

УДК 339.138
УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А. А. ПУЗЫРЕВСКАЯ
Учреждение образования
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
Минск, Беларусь

На сегодняшний день значимость знания в современных экономических структурах может считаться общепризнанной. Существует тезис, согласно которому знание представляет собой характерный элемент современного капитализма и основу для построения новой концепции, а именно, когнитивного капитализма – фазы или эпохи капитализма, в которой накопление на основе эксплуатации и присвоения знания является качественно преобладающей формой накопления.

Важность знания отмечали, хотя и не выделяли отдельно, еще физиократы. Более подробно знания как умения и опыт, которые рабочие используют наряду с физической силой в процессе производства, рассматривались Дж. Такером и А. Смитом. Однако только к 1950 годам знание стали рассматривать как полноправный объект потребления, что, в конце концов, привело к развитию теорий организационного капитала (Trembky, 1995; Tomer, 1998; Davis & Meyer, 1998). Последним шагом в развитии использования знания как актива стал феноменальный рост информационной технологии, возможностей по обработке данных, протяженности сети приложений. Сегодня процесс преобразования знания не только стал намного быстрее и эффективнее, глубже проникать внутрь организации, но и позволяет систематизировать знание и по-разному использовать его.

В современном информационном обществе изменяется категория «инновация». В индустриальном обществе инновация возникает как закономерный результат классической цепочки: НИОКР, опытное производство, испытания, серийное производство, внедрение, распространение (продажа). Только на заключительной стадии инновация начинает приносить доход. В информационном обществе Интернет с его аудиторией и технологиями позволяет знания любого человека немедленно представить на миллиардный рынок и превратить их в инновацию, в обмен по схеме «знания как товар» на деньги. Так происходит потому, что доступ к этому знанию расширен и облегчен настолько, что оно с практически стопроцентной вероятностью находит тех, кто готов его реализовать. Как следствие, бурное развитие сегодня получают не те страны, которые создают много знаний, а стремительное развитие получают те страны и народы, которые используют много знаний как, например, Финляндия, Южная Корея, Сингапур, Япония и другие. Возникает цифровой разрыв между странами и ре-

гионами, отделяя тех, кто успел или сумел включиться в информационное общество (т. н. технологическая метрополия – США, Юго-Восточная Азия, ЕС), от тех, кому не удалось этого добиться (технологическая периферия) [1]. Современные предприятия превращаются в «корпорации знания» – предприятия, признающие знания наиболее ценным активом – основой для достижения конкурентных преимуществ, и организуют деятельность, основываясь на принципах теории открытых инноваций, описывающей процессы разработки и коммерциализации технологий, когда организации-участники инновационной деятельности используют знания, исходящие от других организаций [2].

Управление знаниями сконцентрировано вокруг создания, распределения и применения умственных способностей для достижения целей бизнеса. Знания отличаются от информации и данных, их можно описать как понимание того, что и как нужно делать в определенных ситуациях. Они включают послышки, убеждения и ценности, которые часто являются следствием опыта индивида или организации. Таким образом, эффективное управление знаниями основывается главным образом на превращении скрытого в явное, чтобы им можно было обмениваться.

Выделяется два главных подхода к управлению знаниями:

– лучшее овладение и обмен существующими знаниями – превращение скрытых знаний в открытые и введение механизмов для их скорейшего переноса туда, где они необходимы;

– инновации – более эффективное коммерческое воплощение идей.

Многие инновационные предприятия давно признали ценность знаний для улучшения своих продуктов и обслуживания клиентов. Так, например, компания Hoffman La Roche сократила затраты и время при получении лицензии на новые лекарства с помощью своей «Программы удачного первого раза» (Right first time programme). Компания Dow Chemical получила 125 млн долл. США доходов в результате активного управления патентным портфелем и лицензированием. Texas Instruments сэкономил сумму, эквивалентную затратам на строительство нового завода, с помощью совместного использования лучшего опыта на своих заводах по производству полупроводников. Hewlett Packard сегодня пускает в продажу новые продукты намного быстрее благодаря более эффективному совместному использованию существующих знаний группами по развитию в компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Мойсейчик, Г.** Интеллектуальная собственность в современном мировом хозяйстве / Г. Мойсейчик // Банкаўскі веснік. – 2010. – № 34 (507). – С. 42–47.

2. **Трифилова, А. А.** «Открытые инновации» – парадигма современного инновационного менеджмента / А. А. Трифилова // Инновации. – 2008. – № 1 (111). – С. 73–77.