРУП «Новополоцкжелезобетон», осуществляя свою активную деятельность на внутреннем рынке, имеет постоянных покупателей, сформирован портфель заказов, реализация выпущенной продукции осуществляется по отработанным каналам распределения. Однако известно, что успешная деятельность организации возможна при условии активного внедрения на рынок. По исследованиям же специалистов ПРУП «Новополоцкжелезобетон», расширение географии сбыта и увеличение доли рынка ограничивается сильными конкурентами, обладающими более современным и менее изношенным оборудованием, занимающими к тому же более сильное географически-стратегическое положение. На юго-западе – предприятия г. Молодечно; на юге – Новолукомльский завод объемного домостроения, на юго-востоке – предприятия г. Витебска и Оршанский «Комбинат СЖБИ и К», активно поставляющие железобетонные изделия на рынки Смоленской области.

Движение продукции на северо-запад (Литва, Латвия) также, по оценкам специалистов ПРУП «Новополоцкжелезобетон», пока невозможно из-за необходимости проводить сертификацию и выпуск продукции по стандартам Евросоюза, хотя подобные варианты просчитываются.

Анализ деятельности данного предприятия показал, что однозначно оценить управление организационными ресурсами нельзя: с одной стороны, полное отсутствие интеллектуальной собственности как актива, с другой – довольно развиты инфраструктурные активы рынка. Однако для сохранения и расширения своих позиций на рынке, а также для успешной конкурентной борьбы руководству предприятия необходимо развернуть работу по внедрению объектов интеллектуальной собственности в свои активы.

Что касается информационных ресурсов ПРУП «Новополоцкжелезобетон», то они включают в себя информационные технологии и информационные системы, которые не в полной мере отвечают современным требованиям развития производства. На предприятии недостаточно развиты системы информационных технологий, отсутствуют коммуникационные системы наподобие электронной почты и телеконференций, компьютерное обеспечение не на высоком уровне, библиотека завода требует обновления имеющихся фондов.

К коммуникационным ресурсам следует отнести корпоративную культуру и процессы, связанные с управлением предприятия на всех организационных уровнях. Чтобы оценить данный элемент в полной степени, обратимся к результатам анкетирования, проведенного на данном предприятии.

Проведенное анкетирование по оценке интеллектуальных ресурсов самими работниками ПРУП «Новополоцкжелезобетон» дало следующие результаты:

1) по организационным ресурсам. Существует определенное разделение в ответах, касающихся структурных элементов организационных ресурсов, – интеллектуальной собственности и инфраструктурных активов рынка. Практически на все вопросы по поводу инфраструктурных активов рынка рес-

понденты ответили утвердительно, кроме вопроса, касающегося расчета на предприятии срока окупаемости инвестиций в развитие каналов распределения – 62,5 % не знают, рассчитывается ли данный показатель. Это положительно характеризует состояние инфраструктурных активов рынка на данном предприятии. Если говорить о распределении ответов, касающихся интеллектуальной собственности, то преобладают либо отрицательные ответы, либо ответы «не знаю». Это является весьма негативной характеристикой состояния интеллектуальных активов. Лишь на вопрос: «В нашей компании известна цена наших торговых марок» – 56,25 % респондентов ответили утвердительно;

2) *по человеческим ресурсам.* Наблюдается разнородность ответов: на два первых вопроса преобладает количество отрицательных ответов, на два вторых – положительных. Поэтому, по нашему мнению, руководству предприятия следует больше внимания уделять своим работникам, обеспечивая им не только рост заработной платы, но и давая возможность планировать свой карьерный рост, а также морально поощряя своих работников. Что примечательно, по данному блоку вопросов отсутствует ответ «Не знаю»;

3) *по коммуникационным ресурсам.* Сложилась ситуация, аналогичная ситуации анализа по инфраструктурным активам рынка: на все вопросы, кроме одного большинство респондентов ответили утвердительно. Лишь на утверждение «В нашей компании сотрудники немедленно вознаграждаются за вклад в достижение корпоративных целей» утвердительно ответили 43,75 % респондентов. Аналогично ситуации с ответами по человеческим ресурсам ответы «Не знаю» отсутствуют и в данном блоке ответов.

В результате проведенного исследования можно сделать **выводы**: интеллектуальные ресурсы на ПРУП «Новополоцкжелезобетон» не развиты; не сформирована система управления интеллектуальными ресурсами и в качестве рекомендаций данному предприятию можно предложить внедрение в систему управления предприятием методики, которая будет позволять оценивать состояние интеллектуальных ресурсов и прослеживать их развитие. В качестве такой методики может выступать мониторинг интеллектуальных ресурсов промышленного предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Хатулева, О.В. Проблемы признания в бухгалтерском учете интеллектуальных активов организации / О.В. Хатулева // Бухгалтерский учет и анализ. – 2005. – № 8. – С. 34 – 37.
2. Федорова, Н.В. Управление интеллектуальными ресурсами промышленного предприятия: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Н.В. Федорова [Электронный ресурс]. – М.: Рос. гос. б-ка, 2003. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/diss/03/0550/030550025.pdf>.
3. Брукинг, Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг; пер. с англ. под ред. Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.
4. Гражданский кодекс Республики Беларусь. Раздел V (ст. 979): исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальная собственность) от 7 декабря 1998 г.
5. Инструкция о порядке оценки и учета объектов интеллектуальной собственности в составе нематериальных активов: утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь, 19 марта 1998 г. №435.
6. Зайцева, Н.К. Интеллектуальная рента – источник воспроизводства интеллектуального капитала / Н.К. Зайцева // Финансы. – 2004. – № 10. – С. 24 – 25.
7. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации: учеб. пособие / под ред. А.Л. Гапоненко, Т.М. Орловой. – М.: Издат. Дом «Соц. отношения», 2003. – 184 с.

УДК 658.1:659.4

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ ПО ООО «БРСМ» УО «ПГУ» С ПРАВАМИ РАЙОННОГО КОМИТЕТА

Е.С. КОСАРЕВСКАЯ, И.Р. СЕЛЕЗЕНЬ, А.Г. САМОЙЛОВА

Формирование положительного имиджа является необходимым условием достижения конкурентоспособности как любого промышленного предприятия, так и некоммерческих организаций. Достижение этой цели возможно благодаря эффективному проведению PR-кампании. Особого внимания осуществление PR-мероприятий требует в общественных организациях.

В условиях рыночных отношений, когда каждый из бизнес-партнеров преследует собственный интерес, весьма важно создание обстановки взаимного доверия. Это является условием эффективности в любой сфере, а особенно на рынке, где постоянные надежные связи с потребителями, клиентами, поставщиками, сотрудниками составляют основу деятельности. Поэтому в политике продвижения предприятия широкое распространение получило такое явление как Public Relations («паблик рилейшнз»).