

персонал, инвестиции. Формирование конкурентоспособности в результате внедрения внутриорганизационного маркетинга происходит за счет: управления персоналом и качеством товаров; оптимизации внутриорганизационных процессов посредством менеджмента; сохранения и удержания клиентов; продвижения товаров различных подразделений на внутрикорпоративный рынок; продвижения новых идей, проектов во внутреннюю среду и получение под них финансирования; поддержания коммуникаций для информационного обмена между стейкхолдерами. На основе проведенного исследования методов внедрения внутриорганизационного маркетинга в зарубежных странах предлагается в качестве инструмента его реализации – Кодекс корпоративного поведения, в котором будут затронуты отношения с клиентами и партнерами, отношения с подчиненными, отношения с конкурентами, правила работы с информацией, разрешения конфликтов, основы делового этикета, в том числе требования к внешнему виду сотрудников.

3. Для развития сетевого сотрудничества в факторах конкурентоспособности между организациями предлагаются следующие меры: проведение обучения, семинаров о значении и направлениях сетевого сотрудничества; трансляция через менеджмент, особенно – первых лиц (руководителей), важности сотрудничества и коопетиции; назначение ответственного лица, в функциональные обязанности которого входит внедрение направлений стимулирования сотрудничества; материальное стимулирование работников за показатели развития сетевого сотрудничества – «увеличение количества партнеров», «рост количества совместных проектов».

Таким образом, предлагаемые направления сетевого сотрудничества в маркетинге будут способствовать повышению конкурентоспособности и эффективности организаций.

УДК 338.1

## **ИНФОРМАЦИЯ – ВАЖНЕЙШИЙ РЕСУРС ЭКОНОМИКИ XXI ВЕКА**

**Николаева Ю.Н., ст. преп., Черношей К.В., студ.**

*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

В XXI веке все более отчетливой становится тенденция к распространению новых явлений и процессов в мировой экономике, появляются иные факторы экономического развития как на микроуровне, так и на макроуровне. Основная причина подобных изменений – это начало и развитие «информационной революции», которая ведёт к становлению новой экономической системы.

Информация, как и знания, представляют собой разновидность экономических благ, которые используются в качестве экономических ресурсов, так как при всем изобилии информации существуют факторы, которые ограничивают как возможности ее приобретения, так и возможности ее использования. Информация как экономическое благо существует в экономике как специфический товар и виде информационных продуктов

и услуг, а также как ресурс, который используется в процессе производственной деятельности. Информационные товары и услуги обмениваются на рынке информационных технологий и имеют большое количество особенностей, как на стадиях разработки, производства, так и на этапе обращения.

Как экономический ресурс информация имеет ряд особенностей, которые отличают ее от традиционных факторов производства. Одно из наиболее отличительных свойств информации от других ресурсов являются «непотребляемость», то есть имеет такое качество, которое позволяет ей не терять своих натуральных свойств в процессе использования. Так же у информации выделяются следующие свойства: имеет высокую мобильность, увеличивается в объеме в процессе потребления, обладает особой неопределенностью своей полезности, отсутствует зависимость между исходным объемом знаний и объемом нового созданного знания.

В то же время, информация является редким ресурсом так как имеет уникальность в процессе ее производства и использования.

Так же стоит отметить, что в функционировании информации как экономического ресурса особо важную роль играют технические и технологические аспекты ее использования и обращения в сфере экономики. Именно информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) и развитие компьютерной техники способствовали открытию новых возможностей использования информации и знаний в сфере экономики.

Информация становится все более значимым ресурсом в современной экономике, именно она представляет собой важный объект приложения интеллектуальных усилий. ИКТ, компьютерная техника являются специфическими машинами нового этапа экономического развития – информационного, предопределяя возможности и эффективность использования информации.

Повышение значимости и повсеместное распространение информации в качестве экономического ресурса ведёт не только к положительному эффекту, в частности, к экономии ресурсов, снижению нагрузки на окружающую среду, расширению возможностей людей. Помимо этого, существуют и различные проблемы, свойственные экономике, в которой информация и знания становятся важными ресурсами. Так, ускорение темпов научно-технических прогрессов приводит к усилению давления на общество, поскольку социальные, равно как и экономические институты не успевают адаптироваться к изменениям.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сулейманова, Ш.С. Информация в XXI веке: роль и влияние / Ш.С. Сулейманова, Е.Л. Рябова. – М.: Международный издательский центр «Этносоциум», – 2018. – 164 с.