

УДК 339.138

UDC 339.138

**МАРКЕТИНГ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ И
МАРКЕТИНГ ЗНАНИЙ. ЧАСТЬ 1****MARKETING OF KNOWLEDGE ECONOMY
AND KNOWLEDGE MARKETING.
PART 1**

Сербиновский Борис Юрьевич
д. э. н., к. т. н., профессор
*Южный федеральный университет,
Ростов-на-Дону, Россия*

Serbinovskiy Boris Yurievich,
Dr.Sci.Econ., Cand.Tech.Sci., professor
*South Federal University,
Rostov-on-Don, Russia*

Приведены результаты анализа предпосылок, причин и источников выделения и становления маркетинга знаний как отрасли маркетинга со специфическим объектом и предметом исследования. Показано, что теоретическая и методологическая база маркетинга требует дополнения для разработки инновационных маркетинговых методов, моделей, инструментов и механизмов, позволяющих решать проблемы и задачи становления и развития экономики и общества знаний.

The article presents the results of analysis of assumptions, reasons and sources of selection and formation of marketing knowledge as the field of marketing with a specific object and subject of research. It is shown, that the theoretical and methodological basis of marketing requires a complement to the development of innovative marketing methods, models, instruments and mechanisms, allowing to solve the problems and tasks of formation and development of the economy and the knowledge society

Ключевые слова: МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ, МАРКЕТИНГ ЗНАНИЙ, ЭКОНОМИКА ЗНАНИЙ, ИННОВАЦИИ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И СРЕДСТВА МАРКЕТИНГА, ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

Keywords: MARKETING, MARKETING OF KNOWLEDGE ECONOMY, KNOWLEDGE MARKETING, KNOWLEDGE ECONOMY, INNOVATIONS, INFORMATION TECHNOLOGIES AND MEANS OF MARKETING, GLOBALIZATION

В современном хозяйстве и обществе происходят быстрые качественные и количественные изменения, которые существенным образом изменяют характер экономических, социально-экономических, общественных отношений. Одной и, пожалуй, основной причиной перемен является научно-технический прогресс, который особо быстрыми темпами развивается в наукоемких, высокотехнологичных отраслях и сферах хозяйственной деятельности. Инновационные по своей сути процессы и тенденции имеют вполне конкретные проявления, которые находят отражение в экономической теории и теории маркетинга, в том числе в их категориальном аппарате. В науке и практике большее место занимают концепции новой экономики, экономики знаний, информационного и гражданского общества, общества знаний.

Формируются новые закономерности развития экономики и общества, новые типы поведения производителей, продавцов и покупателей, что должно найти свое отражения в теории, инновационных методах и ин-

струментах маркетинга, адекватных устойчиво проявляющимся тенденциям и проявляющимся закономерностям.

Вместе с качественным изменением экономики и общества должен меняться маркетинг. В экономике знаний и обществе знаний должен возникнуть адекватный их вызовам *маркетинг экономики знаний*, отличающийся от традиционного маркетинга содержанием объект и предмета исследования, теоретической и методологической базой, набором инновационных по своему содержанию методов, моделей, инструментов и механизмов, позволяющих решать новые проблемы и задачи иными средствами.

Маркетинг может рассматриваться как философия бизнес, следовательно, маркетинг экономики знаний по своей сути является логическим и эволюционным результатом развития теории и практики маркетинга и вбирает часть тех его достижений, которые не только описаны теоретически, но нашли свое место в практике. Однако описать философию, концепцию маркетинга экономики знаний, раскрыть его сущность и содержание в одной статье не представляется возможным, поэтому авторы планируют представить цикл статей.

Тема является актуальной, но до настоящего времени остается недостаточно исследованной. В научной литературе и Интернет-ресурсах появляются публикации, затрагивающие лишь отдельные аспекты проблемы (например, рынок информационных услуг [1, 2], маркетинг интеллектуальных продуктов и услуг [3], маркетинг знаний и образования [4], создание и оптимизация поисковых Интернет-систем [5]). В этой связи исследование целесообразно начать с анализа предпосылок и необходимости выделения и становления *маркетинга экономики знаний как отрасли маркетинга*.

Существует ряд причин выделения и предпосылок становления маркетинга экономики знаний. Как уже отмечалось, это формирование экономики знаний и общества знаний, которые в свою очередь являются резуль-

татом эволюции новой экономики и информационного общества. Следовательно, теоретические концепции новой экономики, экономики знаний, информационного и постиндустриального общества [6 – 33] служат основой для анализа и разработки необходимых дополнений теории и методологии маркетинга, которые позволят решать проблемы и задачи экономики знаний и общества знаний.

Предпосылки и источники формирования маркетинга экономики знаний постоянно возникают и проявляются в современной экономике и обществе в национальном и мировом масштабе в силу расширения и углубления глобализации. Эти предпосылки и источники в большей степени связаны с инновациями, новой экономикой и информационным обществом, но оказываются общими для любой открытой национальной экономики, находящейся на разных этапах эволюции. Однако, как отмечает академик Макаров, для становления экономики, базирующейся на знаниях, необходимо изменить массовое сознание, убеждать людей, что богатство в мозгах, а не в недрах [23].

Следует отметить, что тенденции формирования экономики знаний проявились в США уже в середине прошлого столетия, а в 1962 г. Ф. Махлуп в своей книге «*The Production and Distribution of Knowledge*» писал об активном росте секторов народного хозяйства, в которых происходит производство, обработка и управление знаниями [10, 24]. Несколько позже (в 1968 г.) П. Друкер рассматривал экономику знаний как особый тип экономики, в котором знания играют решающую роль [7, 8, 19].

Развитие информационных технологий, средств связи, вычислительной техники, технологий и средств новых коммуникаций наряду с другими параллельно протекающими экономическими процессами и явлениями инициировало новые процессы глобального разделения труда и рынков, вызвало дальнейшее углубление экономической и культурной глобализации. Экономическая глобализация как устойчивая тенденция качественно

трансформировалась, породив, например, такую форму как глокализация, превратилась в одну из закономерностей развития мировой и национальной экономики. Закономерность состоит в том, что в настоящее время ни одна национальная экономика не может оказаться за рамками процессов экономической глобализации и должна найти свое место в мировом хозяйственном устройстве, на мировых рынках. Она должна быть конкурентна в каких-то (отдельных, но вполне конкретных, стратегически определенных) сферах хозяйственной деятельности, приобрести конкурентные преимущества, ключевые компетенции и динамические способности, позволяющие ей сохранить себя как национальную экономику и не быть поглощенной (в прямом или переносном смысле этого слова) другими более успешными экономиками.

Экономическая глобализация как закономерность определяет необходимость инновационной модернизации экономики. Эта важнейшая и весьма трудная задача. И дело даже не в том, что в Глобальном рейтинге инновационности 2011 г. (в рейтинге представлены 125 стран) Россия заняла 56 место [34], а в рейтинге по ВВП на душу населения, рассчитанному по паритету покупательной способности, наша страна в 2010 г. оказалась на 52 месте [35, 36]. Инновационная экономика России должна приобрести черты новой экономики и экономики знаний. В этой связи отметим, что целесообразно разделять понятия «инновационная экономика», «новая экономика» и «экономика знаний» так, как это описано в статье [37].

В качестве косвенного подтверждения признания факта трансформации экономик развитых стран из состояния «новой экономики» в состояние, получившее название «экономика знаний», можно расценить появление соответствующего оценочного инструмента и показателя – Индекса экономики знаний (*The Knowledge Economy Index – KEI*). Это комплексный показатель, характеризующий уровень развития экономики, основанной на

знаниях, в странах и регионах мира. Он был разработан в 2004 г. группой Всемирного банка (*The World Bank*) в рамках специальной программы «Знания для развития» (*Knowledge for Development – K4D*) для оценки способности стран создавать, принимать и распространять знания. «Методология оценки знаний» (*The Knowledge Assessment Methodology – КАМ*) также создана Всемирным банком и реализована в форме расчетной методики, расчеты выполняются ежегодно для того, чтобы индекса экономики знаний мог использоваться государствами для анализа проблемных моментов в их политике и измерения готовности страны к переходу на модель развития, основанной на знаниях. Индекс как комплексный (интегральный) показатель включает комплекс из 109 структурных и качественных показателей, объединенных в четыре основные группы: 1) Индекс экономического и институционального режима (*The Economic Incentive and Institutional Regime*) – Условия, в которых развиваются экономика и общество в целом, экономическая и правовая среда, качество регулирования, развитие бизнеса и частной инициативы, способность общества и его институтов к эффективному использованию существующего и созданию нового знания; 2) Индекс образования (*Education and Human Resources*) – Уровень образованности населения и наличие у него устойчивых навыков создания, распространения и использования знаний. Показатели грамотности взрослого населения, отношение зарегистрированных учащихся (студентов и школьников) к количеству лиц соответствующего возраста, а также ряд других показателей; 3) Индекс инноваций (*The Innovation System*) – Уровень развития национальной инновационной системы, включающей компании, исследовательские центры, университеты, профессиональные объединения и другие организации, которые воспринимают и адаптируют глобальное знание для местных нужд, а также создают новое знание и основанные на нем новые технологии. Количество научных работников, занятых в сфере НИОКР; количества зарегистрированных па-

тентов, число и тираж научных журналов и так далее; 4) Индекс информационных и коммуникационных технологий – ИКТ (*Information and Communication Technology – ICT*) – Уровень развития информационной и коммуникационной инфраструктуры, которая способствует эффективному распространению и переработке информации [38].

Анализ состава групп показывает, во-первых, как с методологических позиций должно строиться управление производством знаний и их коммерческое использование – производство экономических благ на основе нового знания. Во-вторых, какие факторы оказывают наиболее существенное влияние на результативность экономики знаний: экономические и институциональные условия генерации знаний и инноваций; образование населения и наличие у него устойчивых навыков создания, распространения и использования знаний; развитие национальной инновационной системы; развитие информационной и коммуникационной инфраструктуры и технологий. Просматривается и новая философская концепция и парадигма экономического (социально-экономического) развития, в которых знание представлено в качестве важного и приоритетного производственного ресурса, определяющего результаты развития хозяйства и общества.

Следует подчеркнуть, что новая философия и парадигма развития экономики и общества продолжают формироваться и совершенствоваться, но уже доведены до практического применения в стратегии и экономической политике развитых стран. Это обстоятельство определяет необходимость изменения теоретических и методологических составляющих маркетинга как отрасли знаний и развития методов и инструментов практического маркетинга. Поэтому целесообразно говорить о возникновении, научном и практическом становлении *маркетинга экономики знаний*, адекватно отражающего происходящие в мировой и национальной экономике перемены.

Исследуя сущность и содержание *маркетинга экономики знаний*, следует подробнее представить методику подсчета Индекса экономики знаний. Итак, по каждой группе показателей странам выставляется оценка в баллах – от 1 до 10 (возрастание балла свидетельствует о более высоких достижениях страны). При расчете учитываются и общие экономические и социальные индикаторы, включающие показатели ежегодного роста валового внутреннего продукта и значения Индекса развития человеческого потенциала страны. В методике оценки знаний используются два сводных индекса – Индекс экономики знаний (*KEI*), описанный выше, и Индекс знаний (*The Knowledge Index – KI*). При этом *KI* представляет собой комплексный экономический показатель для оценки способности страны создавать, принимать и распространять знания. Он характеризует потенциал той или иной страны или региона по отношению к экономике знаний [38].

KEI – это среднее значение из четырех индексов: индекса экономического и институционального режима; индекса образования; индекса инноваций; индекса информационных технологий и коммуникаций. *KI* рассчитывается как средняя величина трех из них: индекса образования; индекса инноваций; индекса информационных технологий и коммуникаций. Эти индексы подсчитываются для каждой страны, группы стран и всего мира в целом. Методология Всемирного банка позволяет сравнивать не только *KEI* и *KI*, но и отдельные показатели различных стран, а также средние показатели, характеризующие группу стран. Однако основное сравнение проводится по сводным индикаторам. Подробное описание методологии Всемирного банка, методики формирования источников информации и базы исходных данных, а также расчета индексов приведена на сайте проекта (worldbank.org/kam), в котором открыт доступ к информационной системе *KEI and KI Indexes*, предоставляющей возможность получения информации об индексах в форме графиков и таблиц, при сравни-

тельном анализе по всем или отдельным индексам (показателям), по всем, группе или одной стране.

60-е место России в рейтинге *KEI and KI Indexes 2009 – The World Bank Group, July 2009* (табл. 1) служит обоснование актуальности настоящего исследования, направленного на создание научных положений и практических инструментов маркетинга экономики знаний.

Таблица 1 – Рейтинг *KEI and KI Indexes 2009 – The World Bank Group, July 2009* (сокращенный вариант)

Место в рейтинге	Изменение за год	Страна, регион	Индексы					
			экономики знаний	знаний	экономического и институционального режима	образовательных	инноваций	ИКТ
1	+2	Дания	9,52	9,49	9,61	9,49	9,78	9,21
2	-1	Швеция	9,51	9,57	9,33	9,76	9,29	9,66
3	-1	Финляндия	9,37	9,39	9,31	9,67	9,77	8,73
4	0	Нидерланды	9,35	9,39	9,22	9,45	9,21	9,52
5	+2	Норвегия	9,31	9,25	9,47	9,06	9,60	9,10
6	+6	Канада	9,17	9,08	9,45	9,44	9,26	8,54
7	+2	Великобритания	9,10	9,06	9,24	9,24	8,49	9,45
8	+6	Ирландия	9,05	8,98	9,26	9,08	9,14	8,71
9	-3	США	9,02	9,02	9,04	9,47	8,74	8,83
10	-5	Швейцария	9,01	9,09	8,79	9,90	7,68	9,68
...
58	+14	Македония	5,58	5,66	5,34	4,67	5,42	6,88
59	-17	Аргентина	5,57	6,50	2,78	6,89	6,64	5,96
60	+4	Россия	5,55	6,82	1,76	6,88	7,19	6,38
61	-4	Турция	5,55	5,07	6,98	5,83	4,46	4,92
62	-6	Иордания	5,54	5,39	5,99	5,59	5,62	4,95
...
145	-1	Сьерра-Леоне	0,96	0,87	1,22	1,47	0,58	0,55
<i>Показатели по регионам мира</i>								
1	0	Западная Европа	8,76	8,78	8,71	9,27	8,29	8,78
2	0	Страны «Большой Семерки» (G7)	8,72	8,91	8,15	9,19	8,75	8,80
3	+2	Восточная Европа и Центральная Азия	6,45	6,69	5,71	6,99	6,62	6,46
4	-1	Восточная Азия и Тихий океан	6,41	6,71	5,52	8,49	5,00	6,64

Окончание табл. 1

Место в рейтинге	Изменение за год	Страна, регион	Индексы					
			экономики знаний	знаний	экономического и институционального режима	образовательная	инноваций	ИКТ
<i>Показатели по регионам мира</i>								
5	-1	Все страны	5,95	6,19	5,21	8,11	4,24	6,22
6	0	Ближний Восток и Северная Африка	5,47	5,68	4,86	7,57	3,75	5,71
7	0	Латинская Америка	5,21	5,37	4,71	5,80	5,05	5,27
8	0	Африка	2,71	2,72	2,68	4,31	1,38	2,45
9	0	Южная Азия	2,58	2,55	2,65	3,29	1,92	2,45

Судя по представленному рейтингу, Россия относится к «среднякам», только приступила к инновационной модернизации национальной экономики и еще не достигла состояния, характеризующееся как «новая экономика», поэтому в перспективе нашей стране предстоит создать экономику знаний, ликвидируя свое отставание от лидеров.

Вернемся к анализу процесса глобализации, в контексте исследуемой проблемы становления маркетинга экономики знаний.

По своему содержанию глобальная экономика не глобальна с точки зрения ее равномерного распределения в мировом пространстве. В этом смысле она преимущественно локальна, часто сменяется глокализацией и представляет собой процесс формирования мировой хозяйственной системы как единой глобальной системы, в которой основную роль играют:

- особое международное, национальное и региональное разделение труда в общем мировом пространстве с особой ролью интеллектуального труда и создаваемой интеллектуальной собственностью. В этом аспекте, структура мировой глобальной экономики не просто неоднородна, а выделяет центры (ядра) интеллектуального производства, идентифицируемые с новой экономикой и экономикой знаний (США, Западная Европа и Японии), окружает их некоторыми переходными формами, за которыми следу-

ет периферия, находящаяся на стадии индустриального развития и объединяющая страны, которые являются поставщиками ресурсов сырья и рабочей силы, в которых организуется промышленное производство, изменяя тем самым размещение производств и отраслей в региональном, национальном и мировом масштабах. К странам, традиционно поставляющим сырье на мировой рынок, относится и Россия [39] и это состояние экономики еще не удалось преодолеть;

- обеспеченное либерализацией торговли и глобальной финансовой системой перераспределение доходов, в которых все большую часть занимает стоимость нематериальных активов.

Параллельно экономической глобализации развивается и ускоряется процесс углубления и расширения социально-культурных связей и формирования всемирных взаимосвязей во многих (возможно во всех) сферах общественной жизни, что порождает глобальную взаимозависимость наций, народов, народностей, стирание четких граней между ними (например, культурных, этнических различий). Активно формируется качественно новое мировое сообщество, в котором факторами сильного влияния является информация, методы управления ею (информационные технологии) и средства доведения до потребителя. Формируются и разные позиции по поводу использования информационных технологий на мировом, национальных и региональных пространствах, например, информационная демократия, информационный либерализм, информационная диктатура (цензура в сфере информационного обмена в глобальном информационном пространстве, действующая на отдельной территории, запрет социальных сетей и т.п.).

Современный мир в результате глобализации, широкого распространения, всеобщего проникновения и совершенствования информационно-коммуникационных технологий и средств коммуникаций становится более

гомогенным прежде всего за счет расширяющегося экономического и межкультурного взаимодействия, возрастающей мобильности населения.

Экономические центры глобальной экономики переходят из состояния новой (информационной, электронной) экономики в качественно новое состояние – экономику знаний. Одновременно на почве информационного общества всходят ростки общества знаний, которое имеет международную основу, поскольку национальная экономика, построенная как экономика знаний, готова привлекать и принимать на своей территории компетентных и креативных граждан любой другой страны, пополняя свой интеллектуальный потенциал и ускоряя процесс генерации знаний и наукоемких инноваций.

Для обоснования этой позиции следует привести несколько примеров (подразумевая, таких фактов множество).

1. Ученые Андрей Гейм и Константин Новоселов в России получали низкую зарплату, а, покинув страну, сумели закончить свой научный труд и были оценены Нобелевской премией. В настоящий момент Гейм является гражданином Нидерландов, а Новоселов имеет двойное подданство — российское и британское. Оба лауреата тесно связаны с Институтом проблем технологии микроэлектроники и особочистых материалов РАН (ИПТМ РАН) [40].

2. Компания *Deutsche Welle* провела исследование на тему переезда российских кадров за рубеж, в котором принимали участие пользователи Интернета, интересующиеся вопросами карьеры и трудоустройства. Исследование показало, что 75 % опрошенных так или иначе задумываются о том, чтобы уехать работать за рубеж [41].

3. Исследования, проведенные в рамках настоящего исследования среди студентов с успеваемостью выше средней (классификационные группы «хорошисты» и «отличники»), обучающихся в пяти престижных университетах Ростовской области, показали, что немногим более 68 %

студентов планируют работать за рубежом, в том числе эмигрировать из России, или готовы это сделать, если представится возможность. Достаточно распространена практика приобретения студентами достаточной языковой компетенции для работы за рубежом. Набирает силу и другая тенденция. Родители начинают целенаправленно обучать детей иностранным языкам, начиная с 5 – 7-летнего возраста. Не следует связывать обучения иностранными языками с планами эмиграции из России, но дополнительные языковые компетенции значительно расширяют информационно-коммуникационные возможности человека и могут повлиять на его поведение как работника, производителя и потребителя.

4. Согласно заявлению статс-секретаря Минобрнауки РФ Дмитрия Ливанова, за период времени с 1989 года по 2004 год из России уехало порядка 25 тыс. ученых, а 30 тыс. работают за рубежом по временным контрактам.

5. Проблему «утечки мозгов» не следует связывать с Россией. Совместное исследование, проведенное специалистами Национального фонда экономических исследований и Института исследований международной миграции при Джорджтаунском университете (США), показало, что в период с 1990 по 2000 год «утечка мозгов» следовала определенным закономерностям: больше всего от отъезда квалифицированных кадров страдают малые страны, находящиеся на периферии индустриально развитых государств, бывшие колонии, из которых таланты перебираются в бывшие метрополии, страны, характеризующиеся политической нестабильностью. Исследование Всемирного банка, использовавшего данные по 33 странам мира, показало, что за границу отправляется менее 10% их граждан с высшим образованием, термин «утечка мозгов» применим лишь к пяти государствам (Доминиканская Республика, Сальвадор, Мексика, Гватемала и Ямайка), где за границу переехали более двух третей всех образованных людей. Международный валютный фонд опубликовал аналогичное исследование

дование уже по 90 государствам и пришел к иному выводу, что больше всего от оттока умов страдает Иран. Известно, что врачи и медсестры из Великобритании уезжают в США, где выше зарплаты, их место занимают медики из Африки, а на место африканцев приезжают врачи и медсестры из Кубы. По данным Национального бюро экономических исследований США «утечка мозгов» активизируется, поскольку у специалистов появилось достаточно средств для того, чтобы финансировать свой переезд в богатые страны. По данным фонда *African Capacity Building Foundation*, каждый год примерно 20 тыс. высококвалифицированных жителей африканского континента отправляются искать счастья в индустриально развитые страны [42]. По данным Службы национальной статистики (ONS), входящей в состав Статистического управления Великобритании, за десять лет из страны эмигрировали почти два миллиона граждан [43].

Таким образом, эмиграция квалифицированных специалистов является весьма сложной и актуальной проблемой. Видимо, можно говорить о нарушении национальной консолидации и разрушении социально-психологических барьеров у людей, покидающих родину.

6. Многие страны целенаправленно привлекают иностранных специалистов. Так поступают Великобритания, Франция, Германия, Япония, Сингапур, Катар, Малайзия и другие страны, создающие программы и благоприятные условия для ученых и высококвалифицированных специалистов. Например, США продолжают получать выгоды от импорта умов, что (отчасти) свидетельствует о проблемах в национальной системе образования, но более четверти или почти четверть ученых, занятых в США в областях естественных и технических наук, математике, информационных технологиях - приглашенные специалисты (не американцы по рождению), а доля таких ученых среди американских научных работников со степенью доктора наук и того больше (рис. 1) [44].

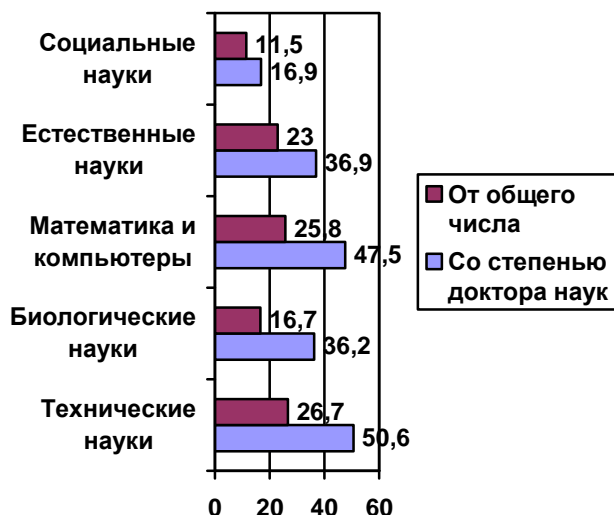


Рисунок 1 – Доля иностранцев среди ученых США

7. Миграционные потоки изменчивы. Часть умов возвращается на родину, привозя с собой новые знания, умения и опыт. Например, более половины высокотехнологичных компаний Тайваня основаны тайваньцами, вернувшимися из США. В Китае большую часть наиболее крупных интернет-компаний основали этнические китайцы, также получившие образование в США. Центр сравнительных иммиграционных исследований при Калифорнийском университете в Сан-Диего пришел к выводу, что бурный рост информационных технологий в Индии в 1990-е годы был обусловлен возвращением на родину специалистов, ранее перебравшихся в США. Из 20 крупнейших софтверных компаний Индии 10 образованы «американскими индусами», еще четыре компании были совместными предприятиями. В этих 14 фирмах топ-менеджерами стали бывшие эмигранты. В итоге, возвращение «мозгов» на родину привело к тому, что индийские IT-компании ныне обеспечивают 7,5% ВВП страны и позволили создать более 2 млн рабочих мест [42].

Приведенные примеры могут быть истолкованы по-разному, но в контексте проблем и направлений развития *маркетинга экономики знаний* они раскрывают важное новое направление, которое ранее с этой наукой

не связывалось, а рассматривалось как инструментарий управления персоналом – *Headhunting*. Однако именно потому, что умы нужны для создания нового знания и наукоемких инноваций, *маркетинг экономики знаний* должен расширить предмет своих исследований и направлений разработки новых инструментов. В этом направлении своего развития он включает в себя маркетинг интеллектуальных продуктов и услуг [3] и маркетинг знаний и образования [4].

Важно отметить и то, что в рейтингах *KEI* и *KI* учитывается Индекс образования, но оказывается, что образованных людей государство может терять или приобретать, соответственно уменьшая или увеличивая свой интеллектуальный потенциал, именно поэтому этот важный аспект следует включить в предмет исследования *маркетинга экономики знаний*.

Проблемы и последствия глобализации освещены во многих публикациях, например [45], поэтому в настоящем исследовании внимание уделено другому аспекту глобализации – маркетингу. В глобальной экономике маркетинг неизбежно меняется и находится в активном поиске новых методов и средств решения проблем и задач. В экономике знаний он должен получить адекватную и научно обоснованную модернизацию теоретико-методологической базы и арсенала инструментов. Он должен быть ориентирован не только на потребителя и товар, но и на создаваемое в глобальном экономическом пространстве инновационное знание, чтобы позволить компании любого масштаба и национально-территориальной принадлежности войти в бизнес-систему, производящую и продающую инновацию. Такое вхождение возможно в силу обладания компанией определенными конкурентными преимуществами, ключевыми компетенциями и имеющимися в ее распоряжении ключевыми и привлекательными для других бизнес-партнеров нематериальными активами.

Новая экономика – это социализация новейших научно-технических разработок, прежде всего в области информационных технологий; произ-

водство товаров и услуг с применением информационных технологий, а также в целях развития отраслей, применяющих эти технологии; в более узком смысле это производство товаров и услуг с помощью и для Сети Internet и ее производных. Ее отличительная черта воздействие на экономику не прямо, посредством механизма спроса и предложения, а опосредованно, через финансовый рынок [46]. Эксперты ООН определяют "новую экономику" как совокупность интенсивного технологического прогресса в области компьютеров, коммуникаций, интернационализации экономических систем, бурных изменений в финансовой сфере. Для нее характерны, во-первых, новые формы хозяйственных связей и активное использование Internet, чья паутина увеличила число пользователей в 1994 – 2003 гг. в 333 тыс. раз. Во-вторых, развитые страны Европы, строящие новую экономику, до 80% финансовых ресурсов направляют в высокотехнологичные отрасли, банковский или страховой бизнес, в то время как ранее примерно 20% их направлялось в промышленное производство, 40% в торговлю и 30% в сферу недвижимости и финансов [47].

Все развитые страны, которые составляют ядро глобальной экономики, уже более 30 лет целенаправленно создавали новую экономику (хотя термин «новая экономика» начал активно использоваться западными специалистами в 1990-х годах), а в начале XXI века перешли к ее трансформации в экономику знаний. Факт ориентации государства на новую экономику находит отражение в официальных документах, в том числе в «Экономическом докладе Президента США за 2001 год» (Economic Report of the President of the United States for 2001) [48, 49].

Новая экономика трансформируется в экономику знаний, сохраняя основные ее достоинства и достижения: развитые информационно-коммуникационные технологии; развитый рынок интеллектуальных услуг и продуктов; развитый рынок объектов интеллектуальной собственности; государственные и частные системы защиты интеллектуальной собствен-

ности и нематериальных активов; наукоемкие, высокотехнологические производства, отрасли и сферы деятельности; новые формы различных видов бизнеса, например, электронную торговлю и коммерцию, страхование, консалтинг и др.; электронные платежные и банковские системы и инструменты; дистанционное электронное образование; электронные финансовые услуги и т.д.

Вместе с этим, во-первых, происходят качественные изменения в подходе к ресурсному обеспечению экономики и производимым экономическим благам. Во-вторых, активно развиваются те направления маркетинга, бизнеса и торговли, которые непосредственно связаны с современными информационно-коммуникационными технологиями, в том числе Интернет-маркетинг, Bluetooth-маркетинг, Контент-маркетинг, электронный (дифференцированный по отдельным видам-направлениям), поисковый, мобильный, вирусный, «блоговый», скрытый маркетинг. Предпосылки информационно-электронного обеспечения становления *маркетинга экономики знаний* проявляются не только в тенденциях развития перечисленных видов маркетинга, но и их конвергенции как технологии, получающей все большее распространение в технике, экономике, обществе.

В итоге можно сделать вывод о том, что в России (как и передовых в экономическом отношении странах мира) сформировались условия для разработки новой парадигмы маркетинга как ответа на вызовы открытой национальной экономики, которая постепенно приобретает черты экономики знаний, проявляющиеся на внутреннем и внешнем (мировом) рынках. Следовательно, такое изменение имеет два вектора. Первый определяет направленность и успехи в трансформации национальной экономики в экономику знаний для удовлетворения внутреннего спроса на блага, создаваемые экономикой знаний, а второй – для удовлетворения внешнего спроса. Поскольку Россия существенно отстает в строительстве экономики знаний и не использует в полной мере накопленный интеллектуальный по-

тенциал, первый из векторов существенно меньше, чем второй. Но и в таком состоянии на российскую экономику действуют преобразующие меньшие внутренние и бóльшие внешние силы, приводящие к созданию и развитию секторов экономики знаний, но удовлетворяющих мировые потребности в продуктах российской знаниевой экономики. Поэтому необходимость в развитии теории и методологии, методов и инструментов *маркетинга экономики знаний* будет проявляться с все большей силой.

Литература

1. Попов Е. В. Рынок информационных услуг: особенности анализа и функционирования / Е. В. Попов, И. С. Кац // Вестник УГТУ-УПИ, 2005. – №1. – с. 5 – 11.
2. Василенко Л. А. Рынок информационных услуг. – М.: Рос. акад. гос. службы при Президенте РФ, 1996. – 78 с.
3. Маркетинг интеллектуальных продуктов и услуг / Краткий курс маркетинга [Электронный ресурс]: URL: <http://kvtenuin.com>.
4. Маркетинг знаний и образования / Краткий курс маркетинга [Электронный ресурс]: URL: <http://kvtenuin.com>.
5. SEO Маркетинг знаний [Электронный ресурс]: URL: <http://soffts.ru/archives/316.html>
6. Bell D. The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting. – N.Y.: Basic Books, 1973. – 96 p.
7. Drucker P. The Age of Discontinuity. Guidelines to our changing society. – N.Y.: Harpver & Row, 1968. – 102 p.
8. Drucker P. Post-Capitalist Society. – N.Y.: Harper Collins, 1993. – 352 p.
9. Hayek F.A. The Use Knowledge in Society //American Economic Review. – 1945. – Vol. 35. – N 4. – P.519 – 530.
10. Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States. – Princeton, NJ: Princeton University Press. 1962. – 416 p.
11. Nonaka I. The knowledge-creating company: how Japanese companies create the dynamics of innovation / I. Nonaka, H. Takeuchi. – N.Y.: Oxford University Press, 1995. – 284 p.

12. Абалкин Л.И. Новая экономика и особенности развития социально-экономических систем. – М.: Наука, 2006. – 91 с.
13. Базылев Н.И. «Новая экономика», ее движущие силы и тенденции развития / Н.И. Базылев, Н.Л. Грибанова // Проблемы современной экономики. – 2006. – № 1(17) [Электронный ресурс]: URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=21173>.
14. Беккер Г.С. Человеческий капитал (главы из книги) // США: ЭПИ. – 1993. – N11–12. – С. 109 – 118.
15. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования: Пер. с англ. – М.: Academia, 1999. – 782 с.
16. Брукинг Э. Интеллектуальный потенциал. – СПб.: Питер, 2001. – 276 с.
17. Букович У. Управление знаниями: руководство к действию / У. Букович, Р. Уилльямс: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 504 с.
18. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. – М.: АСТ, Астрель, 2004. – 602 с.
19. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: пер. с англ. – М.: Вильямс, 2000. – 272 с.
20. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М.: Логос, 2000. – 304 с.
21. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура; Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
22. Клейнер Г. Б. Становление общества знаний в России: социально-экономические аспекты // Общество и экономика. – 2005. – № 3. – С. 56 – 69.
23. Макаров В. Л. Экономика знаний: уроки для России // Вестник Российской академии наук, 2003. – т. 73. – № 5 [Электронный ресурс]: URL: <http://vivovoco.rsl.ru/VV/JOURNAL/VRAN/SESSION/VRAN5.HTM>
24. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Пер. с англ. И.И. Дюмулена, У.И. Козлова, М.З. Штернгарца; вст. ст. Г.В. Полуниной. – М.: Прогресс, 1966. – 462 с.
25. Мильнер Б.З. Управление знаниями. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 178 с.
26. Мишенин А.И. Теория экономических информационных систем. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 239 с.
27. Нонака И. Компания создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / И. Нонака, Х. Такеучи. – М.: Олимп-Бизнес, 2003. – 384 с.

28. Попов Е. В. Институциональный анализ развития экономики знаний / Е. В. Попов, М. В. Власов // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 3(23) [Электронный ресурс]: URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1474>
29. Попов С. А. О стратегии и интеллектуальном капитале в эпоху экономики знаний // Экономические стратегии. – 2008. – № 4. – С. 126 – 132.
30. Татаркин А.И. Экономика знаний: проблемы теории и методологии / А.И.Татаркин, Е.В.Пилипенко. – Екатеринбург: ИЭ УрО РАН, 2007. – 284 с.
31. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 2002. – 784 с.
32. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге 21 века. – М.: АСТ, 2001. – 669 с.
33. Турен А. От обмена к коммуникации: рождение программированного общества // Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П. С. Гуревича. – М.: Прогресс, 1986. – С. 410 – 430.
34. The Global Innovation Index 2011 [Electronic resource]. Mode of access: http://www.globalinnovationindex.org/gii/GII%20COMPLETE_PRINTWEB.pdf
35. Список стран по ВВП (ППС) на душу населения // Википедия [Электронный ресурс]: URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%BA_%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD_%D0%BF%D0%BE_%D0%92%D0%92%D0%9F_\(%D0%9F%D0%9F%D0%A1\)_%D0%BD%D0%B0_%D0%B4%D1%83%D1%88%D1%83_%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%BA_%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD_%D0%BF%D0%BE_%D0%92%D0%92%D0%9F_(%D0%9F%D0%9F%D0%A1)_%D0%BD%D0%B0_%D0%B4%D1%83%D1%88%D1%83_%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F)
36. Рейтинг стран по ВВП на душу населения // Планета людей [Электронный ресурс]: URL: http://www.planet-of-people.org/htmls/rus/ranks_gdp_per_capita_r.htm
37. Сербиновский Б. Ю. О содержании терминов «инновационная экономика», «новая экономика» и «экономика знаний» / Б. Ю. Сербиновский, О. С. Захарова // Научный журнал КубГАУ. – 17 с. [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2010. – №07(61). – Шифр Информрегистр: 0420700012\0043. – URL: <http://ej.kubagro.ru/2010/07/pdf/11.pdf>
38. Индекс экономики знаний – информация об исследовании // Гуманитарное развитие в России и за рубежом: Экспертно-аналитический портал информационного агентства «Новости гуманитарных технологий» [Электронный ресурс]: URL: <http://gtmarket.ru/ratings/knowledge-economy-index/knowledge-economy-index-info>
39. Сырьевое зачатие // Ведомости 12.10.10 [Электронный ресурс]: URL: <http://news.mail.ru/economics/4578864/>
- <http://ej.kubagro.ru/2011/10/pdf/36.pdf>

40. Михайлов А. От зарплаты в 1 доллар до Нобеля. Уехавшие из России гении отмечены Нобелевской премией по физике / А. Михайлов, В. Гаврилов // РБК daily, 06.10.2010 [Электронный ресурс]: URL:<http://www.rbcdaily.ru/2010/10/06/cnews/516401>
41. Квалифицированные кадры все чаще уезжают из России // GN [Электронный ресурс]: URL: http://emigration.russie.ru/news/7/12472_1.html
42. «Утечка мозгов»: причины и последствия // Заграница. – 2011. – № 09 (421) [Электронный ресурс]: URL: <http://www.zagran.kiev.ua/article.php?new=421&idart=4216>
43. Эмиграция из Великобритании бьет рекорды // Заграница. – 2011. – № 09 (421) [Электронный ресурс]: URL: <http://www.zagran.kiev.ua/article.php?new=421&idart=4211>
44. Жуйков Д. Мировая наука перемещается в третий мир // S@trf Наука и технологии РФ [Электронный ресурс]: URL: http://www.strf.ru/innovation.aspx?CatalogId=223&d_no=21004
45. Владимирова И.Г. Глобализация мировой экономики: проблемы и последствия // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 3 [Электронный ресурс]: URL: <http://www.cfin.ru/press/management/2001-3/10.shtml>
46. Новая экономика // Словарь [Электронный ресурс]: URL:http://abc.informbureau.com/html/_iiaass_yeiiiiieea_.html
47. Базылев Н. И. Глобализация и «новая экономика» (соотношение понятий) / Н. И. Базылев, Н. В. Соболева // Проблемы современной экономики. – 2005. – № 1/2 (13/14) [Электронный ресурс]: URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=20654>
48. Economic Report of the President of the United States for 2001 [Electronic resource]. Mode of access: <http://www.gpoaccess.gov/eop/download.html>
49. Новая экономика: миф и реальность // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 6 [Электронный ресурс]: URL: http://vasilievaa.narod.ru/ptpu/3_6_01.htm