

вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ "ХП". – 2015. – № 25 (1134). – С. 79-84.

7. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // Нац. техн. ун-ту "ХП" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХП», 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

УДК 379.85

Перерва П. Г.,

д.е.н., професор, декан економічного факультету,

Маслак М. В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Особливості та ознаки економіки знань

У наші дні знання перетворюються на капітал, який приносить дохід носію знань. Для досягнення успіху будь-якого сучасного підприємства необхідно створити передумови для отримання прибутку з обсягу знань, які знаходяться у розпорядженні компанії, оскільки для досягнення високого рівня національного багатства лише природних ресурсів недостатньо. Капітал сам собою не може створювати блага, які потрібні споживачам, необхідний такий економічний ресурс як знання. Тому дуже важливо отримати відповіді на питання про процеси, що сприяють накопиченню та використанню знань. На збільшення ролі знань вказують такі терміни та поняття: знання як капітал; управління знаннями; основи знань; самобутня організація; інформаційні системи управління знаннями; виробництво знань; методи подання знань; формалізація знань; вилучення з даних знань тощо. [1-7].

У науковій літературі виділяють три етапи розвитку: аграрна економіка, індустріальна економіка, економіка, заснована на знаннях [1]. Термін "економіка знань" (або "економіка, що базується на знаннях") ввів в обіг Фріц Махлуп у 1962 році, розуміючи під ним просто сектор економіки. Нині цей термін використовується визначення типу економіки, де знання грають вирішальну роль, а виробництво знань стає джерелом зростання. Економіка знань - нероздільна тріада ринків: ринку знань, ринку послуг та ринку праці. Їх не можна розглядати ізольовано, настільки тісно вони між собою взаємодіють. Звідси випливає багато наслідків, і це мають усвідомити люди, які приймають рішення у цій галузі.

Економіка знань має чотири важливі особливості:

а) перша – дискретність знання як продукту. Конкретне знання або створено, чи ні. Не може бути знання наполовину чи одну третину;

б) друга особливість полягає в тому, що знання, подібно до інших суспільних (публічних) благ, будучи створеними, доступні всім без винятку;

в) третя особливість знання: за своєю природою це інформаційний продукт, а після того, як її споживали, не зникає, як звичайний матеріальний продукт;

г) четверта особливість стверджує, що як і будь-який ресурс, знання можуть закінчуватися, старіти і, більше, на відміну матеріальних ресурсів, корисність знань може бути сумнівною.

Перелічені особливості економіки знань говорять про її суттєві відмінності від стандартної ринкової економіки за чинними закономірностями та механізмами. І це ускладнює побудову теорії.

Ознаками економіки, що базується на знаннях, є:

- по-перше, зростають транзакційні витрати, яких можна віднести витрати на такі види діяльності: пошук інформації, вивчення ринку, укладання контрактів, здійснення контролю;

- по-друге, науково-технічні можливості зростають швидше, ніж удосконалюється матеріально-технічна база та змінюється якість людського капіталу;

- по-третє, зростає роль діяльності у сфері товарних знаків, патентів, спеціальних технологій взаємодії з клієнтами та технологій, що забезпечують нові канали збуту;

- по-четверте, розвивається безперервна освіта. Знання старіють, частина знань витісняється з пам'яті людини, під натиском нових досягнень відбувається моральне старіння знань. Людям потрібно постійно отримувати нові знання та навички.

Велике значення на етапі економіки, заснованої на знаннях, має управління знаннями. Управління знаннями включає вивчення і оптимізацію взаємопов'язаних процесів пошуку інформації, її подальшого використання, перетворення інформації на знання, розробку методів представлення знань, які допоможуть отримати прибуток з обсягу знань, що знаходиться в розпорядженні організації, а також навчання персоналу.

Наші великі підприємства мають стати гравцями в економіці знань, навчитися створювати довкола себе та патрунувати малий інноваційний бізнес. А обов'язок держави – створити сприятливе правове, податкове та організаційно-економічне середовище для розвитку економіки знань.

Література

1. Карташева О.В. Управление знаниями с использованием информационных технологий // Экономика и управление: теория и практика. Ярославль: Канцлер, 2018. с.94-100.

2. Pererva, P., Kobieliava, T., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. Problems and Perspectives in Management, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)

3. Pererva P.G, Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // Науковий вісник Полісся. 2017. № 2 (10). Ч.2. С.144-149. URI: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/15196>

4. Кобелєва Т.О., Марчук Л.С. Методи оцінювання ефективності реклами та її впливу на споживачів // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ "ХПІ". – 2015. – № 25 (1134). – С. 79-84.

5. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелєва Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // Нац. техн. ун-ту "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

6. Kosenko, O.P., Kobieliyeva T.O., Tkachova N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // Науковий вісник Полісся. 2017. № 1(9), ч.2. С. 140-145. URI: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/12785>

7. Перерва П.Г., ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Кобелєва Т.О. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // Нац. техн. ун-ту "ХПІ". Серія : Технічний прогрес та ефективність виробництва : зб. наук. пр. – 2015. – № 60 (1169). – С. 78–81.

УДК 339.13

Перерва П. Г.,

д.е.н., професор, декан економічного факультету,

Назаренко С. М.,

аспірант

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Формування принципів маркетингового забезпечення іт-аутсорсингу

На етапі глобалізації економіки велике значення набуває система маркетингового забезпечення ІТ-аутсорсингу при його використанні різними промисловими підприємствами. При цьому відбувається скорочення видатків на власну інфраструктуру, оскільки оплачуються лише послуги аутсорсингової фірми. У сучасних ринкових умовах, що стрімко змінюються, особливу значущість набувають принципи, що відображають систему маркетингового управління ІТ-аутсорсингом. При формуванні принципів управління маркетингом ІТ-аутсорсингу слід дотримуватися наступних етапів.

1. Методичне забезпечення вихідних умов створення системи принципів управління ІТ-аутсорсингом для вирішення тієї чи іншої корпоративної проблеми.

2. Облік та систематизація можливих бар'єрів (перешкод) з диференціацією їх на загальні, типові, об'єктивні, суб'єктивні та непередбачені за рахунок випадкових обставин.

3. Остаточний етап формування принципу з чітким трактуванням основних складових компонентів, положень з метою прийняття своєчасного коригування управлінських рішень щодо ринкової участі підприємства.

На наш погляд, до основних принципів створення системи маркетингу аутсорсингу слід віднести: принцип організаційної поведінки; професіоналізму