

С.Ю. АЛЕШИН, асп. НТУ «ХПИ»

ЗНАНИЯ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В данной статье проанализирована возрастающая роль создания и распространения знаний в условиях новой глобальной экономики.

In the article the increasing importance of creation and diffusion of knowledge in the conditions of new global economy is analyzed.

Для развитых стран XX век завершился периодом активного перехода к экономике знаний – стадии хозяйственного развития, на которой решающую роль в производстве товаров и услуг играют интеллектуальные ресурсы и формирующиеся на их основе возможности компаний. Отличительная черта новой экономики заключается в том, что знания становятся непосредственной производительной силой. Информационные технологии преобразуют материальную основу современного производства и распределения, а производительность все в большей мере зависит от применения знаний.

В течение большей части XX века рыночная стоимость компаний была преимущественно функцией физических активов, фиксируемых бухгалтерской отчетностью. В начале 80-х годов индекс Доу-Джонса (DJIA) стал показывать возрастающий отрыв рыночной капитализации от стоимости реальных активов (зданий, сооружений, оборудования и запасов). Экономисты первыми обратили на это внимание и в обиход вошел коэффициент Тобина – соотношение рыночной цены компании к цене замещения ее реальных активов. Разрыв между этими показателями имеет разные названия: невидимые активы, интеллектуальный капитал, организационные возможности. Сегодня мало кто сомневается в том, что именно знания, интеллектуальный капитал создают основную стоимость для акционеров фирмы, а компетенция ее менеджмента определяется качеством управления этими невидимыми активами.

Человечество долго шло к пониманию, что знание представляет собой некую самостоятельную сущность, с которой можно производить самые разнообразные операции: передавать от одного лица к другому, хранить, обладать, продавать, покупать, воровать, уничтожать и т.п. Знания научились измерять, отделять от того, что называется информацией, кодифицировать, представлять в формализованном виде. Одни знания стали жить самостоятельной жизнью, отделенной от их создателя, другие оказалось невозможно отделить от носителя знания. Последнее стало называться неотделимым или личностным (*tacit knowledge*). Подробно этот феномен исследовал М. Полани.

Одним из главных инструментов экономики знаний является

функционирование рынка знаний. Рынок знаний как институт существенно отличается от традиционных рынков и организуется особым образом. Он представлен следующими составляющими [1]:

- институты собственности на знания (авторское и патентное право, законы, охраняющие интеллектуальную собственность);
- собственно рынок (знаний, услуг, труда, прав; рыночные площадки, в частности, биржа технологических компаний, особенности ценообразования);
- инновационные менеджеры;
- консультационные компании;
- судебная система (исполнение контрактов);
- инкубаторы, инновационные зоны, технологические парки, выставки.

В каждом из перечисленных институтов имеется масса тонкостей, которые требуют специальной подготовки для их освоения. Кроме того важно понимать, что в современной экономике под термином “знания” понимается не только результат отражения действительности в сознании людей, но и часть продукта или услуги. В частности, компонент знаний проявляется в том, что в каждом продукте сконцентрированы усилия, связанные не только непосредственно с производством, но и с технологиями, дизайном, маркетингом. На стадии маркетинга и сбыта, например, в товар вкладываются знания о специфике спроса, рыночных нишах, о том, где и в каких формах проявляется спрос на данный товар.

Особую значимость имеет анализ феномена знания применительно к уровню первичных рыночных ячеек, среди которых важнейшей выступает фирма (предприятие, организация). Именно фирма, ориентируясь на победу в конкурентной борьбе за наилучшее удовлетворение потребностей покупателей (в борьбе за кошелек потребителя), вынуждена формировать и реализовывать инновационную стратегию, т.е., прежде всего, наращивать свой потенциал знаний, а также создавать эффективную систему управления знаниями. Подобный подход предполагает, с одной стороны, создание банка знаний и его систематическое пополнение, с другой – привлечение к своей деятельности тех специалистов, которые могут генерировать новые знания и успешно их использовать [3].

Появление такого раздела управленческих исследований, как управление знаниями, стало очередным ответом на постоянно существующую в мире бизнеса потребность в создании новых рычагов, формирующих конкурентные преимущества. Еще недавно подобное превосходство обеспечивалось за счет наличия у одной фирмы и отсутствия у конкурентов некоторых знаний. Однако со временем уровень информации и знаний у бизнес-соперников выровнялся, что потребовало развития новых механизмов обеспечения конкурентоспособности организаций.

Проблема управления знаниями исследовалась в работах К. Виига, П. Друкера, У. Зандера, Б. Когута, И. Нонаки, П. Сенге, Х. Такеучи, Д. Тиса и пр.

Центральная мысль этого раздела управленческой мысли такова: в постиндустриальном обществе знания являются главным источником устойчивых конкурентных преимуществ фирм, а процесс внутриорганизационного обучения (создания знаний) – основным механизмом их обеспечения. Стержневыми тезисами данной области исследований стали следующие [1]:

- конкурентные преимущества фирмы связаны не столько с ее багажом знаний, сколько с ее способностями их создавать и обновлять;
- динамические способности есть главный механизм получения экономических выгод от знаний как активов.

В частности эти тезисы получили свое развитие в работах Д. Тиса. Согласно Тису, фирма является репозитарием знаний, встроенных в бизнес-рутины и бизнес-процессы. База знаний фирмы включает технологические навыки, а также знание потребностей клиентов и способностей поставщиков. Эти технологические и управленческие компетенции отражают как индивидуальные умения и опыт, так и отличительные способы ведения дел внутри фирмы. Поэтому суть фирмы состоит в ее потенциале создания, передачи, собирания воедино, интеграции и эксплуатации знаний как активов. Динамические способности фирмы заключаются в распознании и освоении новых возможностей, реконфигурации ее знаний как активов, компетенций и комплементарных активов, отборе надлежащих организационных форм, а также правильном размещении ресурсов и осуществлении стратегического ценообразования.

В целом говоря о деятельности по управлению знаниями, обычно имеют в виду осуществление следующих процессов: создание новых знаний; обеспечение доступа к ценным знаниям за пределами организации; использование имеющихся знаний при принятии решений; воплощение знаний в процессах, продуктах (услугах); представление знаний в документах, базах данных, программном обеспечении; стимулирование роста знаний; измерение ценности интеллектуальных активов и влияния управления знаниями на результаты бизнеса.

Таким образом, ключевой опорой новой экономики являются интеллектуальные ресурсы, их создание, распространение, целевое использование. Создание и защита конкурентных преимуществ происходят теперь не на товарных рынках, а в сфере нематериальных активов. Появление и развитие теории управления знаниями стало новым этапом эволюции механизмов обеспечения устойчивых конкурентных преимуществ, акцентирующих внимание на значении инновационных методов управления.

Список литературы: 1. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б.З. Мильнера. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 624 с. **2.** Инновационная экономика / Под ред. А.А. Дынкина, Н.И. Ивановой. 2-е издание, исправленное и дополненное. – М.: Наука, 2004. – 352 с. **3.** Хомин О.В. О социальной направленности современного экономического знания - http://www.library.dgtu.donetsk.ua/fem/vip89-1/89-1_15.pdf