

ЗМІСТ

Вступ	6
1. Управління знаннями в контексті вибору напрямів інноваційного розвитку підприємств	13
1.1 Знання як основа інноваційного розвитку підприємства	13
1.2 Управління вибором перспективних напрямів використання знань на підприємстві	17
1.3 Аналітичне забезпечення вибору напрямів комерціалізації знань підприємства в контексті забезпечення його інноваційного розвитку	28
1.4 Урахування проблем ціноутворення у системі управління інноваційним розвитком підприємств	33
1.5 Оцінювання посередників у дистрибуційній системі вибору напрямів комерціалізації інноваційної продукції	46
2. Методологічні засади управління орієнтованим на знання інноваційним розвитком підприємств	61
2.1 Управління знаннями в системі інноваційного розвитку підприємства	61
2.2 Засади механізму стратегічного управління знаннями підприємства в контексті його інноваційного розвитку	81
2.3 Управління знаннями як основою формування стратегії випереджаючого інноваційного розвитку підприємства	100
2.4 Управління знаннями з позицій забезпечення економічної безпеки підприємства-інноватора	114

2.5 Побудова нечіткої експертної системи для оцінки ступеня готовності інноваційно-активних підприємств до здійснення інноваційної діяльності	130
2.6 Управління інтелектуальною власністю промислових підприємств: процесно-функціональний підхід.....	149
3. Роль інноваційної культури у забезпеченні успіху орієнтованих на знання стратегій інноваційного розвитку організацій	172
3.1 Інноваційна культура суспільства, її роль і значення у забезпеченні інноваційного розвитку	172
3.2 Діагностика стану і динаміки розвитку інноваційної культури українського суспільства	175
3.3. Роль інноваційної культури в управлінні стратегіями інноваційного розвитку організацій	187
3.4 Культурологічні особливості споживчої поведінки: вплив гендерних факторів	192
3.5 Роль культури екологічного туризму у забезпеченні сталого розвитку регіонів: проблеми і перспективи організацій надавачів туристичних послуг.....	209
3.6 Організаційно-економічні засади управління знаннями в туристичному бізнесі	214
4. Знання в системі управління інноваційним розвитком університету.....	238
4.1 Маркетинг науково-освітніх знань університету: його роль і значення при формуванні стратегій інноваційного зростання.....	238
4.2 Проблеми реалізації знань як елементу інтелектуального капіталу сучасного університету.....	252

4.3 Нова організаційна модель функціонування випускової кафедри університету.....	256
4.4 Застосування комп'ютерних інформаційних технологій в організації самостійної роботи студентів.....	260
4.5 Нові форми підготовки випускових робіт студентів: польський досвід.	263
Висновки.....	268

ВСТУП

Сучасна економіка ідентифікується як економіка знань в якій інформація і знання стають основними засобами й предметом суспільного виробництва, вони одночасно є обмежувачим чинником розвитку і заміщають працю як джерело доданої вартості. Практика свідчить, що в основу успіху країн, які є лідерами інноваційного зростання покладено нові актуальні релевантні знання. Вони є базою для створення і впровадження (комерціалізації) різного роду інновацій (продуктових, технологічних, управлінських тощо), роль яких як головного фактору економічного зростання невинно зростає. В цих умовах конкурентоспроможність національних економік, а також окремих підприємств та установ як їх елементів, все більшою мірою визначається здатністю ефективно продукувати і використовувати нові знання. Це актуалізує проблему формування механізмів управління продукуванням і комерціалізацією знань як на рівні держави, так і окремих організацій (підприємств та установ). Її розв'язання дозволить обґрунтовано визначати пріоритетні напрямки продукування знань, з урахуванням світових тенденцій і наявного потенціалу, обирати ефективні шляхи їх комерціалізації: втілення у нові продукти, нові технології їх розроблення і виготовлення, нові методи управління виробництвом і збутом тощо.

Відповідно до викладеного монографія колективу авторів присвячена удосконаленню існуючих та розробленню і науковому обґрунтуванню нових

інструментів і методів управління знаннями в системі інноваційного розвитку організацій.

Авторами поглиблено концептуальні засади управління знаннями в контексті обґрунтування вибору напрямів інноваційного розвитку окремих підприємств. Зокрема, удосконалено теоретико-методологічні засади управління вибором з урахуванням векторів дії множини зовнішніх і внутрішніх факторів впливу, розроблено підходи до аналітичного забезпечення вибору оптимальних напрямів комерціалізації знань конкретного підприємства, яке розвивається інноваційним шляхом.

Істотно удосконалено методологічні основи управління орієнтованим на знання інноваційним розвитком підприємств, яке авторами монографії 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.

У цьому контексті розроблено засади механізму стратегічного управління знаннями підприємства-інноватора: окреслено принципи формування і функціонування, визначено задачі, сформовано структуру і окреслено склад елементів тощо. Запропоновано послідовність і визначено склад процедур управління

знаннями підприємства як основою формування його стратегії випереджаючого інноваційного розвитку. Досліджено особливості управління знаннями з позицій забезпечення економічної безпеки підприємства, що розвивається інноваційним шляхом. Удосконалено процесно-функціональний підхід до управління інтелектуальною власністю підприємств, важливою складовою якої є знання.

Значне місце в монографії займають питання дослідження ролі інноваційної культури суспільства і окремої організації у забезпеченні успіху орієнтованих на знання стратегій інноваційного розвитку підприємств та установ України. Висвітлено роль і значення інноваційної культури суспільства у забезпеченні інноваційного розвитку національної економіки. За авторською методикою виконана діагностика стану і динаміки розвитку інноваційної культури українського суспільства, запропоновано заходи щодо підвищення її рівня. Обґрунтовано важливу роль інноваційної культури в управлінні стратегіями інноваційного розвитку організацій. Розроблено теоретико-методичний підхід до управління інноваційним розвитком організації на основі її інноваційної культури. Досліджено культурологічні особливості споживчої поведінки (у розрізі гендерних факторів) вітчизняних покупців електронних гаджетів. Проаналізовано культурологічні аспекти екологічного туризму як інструменту сталого розвитку регіонів, розкрито проблеми і визначено перспективи розвитку організацій надавачів туристичних послуг.

Не залишилися поза увагою авторів і питання дослідження місця і ролі знань в системі управління інноваційним розвитком університетів. Зокрема, удосконалено теоретико-методологічні засади формування і розвитку системи маркетингу науково-освітніх знань університету. Визначено роль маркетингу науково-освітніх знань при формуванні стратегій інноваційного розвитку університетів. Окреслено основні проблеми реалізації знань як елементу інтелектуального капіталу сучасного університету, запропоновано підходи до їх розв'язання. Розкрито сутність нової організаційної моделі функціонування випускової кафедри університету, обґрунтовано її високу ефективність. Висвітлено особливості застосування комп'ютерних інформаційних технологій при організації самостійної роботи студентів-маркетологів, а також сутність нових форм підготовки випускових робіт польських студентів (бакалаврів і магістрів).

Представлені у колективній монографії наукові та прикладні результати отримані у ході виконання досліджень за держбюджетною темою «Механізм управління знаннями в системі інноваційного розвитку господарюючих суб'єктів», № ДР 0117U002255. До монографії також увійшли результати ініціативних досліджень виконаних за цією тематикою науковцями інших вищих навчальних закладів та установ.

Авторами окремих частин монографії є:

Шипуліна Ю.С., д.е.н., доцент, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту, Національний технічний університет «Харківський

політехнічний інститут», м. Харків, Україна; головний науковий співробітник НДЧ, Сумський державний університет, м. Суми, Україна (вступ, пп. 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 3.3, 4.1, 4.2, 4.4, висновки);

Ілляшенко С.М., д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна; доктор хабілітований, професор Вищої економіко-гуманітарної школи (WSEH), м. Бельсько-Бяла, Польща (пп. 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5);

Біловодська О.А., д.е.н., доцент, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингу, Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, Україна (п.1.5);

Клісіньскі Я.С., д.е.н., професор кафедри маркетингу і підприємництва, Техніко-гуманітарна академія, м. Бельсько-Бяла, Польща (пп. 3.4, 4.1);

Долина І.В., к.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна (п. 3.6);

Ілляшенко Н.С., к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна (пп. 1.2, 1.3, 2.1, 2.3, 4.2, 4.4);