

Передумови реалізації принципів економіки знань на підприємствах

Досліджено передумови реалізації принципів економіки знань на підприємствах та організаційні трансформації, спричинені адаптацією підприємств до нових умов, визначені складові, що формують знаннєву характеристику організації; обґрунтована необхідність розробки та апробації механізму дії підприємства з переходу на роботу в умовах економіки знань.

The preconditions for the realization of the principles of knowledge based economy at the enterprises and organizational transformations caused by the adaptation of enterprises to the new conditions are analyzed, the components which form the knowledge oriented description of the organization are defined, the necessity for elaboration and approbation the mechanism of company's action to development of knowledge based economy is substantiated.

Ключові слова: економіка знань, підприємство, передумови, організаційні трансформації.

Вступ. Глибинні трансформації усіх елементів суспільства, що спостерігаються протягом останніх десятиліть практично в усіх країнах світу, спричинені зміщенням орієнтирів розвитку та викликами зовнішнього середовища, в якому визначальним фактором конкуренції та соціально-економічного зростання наразі виступає знаннєвий чинник, його ефективне використання у ланцюгу “продукування-трансфер-комерціалізація знань”.

Нові умови конкурентної боротьби ставлять абсолютно нові вимоги до усіх суб'єктів національної інноваційної системи від держави до корпоративних структур, а це, в свою чергу, породжує потребу у їх ідентифікації та врахуванні з метою підвищення конкурентоспроможності та забезпечення економічного зростання.

Дослідження передумов реалізації принципів економіки знань на підприємствах та відповідних організаційних трансформацій, спричинених змінами умов функціонування, і є метою даної роботи.

Постановка завдання. На сьогоднішній день термін “економіка знань” розглядається багатьма зарубіжними та вітчизняними авторами. Одним із

фундаторів теорії економіки знань є Д. Белл [1], значний внесок у розвиток ідей знаннєвої економіки здійснили З. Бжезинський, П. Друкер, М. Кастельс, М. Порат, Е. Тоффлер [2-6]. Продовжуючи ідеї західних вчених, дослідженням проблем, пов'язаних із розвитком економіки знань, займаються ряд вітчизняних науковців, таких як Ю.Бажал, А. Гальчинський, В. Геєць, Л. Мусіна, А. Чухно та інші [7-12].

Питання ролі підприємств у розгортанні процесів розбудови економіки знань, організаційних трансформацій на шляху знаннєвого розвитку, корпоративного управління відповідними змінами мало розроблені. Дослідженню підприємницького аспекту економіки знань присвячені роботи Г. Клейнера, В. Макарова, К.Е. Свейбі [13; 14].

Результати. Процеси знаннєвого розвитку відбуваються на усіх рівнях, при цьому зміни на одному з них виступають каталізатором для подальших зрушень на інших. Так, трансформації на шляху до економіки знань на макрорівні змінюють стан зовнішнього середовища, що в свою чергу впливає на умови функціонування підприємств. З іншого боку, важко переоцінити вплив великих корпоративних структур на формування економіки знань, адже саме вони виступають не лише кінцевими споживачами, а й розробниками таких знань та новацій, які найбільш точно відповідають ринковим потребам.

Варто зазначити, що в той час як трансформаційні і глобалізаційні процеси для більшості вітчизняних підприємств наразі представляють швидше загрози та виклики, ніж додаткові можливості (трансформаційні процеси створюють небезпеку насильницького захоплення підприємств альтернативними власниками, а глобалізаційні – підсилюють конкуренцію), процеси розширення використання знання як ресурсу і продукту виробництва містять істотний потенціал підтримки економічного зростання підприємств і економіки в цілому і здатні послабити негативні впливи двох перших процесів. Належне оволодіння знаннями створює передумови для створення стійких конкурентних переваг, у тому числі і в глобальному масштабі, а також здатне забезпечити захист від посягань на цілісність самого підприємства [15].

Вікіпедія [16] виділяє наступні базові принципи, ознаки та індикатори економіки знань:

- високий індекс економічної свободи;
- високий рівень розвитку освіти і науки;
- 4-6-і технологічні уклади економіки;

- висока та конкурентоздатна якість життя;
- високі вартість та якість людського капіталу в його широкому визначенні;
- висока конкурентоздатність економіки;
- висока частка інноваційних підприємств (більше 60-80%) та інноваційної продукції;
- заміщення капіталів;
- конкуренція та високий попит на інновації;
- надлишок інновацій та, як наслідок, забезпечення ефективності частини з них за рахунок конкуренції;
- ініціація нових ринків;
- принцип різноманітності ринків;
- розвинута індустрія знань та їх високий експорт [16].

Принципи економіки знань в мікрорівневому аспекті формуються, виходячи з наступних її особливостей:

1. Індивідуалізація товару. Товар переходить з масової в індивідуальну стадію. Важливо не просто створити новий екземпляр товару, важливо створити новий вид товару. Це вимагає абсолютно інших економічних умов та абсолютно іншого відношення до тих, хто створює цей товар. Потрібна абсолютно інша технологія виробництва: не просто конвеєрна лінія, що випускає один за другим все нові і нові практично тотожні один одному екземпляри даного товару, а специфічна організація виробництва унікальних зразків товару на основі нових унікальних знань. Підприємство буде конкурентним тільки тоді, коли воно здатне створювати, виробляти та продавати саме такі товари.

2. Індивідуалізація угод. Дана особливість впливає з попередньої, адже якщо індивідуальний товар, то індивідуальна кожна угода. В такій ситуації не може бути масової ціни, є лише поняття індивідуальної ціни та індивідуальної трансакції.

3. Різноманітність функцій знань (знання як товар, фактор виробництва, засіб тезаврації, засіб управління).

4. Персоналізація знання. Людина, яка не володіє потрібними знаннями, не здатна випустити новий індивідуалізований товар, не здатна зайняти ніякої ніші на ринку.

5. Необхідність професійного середовища для виробників знань.

6. Поєднання суперництва і співробітництва між агентами на ринку знань. Якщо в економіці матеріальних благ важлива конкурентоздатність виробників, то в економіці знань – здатність до співробітництва, тобто конкордоздатність.

7. Замість конкуренції підприємств і корпоративних конфліктів виникає новий тип відносин між агентами, який можна назвати “коокуренцією” та “конкоперацією” [17, с. 129-130].

Очевидно, що тенденції знанневого розвитку змушують підприємство переглянути окремі елементи внутрішньо-економічного механізму, адже перехід до роботи в умовах економіки знань вимагає зміни складу факторів виробництва, способів ціноутворення, розрахунку собівартості, зміни характеру управління, пошуку шляхів підвищення рівня інтелектуального капіталу підприємства.

На сучасному етапі основні зміни в структурі і формах корпорацій знань викликані необхідністю приймати до уваги перш за все внутрішні, а не зовнішні аспекти діяльності компанії, враховувати не лише пріоритети клієнтів, але й особистісні якості власних робітників. Сьогодні, коли інформаційна революція породжує нові продукти швидше, ніж в суспільстві встигає виникнути усвідомлена потреба у них, запорукою успіху у конкурентній боротьбі стає не наслідування попиту, а його формування. Як наслідок, конкурентною перевагою починає володіти та організація, яка може швидше запропонувати споживачу новий продукт чи послугу. В кінцевому рахунку таку перевагу має організація, що володіє більшими знаннями про те, як виробити новий продукт чи послугу найкращим чином, реалізувати, організувати після продажне обслуговування тощо.

В цілому спостерігається процес переходу конкуренції між організаціями у сферу знань [18, с. 55].

В. Макаров та Г. Клейнер у праці “Мікроекономіка знань” [13] також відмічають, що в ході знанневого розвитку найсуттєвішим процесом для динаміки поведінки фірм є зміна складу факторів виробництва. В економіці знань класичні рушійні сили (фактори) виробництва на мікрорівні поступово переходять із розряду факторів в розряд умов виробництва, а у якості основного і невзаємозамінного з іншими фактору починають виступати корпоративні знання. Комерційний успіх сучасного підприємства переробної промисловості залежить не стільки від чисельності персоналу чи обсягу

основних фондів, скільки від наявності серед робітників людей, здатних створити новий виріб, знайти новий спосіб організації виробництва, вловити новий спосіб організації ринкових потреб тощо.

Широке використання знань у виробництві також приводить у дію механізми концентрації та посилення виробничих можливостей, що і формує позитивний зворотній зв'язок. Знання можна віднести до “рентних” факторів виробництва, тобто факторів, адекватне використання яких дає при малих зусиллях значні результати.

Разом з тим варто мати на увазі короткостроковість більшості періодів зростання граничної віддачі когнітивного фактору для кожного конкретного підприємства. Ця короткостроковість обумовлена неминучою між фірмовою дифузиею знань та наявністю загального потоку науково-технічного прогресу.

Ще одна особливість когнітивізованих виробництв – інший спосіб обчислення собівартості. “Рознесення” витрат по екземплярах виробів на базі поопераційного обліку стане практично неможливим. Відмінність між постійними та змінними витратами, на якій базується сучасний розрахунок собівартості, зникатиме в економіці знань. Це призведе до зростання частки об'єктного фінансування в порівнянні з проектним [13, с. 42-47].

Як вже зазначалося, економіка знань допускає та навіть стимулює використання так званих дискримінаційних цін, тобто цін, що залежать від адаптаційного потенціалу конкретного споживача. Система дискримінації передбачає:

- відмінність за юридичним статусом покупця (комерційне підприємство, урядова структура, вуз і т.д.);

- реалізацію механізму вдосконалення та ускладнення продукту/послуги, що втілює нове знання (подальше вдосконалення винаходу, надання покращених версій програми і т.п.);

- розробку та реалізацію системи представлення нового знання (наприклад, на спеціалізованих виставках, демонстрація нововведення в промислових умовах) та супровід процесів його матеріалізації (комерціалізації), що гарантує якість товару (науково-технічна підтримка при освоєнні нової технології).

Варто відмітити, що використання дискримінаційних цін вимагає більш високого рівня професіоналізму, ніж використання інших стратегій ціноутворення [19, с. 152-153].

Відзначимо, що в сучасному ціноутворенні має місце процес зниження частки “простих”, матеріальних ресурсів за паралельним зростанням частки різних компенсацій – за програмне забезпечення, розробку проектів, дію фінансових ринків, торгові марки та ін. Відбуваються зміни у змісті та розстановці акцентів у самих складових ціни. Так, реклама виступає переважно не як інформування про властивості товару, а як засіб забезпечення уваги (поширення іміджевої реклами, елементів провокації, епатажу) [20].

Корпорація економіки знань знаменує перехід від централізованого управління до модульної організації, в основі якої лежать невеликі компоненти, з'єднані в конфігурації, що постійно змінюються. Наслідком стає якісно новий тип координації діяльності, який в сучасній літературі розглядається як робота в складі команди, або асоційована діяльність. На відміну від корпорації індустріального типу, що являла собою вертикальну структуру, корпорація економіки знань стає сукупністю колективів, всередині яких ієрархічний принцип управління виявляється неефективним. Кожен такий колектив має свої цілі, цінності та мотиви, своїх лідерів і по суті справи оформлений як якась завершена організація. Це призводить до того, що жорстка вертикальна структура стає чужою і для компанії в цілому – зміна диференціації гомогенізацією ставить під питання саме існування корпорації в її традиційному вигляді.

В умовах сучасного виробництва такий асоційований тип діяльності має дві принципових переваги. З одного боку, він звільняє ініціативу творчих працівників, стимулює їх до нововведень та дозволяє переносити прийняття відповідальних рішень на більш низький рівень організаційної ієрархії. З другого боку, невелика мобільна група відкриває найкращі можливості для інтерперсональної взаємодії творчих особистостей, в ній природним чином виникає почуття колективної дії, врівноважуються індивідуалістичні прагнення. У такій групі швидко формуються мотиваційні орієнтири та етичні цінності, які поділяють усі учасники. В результаті моральна єдність забезпечує основу для взаємної довіри. Діяльність кожного співробітника у складі асоціації здійснюється не на основі рішень більшості, і навіть не на основі консенсусу, а на базі внутрішньої узгодженості орієнтирів і прагнень.

З вищевикладеного випливає, що головним елементом економіки знань є працівник знань [18, с. 55].

В зв'язку із зростанням значимості факторів, безпосередньо пов'язаних із учасником виробництва, людиною, змінюється і характер управління. Мова йде про індивідуалізацію мікроекономічного управління (маючи на увазі зміну суб'єктно-об'єктного розподілення функцій і прерогатив управління, а також зміну самого характеру управління), пов'язаного з підвищенням ролі кожного індивіда – учасника діяльності підприємства – в прийнятті і реалізації управлінських рішень [13, с. 48-51].

Зміна наукових поглядів на місце і роль підприємства в економіці і суспільстві, сприйняття підприємства як поліфункціональної, багатовимірної і багатосуб'єктної системи повинно привести і до нового розуміння ролі зовнішніх акціонерів. З часом стає все більш зрозуміло, що місія акціонерів у життя підприємства носить не стільки управлінський характер (цю роль реалізує головним чином правління і генеральний директор), скільки інформаційно-когнітивний.

Володіючи в загальному випадку більш глибоким і різноманітним знанням про навколишній світ, ніж корпоративні інсайдери, зовнішні акціонери, беручи участь у роботі загальних зборів акціонерів, Ради директорів (наглядової ради), несуть на підприємство інформацію, яка впритул наближається до необхідних для підприємства знань. Важливо підкреслити, що ця інформація відноситься до стану і особливостям не тільки ринку продукції, але і ринку праці та інших факторів виробництва, а також відображає переваги, погляди і наміри інвесторів. Саме в перетворенні цих даних в корисні для підприємства знання і повинна полягати основна місія Ради директорів. Рада директорів, екстрагуючись і фіксуючи інформацію окремих акціонерів і “сукупного акціонера”, повинна стати органом, що здійснює: перетворення інформації в знання; акумуляцію цих знань; використання знань в процесі підготовки та прийняття стратегічних рішень [15].

Виклики економіки знань змінюють парадигму лідерства. Економіці знань потрібні не лідери-одинаки, а лідери – командні гравці, сфокусовані на довгостроковий успіх компанії, які у щільній взаємодії зі своїми послідовниками формують їх довгострокову поведінкову орієнтацію. Кількість і розташування лідерів в організаційній ієрархії також змінилося. Зараз потрібні лідери на всіх рівнях управління: від керівного до лінійного, але об'єднані єдиною метою і цінностями. Лідери нового покоління не замкнуті у просторі свого функціонального підрозділу або особистої задачі, вони орієнтовані на

глобальний простір, вміло використовуючи інформаційні технології та нові формати взаємодії для свого розвитку, а також розвитку членів своїх команд [21, с. 68-71].

Відмітимо також, що вимірником обсягу трудового фактору повинна стати не чисельність персоналу, а структурований обсяг знань, необхідних для діяльності підприємства в конкурентному полі [15].

Процеси створення, поширення та використання особистісного знання неможливі без належної етичної компоненти, без прояву тонких та кращих людських якостей, створення комфортної атмосфери поваги та довіри в стосунках між людьми. Це вимагає формування абсолютно нового типу виробничих та трудових відносин в порівнянні з тими, які складаються в більшості сучасних корпорацій [13, с. 48-51].

Таким чином, корпоративна підтримка знаннєвого розвитку вимагає не лише вдосконалення операційних процесів, направлених на ефективну комерціалізацію знань, та процесів їх продукування та трансферу, а й організаційних трансформацій, покликаних підвищити якість людського потенціалу, налагодити продуктивну взаємодію між працівниками.

К.Е. Свейбі виділив 5 факторів успіху організації, що базується на знаннях:

1) пов'язані із загальною стратегією (розробка стратегії, що базується на знаннях, що підходить як для клієнта, так і для людей; створення та узгодження стратегій для двох ринків, клієнтів та людей; інвестиції в нематеріальні активи достатні для досягнення конкурентної переваги; збільшення вартості нематеріальних активів);

2) пов'язані із клієнтами (забезпечення якості та задоволення вимог клієнтів; підбір профілю клієнта з точки зору відносин та взаєморозуміння; піклування про ключових клієнтів; формування високої репутації з клієнтами; використання нематеріальних доходів від клієнтів);

3) пов'язані з людьми (компетенцією) (створення компетенції і запобігання їх втрати; формування команди з гарним внутрішнім взаєморозумінням; задоволення кар'єрних цілей людей; використання ідей перш ніж вони застаріють; планування ресурсів);

4) пов'язані з інструментами та процесами (структурою) (розробка структури, що зменшує залежність від ключових людей; підтримка інвестицій в структуру або вони виявляться застарілими);

5) пов'язані з фінансовими аспектами (матеріальними активами) (готівка – король! Грошовий потік є важливішим за прибуток) [14].

На нашу думку, елементами, що формують знаннєву характеристику організації (рис. 1), є:

1. Стратегія підприємства, направлена на підтримку знаннєвого розвитку організації, що сигналізує про серйозність намірів керівництва та його готовність працювати у нових умовах.
2. Розвинута інноваційна система підприємства.
3. Ефективна система безперервного навчання персоналу.
4. Сформована інформаційна система підприємства, яка полегшує та підвищує ефективність процесів створення, передачі і комерціалізації знань.

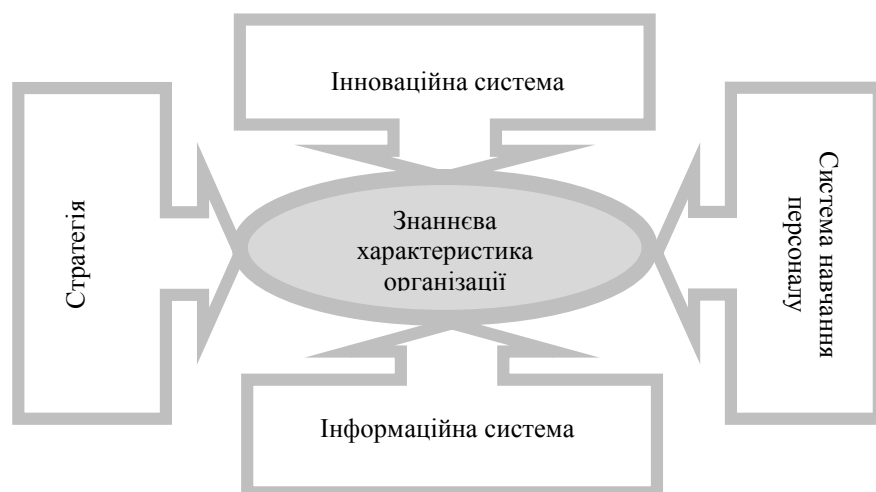


Рис. 1. Складові, що формують знаннєву характеристику організації

Отже, економіка знань на мікрорівні являє собою базис нового типу господарювання, за якого вартість кінцевого продукту визначається здебільшого знаннєвим чинником, основними детермінантами якого є стратегія знаннєвого розвитку, розвинуті інноваційна та інформаційна системи та система безперервного навчання персоналу, що забезпечать конкурентоспроможність та підвищення ефективності діяльності підприємства.

Очевидно, що нові виклики, спричинені процесами розбудови економіки знань, висувають свої вимоги практично перед кожним підприємством, і кожне підприємство повинно знайти шляхи використання цих викликів, перетворюючи їх у додаткові можливості підвищення конкурентоспроможності, якісно трансформуючись для максимально ефективної реалізації принципів економіки знань.

Висновки. Отже, процеси становлення економіки знань ставлять нові вимоги перед підприємствами та підштовхують їх до самовдосконалення через організаційні трансформації, що підвищують ефективність використання знаннєвого ресурсу компанії.

Націленість керівництва компанії на здійснення трансформацій, направлених на реалізацію принципів економіки знань, передбачає розробку чіткого механізму здійснення заходів з розбудови знаннєвої економіки на підприємстві. З огляду на це, розробка та апробація механізму дій підприємства з переходу на роботу в умовах знаннєвої організації буде предметом подальших досліджень.

Література

1. Белл Даниел. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Даниел Белл; [пер. с англ. В.Л. Иноземцев]. – М.: Academia, 1999. – 787 с.
2. Brzezinski Z. Between Two Ages: America's Role in the Technetronic Era / Z. Brzezinski. – New York: Viking Press, 1970. – 334 p.
3. Drucker P.F. Post-Capitalist Society / Peter Ferdinand Drucker. – New York: Harper Business, 1993. – 232 p.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; [пер. с англ. под. науч. ред. О.И. Шкаратана]. – М.: ГУВШЭ, 2000. – С. 77.
5. Porat M. The Information Economy: Definition and Measurement / Marc Porat. – Washington: US Department of Commerce, Office of Telecommunications, 1977. – 224 p.
6. Toffler A. The third wave / Alvin Toffler. - New York: Bantam Books, 1989. – 537 p.
7. Бажал Ю.М. Знаннєва економіка: слово та діло / Ю.М. Бажал // Монітор конкурентоспроможності. – 2008. – № 1-2. – С. 67-70.
8. Економіка знань: виклики глобалізації та Україна / Національний інститут стратегічних досліджень / А.С. Гальчинський (заг. ред.). – К., 2004. – 261 с.
9. Україна у вимірі економіки знань / [за ред. акад. НАН України В.М. Гейця]. – К.: Основа, 2006. – 592 с.
10. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України: в 3 т. /

- [За ред. акад. НАН України В.М. Гейця, акад. НАН України В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б.Є. Кваснюка]. – К.: Фенікс, 2007. – Т.1: Економіка знань – модернізаційний проект України. – 2007. – 544 с.
11. Мусіна Л.О. Основні засади переходу до економіки знань: перспективи для України / Л.О. Мусіна // Економіка і прогнозування. – 2003. – №3. – С. 87-108.
 12. Чухно А. Актуальні проблеми стратегії економічного і соціального розвитку на сучасному етапі / А. Чухно // Економіка України. – 2004. – №4. – С. 15-23.
 13. Макаров В.Л. Микроэкономика знаний / В.Л. Макаров, Г.Б. Клейнер. – М.: Экономика, 2007. – 208 с.
 14. Sveiby Karl-Erik. Success Factors for the Knowledge-based Organisation [Електронний ресурс] / Karl-Erik Sveiby. – 2003. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/TNET+success+factors.htm>.
 15. Клейнер Г.Б. Управление корпоративными предприятиями и экономика знаний [Электронный ресурс] / Г.Б. Клейнер // Мир России. – 2005. – №4. – Режим доступа: <http://www.kleiner.ru/arpab/upzn.html>.
 16. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>.
 17. Клейнер Г.Б. Микроэкономика знаний и конкурентоспособность предприятий / Г.Б. Клейнер // Современная конкуренция. – 2007. – №3. – С. 128-131.
 18. Крыштафович А. Становление экономики знаний: новая парадигма менеджмента / А. Крыштафович // Банкаўскі веснік. – 2010. – №1. – С. 53-58.
 19. Бовин А.А. Управление инновациями в организации: учеб. пособие / А.А. Бовин, Л.Е. Чередникова, В.А. Якимович. – 3-е изд. – М.: Омега-Л, 2009. – 451 с.
 20. Рейнгольд Е.А. Факторы экономики знаний в обеспечении конкурентоспособности предприятий [Электронный ресурс] / Е.А. Рейнгольд // Проблемы современной экономики. – 2008. – №3(27). – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2086>.
 21. Яхонтова Е.С. Новая парадигма лидерства в экономике знаний и кризис лидерства в России // Е.С. Яхонтова // Менеджмент сегодня. – 2011. – №2. – С. 66-78.