

РИНОК ПРАЦІ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ РЕНТИ

Давидова І.О., д.е.н., професор, доцент кафедри економічної теорії та права Харківського державного університету харчування та торгівлі (Україна).

Давидова І.О. Ринок праці як фактор формування інтелектуальної ренти.

У статті розглядається методологія проведення економічних досліджень. Визначено загальнометодологічні підходи у дослідженні інтелектуальної ренти. Розглянуто об'єктивний характер рента на ринку праці постає як частини трудового винагородження, яка дозволяє роботодавцю утримувати працівника на певному робочому місці. Ті роботодавці, які вилучають максимальну користь від індивідуальних властивостей робітника, одержують відповідну ренту, на відміну від тих, хто стандартно використовує фахівців. Прагнення до отримання рентного прибутку ринкового типу має конструктивний для економічного розвитку характер, а прагнення до позаринкової ренти може мати деструктивний характер. Посилення протиріччя між індивідуальним та суспільним характером формування та привласнення інтелектуальної ренти призводить до посилення диференціації доходів і перерозподілу їх через ринок та податкову систему, виступає важливим чинником розподілу інновацій при реалізації інтелектуального капіталу, виявляється у невідповідності рівня розвитку трудових ресурсів та організації суспільства тим характером економіки, який сформувався в сучасному світі.

Ключові слова: ринок праці, інтелектуальна рента, інтелектуальний капітал, реалізація інтелектуального капіталу

Давыдова И.О. Рынок труда как фактор формирования интеллектуальной ренты.

В статье рассматривается методология проведения экономических исследований. Определены общеметодологические подходы в исследовании интеллектуальной ренты. Рассмотрены объективный характер рента на рынке труда выступает как части трудового вознаграждения, которая позволяет работодателю удерживать работника на определенном рабочем месте. Те работодатели, которые изымают максимальную пользу от индивидуальных свойств рабочего, получают соответствующую ренту, в отличие от тех, кто стандартно использует специалистов. Стремление к получению рентного дохода рыночного типа имеет конструктивный для экономического развития характер, а стремление к вне рыночной ренты может иметь деструктивный характер. Усиление противоречия между индивидуальным и общественным характером формирования и присвоения интеллектуальной ренты приводит к усилению дифференциации доходов и перераспределения их через рынок и налоговую систему, выступает важным фактором распределения инноваций при реализации интеллектуального капитала, оказывается в несоответствии уровня развития трудовых ресурсов и организации общества тем характером экономики, сформировавшегося в современном мире.

Ключевые слова: рынок труда, интеллектуальная рента, интеллектуальный капитал, реализация интеллектуального капитала

Davydova I. Labor market as a factor of intellectual rent.

The article discusses the methodology of Economic Research. The general methodological approaches in the study of intellectual rent is determined. Objective nature of the labor market rent is presented as part of labor remuneration, which allows the employer to keep the employee on a particular workplace. Those employers who seize the most out of individual properties worker receiving appropriate rents, as opposed to those who normally uses specialists. The desire to obtain rental income market type is constructive for the economic development of character and commitment to non-market rent can be destructive. Increasing conflict between the individual and the social character creation and appropriation of intellectual rent leads to increased differentiation and redistribution of income through their market and tax system, an important factor in implementing the distribution of innovation intellectual capital is found in non-compliance of workforce development and organization of society by the nature of the economy, formed in the modern world.

Keywords: labor market, intellectual rent, intellectual capital, intellectual capital realization

У другій половині XX століття, яка хронологічно означає входження розвинених країн в постіндустріальне суспільство, змінилася сама роль знань, що виразилося в застосуванні знань до процесів виробництва, розповсюдження та використання самого знання. Результатом цього з'явився зростання інформаційного, віртуального і сектора знань, сфери послуг, розвиток ресурсозберігаючих технологій, зміна структур і методів управління.

Фундаментальна трансформація процесу праці знаходить вияв у двох найважливіших тенденціях:

- інтелектуалізації праці, затребуваності у працівників таких якостей, як креативність, здатність до розвитку і виконанню професійних обов'язків в умовах невизначеності;
- виділенні нових видів діяльності в самостійні, що приносять дохід.

Першу їх зазначених тенденцій можна вже простежити в еволюції наукового терміна, що означає праця як фактор виробництва на різних рівнях економічного аналізу: «робоча сила», «трудові ресурси», «людські ресурси», «людський капітал», «інтелектуальний капітал» і т. д. Аналіз сучасного ринку праці також показує, що центральне місце на ньому в економічно розвинених країнах належить зайнятим інтелектуальною діяльністю. До категорії інтелектуальних працівників можна віднести програмістів, юристів, патентознавців, дизайнерів, консультантів, експертів та аналітиків, тренерів і представників інших професій, здатних без фізичних засобів виробництва і без підтримки організації створити готовий продукт. Такі працівники виступають всіма нтелектуального капіталу.

Разом з тим, вплив економічних інститутів на формування найважливішого економічного ресурсу виробництва та провідного чинника економічного прогресу, яким є інтелектуальний капітал у період становлення інноваційного типу розвитку, недостатньо розкрито в економічній теорії. Фундаментальні теоретичні проблеми економічного змісту інтелектуального капіталу, породжуваних ним відносин, його суб'єктів та інституціональних основ формування залишаються недостатньо вивченими з боку його реалізації.

Валоризація знань приводить до того, що індивіди, які мають висококваліфіковані знання, затребувані на різних ринках, стають одержувачами нового виду доходу – інтелектуальної ренти. Найбільш успішні фірми створюють і ретельно захищають від потенційного вторгнення контрагентів корпоративні знання, що дають при їх вмілому використанні незаперечні конкурентні переваги. Країни, що зуміли органічно вписати інноваційні ресурси і знання в економічну модель свого розвитку, досягають значних успіхів на світовому ринку, стають лідерами експорту освітніх послуг, що приносять чималі доходи. Все це вимагає перегляду напрямів державного регулювання, оптимізації саморегулювання і дії інших інститутів економіки, заснованої на знаннях.

До основних функцій інтелектуального капіталу відносять: вплив на продуктивність праці, а також на якість відтворення та вдосконалення людського капіталу, забезпечення усвідомлення індивідами значущості своєї особистості, набуття знань про явища та процеси, перетворення цих знань в результати інтелектуальної діяльності (інформація, продукти, послуги). На рівні окремих індивідів людський капітал є своєрідним ресурсом, який дає змогу утримувати та використовувати у своїй діяльності (зокрема, професійній, економічній, підприємницькій) певні переваги, можливості та шанси.

У складі персонального інтелектуального капіталу, на формування і примноження якого і направлено професійне навчання, В. Г. Дайнеко виділяє три елементи: освітній (як сума знань, умінь і навичок у традиційному розумінні); інноваційний, заснований на готовності до генерування, адаптації та застосуванні знань, у тому числі в якості джерела доходу; комунікаційний, що характеризує здатність до

інформаційного обміну [1]. Ця взаємодія є основою відтворення кожного підприємства, фірми в ринковій економіці. Відносини інтелектуального капіталу складаються, реалізуються та відновлюються з приводу раціонального використання особистого фактору виробництва в сфері зайнятості. Особливої уваги заслуговує подальший аналіз реалізації інтелектуального капіталу, яка розглядається як через створення та примноження інтелектуального капіталу організацій, так і через використання інтелектуального капіталу при створенні інноваційної продукції.

Дохід носія інтелектуального капіталу має відбивати вартість висококваліфікованої робочої сили та винагородження на вкладений інтелектуальний капітал, порівняний з середнім рівнем доходності від інвестицій, включаючи авторське винагородження та доходи від відтворення (копіювання) інтелектуальних продуктів. Економічні вигоди, набуті внаслідок конкурентних переваг володіння інтелектуальними цінностями, складають зміст економічних інтересів суб'єктів інтелектуального капіталу. Реалізація інтелектуального капіталу в сфері зайнятості пов'язана також із створенням інтелектуальної ренти, одержуваної суб'єктами ринку праці. Традиційний підхід до проблеми ренти трактує цей дохід як такий, що не пов'язаний з підприємницькою діяльністю, має регулярний характер [2, с. 73]. З точки зору мікроекономічної теорії, економічна рента визначається як плата за обмежений ресурс, яка перевищує його альтернативну вартість, дозволяє забезпечити потреби в даному ресурсі.

При цьому більшість дослідників причиною, що породжує інформаційну ренту, називають монополію суб'єктів на володіння обмеженими і більш цінними інформаційними продуктами як об'єктом господарювання в галузях матеріального виробництва та невиробничої сфери. На відміну від природного, інтелектуальна рента є відтворюваною, вона одночасно є і результатом, і джерелом інноваційного процесу.

В рамках існуючих теорій ренти представляється доцільним виділення особливого виду ренти, що відбиває закономірності функціонування творчої складової діяльності інтелектуальних працівників.

На ринку праці рента постає як частина трудового винагородження, яка дозволяє роботодавцю утримувати працівника на певному робочому місці. Рента, яку привласнює працівник, це надбавка до мінімально прийнятної для нього оплати праці. При цьому вважається, що ті особи, які відзначаються здатністю до певної роботи, одержують більш високу ренту. Поява рентних доходів у працівників пов'язана з ненасиченістю відповідного професійно-кваліфікаційного ринку праці. Такі обмеження зростають з урахуванням різновиду інтелектуального капіталу, зростанням професійно-кваліфікаційних вимог до робітників, їх індивідуалізації. У той же час робітники високого кваліфікаційного рівня меншою мірою мотивуються рентою, оскільки такий фахівець може одержати ренту у багатьох роботодавців, що також здійснює вплив у бік підвищення інтелектуальної ренти. Пропозиція робочої сили, особливо кваліфікованої, в короткостроковому періоді нееластична до ціни праці. У цьому зв'язку заслуговує на увагу такий різновид рентних доходів, як квазірента. «Доход, що забезпечується будь-яким фактором виробництва, в якого пропозиція тимчасово зберігає незмінну величину, інколи називають квазірентою», - відзначає П. Самуельсон [3, с. 100]. На довгострокових проміжках часу відповідний сегмент ринку праці заповнюється фахівцями, що одержали необхідну професію, кваліфікацію, і підґрунтя для виникнення квазіренти зникає. Таким чином, час одержання квазіренти залежить від часу, необхідного для підготовки фахівців та їх вступу в даний сектор ринку праці.

Ренту від використання найманих працівників може отримати і роботодавець. Існує максимум, який роботодавець готовий витратити на оплату праці, щоб залучити потрібну йому робочу силу. Сплачуючи працю найманих фахівців за ставками, нижче даного максимуму, роботодавець вилучає рентний дохід. Економічна рента роботодавця – це чистий економічний прибуток, деякий дохід, що перевищує альтернативну вартість капіталу, який ним використовується. Одержання ренти від інвестування капіталу свідчить про ефективність використання капітальних засобів, в тому числі й інвестованих в робочі місця. Прагнучи економічної ренти, роботодавець підвищує ефективність зайнятості, покращує структуру робочих місць. Ті роботодавці, які вилучають максимальну користь від індивідуальних властивостей робітника, одержують відповідну ренту, на відміну від тих, хто стандартно використовує фахівців. Протягом останніх десятиліть в економічній літературі досить чітко обґрунтовано поняття «rent-seeking behavior» – поведінка, націлена на пошук ренти. Даний тип поведінки відрізняється прагненням отримати прибутки, що перевищують нормальний рівень за умов конкурентності. Прагнення до отримання рентного прибутку ринкового типу має конструктивний для економічного розвитку характер, а прагнення до позаринкової ренти може мати деструктивний характер. Рента, яку одержують як робітник, так і роботодавець, буде носити ринковий або позаринковий характер в залежності від впливу конкурентних сил на її утворення. Якщо рента утворюється в результаті конкуренції, вона носить ринковий характер, якщо рента утворюється в результаті обмеження ринку та конкуренції (ліцензування професій, адміністративне регулювання оплати праці), то вона буде позаринковою [4, с. 147-149]. Маломасштабність формування інтелектуального капіталу в трансформаційних економіках та неефективність його реалізації пов'язані із посиленням протиріччя між індивідуальним характером формування інтелектуальної ренти та суспільним характером її привласнення, а також високим ступенем диференціації доходів, перерозподілом їх не на користь інтелектуального капіталу. Наявність інтелектуальної ренти породжує ще одну важливу проблему – пропорції розподілу ренти між працівником та роботодавцем. З теоретичної точки зору загальний рентний дохід фірми – роботодавець має розподілятися між працівниками та фірмою пропорційно поділу її загального інтелектуального капіталу на людський та структурний. На практиці фірми часто здійснюють монополію на людський капітал, яким користуються, як на виробничий об'єкт [6]. Посилення протиріччя між індивідуальним та суспільним характером формування та привласнення інтелектуальної ренти призводить до посилення диференціації доходів і перерозподілу їх через ринок та податкову систему, виступає важливим чинником розподілу інновацій при реалізації інтелектуального капіталу. Розмір інноваційної ренти є показником інноваційного розвитку, як окремого підприємства, так і країни в цілому. Аналіз інформаційного сектора України показав, що складові інформаційного сектора розвинені нерівномірно і ряд з них знаходяться на вкрай низькому рівні розвитку. В Україні практично відсутній сектор виробництва інформаційних технологій, що забезпечує розвиненим країнам основну частку інтелектуальної ренти, при цьому практично відсутній цикл створення та експорту готових інноваційних продуктів. В кількісному і в якісному відношеннях швидкими темпами розвивається сфера телекомунікацій, що забезпечує високі доходи, за темпами зростання перевищують темпи зростання ВВП. Недостатнє фінансування науки і НДДКР, пояснює невисокий ступінь наукоємності продукції промисловості України (в середньому за період 2000-2010 рр. цей показник склав близько 1%, при тому, що в розвинених країнах ступінь наукоємності промислової продукції становить 2-3%) [6]. Інвестиції в галузі ІКТ вкрай низькі, що дозволяє припускати невисоку величину інтелектуальної ренти, створюваної високотехнологічним сектором України.

Україна для формування інтелектуальної ренти, здійснення безперервного інноваційного процесу та досягнення сталого економічного розвитку, потребує економічної політики, спрямованої на підтримку науки та НДДКР та ІКТ сектора, що включає збільшення інвестицій в науку та ІКТ сектор, а також зниження адміністративних бар'єрів (спрощення процедури експорту ПЗ, правил валютного контролю та ін.) і податкових пільг.

Інша суперечність економічного зростання пов'язана з невідповідністю рівня розвитку трудових ресурсів та організації суспільства тим характером економіки, який сформувався в сучасному світі [7]. Перш за все, це виражається у величезній нестачі кваліфікованих фахівців на світовому ринку праці. Активні міграційні процеси, характерні для багатьох країн, на жаль, її не вирішують. Ця проблема носить глобальний характер, і вона властива різним сферам діяльності - бізнесу, науці, освіті і т. п. Ще одне протиріччя пов'язано з концентрацією в розвинених країнах здебільшого інтелектуального і технологічного потенціалу людства. У них зосереджуються основні торговельні обороти, замикаються інвестиційні потоки з країн, що розвиваються в розвинені регіони планети. Це веде до поляризації країн за рівнем розвитку людського капіталу, за його частки в громадському багатстві країни, їх диференціації за пріоритетами економічного розвитку. Ринок праці у все більшій мірі починає враховувати результати інтелектуальної праці.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Дайнеко В. Г. Рост интеллектуального капитала при переходе к экономике, основанной на знаниях: политико-экономический аспект // Журнал экономической теории. – 2011. – № 4. – С. 45-58.
2. Рикардо Д. Сочинения : в 2х т. Т.1. / Д. Рикардо – М. : Госполитиздат, 1955. – 360 с.
3. Самуэльсон П. Экономика / П. Самуэльсон. – М. : НПО «АЛГОН» ВНИИСИ, 1992. – Т.1. – 333 с.
4. Мортіков В. В. Економічний механізм формування ефективної зайнятості : монографія / В. В. Мортіков. – Луганськ : СНУ, 2001. – 236 с.
5. Касьянова А.К., Ченцова М.В. На пути к экономике знаний: институционально-теоретический и практический подходы. – М.: МАКС Пресс, 2008.
6. Державний комітет статистики України. Офіційний веб сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <www.ukrstat.gov.ua>.
7. Кузнецова Н. Освіта, наука і виробництво як ключові компоненти механізму формування людських ресурсів інноваційного типу // Україна: аспекти праці. – 2009. - №4. – С.39-42.

УДК 17.022.1: 640.43: 339 137.2

ІМІДЖ ЯК ВАГОМИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Дружиніна В.В. к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського (Україна)

Зінченко Д.С. методист деканату факультету менеджменту Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського (Україна)

Кириченко А.В. агент з продажів туристичного агентства "Батерфляй" (Україна)

Дружиніна В.В., Зінченко Д.С., Кириченко А.В. Імідж як вагомий фактор конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства.

У статті визначено, що одним з головних критеріїв оцінки конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства є імідж підприємства. Визначено, що імідж ресторану є синтезом зовнішнього, внутрішнього, відчутного, невідчутного, позитивного і поточного іміджів, які змістовно відображають критерії оцінки конкурентоспроможності. Уточнено сутність кожного з видів іміджу закладів ресторанного господарства, визначено основні задачі та параметри їх оцінки. Визначено, що комплексною складовою з позиції як споживача, так і з позиції послугонадавача являється відчутний імідж. Представлена оцінка відчутного іміджу з позиції споживача в залежності від рівня доходу, від вікової категорії та інтер'єру закладу ресторанного господарства. Оцінка конкурентоспроможності підприємства була отримана шляхом соціального опитування відвідувачів.

Ключові слова: зовнішній імідж, внутрішній імідж, відчутний імідж, невідчутний імідж, конкурентоспроможність, інтер'єр ресторана, заклад ресторанного господарства.

Дружиніна В.В., Зінченко Д.С., Кириченко А.В. Имидж как весомый фактор конкурентоспособности заведений ресторанного хозяйства.

В статье определено, что одним из главных факторов оценки конкурентоспособности предприятий ресторанного хозяйства является имидж предприятия. Определено, что имидж ресторана является синтезом внешнего, внутреннего, осязаемого, неоссязаемого, положительного и текущего имиджей, которые содержательно отражают критерии оценки конкурентоспособности. Уточнена сущность каждого из видов имиджа заведений ресторанного хозяйства, определены основные задачи и параметры их оценки. Определено, что комплексной составляющей с позиции как потребителя, так и с позиции услугодателя является осязаемый имидж. Представлена оценка осязаемого имиджа с позиции потребителя в зависимости от уровня дохода, от возрастной категории и интерьера заведения ресторанного хозяйства. Оценка конкурентоспособности предприятия была получена путем социологического опроса посетителей.

Ключевые слова: внешний имидж, внутренний имидж, осязаемый имидж, неоссязаемый имидж, конкурентоспособность, интерьер ресторана, заведение ресторанного хозяйства.

Druzhinina V., Zinchenko D., Kirichenko A.V. Image as a significant factor in the competitiveness of institutions restaurant industry.

The article stipulates that one of the main factors of enterprise competitiveness evaluation restaurant industry is the company's image. Determined that the image of the restaurant is a synthesis of external, internal, tangible, intangible, and the current positive images that reflect meaningful evaluation criteria of competitiveness. Refined essence of each of the types of establishments image of the restaurant industry, the basic objectives and parameters of their evaluation. Determined that the integrated component from a position as a consumer, as well as from the perspective of the Service Provider is a tangible image. The estimates presented tangible image from the position of the consumer depending on the level of income from the age category and interior restaurant business establishments. Assessment of the competitiveness of enterprises was obtained by sociological survey of visitors.

Keywords: external image, internal image, a tangible image, intangible image, competitiveness, interior of the restaurant, restaurant restaurant facilities.

Постановка проблеми. Одним з найбільш впливових аспектів загального сприйняття й оцінки конкурентоспроможності є імідж закладів ресторанного господарства, які функціонують під впливом постійно мінливих чинників зовнішнього середовища. Саме зовнішня середа задає рівень одержуваного доходу установами ресторанного господарства, укомплектованість персоналом, ступінь підготовки кадрового складу, моральна і матеріальна зацікавленість працівників у результатах своєї праці і, звичайно ж, асортимент наданих послуг і, як наслідок, ступінь задоволення потреб відвідувачів. У кінцевому результаті, все різноманіття факторів зовнішнього середовища знаходить своє неухильне відображення у формуванні думки суспільства щодо діяльності того чи іншого закладу ресторанного господарства і при цьому важливе значення відіграє формування іміджу такого закладу. Він формує лояльність споживача, розширює сферу партнерства, полегшує доступ до різних ресурсів: фінансових, інформаційних, людських, матеріальних та передбачає визначення соціально значущої ролі підприємства, його індивідуальності та ідентичності.

На жаль, у вітчизняній і зарубіжній літературі переважно акцент робиться на формування корпоративного іміджу, але саме імідж закладів ресторанного господарства ще недостатньо вивчений і це пов'язано, насамперед, зі складністю даного виду діяльності, з його специфікою, а також застосуванням різноманітної кількості методичних прийомів.

Аналіз останніх досліджень. Г.Т. П'ятиницька, А.М. Коваленко визначали конкурентоспроможність загальнодоступних підприємств громадського харчування, як потужний фактор формування та розвитку іміджу ресторану [1]. О.Б. Перелігіна вважає, що конкурентоспроможність іміджу – це спеціально спроектований інтерес підприємства, заснований на особливих внутрішніх закономірностях, властивостях, якостях, які направлені на підсвідомість відвідувачів закладів харчування [2]. С.С. Ткачова внесла важливий внесок у теорію і практику дослідження конкурентоспроможності та стратегічного управління закладом ресторанного