
ЗНАНИЕ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

К.И. Шарова

Ключевые слова: знания, информация, нематериальные активы, ресурсы, постиндустриальная экономика, сфера услуг, управление знаниями.

В настоящее время конкурентные преимущества компаний в значительной мере достигаются за счет нематериальных активов: знаний, информации, интеллектуального капитала. Их рыночную стоимость формируют такие неосязаемые активы, как квалифицированный персонал, используемые технологии, инновации, отношения с поставщиками и потребителями, корпоративная культура, имидж и бренд, которые во многом зависят от накопленных и используемых знаний. Поэтому закономерно, что недооценка знаний как экономического ресурса влечет за собой отставание и снижение конкурентоспособности, потерю потребителей, снижение стоимости компании на рынке. Способность воспринимать и генерировать знания является одним из основных факторов повышения ее конкурентоспособности в современных условиях. Неслучайно возрастает число фирм, которые начинают включать в отчеты все большую часть нематериальных аспектов их бизнеса.

Однако нематериальные активы не отражаются в бухгалтерском балансе компаний, и трудно подсчитать их реальную стоимость, то есть определить, насколько компания зависит от интеллектуальных ресурсов, насколько она «знаниеемкая». Большинство организаций определяют нематериальные активы как разницу между балансовой и рыночной стоимостью предприятия, которая иногда в разы может превышать балансовую стоимость.

Довести продукцию до рынка быстрее, с меньшими затратами и более эффективно, чем конкуренты, можно только обладая экспертными знаниями в области процессов проектирования, маркетинга и сбыта. От того, знает ли компания, как работать лучше и быстрее

других, иногда зависит ее будущее. Поэтому неудивительно, что все больше компаний начинает относить такие знания к своим нематериальным активам, а многие оценивают их выше, чем материальные активы вообще и финансовые в частности [1, с. 181].

На теоретическом уровне эти вопросы впервые были изучены путем выдвижения на первый план важности интеллектуального капитала как производственного фактора и выделения его особой роли в сравнении с традиционными экономическими активами. В этом контексте закономерно развитие Теории Нового Роста Пауля Ромера, в которой он доказал, что в основе экономического роста лежат знания. Эта теория явилась полной противоположностью классической экономической теории и основывалась на постулатах Нобелевского лауреата Роберта Солоу. К частям экономической модели Р. Солоу, которыми являются капитал, технология и труд, П. Ромер добавил знания как более высокую единицу, которая управляет использованием капитала, развитием технологии и квалификацией труда. Преобразование в 1980-х гг. ресурсо-ориентированной теории в знание-ориентированную теорию в 1990-х гг. изменило традиционные рыночно-ориентированные теории.

Теория подтверждается практикой: по данным журнала Fortune, почти половина компаний, входящих в рейтинг Fortune 1000, внедрила у себя и продолжает развивать управление знаниями. К числу известных организаций, в которых внедрены системы управления знаниями, относятся такие крупные корпорации, как Hewlett Packard, Coca Cola, PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young.

Все больший интерес к управлению знаниями начинают проявлять российские компании. В качестве примера организаций, где внедрена система управления знаниями, можно привести следующие компании: «Лукойл», «Сиверсталь», «Росинтер» и др. [1, с. 181].

В Республике Беларусь немногие компании предпринимают шаги к внедрению управления знаниями. Это объясняется нехваткой опыта и несовершенством инструментов и методов, способных адаптировать систему управления знаниями к белорусским реалиям.

В соответствии с философским энциклопедическим словарем, знание – это проверенный общественно-исторической практикой и удостоверяемый логикой результат процесса познания действительности, адекватное ее отражение в сознании человека в виде представлений, понятий, суждений, теорий.

Знание, в отличие от других ресурсов, обладает следующими свойствами:

1. *Неосязаемость*. Знание является нематериальным активом;

2. *Неистощаемость по мере использования*. Более того, его применение порождает новые знания.

3. *Неограниченность*. Однако научные знания обладают относительной безграничностью, поскольку генерировать новое знание способен не каждый человек. Это зависит от интеллектуальных способностей человека.

4. *Неотчуждаемость при потреблении*. Знания вырастают всякий раз, когда происходит их передача, потому что физически они остаются с их создателем.

5. *Доступность многим пользователям одновременно*.

6. *Сложность в определении стоимости*.

7. *Подверженность моральному износу*.

Причем в современном мире норма обновления знаний с каждым годом уменьшается, т.е. знания все быстрее обесцениваются. Вследствие этого так называемое «пожизненное обучение» становится все более актуальным.

Знание бывает обыденным и научным. Источниками обыденного знания является школа, семья, общество. Оно опирается на здравый смысл и познание окружающей действительности. Обыденное знание имеет дело преимущественно с явлениями и слабо отражает глубинные сущностные связи предметов. Научное знание отличается своей системностью, обоснованностью и глубиной проникновения в сущность вещей и явлений. Научное знание имеет истинный непротиворечивый, обоснованный, достоверный характер.

Именно научные знания являются ресурсом развития постиндустриальной экономики.

Также многие исследователи подразделяют знания на кодифицированные (явные) и некодифицированные (неявные). Тем не менее, нет четкого разграничения между явными и неявными знаниями, а также информацией.

В системе управления знаниями организации под знаниями понимаются «некоторые модели той предметной области, в которой работают компании». Описание этих моделей хранится в объективной (явной) и субъективной (скрытой) формах (документах и головах сотрудников) [2, с. 111]. То есть с этой точки зрения к кодифицированным знаниям относят результаты научно-технической деятельности, а к неявным – все то, что знают сотрудники. В то же время ряд исследователей (например, И. Нонака и Х. Такеучи) к явным знаниям относят то, что знают работники и что легко может быть кодифицировано (но еще не кодифицировано, т.к. после кодификации станет информацией). С этой точки зрения результаты научно-технической деятельности являются информацией. К неявным же они относят то, что сложно выразить словами: опыт, интуицию.

Существуют различные мнения касательно отнесения знаний к категории ресурсы. Большинство западных экономистов считает знание отдельным ресурсом, дающим конкурентные преимущества. Так, в одной из своих книг Питер Друкер доказывает, что в новых экономических условиях знание является не только ресурсом того же порядка, что и традиционные факторы производства – труд, земля, капитал, а вообще единственным имеющим значение ресурсом [1, с. 180].

Однако некоторые ученые категорично не соглашались с этим, считая, что «знания и информация не становятся самостоятельными ресурсами наряду с трудом, основными и оборотными фондами (средствами производства) и землей», знания и наука повышают уровень «умственной составляющей» труда, «но не выходя из логического ряда основных факторов производства». Есть мнение, что знание не может существовать само по себе, отдельно от человека и помимо его сознания. Оно является неотъемлемым элементом «человеческого», субъективного фактора производства – рабочей силы. И учитывая, что труд – это физические и умственные способности людей, знания становятся частью труда [3, с. 36].

Однако если субъект хозяйствования хочет увеличить производительность, он может на-

нять большее количество работников. Но применив знания, интуицию, опыт можно также увеличить производительность, заменив, таким образом, другие ресурсы знанием. В этой связи знания можно отнести к отдельному ресурсу, наряду с таким ресурсом, как предпринимательские способности. Физические и умственные способности человека приводят к разному результату. При использовании труда в физическом плане, умственные способности при этом в основном не используются. Следовательно, целесообразно произвести разграничение трудовых и интеллектуальных ресурсов.

Статус ресурса предполагает наличие у знания таких свойств, как редкость и ценность. Свойство «редкость» по своей природе не присуще знанию, поскольку существуют возможности для его безграничного распространения (возможности безграничного тиражирования созданной на основе знаний информации), сопровождаемые незначительными материальными затратами и весомыми экономическими и социальными эффектами. Ограничить доступ к знанию можно искусственно, в виде реализации прав интеллектуальной собственности, но характер данного сдерживания в этом случае не будет продолжительным. Однако в связи с тем, что доступ к знанию ограничивается возможностью понимания конкретным человеком тех или иных процессов, явлений и вещей, данное свойство в некоторой мере может быть присуще знанию. Ценность знания как экономического блага проявляется через его товарные свойства и посредством рыночной цены. Существует мнение, что знания по своей структуре и природе неоднородны, а, следовательно, их функционирование как элемента конкурентного рынка невозможно в силу отсутствия схожих товаров [4, с. 30].

Важнейшим свойством ресурсов является их ограниченность. С одной стороны, считается, что знания безграничны, и можно найти информацию по любому вопросу. Тем не менее, во-первых, найти действительно полезную и нужную информацию достаточно сложно, во-вторых, различный интеллектуальный уровень людей сам по себе противоречит утверждению о безграничности знаний.

Таким образом, большинство современных исследователей относят знания к экономическим ресурсам, более того, практически к единственному ресурсу, обеспечивающему конкурентоспособность компаний на современном этапе развития общества.

Знание также можно определить как благо, поскольку такое важнейшее свойство благ, как

«полезность» присуще знанию как средству удовлетворения потребностей. А потребность в знаниях, в интеллектуальном развитии неоспоримо присуще человеку.

Однако дискуссионным остается вопрос относительно принадлежности знания к товару или к общественному благу.

Большинство исследователей относят знания к общественным благам, для которых характерны свойства несоперничества в потреблении и неисключаемости. Несоперничество в потреблении характерно для знаний, оно выражается в возможности обладания знаниями одновременно несколькими субъектами, причем наличие их у одного индивида не препятствует возможности получения этих же знаний другими [5, с. 13]. Свойство неисключаемости предполагает невозможность исключения из доступа. Доступ к знанию ограничен субъективной возможностью его понимания. Кроме того, знание, может быть защищено авторским правом, является интеллектуальной собственностью индивида или организации и недоступно для использования другими. То есть свойство неисключаемости присуще знанию в умеренной степени, а, следовательно, его правомерно отнести к смешанным общественным благам.

Превращение знания в частное может привести к торможению в развитии науки, так как результаты исследований определенное время остаются закрытыми. Выдвигают возражения этического характера, например, в отношении медицинских знаний, методик лечения и т.п. [6, с. 69].

В то же время, если знания будут восприниматься как общественное благо, организации могут не уделять достаточного внимания их развитию.

Кроме того, существует точка зрения, согласно которой «статус научных знаний определяется в зависимости от их принадлежности к той или иной разновидности знаниевой экономики: в рамках когнитивного капитализма они имеют статус товара, а в структуре социально-ориентированной экономики выступают в роли общественного блага» [7, с. 67].

В рамках становления постиндустриальной экономики особенно актуальным становится производство знаний в сфере услуг. Конкурентные преимущества компаний, оказывающих услуги, обеспечиваются в первую очередь интеллектуальными активами – знаниями, в т.ч. технологиями и «ноу-хау». В связи с этим качество управления знаниями играет ключевую

чевую роль для фирм, работающих в сфере услуг.

Несомненно, большинство услуг не могут не основываться на знаниях, их невозможно осуществить без получения соответствующего образования (банковские, страховые, аудиторские и т.д.). Однако и традиционные услуги (коммунальные, транспортные, розничные продажи) могут повышать конкурентоспособность за счет генерации новых знаний, например, внедрения новых форм управления продажами. За счет знаний также создаются новые услуги, например, возможность оплачивать счета через банкоматы и телефоны, заполнять налоговые декларации через Интернет и т.д. Инновационные услуги, ставшие основой постиндустриальной экономики (аутсорсинг, логистика, консалтинг и т.д.), возникли непосредственно на основе создания и использования новых знаний.

Таким образом, с одной стороны, знания являются объективной необходимостью оказания некоторых видов услуг, а с другой – являются основой создания новых знаний, с последующей их кодификацией и превращением в информацию. То есть знания в этом плане двойственны: они являются как ресурсом (знание психологии человека позволит менеджеру быстрее продать товар), так и товаром (созданное и кодифицированное знание можно продать).

Полезность знаний при оказании услуг и принятии управленческих решений выше в том случае, когда знания систематизированы и формализованы, т.е. представлены в виде информации. Накопление и использование структурированных знаний позволяет фирме сделать отдельные операции по оказанию услуг более эффективными и избежать дублирования работ, связанных со сбором и обработкой информации, что приводит к снижению затрат.

Безусловно, в белорусских компаниях создаются свои так называемые базы данных (базы знаний), включающие огромное количество информации. Но без внедрения эффективной системы управления знаниями

она может привести лишь к информационной перегруженности.

Управление знаниями предусматривает полный цикл операций с корпоративными знаниями (документами, базами данных и знаний, электронным контентом и опытом персонала): идентификацию, извлечение, хранение, преобразование, распределение и использование [8, с. 103].

Управление знаниями компании может включать: мотивацию к обмену знаниями между сотрудниками, повышение их квалификации и т.д.

Стимулы для обмена и распространения знания могут быть материальными и нематериальными (уважение, авторитет). Создание системы управления знаниями будет способствовать расширению обмена знаниями без ущерба для их носителей для более эффективного распределения своего рабочего времени, а, следовательно, увеличения производительности труда.

Кроме того, для эффективного управления знаниями компаниям необходимо формировать фонд развития интеллектуальных ресурсов (например, за счет отчислений из фонда заработной платы), средства которого, как верно замечает А.В. Билевич, необходимо использовать только на повышение квалификации своих сотрудников в формах и видах, целесообразных для самой организации [9, с. 113].

В компаниях и организациях целесообразно создать такую систему управления знаниями, которая бы обеспечивала преемственность в их передаче между работниками. Руководители секторов и направлений призваны следить за тем, чтобы все накопленные у персонала знания сохранялись и наращивались, заботиться о росте культурно-технического и образовательного потенциала работников – их носителей.

Таким образом, знания становятся не просто еще одним ресурсом наряду с трудом, землей и капиталом, а стратегически важным фактором, обеспечивающим конкурентные преимущества на пути становления постиндустриальной экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Поцелуев, Д. Знания – ресурс или стратегический актив / Д. Поцелуев // Экономические стратегии. – 2009. – № 5–6. – С. 180–183.
2. Тузовский, А.Ф. Анализ концептуальных моделей работы со знаниями, как этап обоснования архитектуры системы управления знаниями / А.Ф. Тузовский, В.З. Ямпольский // Известия Томского политехнического университета. – 2004. – Т. 307. – № 7. – С. 111–116.

3. Логачев, В. «Интеллектуальный капитал» с позиции трудовой теории стоимости / В. Логачев, Е. Жернов // Экономист. – 2006. – №9. – С. 36–41.
4. Соболева, Н.В. «Новая экономика» и управление знаниями / Н.В. Соболева // Вестник БГЭУ. – 2006. – №3. – С. 26–31.
5. Базылев, Н.И. Знания как экономический ресурс и фактор социального развития / Н.И. Базылев, Т.М. Луцкова // Вестник БГЭУ. – 2010. – № 2. – С. 12–17.
6. Климов, С.М. Интеллектуальные ресурсы организации / С.М. Климов. – СПб.: ИВЭСЭП «Знание», 2000. – 168с.
7. Щербин, В. Научные знания: товар или общественное благо? / В Щербин // Наука и инновации. – 2010. – №9 (91). – С. 66–69.
8. Абдикеев, Н.М. Управление знаниями корпорации и реинжиниринг бизнеса: учеб. / Н.М. Абдикеев, А.Д. Киселев. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 382с.
9. Билевич, А.В. Знание как фактор роста национального богатства страны / А.В. Билевич // Вестник БГУ. – 2006. – Сер. 3. – №2. – С. 109–114.

РЕЗЮМЕ

В статье раскрывается сущность экономического ресурса «знание». Показана роль нематериальных активов в процессе становления постиндустриальной экономики. Анализируется правомерность отнесения знания к категории «ресурсы». В процессе исследования знаний с позиции общественных и частных благ выявлено, что правомерно данный ресурс отнести к общественным смешанным благам. Показана важность знаний в развитии сферы услуг, рассмотрены рекомендации по созданию системы управления знаниями.

SUMMARY

The article discusses the essence of such economic resource as “knowledge”. The role of intangibles in formation of post-industrial economy is revealed. The legality of classifying knowledge in the category of resources is investigated. During the research the knowledge from a position of public and private goods, it is shown that knowledge can be classified as a mixed public good. The importance of knowledge in the development of services is showed, the recommendation to creation of knowledge-management system is considered.

Статья поступила в редакцию 29 июня 2011 г.