

---

$$e_i = y_i - a - b \cdot x_i$$

Полученное значение критерия Дарбина – Уотсона для уравнения регрессии, рассчитанного по уровням временных рядов,  $d = 1,590$  находится между нижним и верхним значением, что свидетельствует о неопределенности в определении нулевой гипотезы и, следовательно, сделать однозначный вывод о коинтеграции исследуемых временных рядов затруднительно.

Несмотря на отсутствие однозначного ответа, полагаем, что в исследование проведено результативно. Для получения достоверного определения показателей силы и тесноты взаимосвязи необходимо продолжать работать с уровнями рядов.

### Литература

1. Эконометрика: учебник / под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 344 с.
2. Орлова, И.В. Экономико-математические методы и модели: компьютерное моделирование: учеб. пособие / И.В. Орлова, В.А. Половников. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 365 с.
3. Интернет-сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЫНОЧНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ: ДИМЕНСИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ

З. Аткачюниене

*Вильнюсский университет, г. Вильнюс, Литва*  
*zenona.atkociuniene@kf.vu.lt*

Знания, как экономическая ценность и фактор продуктивности индивида, в условиях экономических преобразований приобретают все большее значение. При ускоряющихся необратимых переменных и возрастающей неопределенности в отношении окружающей среды возрастают требования к работникам различных организаций оперативно реагировать на изменения потребностей рынка, улучшать качество организационной деятельности, продукции или услуги. Для того чтобы в условиях неопределенности и постоянных изменений окружающей среды, принять нужное решение, требуются не только компетентные сотрудники, но и постоянное совершенствование их компетенций.

Многообразие компетенций подразумевает вопрос, какие компетенции являются важными и совершенствованию каких компетенций организации должны уделять большее внимание. К. Койн (K. Coyne), С. Холл (S. Hall) и П. Клиффорд (P. Clifford) предложили концепцию основной (ключевой) компетенции (англ. *core*), в основе которой лежит управление знаниями и постоянное их обновление [2]. Основная компетенция описывается как набор навыков и технологий, которые создают организации добавочную стоимость. Авторы считают, что основная компетенция – это взаимодействие дополняющих навыков и знаний группы или команды, которая поощряет проведение одного или нескольких процессов, отвечающих стандартам высшего уровня. Основная компетенция предоставляет конкурентное преимущество. Это преимущество отражается в поведении потребителей и посредников, обеспечивает организации статус лидера на рынке. Основная компетенция может быть определена как компетенция дальнорочности/предвидения, которая предоставляет возможности принимать стратегические решения, и, как правило, связанная с деятельностью менеджеров высшего уровня. Дж. Тидд (J. Tidd) выделяет такие основные компетенции: стратегические, рыночные и технологические компетенции, которые становятся основой конкурентного преимущества, существенно влияют на развитие стратегии организации и её успешное осуществление [1].

Основанный на знаниях и интеллектуальных ресурсах взгляд на рыночные компетенции и их совершенствование предполагает приобретение, систематизирование, комбинирование (с внутренними знаниями организации), хранение и интегрирование знаний с продукцией и услугами организации в ходе непрерывного социального когнитивного процесса, который влияет на фундаментальные качественные изменения организации и создает добавочную стоимость. Существуют четыре взаимодействующих между собой процессы неформализованной (неявной) и формализованной (явной) формы знаний [1]. *Социализация* – преобразование неформализованной формы знаний в неформализованную форму. Этот процесс способствует обмену опытом, который выражается в форме неформализованных знаний, являющихся основой для создания новых неформализованных знаний. Новые знания могут создаваться в процессе совместной работы, наблюдая, запоминая и пытаясь воспроизвести. *Экстернали-*

---

зация – неформализованные знания трансформируются в формализованные: используются метафоры как средства формулирования идей и концепций. *Комбинация* – систематизирование уже существующих новых формализованных знаний для наборов характеристик новых продуктов/услуг, по-новому созданные концепции соединяются с уже существующими. Этими знаниями можно делиться во время общих тренингов, семинаров и с помощью других коммуникационных средств. *Интернализация* – знания в определенной форме должны быть интегрированы с опытом организации, так как только в этом случае происходит процесс их превращения в ценный ресурс.

Наиболее важной задачей управления сегодня является разработка новых продуктов, которые нужны клиентам, но которых никто из них не мог бы представить [3]. Рыночная компетенция связана с репутацией производителя в глазах потребителя, способностью производителя удовлетворять рыночные потребности, способностью производителя первым отвечать на потребности рынка, способностью имеющуюся рыночную компетенцию адаптировать, развивая и технологическую компетенцию. Таким образом, организации должны этого добиваться, создавая и развивая компетенции, которые позволяют генерировать новые, неожиданные идеи по производству и улучшению продуктов/услуг. Рыночная компетенция позволяет организации утвердиться, лидировать на рынке и, используя материальные, а также нематериальные ресурсы удовлетворять потребности клиентов, разрабатывая и адаптируя новые технологии, в сочетании с существующими и новыми потребностями, и с развитием технологической компетенции. Основные рыночные компетенции: репутация организации, связи с другими участниками рынка, общение с потребителями (имидж товарных марок) и развитие инноваций [4]. В каждой из этих частей активную роль играет управление знаниями: содействуя и развивая инновационные проекты, создавая сети виртуальных организаций, поддерживая и укрепляя репутацию организации и товарных марок.

Причисляя знания к базовому ресурсу организации, накопление индивидуального и коллективного опыта и обучение становятся ключевым инструментом, совершенствуя рыночные компетенции организации. Совершенствование компетенций организации происходит путем углубления, расширения и соединения их. Углубление компетенций чаще всего сосредотачивается на регулярном углублении компетенций определенной области (департамента). Расширение происходит в функциональной области деятельности организации, так как действия, связанные с той же самой функцией, могут осуществляться в других департаментах или при сотрудничестве [6]. Динамичная и многообразная экономическая среда заставляет организации углублять, расширять и укреплять не только организационные, но и межорганизационные рыночные компетенции для создания сетей компетенций со своими партнерами и поставщиками, желая достигнуть взаимной выгоды [5]. Управление знаниями доказывает, что является ключевым фактором в развитии основных рыночных компетенций организации и создании конкурентного преимущества на рынке.

### **Литература**

1. TIDD, J. From knowledge management to strategic competence. London, SPRU, University of Sussex, UK, 2006. 427 p.
2. COYNE, K.; HALL, S.; CLIFFORD, P. Is Your Core Competence a Mirage? [интерактивный]. The McKinsey Quartely, 1997, no. 1, p. 41–54 [см. 6 июля 2007 г.]. Доступ в интернете: <[instruction.bus.wisc.edu/mcarpenter/READINGS/corecomp.pdf](http://instruction.bus.wisc.edu/mcarpenter/READINGS/corecomp.pdf)>.
3. PRAHALD, C.K. & HAMEL, G. (1990) The core competence of the corporation. Harvard Business Review, May/June, 68, 79–91.
4. LIN, Peng-Jung; LIN, Hsin-Mei; CHE, Joseph L. Y. The linking role of firm competence leveraging: technology orientation or market orientation [интерактивный]. [см. 14 мая 2009 г.]. Доступ в интернете: <<http://bai2009.org/file/Pages/Strategy.htm>>.
5. BLECKER, Thorsten; NEUMANN Robert. Interorganizational Knowledge Management: Some Perspectives for Knowledge Oriented Strategic Management in Virtual Organizations. Из Malhorte: Interorganizational Knowledge Management [интерактивный]. 2000, London. [см. 14 мая 2009 г.]. Доступ в интернете: <<http://www.manufacturing.de/download/kmvo.pdf>>.
6. O'DRISCOLL, Aidan; CARSON, David; GILMORE, Audrey. Developing marketing competence and managing in networks: a strategic perspective. Из Journal of Strategic Marketing [интерактивный]. 2000, No. 8 [см. 14 мая 2009 г.]. EBSCO база данных.