

Идея измерения реакции рынка с точки зрения объема продаж и прибыли сама по себе не нова, но сегодня такие термины, как рентабельность инвестиций в маркетинг используются гораздо чаще, чем раньше. Как правило, расходы на маркетинг считаются подтвержденными, если величина этого показателя оказывается положительной. В данном случае целью расчета такого показателя является определение показателя, при котором расходы на маркетинг способствуют получению прибыли.

Выводы. Таким образом, основными финансово-экономическими показателями, характеризующими маркетинговую деятельность предприятия, являются объем товарооборота, средний размер товарных запасов, издержки производства (обращения), широта ассортимента товаров и коэффициент удовлетворения покупательского спроса (K_c) или обратный ему коэффициент оседания товаров в запасах (K_o). Информация, полученная в результате их расчета, служит основой для принятия маркетинговых управленческих решений, призванных улучшить сложившуюся экономическую ситуацию на предприятии: изменение принципов работы с поставщиками, оптимизация маршрутов доставки товара покупателям, изменение ассортимента и т.д.

Список использованных источников:

1. Кочурова Л.И. Оценка экономического аспекта маркетинговой деятельности предприятия: [Электронный ресурс] /<http://www.cfin.ru/press/practical/2002-09/03.shtml>.
2. Павелко М.В., Попова Н.В. Финансовые аспекты разработки эффективной маркетинговой стратегии : [Электронный ресурс] / Режим доступа http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67728.doc.htm.
3. Пестрецова-Блоцкая О. Маркетинг финансовым языком:[Электронный ресурс] / <http://www.trn.ua/articles/2317/>.
4. Фэррис Поль У., Бендл Нейл Т., Пфайфер Филипп И., Рейбштейн Дэвид Дж. Маркетинговые показатели: Более 50 показателей, которые важно знать каждому руководителю / Пер. с англ.; Под науч.ред.И.В.Тараненко. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2009. – 480 с.
5. Hawkins, Del I., Roger J.Best, and Charles M.Lillis. The Nature and Measurement of Marketing Productivity in Consumer Durables Industries: A Firm Level Analysis / I. Hawkins, R..Best, and Ch.Lillis // Journal of Academy of Marketing Science, - 1997.- № 4, - P.1-8.

Рецензент – д.э.н., профессор Беспалов В.А.

УДК 338

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ: ЙОГО СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА

Возна В.В., ст. викладач

Східноєвропейський університет

Проаналізовано теоретичні підходи до визначення дефініції «інтелектуальний капітал організації» та уточнено поняття «інтелектуальний капітал вищого навчального закладу». Проаналізовано структуру, складові підсистеми та елементи інтелектуального капіталу ВНЗ. Визначено підрозділи вищого навчального закладу відповідальні за підтримання та розвиток ІК.

Theoretical approaches to the definition of "intellectual capital of the organization" and a concept of "intellectual capital university." Analyzed the structure of the subsystem components and elements of intellectual capital university. Defined units of higher education responsible their condition.

Постановка проблеми. Сучасне суспільство – це суспільство висококваліфікованих, мобільних та творчих особистостей, що мають вільний доступ до інформації та знань. На сучасному етапі знання та інтелектуальний капітал організації стали основою ефективного розвитку та одним з факторів конкурентоспроможності.

В умовах трансформації економіки та переходу до постіндустріального суспільства росте значення людського капіталу, відбувається розвиток та широке використання інформаційно-комунікативних технологій, інновації стають основним джерелом економічного росту, а людський інтелект, креативні здібності – джерелом інновацій. Висококваліфіковані спеціалісти – носії інтелектуального капіталу, а інтелект, знання та інформація – його ядро.

Саме інтелектуальний капітал задає темп і характер оновлення технологій виробництва та надання послуг, що потім стає головною конкурентною перевагою на ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика дослідження інтелектуального капіталу є досить актуальною. На сьогоднішній день, фундаментальні аспекти формування інтелектуального капіталу, його розвитку та використання знайшли відображення в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Т. Стюарта [1] (одного з фундаторів концепції інтелектуального капіталу), К.-Е. Свейбі [3], Е. Брукінга [4], Л. Едвінсона [2], Ю. Гави [5], В. Іноземцева [6], Н.Л. Гавкалової та Н.С. Маркової [7], О. Кендюхова [8], С.М. Ілляшенко [9], С.В.Хомича [10] та ін. В значно меншій мірі розглянуті питання щодо ідентифікації, оцінки, управління та розвитку інтелектуального капіталу вищого навчального закладу (Ілляшенко С.М. [17], Сундукова Г.М.) [16].

Незважаючи на численні публікації, поняття інтелектуального капіталу ВНЗ, як господарюючого суб'єкту, є недостатньо опрацьованим, практично відсутні науково обґрунтовані підходи до його формування, розвитку, що унеможливорює управління ним у довгостроковій перспективі.

Постановка завдання. Враховуючи викладене, метою даної публікації є з'ясування сутності інтелектуального капіталу ВНЗ, виокремлення основних його елементів, визначення місця і ролі підрозділів ВНЗ у розвитку підсистем та елементів ІК.

Відповідно до поставленої мети визначено наступні завдання:

- проаналізувати теоретичні підходи до визначення дефініції «інтелектуальний капітал організації»;
- уточнити поняття «інтелектуальний капітал ВНЗ», проаналізувати його структуру, складові підсистеми та елементи;
- визначити цілі, задачі та особливості управління структурними компонентами ІК, в т.ч. підрозділи ВНЗ відповідальні за стан підсистем та елементів ІК.

Виклад основного матеріалу дослідження. В останні роки, поняття «інтелектуальний капітал» активно використовується у наукових дискусіях, але до цього часу не сформоване чітке визначення цієї категорії відносно ВНЗ як суб'єктів господарювання.

З цією метою (формулювання визначення ІК ВНЗ), вважається за доцільне розглянути існуючі підходи до визначення поняття і сутності інтелектуального капіталу на мікрорівні (підприємства, організації), та на основі результатів проведеного аналізу, враховуючи специфіку діяльності ВНЗ, сформулювати визначення та розкрити сутність поняття ІК ВНЗ.

Тому варто проаналізувати наукові роботи вітчизняних та зарубіжних дослідників інтелектуального капіталу щодо визначення самого поняття «інтелектуальний капітал організації» як економічної категорії та складових ІК і його структурних елементів (табл. 1).

Таблиця 1

Основні наукові підходи до визначення сутності інтелектуального капіталу підприємства та структурних елементів його складових

Автор	Сутність ІК	Складові підсистем та елементи ІК
Т.А. Стюарт [1]	інтелектуальний матеріал, який включає знання, досвід, інформацію і інтелектуальну власність, і приймає участь в створенні цінностей. Це колективна розумова енергія	людський, структурний, споживчий
Л. Едвінссон, М. Малоун [2]	володіння практичними знаннями та досвідом, організаційними технологіями, зв'язками з покупцями та професійними навиками, які створюють компанії конкурентну перевагу на ринку	людський капітал, структурний капітал
К.-Е. Свейбі [3]	це “внутрішня і зовнішня структури та компетентність персоналу, до якої належать освіта, кваліфікація, навички, вміння, досвід, загальний рівень культури, здатність діяти в різних ситуаціях, ставлення до праці, до партнерів і клієнтів”	внутрішня структура, зовнішня структура, компетентність персоналу
Є. Брукінг [4]	інтелектуальний капітал є нематеріальним активом, який служить опорою як для існування, так і для активізації конкурентних переваг підприємства на визначений період	людський капітал, ринковий капітал, інтелектуальна власність, інфраструктурний капітал
Ю. Гава [5]	Це особистий ресурс, інтелектуальний матеріал, що формалізується, обробляється й використовується для збільшення вартості активів компанії	людський капітал, технологічний капітал
В. Іноземцев [6]	як інформацію та знання, які відіграють роль «колективного мозку», що акумулює знання працівників, інтелектуальну власність, нагромаджений досвід, організаційну структуру, інформаційні мережі, імідж підприємства	людський капітал, інтелектуальні ресурси, об'єкти інтелектуальної власності
Н. Л. Гавкалова, Н. С. Маркова [7]	інтелектуальні ресурси, що втілені у сукупності наукових, професійних та загальних знань працівників, їх досвіді, вміннях, навичках, які створюють продукти інтелектуальної діяльності, що можуть належати як його винахіднику, так і іншим суб'єктам господарювання та використовуються з метою одержання додаткової вартості	персональний капітал, технологічний капітал, клієнтський капітал, соціальний капітал
О. Кендюхов [8]	це інтелектуальні ресурси підприємства, здатні створювати нову вартість, представлені людським і машинним інтелектами, а також інтелектуальними продуктами, створеними самостійно або залученими як засоби створення нової вартості	персоніфікований капітал, техніко-технологічний капітал, інфраструктурний капітал, клієнтський капітал, марочний капітал

Автор	Сутність ІК	Складові підсистем та елементи ІК
С.М. Ілляшенко [9]	сукупність інтелектуальних ресурсів (матеріальних та нематеріальних) і здатностей до їх реалізації, що визначають спроможність підприємства розвиватися на основі інформації і знань	людський капітал, організаційний капітал, інтерфейсний капітал
С.В.Хомич [10]	Це сукупність формалізованих та неформалізованих знань, яка втілена в інтелекті персоналу, технологіях, бізнес-процесах, взаємовідносинах з клієнтами та самим персоналом, і здатна приносити фірмі економічну вигоду та конкурентні переваги	людський капітал, структурний капітал, клієнтський капітал

Джерело: складено автором на основі джерел [1-10]

Виходячи з аналізу існуючих підходів до визначення складових інтелектуального капіталу підприємства та їхніх елементів, необхідно зазначити, що:

1) Дослідники в даній області формулюючи дефініцію інтелектуального капіталу спираються на його структуру, що в принципі є логічним, оскільки кожний елемент має бути охарактеризованим в межах сукупного єдиного визначення.

2) Незважаючи на існуючу кількість визначень та декомпозиції складу інтелектуального капіталу, всі вони підкреслюють неоднорідність його складу.

3) Окремі структурні елементи складових ІК підприємства в одних авторів можуть бути елементами зовсім інших складових в інших авторів.

4) Науковці використовують різні назви складових, які за структурними елементами мають однаковий зміст. Однак не всі складові ІК підприємства охарактеризовані структурними елементами, що ускладнює розуміння даних категорій.

5) Серед основних складових інтелектуального капіталу більшість дослідників виділяють: людський капітал (компетентність установи); капітал, що належить організації (організаційний, капітал установи, внутрішня структура) та споживчий (капітал взаємодії з інститутами ринку, зовнішня структура, інтерфейсний капітал).

6) Вибудувавши розгалужену структуру інтелектуального капіталу підприємства, поділом останнього на дві частини - ресурсну і потенціальну, С. Ілляшенко удосконалив структуру, що дає змогу точніше аналізувати й оцінювати його рівень, знаходити «вузькі місця», обґрунтовано розробляти ті чи інші заходи стосовно до конкретних ринкових умов.

Деякі вчені, надають визначення інтелектуального капіталу підприємства через категорію «інтелектуальні ресурси». Такий підхід свідчить, що всі структурні елементи інтелектуального капіталу підприємства є інтелектуальними ресурсами. Зважаючи на це, для визначення правомірності таких трактувань, варто проаналізувати елементи структури інтелектуальних ресурсів організації.

Варте уваги, визначення та структуризація інтелектуальних ресурсів організації (табл. 2) представлених в роботі Н.І. Норіциної [11]. На її думку,

це нематеріалізовані надбання організації або їх інтегрована сукупність у вигляді знань, умінь, накопиченого досвіду, носієм яких є персонал підприємства, та результати науково-технічної діяльності, організаційно-методичних рішень за різними напрямками функціонування підприємства.

Таблиця 2

Структуризація інтелектуальних ресурсів підприємства

Вид інтелектуальних ресурсів	Елементи інтелектуальних ресурсів
об'єкти інтелектуальної власності	авторські права, винаходи, зразки, найменування, торгові марки, комерційні таємниці тощо
інтерспецифічні ресурси	утворюються в результаті взаємодії персоналу підприємства з матеріалізованими і нематеріалізованими активами підприємства, що базуються на знаннях та досвіді, техніці, технологіях, процесах організації діяльності, системі управління тощо. Це взаємодоповнюючі, взаємунікальні та незамінні ресурси. Поєднують у собі освіту, знання, професіональні навички, компетенції, вміння, інтелектуальний статус, досвід і потенціал подальшого професійного розвитку. Ці ресурси формуються персоналом в цілому і кожним конкретним працівником як наслідок трудової діяльності на конкретному підприємстві.
інфраструктурні ресурси	утворюються сукупністю корпоративної культури, управлінськими процесами, інформаційними технологіями, мережевими ресурсами, виробленими стандартами та сучасними концепціями управління і підприємництва
маркетингові ресурси	що створюють підприємству стійкі та складно повторювані конкурентні переваги (маркетингові стратегії та програми, позиція на ринку, клієнти, договірні відносини, ділове співробітництво, портфель замовлень, мережа торговельних посередників, франшизи, система рітейлу тощо).

Джерело: складено автором на основі джерел [11]

Більшість авторів [12, 13, 14, 15] виділяють такі види інтелектуальних ресурсів: людські, структурні або організаційні, клієнтські або ринкові, які за попереднім аналізом сутності інтелектуального капіталу і формують його складові.

Інтелектуальні ресурси, слід розглядати як сукупність людей, які мають необхідну професійну підготовку, необхідні знання і вміння та сукупність результатів їх інтелектуальної праці у вигляді програмних, технічних, технологічних, організаційно-структурних засобів, інформації і налагоджених комунікативних зв'язків, які можуть бути використані як джерела доходів.

Як зазначає в своїх роботах Ілляшенко С.М., інтелектуальний капітал організації в основному розглядається з позицій ресурсного підходу як певна сукупність інтелектуальних ресурсів і значно менше як здатність реалізувати ці ресурси, тобто потенціал інтелектуального капіталу [9].

Попередньо узагальнюючі, можна зробити висновки, що сутність поняття «інтелектуальний капітал організації» полягає не тільки в результативному застосуванні й використанні інтелектуальних ресурсів (що є його складовими), але й в обов'язковості одержання стійкого додаткового доходу власником.

Крім того, варто зауважити, що визначення сутності інтелектуального капіталу не повинно обмежуватись елементами людського капіталу (здібностями та знаннями, досвідом та навичками працівників); воно повинно містити, окрім людських авуарів, також нематеріальні активи (програмне забезпечення, бази даних, торгові знаки, бренди тощо), які використовуються з метою забезпечення досягнення як економічних, так і технологічних та організаційних цілей підприємства.

Таким чином, аналіз та узагальнення поглядів вітчизняних та зарубіжних науковців щодо сутності та змісту інтелектуального капіталу як економічної категорії дає підстави констатувати те, що до дефініції інтелектуального капіталу існують різні підходи, але спільним у визначеннях є здатність ресурсу приносити додаткові переваги організації у вигляді конкурентних переваг, прибутку, інноваційної спрямованості.

Спираючись на попередній аналіз, по аналогії, з'ясуємо сутність та зміст інтелектуального капіталу ВНЗ, як господарюючого суб'єкта.

Варто зазначити, що зміст та функції інтелектуального капіталу ВНЗ слід розглядати враховуючи специфіку діяльності учбового закладу, основною метою якого є надання освітніх послуг.

Основним критерієм освітньої діяльності вищих навчальних закладів є якісна підготовка висококваліфікованих спеціалістів, конкурентоспроможних та адаптованих до вимог світового ринку праці. Саме тому здатність ВНЗ продукувати та ефективно доносити найсучасніші знання до студентів носить стратегічний характер.

Сутність основних бізнес-процесів ВНЗ має єдину основу – створення (генерація нових знань), накопичення, передача та використання знань.

Як зазначається в Законі України «Про вищу освіту», наукова і науково-технічна діяльність у вищих навчальних закладах є невід'ємною складовою освітньої діяльності і здійснюється з метою інтеграції наукової, навчальної і виробничої діяльності в системі вищої освіти.

Сундукова Г.М. розглядає інтелектуальний капітал ВНЗ як елемент ресурсного портфелю організації, який включає в себе сукупність нематеріальних ресурсів, що беруть участь в процесах відтворення з метою отримання прибутку від створення нових благ [16]. Автором запропонована структура ІК ВНЗ, що представлена чотирма складовими: людський, структурний, споживчий капітал та інтелектуальна власність.

Ілляшенко С.М. визначає інтелектуальний капітал ВНЗ як сукупність інтелектуальних ресурсів і здатностей до їх реалізації, які забезпечують умови тривалого розвитку ВНЗ на основі генерації, накопичення і використання інформації і знань (фактів і правил) [17].

В даному визначенні робиться наголос, що інтелектуальний капітал ВНЗ – це сукупність інтелектуальних ресурсів ВНЗ, що є об'єктом управління. До того ж, автор розглядає інтелектуальний капітал ВНЗ з позиції стратегічного менеджменту, оскільки зазначає, що реалізація інтелектуального капіталу забезпечує тривалий розвиток ВНЗ. Крім того, підкреслюється основна сутність бізнес-процесів ВНЗ - генерація, накопичення і використання інформації і знань (фактів і правил).

Автор вважає, що доцільно розглядати три складові взаємодії, а саме: людський капітал включає знання, досвід, навички, ноу-хау, творчі здібності, креативний спосіб мислення, культуру праці, моральні цінності тощо; організаційний капітал – ліцензії, ноу-хау, патенти, програми, товарні знаки, промислові зразки, інформаційне, технічне та програмне забезпечення, організаційну структуру, корпоративну культуру, систему мотивації творчої праці тощо; інтерфейсний капітал – зв'язки з економічними контрагентами, якими є кредитно-фінансові установи, органи влади, посередники, постачальники, споживачі і т. ін., і інформацію про господарчих контрагентів, попередні відносини з ними, торгову марку і ін.

Критичний аналіз останніх публікацій [16, 17] дав змогу запропонувати підхід щодо виділення інтелектуальних ресурсів ВНЗ, які формують складові інтелектуального капіталу та виступають їх елементами (табл. 3).

Таблиця 3

Декомпозиція інтелектуального капіталу ВНЗ

Вид ресурсів	Характеристика
Людський капітал	знання, досвід, кваліфікація викладачів та працівників ВНЗ, особисті зв'язки, креативний спосіб мислення, моральні цінності, культура праці, компетенції, лояльність працівників, інтелектуальна гнучкість (здатність до саморозвитку, адаптації, генерування нових знань, інновацій, ноу-хау)
Організаційний капітал (структурний капітал)	<i>Організаційні знання</i> Передові та прогресивні технології та методи навчання студентів, аспірантів, здобувачів, докторантів, Способи комунікації адміністрації з персоналом, студентами, діловими партнерами, іншими ВНЗ. Стили керівництва. Система економічної безпеки ВНЗ. Система менеджменту якості освіти Організаційна та корпоративна культура. Система мотивації та стимулювання. Наукова організація праці та управління. <i>Навчально-методична, технічна, технологічна документація</i> винаходи, ноу-хау, наукові роботи (звіти НДР, монографії, публікації, наукові та науково-методичні доповіді), ліцензії на певні види діяльності, ліцензії та сертифікати відповідності стандартам освіти, бази даних, інформаційні системи, інформаційні технології, програмне забезпечення, мережеві структури зв'язку <i>Організаційна структура</i>
Інтерфейсний капітал	ділова репутація ВНЗ, бренд, зв'язки з економічними контрагентами, база даних (інформація) про контрагентів, історія взаємовідносин, договірні відносини, ділове співробітництво, портфель замовлень, технології розвитку іміджу та ін.

Джерело: складено автором на основі джерел [16,17]

Отже, на нашу думку, для вирішення задач управління ІК на рівні сучасного вищого навчального закладу визначення Ілляшенко С.М. є прийнятним, проте доцільним є його уточнення.

Автор пропонує таке визначення: «Інтелектуальний капітал приватного ВНЗ - сукупність інтелектуальних ресурсів і здатностей до їх реалізації, що

функціонують на основі організаційних знань та забезпечують стійкі конкурентні переваги, інноваційний та економічний розвиток ВНЗ».

Враховуючи ресурсну та потенційну сторони, розглянемо складові інтелектуального капіталу в контексті сучасного вищого навчального закладу.

Людський капітал – є частиною інтелектуального капіталу, що має безпосереднє відношення до співробітників ВНЗ, як тих що задіяні в освітньому процесі, так і тих, які його супроводжують. Це сукупність знань, досвіду, практичних навиків працівника, його мобільність, здатність сприйняття нової інформації, навчання, перепідготовки, готовність до нововведень, адаптації до нових умов, креативного мислення, здатності формувати нові ідеї, культура праці.

Управління людським капіталом вимагає постійного підвищення кваліфікації персоналу. Особливістю його є те, що він підлягає фізичному та моральному зносу, йому властиво накопичуватися та приумножуватися. Вирішальну роль відіграє безперервний процес розвитку та оцінки індивідуальної компетентності співробітників. Накопичені знання та досвід їх практичного використання характеризують рівень професійної компетентності. Отже, необхідність підвищення загального професійно-освітнього рівня – основа інноваційного розвитку – умова сприйняття нововведень.

Оцінка людського капіталу важлива для планування та запровадження інновацій та будь-яких змін.

Методи конкуренції в економіці все активніше зачіпають людський капітал та інтелектуальний капітал в цілому. Зокрема, в конкуренції використовуються та обставина, що людським капіталом підприємство (організація чи установа) не може володіти повністю. В значній мірі носіями такого капіталу є самі люди (працівники, спеціалісти, фахівці).

Організаційний капітал – це частина інтелектуального капіталу, що має відношення до ВНЗ в цілому. А саме: навчальні плани, навчальні програми, паспорти дисциплін, навчально-методичне забезпечення, методики та технології викладання, застосування інформаційних технологій в наданні освітніх послуг та управлінських процесах, системи моніторингу освітньої діяльності, форми взаємодії організаційних структур (корпоративні інформаційні системи та системи зв'язку, бази даних), результати наукових досліджень, патенти, методи та засоби мотивації працівників, корпоративна культура та ін.

Для формування організаційної складової інтелектуального капіталу все більше значення в сучасних організаціях (в тому числі і ВНЗ) надається інформаційним технологіям, що в певній мірі його і формують.

Організаційний капітал є власністю ВНЗ та може слугувати для оцінки інноваційної зрілості закладу.

Таким чином, організаційний капітал можна розглядати як організаційно-технічний, інноваційно-інформаційний ресурс, який пов'язаний з функціонуванням навчального закладу в цілому. Він характеризує наскільки ефективно та раціонально використовується людський капітал в організаційних системах та формує конкурентні переваги внутрішнього походження завдяки високій якості навчально-методичних, інформаційно-інтелектуальних ресурсів.

Споживчий (клієнтський, інтерфейсний) капітал ВНЗ – це капітал, який складається із зв'язків та стійких відносин з стейкхолдерами (партнерами, контрагентами та споживачами освітніх послуг). Це ресурс існуючих відносин з студентами, роботодавцями, випускниками, науковими та освітніми закладами, іншими інститутами ринку та технологій їх розвитку.

Однією з головних цілей формування клієнтського капіталу є створення такої структури, котра дозволить споживачу продуктивно взаємодіяти з персоналом організації.

Значення цього різновиду інтелектуального капіталу полягає в тому, що він здатен формувати конкурентні переваги зовнішнього походження.

Важливою є репутація ВНЗ (імідж, гудвіл, бренд) представлена історією закладу, враженням споживачів про ВНЗ (престижність закладу, ступінь важкості вступу, вартість та супроводження навчання, матеріальна база) та результатами застосування на практиці, отриманих в ВНЗ знань (можливість вдалого працевлаштування).

Людський, організаційний та споживчий (клієнтський) капітал взаємодіють між собою та прирошують конкурентні переваги організації, тому розвитку та удосконаленню мають піддаватися всі складові інтелектуального капіталу. Рациональне управління цими складовими має забезпечувати в результаті синергетичний ефект.

Розглядаючи діяльність вищих навчальних закладів, слід визначити підрозділи (служби) ВНЗ відповідальні за підтримання на належному рівні інтелектуального капіталу та його розвитку (табл. 4).

Таблиця 4

Підрозділи (служби) ВНЗ відповідальні за підтримання на належному рівні ІК та його розвитку

Кафедра	Генерація нових сучасних знань: формування навчальних планів та різного роду варіативних їх частин, вибір освітніх (навчальних) технологій, впровадження інноваційних освітніх технологій та інтерактивних методів навчання в навчальний процес, розробка інноваційних навчальних курсів та методичного інструментарію вивчення дисциплін, проведення науково-дослідних робіт за відповідними напрямками сформованих наукових шкіл, формування здатностей студентів до науково-дослідницького пошуку і виконання наукового проектування студентами, організація наукових семінарів та інших заходів для апробації результатів наукових досліджень студентів та викладачів, налагодження наукового співробітництва та зовнішніх зв'язків з стейкхолдерами (роботодавцями, бізнес-структурами, іноземними організаціями), формування соціально-психологічного клімату та корпоративної культури, здійснення маркетингової діяльності (залучення абітурієнтів); підготовка до ліцензування та акредитації спеціальностей, якісне та комплексне науково-методичне забезпечення.
Вчена рада	ухвалення навчальних програм та навчальних планів, ухвалення основних напрямків наукових досліджень, оцінка науково-педагогічної діяльності структурних підрозділів.
Ректорат	моніторинг підвищення рівня знань та кваліфікації персоналу, ліцензування та акредитація вищого навчального закладу в цілому та окремих спеціальностей, формування корпоративної культури та соціально-психологічного клімату у колективі

Наукова бібліотека	Формування інформаційно-освітнього середовища вищого навчального закладу, формування науково-інформаційної бази, забезпечення відповідності обсягу й складу фонду інформаційним потребам користувачів, використання інформаційно-комунікаційних технологій, забезпечення доступу користувачів до світових і вітчизняних науково-освітніх ресурсів, представлення інформаційних ресурсів на веб-сайті ВНЗ
Аспірантура (ад'юнктура)/ докторантура	Забезпечення умов безперервної освіти, підвищення науково-педагогічної і наукової кваліфікації громадян
Спеціалізована вчена рада	атестація наукових і науково-педагогічних кадрів вищої кваліфікації
Навчально-методичний відділ	забезпечення якості навчально-методичної документації
Відділи інформаційних систем та інноваційних технологій	впровадження та ефективне використання інформаційних систем та інноваційних технологій, засобів комунікацій та зв'язку, технічне підтримка та своєчасна модернізація, інформаційне та програмне забезпечення, Впровадження та підтримка технологій дистанційного навчання, технічна підтримка веб-сайту ВНЗ
Відділ маркетингу (відділ зовнішніх зв'язків)	формування позитивного іміджу ВНЗ та підтримання на належному рівні ділової репутації, представлення актуальної інформації на веб-сайті ВНЗ про діяльність вишу; налагодження стійкої співпраці зі стейкхолдерами (абітурієнтами, освітніми закладами, що їх готують, роботодавцями, економічними контрагентами, контактними аудиторіями, посередниками освітніх послуг та ін.).
Відділ кадрів	підвищення кваліфікації працівників (керівників, науково-педагогічних працівників, інженерно-технічних працівників, навчально-допоміжного персоналу), періодична атестація персоналу ВНЗ, формування соціально-психологічного клімату в колективі, корпоративної культури та культури праці
Планово-економічний відділ / бухгалтерія	формування та збереження економічної інформації, що характеризує внутрішні відносини, ефективність діяльності вищого навчального закладу (його структурних одиниць).
Відділ з міжнародної діяльності (відділ зовнішньоекономічних зв'язків)	налагодження контактів з вищими навчальними закладами інших країн, робота з іноземними студентами, участь в підготовці і реалізації міжнародних програм та проектів, залучення викладацько-студентського складу до виконання міжнародних проектів, пошук і залучення до співпраці нових іноземних партнерів, фондів, організацій, розробка і реалізація договорів про співробітництво з закордонними партнерами тощо.

Джерело: складено автором

Інтелектуальний капітал виконує наступні функції в процесі функціонування ВНЗ [18]:

- освітню (надання навчально-методичним розробкам ВНЗ якісних освітніх властивостей і характеристик);
- інноваційну (забезпечує конкурентоспроможність ВНЗ на ринку освітніх послуг);
- економічну (забезпечує додаткове фінансування діяльності ВНЗ);
- рекламну (індивідуалізація закладу серед ВНЗ аналогічного профілю) та ін.

Від ефективності виконання інтелектуальним капіталу ВНЗ своїх функцій залежить рівень вирішення основних задач в області наукової та інноваційної діяльності вишу, а саме:

- розвиток фундаментальних досліджень, що є основою для створення нових знань, використання та освоєння нових технологій в освітній діяльності, формування та розвитку наукових шкіл;
- забезпечення підготовки висококваліфікованих фахівців на основі передових досягнень науки;
- розвиток інноваційної діяльності ВНЗ (створення об'єктів інтелектуальної власності, реалізація раціоналізаторської та винахідницької діяльності);
- розвитку зв'язків з науково-дослідними інститутами, бізнес-структурами;
- налагодження співпраці з ВНЗ інших країн (міжнародні зв'язки) та розширення міжнародних зв'язків в області інтелектуальної власності;
- створення якісно нової експериментально-виробничої бази.

Висновки. Аналіз теоретичних підходів до визначення дефініції «інтелектуальний капітал організації» та існуючих визначень «інтелектуального капіталу ВНЗ» допоміг сформулювати власне визначення сутності інтелектуального капіталу ВНЗ. Проаналізована структура та визначено складові підсистем та елементи ІК ВНЗ. Визначено підрозділи (служби) ВНЗ відповідальні за підтримання на належному рівні інтелектуального капіталу та його розвитку. Перспективами подальших наукових розробок за даним напрямом є розроблення механізму управління інтелектуальним капіталом ВНЗ.

Список використаних джерел:

1. Стюарт Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т. Стюарт / Пер. с англ. В. Ноздриной. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.
2. Edvinsson, L. and Malone, M. (1997), *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brain-power*, HarperCollins, New York, NY.
3. Sveiby K. The Intangible Asset Monitor. *J. of Human Resource Casting and Accounting*, 2(1). – 1997.
4. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг. – СПб: Наука, 2001. – 288 с.
5. Гава Ю.В. Структура інтелектуального капіталу // Науково-технічна інформація. – 2006. – №3. – С. 29-32.
6. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества: постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / В.Л. Иноземцев. – М.: Academia-Наука, 1988. – 640 с.
7. Гавкалова Н.Л. Формування та використання інтелектуального капіталу : наукове видання / Н.Л.Гавкалова , Н.С. Маркова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2006. – 252 с.
8. Кендюхов О. Гносеологія інтелектуального капіталу / О. Кендюхов // Економіка України. – 2003. – №4.
9. Ильяшенко С. Сущность, структура и методические основы оценки интеллектуального капитала предприятия / С. Ильяшенко // Экономика Украины. – 2008. – № 11. – С. 16-26.
10. Хомич С.В. Особливості структури інтелектуального капіталу/Економічний простір. – 2011. - №53
11. Норіцина Н.І. Інтелектуальні ресурси підприємства: охороноздатність та оцінювання / Н.І. Норіцина // Вісник МНТУ. Сер.: Економіка. – 2010. – № 2 (5). – С. 93-102.
12. Швиданенко Г.О.Інтелектуальні ресурси: визначення та систематизація – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <kneu.edu.ua/userfiles/.../Svidanenko.doc>

13. Карпунин П.В. Эффективное управление интеллектуальными ресурсами как основа стабильности развития энергетического комплекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://www.csmr.ru/?q=node/200>>.

14. Мильнер Б. Управление интеллектуальными ресурсами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://institutiones.com/general/1072-upravlenieintellektualnimi-resursami.html>>.

15. Йоран Руус, Стивен Пайк, Лиза Фернстрем, «Интеллектуальный капитал. Практика управления», М.:Высшая школа менеджмента, 2010 — 448с.

16. Сундукова Г.М. Управление интеллектуальным капиталом ВУЗа: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Сундукова Галина Михайловна. – Москва, 2012. – 24 с.

17. Ілляшенко С.М. Інтелектуальний капітал ВНЗ як запорука його інноваційного розвитку: сутність, структура, підходи до оцінки / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №1. – С. 145-154

18. Р.К.Ромашкина. Оценка стоимости объектов интеллектуальной собственности ВУЗов // Материалы Всероссийской научной конференции. – 2008.

Рецензент – д.е.н., професор Ілляшенко С.М.

УДК 338.24

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Волкова І.М., к.е.н., доцент

Житомирський національний агроекологічний університет

Обґрунтовано важливість здійснення підприємствами аграрного сектора економіки маркетингової діяльності. Представлено визначення та передумови формування системи інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності даних підприємств. Визначено роль та місце маркетингових досліджень як інформаційно-аналітичної складової підприємств аграрного сектора економіки.

Grounded importance of realization of agrarian sector of economy of marketing activity enterprises. Determination and pre-conditions of forming of the system of the information and analytic providing of marketing activity of these enterprises is presented. Certainly role and place of marketing researches as an information and analytic constituent of enterprises of agrarian sector of economy.

Постановка проблеми. Ринкові умови господарювання передбачають необхідність розв'язання принципово нових організаційно-економічних завдань підприємствами аграрного сектора економіки України. Динамічні умови продовольчого ринку вимагають від них постійного пошуку нестандартних рішень, комерціалізації зусиль, індивідуалізації підходів до потреб цільових споживачів. Нині маркетингова діяльність зазначених підприємств є одним із найбільш ефективних напрямів їх адаптації до умов перманентних кризових явищ, трансформаційних змін, нестабільності економічної ситуації. Забезпечення процесу прийняття адекватних ринковим умовам маркетингових рішень виробниками агропродовольчої продукції на підставі відповідного інформаційно-аналітичного їх забезпечення є актуальним інструментом подолання негативних явищ в аграрному секторі економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблеми інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності суб'єктів господарювання здійснюють вітчизняні та зарубіжні автори: Р. Акофф, С.В. Бадлуєва,