

Максим Поляков, Володимир Білозубенко, Максим Корнеєв, Геннадій Шевченко

Вибір параметрів для багатofакторної моделі у маркетингу економіки знань (на рівні країни)

Сучасна економіка характеризується швидкими якісними та кількісними змінами, які мають значний вплив на характер економічних, соціально-економічних та соціальних відносин. Інноваційні процеси та тенденції є дуже специфічними проявами, відображеними у теорії економіки та маркетингу. Поняття «нова економіка», «економіка знань», «суспільство знань» займають велике місце в науці. Таким чином, дослідження маркетингу економіки знань стає все більш актуальним. Метою статті є розробка методу для вибору ключових параметрів для побудови моделі маркетингу національної економіки знань.

З цією метою запропоновано проведення кластерного аналізу на основі сукупних даних. Представлено класифікацію відмінностей між кластерами, на основі якої авторами було визначено групу показників, що роблять усі кластери різними і, в першу чергу, визначають місце країн у глобальному рейтингу. Ці показники інтерпретуються як ключові фактори економіки знань. Беручи за основу запропоновані математичні функції, автори оцінюють значення кожного ключового фактору у обраній групі, що є другим етапом у виборі параметрів для побудови багатofакторної моделі маркетингу економіки знань на рівні країни. У статті також обґрунтована доцільність використання когнітивного підходу до вирішення проблем у досліджуваній області. Цей підхід здатний стати надійною основою для побудови моделі маркетингу національної економіки знань у формі когнітивної карти.

Ключові слова: економіка знань, маркетинг, глобальний рейтинг, кластерний аналіз, когнітивна карта

Класифікація JEL: I25, M31, M38

Максим Поляков, Владимир Белозубенко, Максим Корнеєв, Геннадий Шевченко

Выбор параметров для многофакторной модели в маркетинге экономики знаний (на уровне страны)

Современная экономика характеризуется быстрыми качественными и количественными изменениями, имеющими значительное влияние на характер экономических, социально-экономических и социальных отношений. Инновационные процессы и тенденции являются очень специфическими проявлениями, отображенными в теории экономики и маркетинга. Понятия «новая экономика», «экономика знаний», «общество знаний» занимают большое место в науке. Таким образом, исследование маркетинга экономики знаний становится все более актуальным.

Целью статьи является разработка метода для выбора ключевых параметров для построения модели маркетинга национальной экономики знаний.

С этой целью предложено проведение кластерного анализа на основе совокупных данных. Представлена классификация отличий между кластерами, на основе которой авторами была определена группа показателей, делающих все кластеры разными и, в первую очередь, определяющих место стран в глобальном рейтинге. Данные показатели интерпретируются как ключевые факторы экономики знаний.

Беря за основу предложенные математические функции, авторы оценивают значение каждого ключевого фактора в выбранной группе, что является вторым этапом в выборе параметров для построения многофакторной модели маркетинга экономики знаний на уровне страны. В статье также обоснована целесообразность использования когнитивного подхода к решению проблем в исследуемой области. Данный подход способен стать надежной основой для построения модели маркетинга национальной экономики знаний в форме когнитивной карты.

Ключевые слова: экономика знаний, маркетинг, глобальный рейтинг, кластерный анализ, когнитивная карта

Классификация JEL: I25, M31, M38