

# СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 365.18.54

DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/18.1>**Бусарєва Т.Г.**

кандидат економічних наук, доцент,

фахівець по забезпеченню роботи Наглядової ради НЕК «Укренерго»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3863-4511>

## РОЛЬ ТА МІСЦЕ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ КОМПОНЕНТИ У ФОРМУВАННІ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ТНК

*Із розвитком продуктивних сил у конкуренції починають превалювати компетенції, визначені нематеріальними чинниками. Ще на початку 2000-х років лідируючі позиції на ринку займали транснаціональні корпорації, які орієнтувалися на конкурентні переваги, що сприяли розвитку сучасного технічного оснащення, кваліфікованому персоналу та гарантованому доступу до необхідних матеріальних ресурсів. Однак із розвитком нових технологічних укладів у результаті глобальних політичних та економічних процесів головною умовою успіху конкурентоспроможності ТНК стає наявність у компанії активів іншого роду, а саме нематеріальних активів, орієнтованих на превалювання інтелектуального капіталу, адже складність ведення бізнесу в сучасному світі зумовлена багатьма чинниками, зокрема постійно зростаючою конкуренцією (яка стала глобальною), використанням нових технологій, скороченням життєвого циклу продуктів, владою інформації, владою покупців, гнучкістю функціонування організації та бізнесу як ключового фактору розвитку, демографічними тенденціями. Можливість конвертації інтелектуальних ресурсів у товари і послуги, що володіють суспільною корисністю та додатковою вартістю, стає критичною компетенцією в сучасному бізнесі.*

**Ключові слова:** інтелектуальна компонента, бізнес-модель, компетенції, ТНК, знаннявий ресурс.

**Постановка проблеми.** Глобалізація є об'єктивним процесом і явищем, пов'язаним із поглибленням взаємозалежності і взаємовпливу різних сфер діяльності держав, регіонів, компаній, людей в умовах перетворення світового господарства на єдиний ринок товарів, послуг, капіталу, робочої сили й інформації, подальшої транснаціоналізації виробництва та капіталу і зростання значення найбільших ТНК. Глобалізація світової економіки пов'язана із сукупністю низки чинників: посиленням міжнародної концентрації та централізації капіталу, зростанням значення найбільших ТНК і ТНБ, лібералізацією, дерегуляцією ринків товарів і капіталів; зміною ролі національних держав і політичних блоків; розвитком засобів транспорту, комунікацій та інформаційних технологій. Найважливішими напрямками глобалізації є фінансова глобалізація, глобалізація діяльності найбільших міжнародних компаній, інтенсифікація і зміни у світовій торгівлі, регіоналізація економіки, а також перехід до інформаційної економіки. Глобалізація економічної діяльності проявляється одночасно на різних рівнях: мікро-, мезо- і макроекономічному. На мікрорівні глобалізація зумовлює зміни стратегії, тактики і моделі організації діяльності ТНК. Саме тому управління інтелектуальним капіталом із метою отримання прибутку та забезпечення ринкової конкурентоспроможності стало актуальним напрямом у діяльності сучасних компаній. Нова інтелектуальна економіка, заснована на використанні та активному поширенні знань, характеризується стрімким зростанням наукомісткої продукції; скороченням життє-

вого циклу товарів і актуальних професійних навичок; інтелектуалізацією використовуваних технологій, що забезпечують підвищення продуктивності праці; формуванням великого сегменту ринку інтелектуальних продуктів і послуг, таких як патенти, ліцензії, консалтинг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сфері знаннявої компоненти конкурентоспроможності українськими та закордонними вченими розроблено низку теоретичних, методологічних і методичних підходів до визначення місця та ролі знаннявого складника розвитку суб'єктів економічних структур. Зазначеній проблематиці присвятили свої праці Б. Мільнер, І. Нонака та Х. Такеучі, П. Сенге, В. Буковіч, К. Вііг, Д.С. О'Лірі, Д. Сноуден, Ю. Вовк, М. Мартиненко, А. Дегтяр, М. Бублій, А. Наливайко, Н. Бутенко, Н. Смолінська, І. Грибик, С. Леонова та інші вчені. Водночас важливо зазначити, що на початку ХХІ ст. в умовах розвитку економіки знань актуальною є конкурентоспроможність ТНК з урахуванням важливості формування її інтелектуальної компоненти, що потребує сьгодні додаткового аналізу.

**Мета статті** полягає в аналізі особливостей функціонування інтелектуальної компоненти у процесі формування бізнес-моделей ТНК.

**Виклад основного матеріалу.** Поняття інтелектуального капіталу невіддільне від розвитку економіки знань. Уважається, що вперше питання про значущість інтелектуальної діяльності в процесі виробництва ще в середині ХХ ст. почав досліджувати Дж. Гелбрейт.

У подальшому його ідеї розвинули Т. Стюарт, Л. Едвінсон, Л. Прусак, С. Алберт, К. Бредлі та ін. Однак, незважаючи на досить тривалу історію вивчення цього поняття, його визначення характеризується переважно загальним характером та розробляється найчастіше стосовно рівнів компанії або окремої особи.

Сьогодні під інтелектуальним капіталом розуміють суму знань, умінь, досвіду і кваліфікації працівників, що забезпечує приріст доходу для окремої компанії або інших корисних речей соціального плану для окремого індивіда чи суспільства загалом. Стрижнем усіх накопичених підходів до визначення інтелектуального капіталу є людський розум, «рівного йому скарбу на планеті Земля немає».

Слід розрізнити поняття «людський капітал» та «інтелектуальний капітал». Так, на думку Т.Ю. Феськова, ці два види капіталу «на рівні підприємства частково накладаються один на інший, але також мають у своїй структурі елементи, що знаходяться за межами цього накладення». Зокрема, відомо, що інтелектуальний капітал організації включає в себе певну частину показників здоров'я працівників. Тут мається на увазі те, що інтелектуальна діяльність людини багато в чому залежить від його здатності до концентрації уваги, процесів пам'яті, швидкості протікання розумових операцій, тобто фізіологічних особливостей, безпосередньо пов'язаних зі здоров'ям. Тоді як інші показники здоров'я, наприклад можливість вільно пересуватися, сила м'язів, хороший зір, безпосередньо не пов'язані з інтелектуальною діяльністю, але можуть бути абсолютно необхідні для представників робітничих професій. Таке ж співвідношення можливо спостерігати і на рівні суспільства загалом (на рівні галузі, на національному рівні).

Водночас у людського капіталу та інтелектуального капіталу є загальні елементи: придбані в результаті здобуття освіти знання, навички, дані від природи інтелект; люди – носії цих розумових здібностей; результати інтелектуальної діяльності. Однак дискусійними залишаються питання про місткість таких видів капіталів. Серед фахівців превалює точка зору, що в рамках окремої компанії інтелектуальний капітал є більшим активом, аніж людський капітал, оскільки до складу першого поряд із людським капіталом буде також входити і структурний капітал. Однак у такому разі мова повинна йти виключно про ІК конкретного економічного суб'єкта – компанію. Її ІК складатиметься із сукупності ІК її діючих працівників і накопиченого ІК, представленого результатами інтелектуальної діяльності працівників (необов'язково цієї ж компанії) за минулі періоди [1, с. 54–67].

Якщо ж розширити межі аналізу до масштабів регіону або країни, то дуже сумнівно, що ЛК – це менший, аніж ІК, актив або виробничий фактор розвитку. По-перше, до складу ЛК включають людей, які здобули або здобувають зараз освіту. Однак не завжди люди з освітою можуть себе реалізувати у відповідній сфері та використовувати здобуті знання з метою підвищення власної конкурентоспроможності або конкурентоспроможності будь-якого суб'єкта економіки (в економіці будь-якої країни є домогосподарки, вантажники, охоронці, безробітні, але це не завжди люди без освіти). Справедливо буде стверджувати, що люди з освітою –

це реальний ЛК або потенційний ІК. По-друге, ЛК уважаються також навички, здібності, трудові та соціальні мотивації, що сприяють збільшенню продуктивності праці та підвищенню матеріального статусу людини. Фахівці у сфері ЛК і ІК цілком справедливо можуть зазначити, що більший обсяг останнього порівняно з першим пов'язаний із включенням до складу ІК ще двох значущих складників: клієнтського й організаційного капіталів. Щодо цього можна зауважити, що якщо фактично всі люди, що являють собою ІК, у ході своєї життєдіяльності використовують ІТ (головний складник процесного капіталу), створюють або використовують створений раніше інноваційний капітал, то люди – носії ЛК для власної самореалізації взагалі можуть не мати потреби ні в клієнтському, ні в інноваційному, ні в процесному капіталах.

Таким чином, ми не вважаємо помилковим твердження про те, що на рівні національної економіки під час визначення обсягів ЛК відштовхуватися слід від чисельності населення: фактично кожен у ході своєї життєдіяльності для збільшення доходу або вигід іншого плану (не заборонених законодавством) використовує або дані йому від природи здібності, або здобути в ході освітнього процесу знання. Інша справа, що в країнах із різним рівнем економічного розвитку якість ЛК буде різною. Окрім того, на нашу думку, чим вищий рівень економічного аналізу, тим більшою мірою ЛК починає превалювати над ІК.

Також слід відокремити ІК від поняття інтелектуальної власності та нематеріальних активів. Відомо, що інтелектуальна власність має всі ознаки товару. Вона може бути об'єктом купівлі-продажу і на цій підставі абстрагуватися від свого творця. Як наслідок, права на результати інтелектуальної діяльності, наприклад працівника конкретної фірми, можуть і не належати безпосередньо йому, а розподілятися порівну між фірмою й її працівником, причому власником патенту може бути виключно фірма. У цьому полягає принципова відмінність інтелектуальної власності від ІК. Окрім того, оскільки структурними елементами останнього також є не лише результати інтелектуальної діяльності, що мають матеріальне, фізичне втілення, а й сама людина, її здібності, навички, досвід і навіть дані від природи «специфічні показники здоров'я», то поняття інтелектуальної власності являтиме собою лише істотну частину щодо внеску в кінцевий результат [2, с. 45–49].

Інтелектуальний капітал також не може бути синонімом нематеріальних активів. З одного боку, очевидно, що матеріальні активи є лише частиною інтелектуального капіталу, оскільки ще є люди – «носії розуму» і відчутні результати їхньої діяльності, частина з яких навіть закріплена авторськими правами. З іншого боку, до «невловимого» простору, окрім інтелектуального капіталу компанії, також входять й інші невлімові активи, виміряти які прямими методами не можна, також як і сам інтелектуальний капітал. Очевидно, що в силу включення до інтелектуального капіталу активів із різною природою походження точно виміряти його обсяг і визначити якість неможливо. Вирішувати цю проблему фахівці пропонують по-різному. Переважаючим є фрагментарний підхід, коли оцінка здійснюється шляхом обліку тільки видимих активів інтелектуального капіталу: кількість учених, випускників ЗВО,

зареєстрованих патентів, отриманих ліцензій, обсяг витрат на НДДКР та ін., оскільки дуже складно знайти інструмент, якийсь речовий вимірювач, що дає змогу оцінити те, що має нематеріальну природу.

Значущість інтелектуальних ресурсів в управлінні сучасними економічними відносинами визначається їхньою роллю у виконанні бізнес-процесів, а ефективність управління інтелектуальним капіталом оцінюється на основі аналізу зв'язку цих процесів із реалізацією організаційної стратегії. Разом із тим новизна, складність і міждисциплінарний характер проблеми економіки та управління інтелектуальним капіталом, участь в її розробленні різних наукових шкіл і фахівців сприяли, з одного боку, широті наукових поглядів і різноманітності дослідницьких підходів до побудови онтологічної моделі інтелектуального капіталу, а з іншого – породили термінологічну неоднорідність, розмаїтість концепцій, теорій і організаційних структур, покладених в основу побудови систем управління інтелектуальним капіталом. Така ситуація створює певні труднощі в роботі дослідників і потребує компаративного та системного аналізу, структуризації та узагальнення актуальної наукової інформації з метою визначення ролі знань у формуванні бізнес-моделі інтелектуального розвитку ТНК [3, с. 48–56].

Концептуальні підходи до управління інтелектуальним капіталом повинні бути орієнтовані на створення цілісної та прозорої для менеджменту системи управління інтелектуальними активами, головною цільовою функцією якої має стати інтелектуальне забезпечення існуючих бізнес-процесів, а також безперервне вдосконалення, розвиток і збільшення інтелектуального капіталу. Сучасна економіка управління інтелектуальним капіталом повинна сприяти постійній генерації нових знань та інтелектуальних активів у всіх аспектах діяльності компанії: виробництві, маркетингу, фінансах, управлінні персоналом та ін., щоб максимально повно та ефективно використовувати переваги своїх основних компетенцій і трансформувати їх у підвищення конкурентоспроможності в умовах інноваційної економіки.

Термін «бізнес-модель» з'явився відносно недавно, уперше його використав американський учений Р. Беллман в академічній статті *On the construction of a multi-stage, multi-person business game* у 1957 р. Водночас треба наголосити, що найстарішою бізнес-моделлю, до якої компанії вдаються сьогодні, є модель «власника магазину». Її суть полягає у такому: підприємець відкриває магазин, наповнює його продуктами і чекає на покупців.

У кінці 1950-х років революцію на світовому ринку здійснили компанії Toyota та McDonalds. А. Слівотські відзначає в бізнес-моделі Toyota унікальну виробничу систему, новаторський підхід до масштабу (використання аутсорсингу), систему закупівель (підвищення вимог до постачальників та їх навчання) і механізм виходу на ринок (дилерські мережі). За рішенням творця McDonalds акцент у компанії був зроблений на двох основних споживачах: клієнти-покупці та клієнти-продавці. Клієнту він запропонував вигідну ціну, а покупці франшизи – полегшення ведення бізнесу. Також було оптимізовано всі етапи виробництва і здійснено низку нововведень у роботі зі спів-

робітниками компанії. Прикладом інноваційних бізнес-моделей 1960-х років може бути мережа Wal-Mart, яка побудувала в менш заселених регіонах гігантські супермаркети та запропонувала широкий вибір за низькими цінами. Окрім того, компанія зуміла створити інноваційну організаційну структуру, коли співробітники могли ставати власниками акцій, увела оптимальну систему закупівель і операційну ефективність [4, с. 46–49].

Наступним етапом еволюції бізнес-моделей вважають ХХ ст. (зокрема, 1970-ті роки), коли з'явилася концепція «бритва та лезо», або, як її ще називають, «гак і приманка». Суть такого підходу до побудови бізнес-моделі полягає у тому, що той чи інший продукт продається за свідомо заниженою ціною, привабливою для клієнта, а компанія заробляє за рахунок додаткового продукту, без якого не працює головний.

Якщо в 1970-х роках кілька компаній зуміли довести, що вони можуть створювати інноваційні бізнес-моделі, здатні змінити галузь, то «масове» втілення новаторських моделей усе ж припадає на другу половину 1980-х років. У 1980-х роках у компаніях починається бурхливе впровадження персональних комп'ютерів, розробляються інформаційні системи і системи автоматизації, розвиваються інформаційні технології та сфера розроблення програмного забезпечення. Виникають такі напрями бізнес-моделювання, як функціональне моделювання (діаграми потоків даних), інформаційне моделювання (діаграми «сутність – зв'язок»), моделювання бізнес-процесів (нотації EPC), програма CASE-технологій (автоматизоване моделювання бізнес-процесів). Згодом напрям системного моделювання виокремлюється в клас програм, призначених для вирішення організаційних питань управління. На західному ринку він отримав назву Business Modeling Software (BMS). Подальший розвиток цього напрямку оформляється в окрему методологію менеджменту – бізнес-інжиніринг. У період 1980-х років нові бізнес-моделі, що дали змогу створювати значну цінність, упровадили такі компанії, як Blockbuster, Home Depot, Intel, Dell Computer, Federal Express, Microsoft.

На 1990-ті роки припадає бум розвитку і комерціалізації інформаційно-комунікаційних технологій та Інтернету, у зв'язку з чим зростає інтерес до тематики бізнес-моделювання. Незважаючи на те що основна увага все ще прикута до комп'ютерної сфери і систем моделювання, словосполучення «бізнес-модель» усе частіше використовується з такими термінами, як «моделі доходів» або «управління взаємовідносинами». На цей період припадає розквіт інноваційних бізнес-моделей компаній Southwest Airlines, Starbucks, Amazon.com і багатьох інших [5, с. 74–78].

У 1996 р. Альберт Вісці та Брюс Пастернак у статті «У напрямі до нової бізнес-моделі» вперше схематично представили теоретичне бачення бізнес-моделі суб'єкта господарювання, яка, на їхню думку, складається з п'яти архітектурних «блоків»: бізнес-ядро, бізнес-одиниця, служба доставки, управління (управлінська надбудова) і зв'язок-комунікації між цими блоками. Перше ж визначення терміна «бізнес-модель» у рамках праць з електронного бізнесу і перша їх класифікація були приведені одночасно Полом Тіммерсом,

а також Н. Венкатраману і Д. Хендерсоном у 1998 р. У 1999 р. М. Льюїс описав свій підхід до визначення «бізнес-модель» у книзі «Новітня новинка. Історія Силіконової долини»: зводячи суть поняття до способу отримання прибутку, він критично оцінює його як синонім непродуманих планів, яким слідували компанії періоду Інтернет-буму.

Уже починаючи з 2000-х років найбільш оригінальні та ефективні бізнес-моделі вивели на ринок Google і Apple. У 2001 р. компанія Apple вперше запропонувала користувачам ідеальний із погляду дизайну медіаплеєр iPod, а в 2003 р. пов'язала пристрій із платформою iTunes Music Store, завдяки якій користувачі могли легко знаходити і купувати музику в найбільшій у світі музичній онлайн-бібліотеці, а компанія – отримувати роялті від звукозаписних компаній. Цей самий принцип пізніше став основою бізнес-моделі iPhone. Компанія Google досягла успіху завдяки тому, що зуміла створити ціннісну пропозицію для трьох незалежних споживчих сегментів: рекламодавців – цільову текстову рекламу, користувачів – потужний пошуковий апарат та велику кількість «інструментів», для приватних компаній – можливість ділити доходи з Google за допомогою сервісу AdSense.

Починаючи з 2005–2007 рр. бізнес-модель стала популярною на тлі зростання мережевої економіки. Через глобальну інформатизацію, прискорення технологічних змін бізнес-середовище є більш невизначеним, тоді час як бізнес-моделі на підприємстві є найважливішим чинником успіху. Бізнес-модель інновацій може принести стратегічну конкурентну перевагу, підприємство повинно мати можливість розвиватися в нових економічних умовах. Інноваційна бізнес-модель уважається новим шаблоном управління і має безліч цінних інноваційних технологій, у зв'язку з чим підприємство стає конкурентоспроможним.

Концептуальна модель компетенції ТНК є ієрархічно побудованим ресурсним компонентом, що забезпечує потенційні властивості бізнес-системи до продукування нових знань, досягнення цільових завдань та ефекту синергії шляхом з'єднання матеріальних і нематеріальних компонентів усієї системи. Індивідуальна компетенція є конфігурацією компонентів знанневих активів предметного характеру, що забезпечують трансформацію функціональної виконуваності цільових завдань їх процесної реалізації. Змістовний контекст компетенції індивіда визначається формальними (форма зайнятості, контракти) і неформальними (корпоративна культура, моделі взаємовідносин, стиль управління, мотивація) проявами інституційного середовища; цільовими установками (горизонт і широта їх охоплення); конфігурацією ресурсних компонентів.

Індивідуальна компетенція формує колективні знання і забезпечує взаємодію рівнів ієрархічної моделі компетенції організації. Функціональна компетенція включає засоби та предмети праці, що утворюють матеріальну основу продукту, а також фактори виробництва, що забезпечують ефективність функціонування організації.

За допомогою функціональних компетенцій забезпечується операційне виконання цільових завдань шляхом перетворення матеріальної і нематеріальної основи процесу відтворення. Функціональна компе-

тенція дає змогу вирішувати типові для цього сегменту ринку завдання, здійснювати операційні процеси на рівні, прийнятому як стандарт.

Стратегічна компетенція організації містить набір компетенцій попередніх рівнів ієрархії, що забезпечують «імунітет», пролонгацію життєвого циклу організації та її органічний розвиток. Основними індикаторами цієї компетенції є рівень новизни продукції (послуги), рівень конкурентоспроможності продукції, широта диверсифікації, характер участі у стратегічних партнерствах. Ключова компетенція організації забезпечує синергетичні властивості її рівневих компонентів у структурі здібностей та активну поведінку організації з метою створення нових умов для її розвитку.

Основні властивості ключової компетенції організації – це унікальність (не може бути іншого прототипу, що ускладнює її використання конкурентами) і адаптивність (відповідність внутрішніх характерних властивостей організації умовам зовнішнього середовища; створюють конкурентні переваги з огляду на внутрішні ресурси організації). Характер формування і розвитку ключових компетенцій організації забезпечується за допомогою акумулювання і трансформації «економічних генів», компетенцій індивіда (колективне знання) і ресурсного забезпечення. Ключові компетенції є основою конкурентних переваг організації, що дає змогу досягати стратегічних цілей за рахунок застосування унікальних здібностей організації.

Рівень компетентності організації впливає на результати її діяльності, стимулюючи зміни змісту знанневих активів, організаційних рутин та ресурсного потенціалу. Формування організаційного знання з індивідуальних знань і компетенцій відбувається в результаті корпоративного когнітивного процесу, що забезпечує онтогенез знань і компетенцій. Використання нових технологічних укладів, адаптивних моделей управління, якісно іншого підходу до ринкового бачення бізнесу вимагає інституціоналізації структури знанневих активів, що забезпечують функціональну реалізацію цільових завдань. Перехід до нового типу організаційного розвитку в управлінні, заснованого на знаннях, потребує нових умов функціонування економічної системи. Необхідність створення інституційного забезпечення, що відображає характерні властивості економіки знань, є рішенням методологічного рівня.

Варто зазначити, що розвиток технологій і користувацького досвіду постійно формує нові можливості для бізнесу. Але тільки ті компанії, в яких корпоративна культура і система управління динамічні і націлені на стратегічні горизонти, здатні справлятися з дедалі більшою складністю зовнішнього середовища і знаходити нові ефективні управлінські рішення, формати взаємодій із клієнтами та партнерами і нові бізнес-моделі.

**Висновки.** Нова парадигма транснаціональної діяльності характеризується інтенсивною взаємодією ринку і технологій, наявністю багатьох «центрів знань» як у центрах, так і на периферії, двостороннім процесом передачі технології як між підприємствами, так і між різними функціональними й організаційними одиницями. Багато великих ТНК беруть участь у спільних міжнародних науково-дослідних проєктах. У результаті виникли нові форми науково-дослідницької діяльності

за участю виробників, споживачів, а також університетів і дослідницьких інститутів. Заміна праці знанням ознаменувала перехід суспільного виробництва від матеріального до інноваційного. В основі інноваційного виробництва лежить використання нових знань або нове використання знань, утілених у технології, ноу-хау, нових комбінаціях виробничих факторів, структурі організації й управління виробництвом, що дають змогу отримувати інтелектуальну ренту та різного роду переваги над конкурентами. Таким чином, інноваційне виробництво не є новою сферою виробництва. Це характер виробничої діяльності, за якого основна роль у виробничому процесі зміщується з

механічного використання інформації до інтелектуального, творчого. Перехід від суто матеріального до інноваційного виробництва означає, що поряд із речовою, відчутною формою буття суспільного виробництва з'являється «невловима» форма, яку ми пропонуємо називати антропоцентричною. Суть антропоцентричної форми виробництва полягає у генерації знання, тобто «еманації», творенні знання шляхом переробки інформації на основі загальновідомого знання. Джерелом генерації нового знання є інтелектуальна активність людини, заснована на знанні, усвідомленій, морально орієнтованій здатності збирати, накопичувати і переробляти все наростаючі потоки інформації.

#### Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / под ред. Л.И. Евенко ; пер. с англ. Москва, 2018. С. 54–67.
2. Ильяшенко С.Н. Применение методов и инструментов маркетинга в управлении знаниями. *Маркетинг и менеджмент инноваций*. 2019. № 2. С. 45–49.
3. Мельник Л.Г., Ильяшенко С.Н., Касьяненко В.А. Экономика информации и информационные системы предприятия : учебное пособие. Сумы : Университетская книга, 2018. С. 48–56.
4. Shevchuk O.A. Knowledge – as the main strategic resource of the enterprise. *Technological audit and production reserves*. 2017. № 2. P. 46–49.
5. Rudenko M.V., Kryvoruchko V.O. Management of knowledge as a competitive advantage of the enterprise. *Economy and State*. 2018. № 4. P. 74.

#### References:

1. Ansoff I. (2018) *Strategicheskyy management [Strategic management]*. Moscow: Ekonomika. (in Russian)
2. Iliashenko S.N. (2019) *Primenenie metodov i instrumentov marketinga v upravlenii znaniyami [Application of methods and instruments of marketing in management of knowledge]*. *Marketing i menedzhment innovatsii*, no. 2, pp. 45–49.
3. Melnik L.H., Iliashenko S.N., Kasianenko V.A. (2018) *Ekonomika informatsii i informatsionnye sistemy predpriatiia [Economics of information and information systems of enterprise]*. Sumy: Universitetskaya kniha. (in Russian)
4. Shevchuk O.A. (2017) Knowledge – as the main strategic resource of the enterprise. *Technological audit and production reserves*, no. 2, pp. 46–49.
5. Rudenko M.V., Kryvoruchko V.O. (2018) Management of knowledge as a competitive advantage of the enterprise. *Economy and State*, no. 4, pp. 74.

**Busarieva Tetiana**

*Supervisory Board of NPC «Ukrenergo»*

## THE ROLE AND PLACE OF THE INTELLECTUAL COMPONENT IN THE FORMATION OF TNC BUSINESS MODELS

*As the productive forces develop, competencies determined by intangible factors begin to prevail in competition. Back in the early 2000s, the leading positions in the market were occupied by multinational corporations, which focused on competitive advantages that contributed to the development of modern technical equipment, qualified personnel and guaranteed access to the necessary material resources. However, with the development of new technological systems as a result of global political and economic processes, the main condition for the success of the competitiveness of TNCs is the presence of other assets in the company, namely, intangible assets focused on the prevalence of intellectual capital. After all, the complexity of doing business in today's world is due to many factors, including ever-increasing competition (which has become global), the use of new technologies, shortening product life cycle, information power, customer power, flexibility of organization and business as a key factor, demographic trends. The ability to convert intellectual resources into goods and services that have public utility and added value is becoming a critical competence in modern business. That is, there is the formation of post-industrial (information-innovation) society, when the era of the new economy is manifested in a new content, where the knowledge resource reaches a qualitatively new level.*

*During the formation of the knowledge economy, the set of TNCs becomes an independent subsystem of the world economy, which has a decisive influence on the functioning and development of individual national economies, international institutions, integration groups and more. This is primarily due to the advantages of the integrated structure of TNCs, the positive effects of centralization and concentration of both financial and credit and knowledge resources that allow them to dominate the world market, as well as gain exclusive access to unique competitive advantages in the context of global change. economy in the XXI century. Moreover, the corporation itself is constantly in a state of dynamic transformation and is actively adapting to new environmental conditions.*

**Key words:** *intellectual component, business model, competences, TNCs, knowledge resource.*

**JEL classification:** F20