

создании эффективной системы рыночной субъект-субъектного взаимодействия субъекта-производителя туристических услуг субъекта-потребителя туристических услуг.

Ключевые слова: маркетинг, коммуникационная модель, туристические услуги, туристическая инфраструктура, туристическая отрасль.

Pylypchuk V., Lendyel O.

DEVELOPMENT OF COMMUNICATION MODEL OF TRAVEL SERVICES MARKETING

Research of national tourism industry gives reason to state the decentralization of taking marketing decisions as decisions of tourist services that are relevant to regional and national markets are taken by local travel agents and tour operators. All this does not mean that information on international markets is hard to obtain. The aim of this article is to research system of marketing communications of the tourism industry, including factors of marketing communication model development of tourism that involves forecasting demand and allows reproducing interconnection of costs for marketing communications with the results of the relevant business sectors of the tourism industry. Inductive-deductive principle has been used in the study, which involves the use of interconnected system of methods based on partial compliance of research objects that are components of tourism marketing, the most effective methods of investigation their structures. According to the study results it has been found that the marketing of tourism services include: measures to study, research and analysis of consumer demand, as well as collecting and disseminating information on tourism products and creating a positive image. A marketing communication model of tourist services has been suggested. There were a few prerequisites for the emergence of such a system. Among them we should highlight, firstly, the shift from mass to personalized marketing, and secondly, the rapid development of communication channels and tools. If the first of these factors needs no special explanation, because it directly affects all marketing activities of the entity, the other should be explained. Today, a potential customer has access to a significant range of sources of information on products and services. Thus it is difficult sometimes to distinguish from which sources the information was obtained. Thus, information and communication aspect of marketing tourism is to create an effective system of market subject-subject interaction of subject-manufacturer of tourist services and subject-consumer of tourist services.

Key words: marketing, communication model, tourist services, tourist infrastructure, tourist industry.

Одержано 07.04.2015 р.

УДК 331.101.262:334.72

Приймак Василь Іванович,

д.е.н., проф., завідувач кафедри інформаційних систем у менеджменті,

Луцик Марія Василівна,

аспірант,

Львівський національний університет імені Івана Франка

ІНСТРУМЕНТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ

Для збільшення інтелектуальних ресурсів суб'єктів підприємництва необхідно розробити комплексну програму заходів, направлену на розвиток інтелектуальних ресурсів і створення передумов для їх ефективного використання. Основними етапами такої програми будуть: удосконалення інструментів та технологій управління, адаптація працівників підприємств до нововведень. Ринкові механізми збільшення інтелектуальних ресурсів і їх ефективного використання в національній економіці трансформуються, утворюючи нові інструменти і технології управління, які спричинені: по-перше, сучасним рівнем розвитку світової технологічної революції; по-друге, загостренням конкурентної боротьби, виникнення її нових форм. Тому метою статті є виявлення інструментів та технологій управління інтелектуальними ресурсами суб'єктів підприємництва в економіці України. В процесі дослідження інструменти класифіковано на формальні та неформальні і наведено їх особливості. Розглянуто термін «краудсорсинг» як один із інструментів, що буде ефективним при вирішенні проблем за мінімально затрачений час та кошти. Наведено і охарактеризовано основні технології управління інтелектуальними ресурсами. Наукова новизна: набули подальшого розвитку технології управління інтелектуальними ресурсами, що передбачають сполучення відповідних методів управління та інструментів, які забезпечують ефективну реалізацію функцій інтелектуального ресурсу та досягнення поставлених цілей. Практична значущість: полягає у підвищенні наукового обґрунтування теоретичних положень щодо використання інструментів та технологій ефективного управління інтелектуальними ресурсами відповідно до трансформаційних змін в суспільних відносинах та ринкових умов господарювання. Результати дослідження можуть бути використані підприємствами при управлінні інтелектуальними ресурсами, зокрема при розробці

організаційно-економічного механізму.

Ключові слова: підприємство, інтелектуальні ресурси, технології, інструменти управління, краудсорсинг, конкурентоспроможність.

ВСТУП

Як свідчить історія розвитку багатьох країн, однією з визначальних умов ефективності економічних трансформацій є випереджуючий (а не «навздогін») розвиток інтелектуальних ресурсів. Тільки інтелектуально багата держава може гарантувати високий рівень життя народу і процвітання суспільства навіть при відсутності енергоносіїв, корисних копалин, джерел, що вимагає відповідної активної державної політики та державного регулювання ефективного відтворення інтелектуальних ресурсів.

Фундаментальною ознакою сучасного суспільства є зростання значущості інтелектуальних ресурсів як базових умов розвитку системи виробництва. Питання ефективності управління формуванням і використанням інтелектуальних ресурсів за допомогою застосування сучасних інструментів та новітніх технологій в економічних системах є ключовим в подальшому розвитку високотехнологічного життя суспільства.

Постановка проблеми. У сучасному світі, основою конкурентної переваги підприємств і організацій, крім матеріальних і фінансових ресурсів, є інтелектуальні ресурси. Тому природним є те, що підприємства намагаються залучати на роботу найкращих фахівців і забезпечують їх всіма необхідними засобами виробничої діяльності. Однак цього недостатньо. Для продуктивного застосування своїх знань співробітники повинні отримувати вигоду від діяльності в даній організації. Тобто, користуючись маркетинговою термінологією, необхідно відзначити,

що співробітники підприємства повинні отримувати задоволення від виробничої діяльності та умов, в яких вона ведеться.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню формування і використання інтелектуальних ресурсів присвячена низка робіт українських науковців: В. Александрової, О. Амоші, Л. Антонюк, Ю. Бажала, О. Білоруса, В. Гесця, Б. Губського, О. Грішнєвої, Я. Жаліла, О. Кендюхова, Д. Лук'яненка, Ю. Макогона, С. Мочерного, В. Новицького, Є. Панченка, Ю. Пахомова, А. Поручника, А. Рум'янцева, В. Семиноженка, В. Сіденка, А. Філіпенка, О. Федірка, А. Чухна.

Мета статті (постановка завдання). Метою статті є наведення та обґрунтування сучасних інструментів та новітніх технологій управління інтелектуальними ресурсами, які в подальшому сприятимуть ефективному використанню інтелектуального запасу країни та сприятимуть його формуванню.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

В Україні застосовують два основні типи інструментів для ефективного управління інтелектуальними ресурсами, за допомогою яких відбувається системний розвиток персоналу, підвищення конкурентоспроможності підприємств, підвищення цінності людського ресурсу та підтримка управлінських рішень у інноваційному, технологічному та виробничому менеджменті: формальні і неформальні (рис. 1).

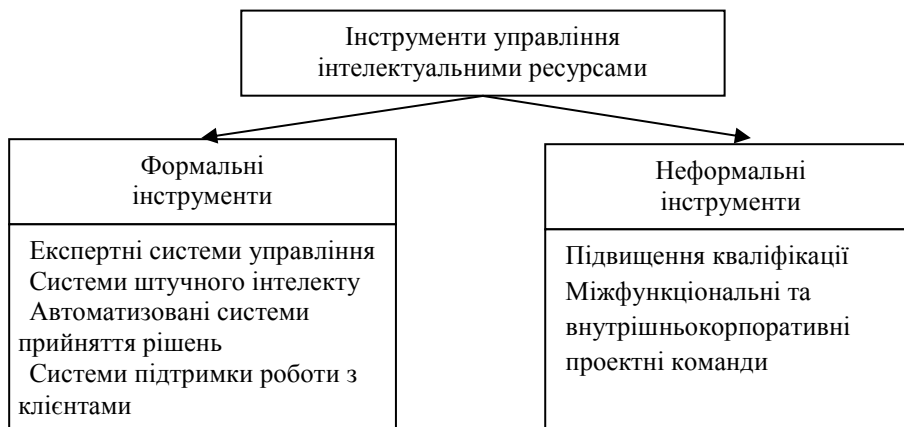


Рис. 1. Інструменти управління інтелектуальними ресурсами

На думку фахівців, формальні інструменти дуже ефективні при необхідності приймати управлінські рішення в компаніях інноваційної, фінансової і консалтингової областей діяльності, де потрібен облік великої кількості швидкоплинних зовнішніх умов [1; 2; 3; 4;].

Формальні інструменти:

– спрямовані на кодифікацію інформації та збереження знань в компанії у випадку звільнення

працівника;

– є основою організаційного капіталу компанії, яка формує внутрішню структуру організації;

– особливо ефективні для вирішення типових завдань [5].

Серед формальних інструментів необхідно особливо відзначити системи підтримки клієнтських відносин (CRM), які ефективно застосовуються в багатьох компаніях сфери консалтингу та довели свою

ефективність. Даний клас систем дозволяє автоматизувати й удосконалити бізнес-процеси в сфері продажів, маркетингу та обслуговування клієнтів [6].

Неформальним інструментам управління інтелектуальним капіталом відводиться особлива роль. Близько 80% неявних знань втрачається при звільненні співробітника з компанії, якщо не відбувається обмін знаннями всередині колективів. Фахівці й дослідники рекомендують використовувати в організації командний тип роботи в силу наступних причин:

- більш гнучке управління проектами в рамках середніх і великих компаній (Хекмен);
- ефективний обмін знаннями між різними функціональними одиницями (Р. Дафт);
- взаємна доповнюваність членів команди на основі наявності спільних цілей і цінностей;
- наявність чітких командних ролей і лідерства збільшує ефективність і знижує ризики внутрішньоорганізаційних конфліктів (М. Белбін);
- команди дозволяють значно підвищити конкурентоспроможність компанії за рахунок сукупності знань і навичок кожного її члена та синергетичного ефекту від їх роботи [7].

Неформальні інструменти використовуються для управління неявними знаннями співробітників; значно впливають на клієнтський капітал компанії, більш ефективні для навчання персоналу рішенням нетипових проблем і прогнозуванню рішень в умовах невизначеності і ризику.

Серед інших інструментів управління інтелектуальними ресурсами виділяють міжфункціональне корпоративне навчання, експертні директорії, наставництво, матеріальні та нематеріальні заохочення обміну знаннями, робота «брокерів знань».

Новим ефективним інструментом формування і використання інтелектуальних ресурсів може виступати «краудсорсинг». В зарубіжній практиці краудсорсинг – трактують як *crowdsourcing* (*crowd* – «натовп» і *sourcing* – «використання ресурсів») – передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб на підставі публічної оферти без укладання трудового договору.

Термін вперше введений Джефом Хауї і Марком Робінсоном. У порівнянні з аутсорсингом, де певні функції компанії виконуються сторонньою організацією на підставі угоди, в краудсорсингу платити ні за що не потрібно (або виплачуються мінімальні суми). Усю необхідну роботу роблять неоплачувані або малооплачувані фахівці-аматори, які витрачають свій вільний час на створення контенту, розв'язання проблем або навіть на проведення досліджень та розробок [8]

Краудсорсинг – це частина того, що Ерік фон Хіппель називає «інновацією з розрахунку на користувача». Виробники покладаються на користувачів не тільки у питанні формулювання потреб, але й у визначенні продуктів і вдосконалень, які б задовольнили ці потреби. Краудсорсинг виник з розрахунку на передбачуване бажання споживачів безкоштовно або за невелику ціну поділитися своїми ідеями з компанією, виключно через бажання побачити

ці ідеї втіленими у виробництві.

Журнал «Sloan Management Review» опублікував статтю Сусуму Огава, професора маркетингу в Університеті Кобе в Токіо, і Френка Піллера, професора Мюнхенської бізнес-школи, на цю тему. Два професори досліджували, як компанії «зменшують ризик управління товарним виробництвом», використовуючи повсюдні дешеві інформаційні технології для залучення людей зі сторони до процесу розробки дизайну [9].

Ми вважаємо, що цей напрям розвивається із-за бажання людей зробити щось важливе в цьому світі та принести людям користь. До того ж питання оплати за це немає значення.

Прикладом активного використання краудсорсинг є компанія «Procter & Gamble», яка на сайті «InnoCentive» публікує проблеми, які вона не може вирішити сама, пропонуючи натомість великі грошові винагороди понад 160 тисячам осіб, які є неофіційними безкоштовними співробітниками компанії. Тобто, вони використовують науковців-аматорів для проведення досліджень в різних галузях – від інженерної до менеджменту.

Ще одним прикладом краудсорсинг може бути платформа Amazon Mechanical Turk – це інтернет сторінка компанії Amazon, на якій зацікавлені підприємства і організації можуть виставляти з відкритим доступом інтелектуальні задачі, які необхідно вирішувати. За вирішення кожної задачі застосовують винагородження. Технічно кожна особа може стати учасником такої програми при наявності Інтернету.

Розвиток інтелектуальних ресурсів і виникнення таких глобальних інструментів як краудсорсинг стимулює до виникнення людського маркетингу – це маркетинг, який «поводиться» з споживачами як з особистостями, які мають активну життєву позицію, що до чогось прагнуть і хочуть створювати нове. Також даний вид людського маркетингу у закордонній практиці називають як Маркетинг 3.0, прикладами якого є такі компанії: Threadless та Muji.

«Threadless» — компанія з виробництва футболки у Чикаго. Процес розробки дизайну складається виключно з проведення он-лайн конкурсів. Щотижня компанія отримує сотні ідей від аматорів і професійних художників та публікує ці малюнки на своєму сайті, і кожен зареєстрований користувач може оцінити ту чи іншу футболку. Щотижня у виробництво запускається від чотирьох до шести найпопулярніших дизайнів, але тільки після того, як достатньо велика кількість покупців зробить попереднє замовлення, щоб не зазнати збитків.

«Муї» — японська меблева компанія, яка через корпоративний сайт збирає нові радикальні ідеї для своїх виробів через базу, до якої входить близько півмільйона членів та просить їх оцінити дизайни. Список найпопулярніших ідей передається професійним дизайнерам, які розробляють безпосередньо самі вироби [9].

Приклади таких компаній демонструють нам ще один цікавий процес. Фактично при використанні краудсорсингу втрачається межа між виробниками блага та його споживачами. Виходить так, що самі

клієнти створюють продукт, розробляють його дизайн, функціональні можливості, тобто – створюють всі необхідні характеристики для задоволення власних потреб. Компанії, з однієї сторони, споживають такий зовнішній інтелектуальний ресурс, знижуючи виробничі ризики, а з іншої сторони, цей же інтелектуальний ресурс є їх споживачами.

В Україні зростає тенденція до використання краудсорсингу, і через декілька років такий тип інструменту формування і використання інтелектуальних ресурсів буде ефективним при вирішенні проблем за мінімально затрачений час та кошти. Таким чином, краудсорсинг – це ефективний інструмент не тільки в соціальних проєктах, але і в комерційних. Серед різновидів краудсорсингу варто виділити саме інтелектуальний краудсорсинг, оскільки у теперішній час виникають і розповсюджуються нові технології інтеграції невідокремлених від людини чи

групи неявних знань, основу яких складає Інтернет.

Марченко О. С. виділяє поняття «інтелектуальний краудсорсинг – це інструмент інтелектуальної співпраці у соціальних інтернет-мережах, що спрямовується на сумісне створення інтелектуального продукту на основі інтеграції неявних знань великої кількості людей». Ядром змісту краудсорсингу є інтелектуальна взаємодія, співпраця поєднаних мережами носіїв неявних знань, яка не має територіальних, корпоративних, професійних, соціальних, культурних обмежень [10, с. 3].

Технології управління інтелектуальними ресурсами передбачають сполучення відповідних методів управління та інструментів, що забезпечують ефективну реалізацію функцій інтелектуального ресурсу. В таблиці 1 наведено і охарактеризовано основні технології управління інтелектуальними ресурсами.

Таблиця 1

Технології управління інтелектуальними ресурсами

№	Технології	Зміст
1.	Системи планування ресурсів	Дана система містить централізовані, уніфіковані бази даних, що охоплюють планування, прогнозування і управління різними бізнес-процесами.
2.	Технології пошуку інформації	Підготовка даних, вибір інформативних ознак, виявлення корисної інформації, обробка даних і тлумачення одержаних результатів. Система Data Mining – визначається як дослідження і виявлення в сирих даних за допомогою засобів штучного інтелекту таких прихованих структур, залежностей, які не були раніше відомі, проте потрібні для прийняття рішень у різних сферах діяльності.
3.	Технології для обміну знаннями	Це безліч різних продуктів, сервісів і платформ подібної спрямованості, серед яких виділяють он-лайніві співтовариства практиків, дискусійні форуми, соціальні мережі, корпоративні портали.
4.	Системи управління контентом	Полягають у управлінні різним електронним контентом та використовуються для зберігання і публікації інформації, на базі яких організуються корпоративні портали управління знаннями.

Примітка: розроблено автором

В світовій економічній науці в останньому десятилітті активно йдуть дискусії з визначення ролі і місця інтелектуальних ресурсів в діяльності промислового підприємства. Забезпечення конкурентоспроможності та ефективності діяльності промислового підприємства можливе тільки при скоординованому управлінні всіма його ресурсами і особливо інтелектуальними, які сьогодні вийшли на перший план у системі ресурсів промислового підприємства. Проте наявність інтелектуальних ресурсів ще не гарантує успіху, в той час як їх відсутність або недостатнє використання рівнозначно зниженню ефективності діяльності промислового підприємства, втрати його прибутковості і конкурентних переваг. Тому особливістю управління сучасним промисловим підприємством є не прагнення до збільшення інтелектуальних ресурсів у виробничий процес, а вдосконалення процесу управління ними для того, щоб ефект від їх використання був максимальним. Сучасна теорія і практика управління виявляє дві основні проблеми в управлінні інтелектуальними ресурсами. Перша полягає в оцінці інтелектуальних ресурсів промислового підприємства, друга – у формуванні основних принципів і методів управління інтелектуальними ресурсами.

Розвиток же інтелектуальних ресурсів

безпосередньо впливає на поліпшення якості продукції, її оновлення і на зростання ефективності виробництва, а значить на рівень капіталізації та ціну бізнесу. Нова економіка перед сучасними підприємствами ставить завдання прийняття на озброєння методів управління інтелектуальними ресурсами як інструментів вимірювання та відображення істинної вартості своїх активів. Це необхідно тому, що ефективне управління інтелектуальними ресурсами, засноване на їх обліку, дає унікальну можливість підприємствам комплексно використовувати всі свої ресурси.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Управління інтелектуальними ресурсами надає можливість: ефективно використовувати людські ресурси, максимально правильно враховувати і оцінювати нематеріальні активи, залучати інвестиції у виробництво, визначати напрями науково-технічного розвитку, підвищувати ефективність і обґрунтованість соціально-економічних програм і, отже, забезпечувати конкурентоспроможність підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Для розвитку підприємств та забезпечення їх

конкурентоспроможності необхідно:

- розробити та реалізувати комплекс планів і програм по залученню персоналу з метою задоволення потреб підприємств у робочих, фахівцях і службовцях необхідних професій, спеціальностей і кваліфікації;
- прагнення до найбільш ефективного використання науково-освітніх можливостей підприємства;
- використання у виробничому процесі об'єктів інтелектуальної власності: патентів, ноу-хау, товарних знаків, виробничих секретів та інших.;
- використання інформаційних систем управління підприємствами;
- наявність сформованої корпоративної культури.
- вдосконалення кадрової політики з метою поліпшення якісного складу персоналу, створення умов, стимулюючих зростання професійної компетенції співробітників, організація системи безперервної підготовки, підвищення кваліфікації та перепідготовки персоналу;
- залучення та закріплення молодих фахівців, використовуючи методи стимулювання, такі як

забезпечення житлом, сприяння кваліфікаційному зростанню та інші;

- забезпечення соціальної захищеності працівників і членів їх сімей;
- формування та підготовка резерву кадрів на керівні посади.

Для збільшення інтелектуальних ресурсів суб'єктів підприємництва, необхідно розробити комплексну програму заходів, направлену на розвиток інтелектуальних ресурсів і створення передумов для їх ефективного використання. Основними етапами такої програми будуть: удосконалення інструментів та технологій управління, адаптація працівників підприємств до нововведень. Ринкові механізми збільшення інтелектуальних ресурсів і їх ефективного використання в національній економіці трансформуються, утворюючи нові інструменти і технології управління, які спричинені: по-перше, сучасним рівнем розвитку світової технологічної революції; по-друге, значним загостренням конкурентної боротьби, виникнення її нових форм. На їх узагальнення і будуть спрямовані подальші дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бузгалин А. В. Теория социально-экономических трансформаций. (Прошлое, настоящее, будущее экономик «реального социализма» в глобальном постиндустриальном мире) / Бузгалин А. В., Колганов А. И. – М.: ТЕИС, 2003. – 656 с.
2. Захарова О. В. Управление инвестируемым в людский капитал: методология, оценка, планирование [Текст]: монография / О. В. Захарова; ДВНЗ «Донец. нац. техн. ун-т». – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2010. – 377 с.
3. Кендюхов О. В. Интеллектуальный капитал предприятия: методология формирования механизма управления [Текст] / О. В. Кендюхов; НАН Украины, Институт экономики промышленности. – Донецьк: ДонУЕП, 2006. – 308 с.
4. Козырев А. Н. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cfin.ru/fianalysis/value/intangibles_and_intel_1.shtml.-2002.
5. Букович У. Управление знаниями: руководство к действию: Пер. с англ. / У. Букович, Р. Уильямс – М.: ИНФРА-М, 2002. – XVI, 504 с.
6. Варфоломеева Ю. А. Интеллектуальная собственность в условиях инновационного развития: Монография / Ю. А. Варфоломеева. – М.: Ось-89, 2006. – 144 с.
7. Просвирина И. И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы / И. И. Просвирина // Финансовый менеджмент. – №4. – 2004. – С. 103-120.
8. Хау Джефф. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.
9. Краудсорсинг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://en.wikipedia.org/wiki/Crowdsourcing>.
10. Марченко О. С. Интеллектуальный краудсорсинг – як категорія інформаційного суспільства [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://dSPACE.nulau.edu.ua>.

Пріймак Василь Іванович, Луцьк Марія Васильевна

ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ

Для увеличения интеллектуальных ресурсов субъектов предпринимательства необходимо разработать комплексную программу мероприятий, направленную на развитие интеллектуальных ресурсов и создание предпосылок для их эффективного использования. Основными этапами такой программы будут: усовершенствование инструментов и технологий управления, адаптация работников предприятий к нововведениям. Рыночные механизмы увеличения интеллектуальных ресурсов и их эффективного использования в национальной экономике трансформируются, образуя новые инструменты и технологии управления, вызванных: во-первых, современным уровнем развития мировой технологической революции; во-вторых, значительно обостряющейся конкурентной борьбой, возникновении ее новых форм. Поэтому, целью статьи «Инструменты и технологии управления интеллектуальными ресурсами» является выявление инструментов и технологий управления интеллектуальными ресурсами субъектов предпринимательства в экономике Украины. В процессе исследования инструменты классифицированы на формальные и неформальные и приведены их особенности. Рассмотрен термин «краудсорсинг» как один из инструментов, который будет эффективным при решении проблем за минимально затраченное время и средства. Приведены и охарактеризованы основные технологии управления интеллектуальными ресурсами. Научная новизна: получили дальнейшее развитие технологии

управления интеллектуальными ресурсами, предусматривающие объединение соответствующих методов управления и инструментов, которые обеспечивают эффективную реализацию функций интеллектуального ресурса и достижения поставленных целей. Практическая значимость: заключается в повышении научного обоснования теоретических положений по использованию инструментов и технологий эффективного управления интеллектуальными ресурсами в соответствии с трансформационными изменениями в общественных отношениях и рыночных условий хозяйствования. Результаты исследования могут быть использованы предприятиями при управлении интеллектуальными ресурсами, в частности при разработке организационно-экономического механизма.

Ключевые слова: предприятие, интеллектуальные ресурсы, технологии, инструменты управления, краудсорсинг, конкурентоспособность.

Pryymak V., Lutsyk M.

TOOLS AND TECHNOLOGIES OF THE INTELLECTUAL RESOURCES MANAGEMENT

For increasing the intellectual resources of business entities, a comprehensive program of activities must be developed aimed at developing intellectual resources and creating conditions for their effective use. The main stages of the program are the following: improvement of management tools and technologies, adaptation of enterprises workers to innovations. Market mechanisms of the intellectual resources increasing and their effective usage in the national economy are transforming, while creating new tools and management technologies, which are caused: firstly, by the current level of global technological revolution; secondly, significantly exacerbating competition, and its new forms. Therefore, the aim of the article «Tools and technologies of the intellectual resources management» is to identify the tools and technologies of intellectual resources management of business entities in Ukraine's economy. In the research process, instruments have been classified into formal and informal, and their features have been outlined. The term «crowdsourcing» has been considered as one of the tools that will be effective in problem solving with minimum time and money. The key technologies of the intellectual resources management have been determined and characterized. Scientific novelty: the technology of intellectual resources management has been further developed, providing appropriate management methods and tools that ensure effective implementation of the functions of intellectual resources and goals. The practical importance is to increase the scientific substantiation of theoretical positions on the use of tools and technologies for efficient management of intellectual resources in accordance with the transformational change in public relations and market conditions. The research results can be used in the management of enterprises intellectual resources, particularly in developing organizational and economic mechanism.

Key words: business, intellectual resources, technology, management tools, crowdsourcing, competitiveness.

Одержано 20.04.2015 р.

УДК [339.332:656.96]:629.33/36 (043.3)

Савич Олександр Петрович,
к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВИРОБНИКІВ АВТОМОБІЛІВ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ

Сучасний глобальний ринок легкових автомобілів є основою економіки світу. Це найбільш наукоємна галузь в світі. Мета статті – виявлення особливостей та методів інноваційної діяльності автомобільних виробників на глобальному ринку легкових автомобілів, розроблення практичних рекомендацій щодо ефективної політики інновацій. Теоретичним і методичним підґрунтям стали такі загальнонаукові методи, як системний аналіз, синтез, індукція, дедукція, абстрагування, а також спеціальні наукові методи, в тому числі: методи соціологічних досліджень та порівняння. Визначено, що продаж легкових автомобілів впливає на економічне зростання та кризові явища глобальної економіки. Ринок автомобілів є одним з найконкурентніших ринків, і саме тут впроваджуються всі інновації та технології, як в менеджменті, в маркетингу, так і у виробництві. Автомобілі несуть сучасні технології людям та всьому світу. Інноваційна політика по створенню конкурентних автомобілів та автомобілів майбутнього є основою товарної політики автомобільних виробників. В статті розглянуті та проаналізовані затрати на науку та дослідження за регіонами світу, визначені найважливіші фактори, які мають вплив на розробку нових продуктів та виробничо-маркетингову політику корпорацій. Встановлено, що виробникам необхідно переносити виробництво в країни з меншою вартістю комплектуючих, енергії та робочої сили для зменшення собівартості виробництва. Автовиробникам необхідно постійно думати над тим, як зробити автомобіль безпечним, екологічним та економічним та й ще за доступною ціною. Досліджені та визначені найбільш інноваційні автомобільні компанії в світі. Наукова новизна полягає в визначені