

2. Чикуркова А.Д. Проблеми формування і використання робочої сили в аграрному секторі. Кам'янець-Подільський: Абетка, 2003. 260 с.
3. Рябцева О.Е. Формирование и внедрение мотивационного механизма на предприятии. *Экономика и социум*. 2014. № 1. С. 62-72.
4. Чикуркова А.Д. Методичні підходи до оцінювання стратегії управління персоналом підприємства. *Економіка АПК*. 2018. Вип. 2. С. 49-55.
5. Доманчук Д.П., Лучик С.Д., Чикуркова А.Д. Економіка праці і соціально-трудова відносини. Кам'янець-Подільський: Абетка. 2004.
6. Чикуркова А.Д., Грей Ю.М. Методологічні засади формування трудової мотивації в системі управління розвитком підприємством. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2020. №7. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8077>.

Аркадій КУРТИК

здобувач вищої освіти ОС «магістр»
спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник: **Чорнобай Л.М.**,
канд. екон. наук, доцент

Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»,
Україна

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УМОВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Серед визначальних факторів прогресу, а саме природних ресурсів, інтелектуального капіталу, виробничого (технологічного) потенціалу, особлива роль належить саме інтелектуальному потенціалу, який здатний генерувати не лише технологічні інновації, а й ефективні системи менеджменту та інноваційного потенціалу, який, своєю чергою, створює можливості переходу країни на вищий рівень технологічного укладу, розробки і реалізації інноваційних проєктів, високотехнологічних ідей, ноу-хау, науки й освіти. У наявних умовах розвитку України науково-технічний прогрес, основою якого є інноваційна діяльність та інтелектуальний потенціал, перетворюється на

вирішальний чинник соціально-економічного розвитку і вирішення економічних, екологічних, соціальних та культурних проблем.

Якщо індустріальне суспільство складалося з трьох соціальних класів – підприємців, найманих працівників і середнього класу, що переслідували в основному прагнення до збільшення матеріального багатства, то сьогодні головна мета активної частини працездатного населення – підвищення соціального статусу, приналежність до еліти, що дозволяє «втілювати в собі нові інтелектуальні технології». Такий працівник інтелектуальної сфери – «knowledge worker», головними характеристиками має не повноваження, а знання і компетентність, класові ж розходження пов'язуються з якістю отриманої освіти. Однак наслідком такої зміни соціальної структури суспільства є небувале за масштабами зростання майнової нерівності [1]. Пітер Друкер, що є одним із найавторитетніших вчених у сфері менеджменту, відзначав, що виникає новий вид трудової активності: працівник у сфері знань, чи інтелектуальний працівник[2].

В останні десятиліття минулого сторіччя передові фірми в усіх сферах бізнесу основну ставку на перемогу в конкурентній боротьбі стали робити саме на інтелектуальний потенціал, вважаючи його основою успіху у створенні інноваційної продукції, яку реалізують з високим прибутком на світовому ринку. Сукупність можливостей та ресурсів, які має підприємство, тобто так званий інтелектуальний потенціал.

Існують різні тлумачення терміну «інтелектуальний потенціал», що є об'єктом наукових досліджень. Слово «потенціал» походить від латинського «potentia», що означає сила, міць. У тлумачному словнику сучасної української мови «потенціал» трактується як «запас чого-небудь, резерв; приховані здатності, сили для якої-небудь діяльності, що можуть виявитися за певних умов» [3]. Саме на створення цих «певних умов» для прояву прихованих і розвитку наявних ресурсів орієнтоване управління інтелектуальним потенціалом промислових підприємств.

Теоретичні дослідження засвідчують, що існує кілька точок зору на розуміння поняття «інтелектуальний потенціал». Зокрема, зазначається, що «інтелектуальний потенціал» являє собою особливу сукупність ресурсів суспільного виробництва, що містить у собі матеріальні, природні, трудові, фінансові й інформаційні ресурси [4].

Також інтелектуальний потенціал розглядається як економічна система, що відображає сукупність зв'язків і відношень між елементами інтелектуального капіталу (персонал, ринкові активи, структурні активи, інтелектуальна власність), які встановлюються в процесі проектування, виготовлення, реалізації та споживання продукту й управління цими процесами.

Сутність інтелектуального потенціалу відображається як можливість системи інтелектуальних ресурсів (як елементів інтелектуального капіталу) формувати такі управлінські компетенції, які на основі вибраних бізнес-процесів забезпечують досягнення визначених стратегій підприємства.

Інтелектуальний потенціалом можна назвати сукупність організованих у певних соціально-економічних формах ресурсів, що можуть за певних внутрішніх і зовнішніх умов розвитку інноваційного середовища бути спрямовані на реалізацію інноваційної діяльності, метою якої є задоволення нових потреб суспільства.

На індивідуальному рівні інтелектуальний потенціал – це сукупність інтелектуальних здібностей працівників (знань, умінь, інформації, цінностей, навиків і т. д.) та можливостей їх розкриття, розвитку і використання [4].

Отож, як бачимо, що в переважній більшості випадків до складу інтелектуального потенціалу відносять: накопичені знання; кадри, що володіють знаннями і поповнюють їх запас; матеріально-технічну базу, фінансові можливості для одержання нової інформації і знань; організаційні фактори як умову використання знань (у тому числі комунікації та інформаційні мережі). Такі різноманітні характеристики вказують на те, що інтелектуальний потенціал відноситься до перехресних потенціалів і знаходить

своє відображення в складі людського, технологічного, інформаційного, фінансового, організаційного потенціалів тощо.

Список використаних джерел

1. Інтелектуальний потенціал організації // Режим доступу: <http://jeazy.ua/2007/08/28/intellektualnyj-potencial-organizacii>.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови: 170 000 слів і словосполучень. К. ; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2004. С. 902.
3. Мойсеєнко І.П. Методологія формування структури інтелектуального потенціалу. *Економіка АПК: Вісник Лівійського державного аграрного університету*. 2006. № 13. С. 743.
4. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник . К.: Центр навчальної літератури, 2007. С. 16.

Олег КУЧЕР,

кандидат економічних наук, доцент,
кафедра менеджменту, публічного управління та адміністрування,
Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»,
Україна

Чеслав НОВАК,

доктор економічних наук, професор,
Університет сільського господарства в Кракові,
Польща

МЕТОДОЛОГІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Фундаментальними основами маркетингової діяльності підприємства є методологія. Методологія - це вчення про структуру, логічну організацію, методи та засоби діяльності.

Методологія - це логіка наукового пошуку, стратегія прийомів наукового пізнання. Саме методологія дослідження виступає, по-перше, як засіб пояснення закономірностей, що відображають реальну дійсність; по-друге,