

**Ілляшенко С.М.**

д.е.н., професор, СумДУ, Україна;

доктор habilitation, професор,

Вища економіко-гуманітарна школа, м. Бельсько-Бяла, Польща

## **ЗАВДАННЯ МАРКЕТИНГУ І МЕНЕДЖМЕНТУ ЗНАНЬ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

Нестабільний характер розвитку сучасної економіки, що спричинений загостренням економічних, соціально-демографічних, технологічних, екологічних та інших проблем, які не можуть бути розв'язані в межах існуючої техніки і технологій, методів управління тощо, актуалізує пошук ефективних шляхів їх розв'язання. Вся історія людства свідчить, що вихід з криз, які періодично виникають, пов'язаний зі створенням і використанням різного роду інновацій: у техніці і технологіях, методах управління на усіх етапах виробництва і збуту продукції, методах державного регулювання і стимулювання процесів соціально-економічного розвитку і т.п.

Сучасний етап соціально-економічного розвитку характеризується прискоренням спадної хвилі 5-го і переходом до початку висхідної хвилі 6-го технологічного укладу. На ці процеси чинить істотний вплив фактичний початок 4-ї технологічної революції, яка вже на поточний час приводить до різкого прискорення морального старіння сучасних техніки і технологій, а вже в найближчій перспективі може розчинити бар'єри між біологічними і технічними об'єктами, дозволить поєднати можливості людського і машинного інтелекту. Зазначені фактори спричиняють різке прискорення технологічних, а разом з ними і технічних, економічних, соціально-демографічних, політико-правових, природно-екологічних і т.п. змін. В цих умовах лише опора на інформацію, як сукупність певних фактів, і знання, як правила оперування фактами, дозволить забезпечити виживання і розвиток у перманентно мінливих умовах. Знання дозволять своєчасно передбачити ці зміни і адаптуватися до них, чи, в ідеалі, цілеспрямовано їх програмувати. Це є справедливим як для окремих організацій (підприємств чи установ), так і національних економік, а також світової економіки у цілому.

Враховуючи викладене, актуалізується проблема підвищення ефективності управління знаннями, яке розглядається з позицій:

- визначення перспективних напрямів продукування нових знань стосовно усіх сфер людської діяльності, а також закономірностей природних процесів;

- визначення перспективних напрямів використання (впровадження, комерціалізації тощо) нових знань;

- формування механізмів управління процесами продукування і використання знань на рівні держави, галузі, окремої організації, а також забезпечення їх узгодженої взаємодії.

Її розв'язання потребує комплексу взаємопов'язаних досліджень, які, зокрема, стосуються:

- визначення і урахування сили впливу факторів НТП у процесах соціально-економічного інноваційного розвитку на усіх рівнях узагальнення;

- уточнення і конкретизації ролі інтелектуального капіталу організації, регіону, галузі, держави у процесах їх інноваційного розвитку;

- удосконалення організаційно-економічних механізмів управління знаннями, які будуть покладені в основу нової техніки і технологій її виготовлення, методів управління тощо на рівні організації (підприємства чи установи).

Аналіз наявних тенденцій, які лише посилюються, свідчить про активізацію використання інтернет, інформаційних і телекомунікаційних комп'ютерних технологій практично в усіх галузях людської діяльності, розширення практики її перенесення у віртуальний простір. З цих позицій необхідним є проведення досліджень у напрямі пошуку шляхів підвищення ефективності управління знаннями з використанням інструментів і технологій інтернет-маркетингу знань.

Враховуючи вирішальну роль науки і освіти (особливо вищої) у інфраструктурному забезпеченні інноваційного розвитку, що базується на інформації та знаннях, а також роль інтернет-технологій у цьому процесі, доцільним є проведення досліджень стосовно підвищення ефективності використання інструментів і методів інтернет-маркетингу знань на ринку науково-освітніх послуг.

Таким чином сформовано комплекс завдань щодо розроблення методологічного та теоретико-методичного забезпечення ринково-орієнтованого управління знаннями в системі інноваційного розвитку на національному, регіональному, галузевому рівнях, а також рівні окремих організацій. Їх практична реалізація є однією з передумов переходу вітчизняної економіки на інноваційний шлях розвитку в руслі концепції інноваційного випередження. А це у перспективі дозволить Україні, яка все ще зберігає значний потенціал інноваційного зростання [1], ввійти на рівних до світового співтовариства цивілізованих країн, зайняти при цьому гідне місце на світових ринках і забезпечити високі стандарти якості життя свого народу.

1. Iliashenko Sergii. Knowledge as a factor of organization's competitive benefits: prospects for Ukraine / Sergii Iliashenko, Yevhenii Rot-Sierov // Economic Annals-XX. – 2016. - № 156 (1-2). - P. 49-53.

Ілляшенко С.М. Завдання маркетингу і менеджменту знань на сучасному етапі економічного розвитку / СМ. Ілляшенко // Маркетингові і цифрові технології: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. 26-27 травня 2016 р., м. Одеса / Г.О. Оборський, С.В. Філіпова, М.А. Окландер; Одеський нац-ний політех-ний ун-т. - Одеса: ТЕС, 2016. - С. 74-76.