

Оригинальная статья / Original article

УДК 338.242

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-5-213-226>**Управление знаниями как стратегический ресурс
развития организации****Л. В. Килимова¹✉, М. Д. Черкашин¹, А. О. Спицына²**

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

² Курский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
ул. Ломоносова, д. 3, г. Курск 305016, Российская Федерация

✉ e-mail: lyuda-klv@yandex.ru

Резюме

Актуальность. Трансформационные процессы в современной экономической среде характеризуются как высокодинамические с ускорением темпов как на микро-, так и на макроуровнях экономических систем. Скорость преобразований постоянно растет, придавая конкуренции все более жесткий характер и заставляя субъектов хозяйствования приспосабливаться к новым условиям ведения бизнеса. В этих условиях формирование системы управления знаниями как непрерывного менеджмента организации может стать полезным инструментом и ключом к приобретению конкурентных преимуществ организации.

Цель работы заключается в определении роли управления знаниями как важного ресурса и ключевого фактора экономического успеха организации, позволяющего адаптироваться к новым условиям ведения бизнеса.

Задачи: раскрыть сущность управления знаниями в организациях; выделить основные проблемы, связанные с необходимостью идентификации знаний организации и управления ими.

Методология. Для решения задач исследования были использованы следующие методы: процессно-функциональный, методы анализа и синтеза, концепция результативности управления – для усовершенствования методического подхода к оценке управления знаниями в организации, определения направлений повышения результативности использования знаний в бизнес-процессах; теоретического обобщения – для выделения видов знаний предприятия.

Результаты. Управление знаниями в организации является способом получения прибыли и обеспечения конкурентоспособности в долгосрочной перспективе. Внедрение концепции управления знаниями в процесс менеджмента предприятий имеет многоаспектное прикладное значение, которое закладывает объективные предпосылки для приобретения устойчивых конкурентных преимуществ в рыночных условиях хозяйствования.

Выводы. Обоснована роль управления знаниями исходя из тезиса «Знание – главный ресурс экономического развития в современных условиях», что позволило установить необходимость формирования и эффективной реализации интеллектуального капитала (образование, наука, профессиональное обучение, развитие креативности, инновации). Доказано, что результатами использования знаний организации являются инновационные продукты и технологии, стратегическая компетентность и конкурентные преимущества на рынке, новые организационные модели сотрудничества, накопления и передачи опыта.

Ключевые слова: организация; предприятие; организационное знание; управление знаниями; ресурсный подход; оценка знаний.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

© Килимова Л. В., Черкашин М. Д., Спицына А. О., 2024

Для цитирования: Килимова Л. В., Черкашин М. Д., Спицына А. О. Управление знаниями как стратегический ресурс развития организации // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 5. С. 213–226. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-5-213-226>

Поступила в редакцию 11.08.2024

Принята к публикации 07.09.2024

Опубликована 31.10.2024

Knowledge management as a strategic resource for organizational development

Lyudmila V. Kilimova^{1✉}, Mikhail D. Cherkashin¹, Anna O. Spitsyna²

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

² Kursk Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
3 Lomonosov Str., Kursk 305016, Russian Federation

✉ e-mail: lyuda-klv@yandex.ru

Abstract

Relevance. Transformation processes in the modern economic environment are characterized as highly dynamic with accelerating rates at both the micro and macro levels of economic systems. The speed of transformations is constantly growing, making competition increasingly tough and forcing business entities to adapt to new business conditions. In these conditions, the formation of a knowledge management system as continuous management of an organization can become a useful tool and a key to acquiring competitive advantages for an organization.

The purpose of the work is to determine the role of knowledge management as an important resource and a key factor in the economic success of an organization, allowing it to adapt to new business conditions.

Objectives: to reveal the essence of knowledge management in organizations; to highlight the main problems associated with the need to identify and manage the organization's knowledge.

Methodology. The following methods were used to solve the research objectives: process-functional, methods of analysis and synthesis, the concept of management effectiveness - to improve the methodological approach to assessing knowledge management in an organization, identifying areas for increasing the effectiveness of using knowledge in business processes; theoretical generalization - to identify the types of enterprise knowledge.

Results. Knowledge management in an organization is a way to make a profit and ensure competitiveness in the long term. The introduction of the knowledge management concept into the enterprise management process has a multifaceted applied significance, which lays the objective prerequisites for acquiring sustainable competitive advantages in market conditions. management.

Conclusions. The role of knowledge management is substantiated based on the thesis "knowledge is the main resource of economic development in modern conditions", which made it possible to establish the need for the formation and effective implementation of intellectual capital (education, science, professional training, development of creativity, innovation). It is proven that the results of using the organization's knowledge are innovative products and technologies, strategic competence and competitive advantages in the market, new organizational models of cooperation, accumulation and transfer of experience.

Keywords: enterprise; organization; organizational knowledge; knowledge management; resource approach; knowledge assessment.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Kilimova L.V., Cherkashin M.D., Spitsyna A.O. Knowledge management as a strategic resource for organizational development. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management.* 2024;14(5):213–226. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-5-213-226>

Received 11.08.2024

Accepted 07.09.2024

Published 31.10.2024

Введение

Сегодня знания рассматриваются экономической теорией как важный фактор развития, источник конкурентных преимуществ и ключевой элемент процесса создания рыночной стоимости современной организации [1]. Определяющая роль знаний в области управления объясняется несколькими важными моментами:

– знание является ценным, стратегическим активом современного предприятия, обеспечивающего основу для осуществления на нем инновационных процессов;

– знание является ресурсом, используемым в любой отрасли бизнеса и на всех уровнях его управления (на основе знаний базируются ключевые производственные и хозяйственные процессы, основные компетенции, обеспечивающие конкурентоспособность);

– редко существует один тип или категория знаний, гораздо чаще формируются интегрированные средства разных видов знаний;

– качество, своевременность и ценность приобретенных знаний проверяется влиянием окружающей среды, рынка и клиентов, которые оценивают, каково значение для них имеет продукт или услуга, предлагаемая предприятием.

Учитывая такие соображения, ученые пришли к выводу, что управление знаниями предприятия должно рассматриваться как современная концепция менеджмента. По своей сути это сознательный, планомерный, систематический, постоянный, контролируемый, интегрированный организационный процесс, объединяющий управление человеческими ресурсами, ключевые хозяйственные процессы и процедуры, осуществляемые с использованием современных технологий и телекоммуникационных систем.

Истоки концепции управления знаниями восходят к греческим философам (например, Аристотелю), пытавшимся

генерировать и документировать знания для использования их некоторыми сообществами того времени [2].

В начале 1960-х годов П. Друкер предложил термин «работник знаний» [1], подчеркивая его отличие от работников ручного труда. Впоследствии данный термин получил признание и стал ассоциироваться с пользователями информационных систем и информационных технологий.

Теоретические подходы к управлению знаниями начали формироваться на Западе в начале 80-х годов XX века, и на сегодняшний день ученые разработали немало концепций управления знаниями и прикладных методик. Наиболее известными в этой области являются исследования П. Друкера, Л. Эдвинсона, М. Эрла, И. Нонака, М. Полани, К. Э. Свейби, П. Сенг, Д. Сноудена, Г. Хэдлунда. Среди российских ученых можно выделить В. П. Баранчеева, И. Ю. Беляеву, П. С. Большакова, А. И. Котову, Д. Е. Морковкина, Б. С. Мильнера и др.

В настоящее время в научной литературе представлены многочисленные теоретические, экспериментальные, фундаментальные и прикладные исследования в рамках указанной проблематики. Однако, несмотря на весомый вклад многих ученых, проблемы управления знаниями как ресурса развития организаций, разработка адаптивных методологических и концептуальных научных подходов нуждаются в дальнейшем, более глубоком исследовании. Кроме того, нет единства в определении показателей измерения знаний относительно их экономического эквивалента. Поэтому решение вопросов стратегического управления знаниями организаций является актуальным в современных условиях хозяйствования.

Цель исследования – определение роли управления знаниями как важного ресурса и ключевого фактора экономического успеха предприятий, позволяющего

адаптироваться к новым условиям ведения бизнеса.

Задачи исследования: раскрыть сущность управления знаниями в организациях; выделить основные проблемы, связанные с необходимостью идентификации знаний организации и управления ими.

Материалы и методы

Теоретическую и методологическую базу исследования составляют труды отечественных и зарубежных ученых в сфере экономики знаний, менеджмента знаний, управления развитием организации, социологии управления. В работе использованы следующие методы: процессно-функциональный, методы анализа и синтеза, концепция результативности управления – для усовершенствования методического подхода к оценке управления знаниями в организации, определения направлений повышения результативности использования знаний в бизнес-процессах; теоретического обобщения – для выделения видов знаний предприятия.

Результаты и их обсуждение

Становление теории управления знаниями имеет фундаментальную научную основу. Среди факторов, определяющих современное состояние исследований в этой области, можно отметить:

– научное знание перестает рассматриваться как основная форма знания, все больший интерес представляют когнитивные элементы, связанные с различными нематериальными аспектами;

– типология знания становится все более разветвленной и дифференцированной;

– складываются комплексные практики, в которых, кроме познания, рассматривается функционирование знания в других типах деятельности: инженерии, проектировании, обучении, менеджменте [3, с. 250].

Данные факторы вызвали интерес к знанию ведущих теоретиков и практиков в области управления, а также определи-

ли значение и роль знаний для субъектов хозяйствования – предприятий, организаций и экономики стран в целом. Это объясняется, прежде всего, тем, что в последние десятилетия экономика, основанная на материальных активах и сконцентрированная на конечном продукте, трансформируется в экономику, базирующуюся на нематериальных ресурсах. Все большее число компаний во всем мире направляют подавляющую часть своих инвестиций в сферу знаний.

В организациях знания делятся на два типа – явные и неявные [4]. Неявные знания впервые были определены философом, врачом и химиком М. Полани как знания, которые трудно формализовать или сформулировать. Они состоят из практических навыков, лучших практик, специальных знаний, эвристики, интуиции и т. д. Данные и информация, закодированные, сохраненные и распространенные, известны как компонент контента явных знаний. Как неявные, так и явные знания являются взаимодополняющими, они взаимосвязаны и играют параллельную роль в процессе и создании системы знаний в организации [5].

Существуют разные подходы к управлению знаниями: технологический (сосредоточенный на технических и технологических аспектах управления знаниями), социальный (больше внимания уделяется человеческим, организационным и культурным аспектам) и социально-технический (важны как технологические, так и социальные аспекты) [6]. Учитывая современные тенденции международного социально-экономического развития, именно социально-технический подход считается сегодня наиболее адекватным для разработки системы управления знаниями в компании, поскольку позволяет гармонично сочетать технологические инструменты и человеческий капитал.

Что касается определения сущности категории «управления знаниями», то в современной научной литературе нет ее

единой трактовки. Понятие «управление знаниями» не может быть ограничено одним определением, и оно рассматривается по-разному в разных областях деятельности. Это процессы создания, организации, передачи, обмена и использования неявных и явных знаний для успеха организации. Основные из существующих определений сводятся к следующему.

Управление знаниями является процессом, посредством которого организация накапливает богатство, опираясь на свои интеллектуальные или основанные на знаниях организационные активы [7]. Управление знаниями – процесс интегрированной трансформации организацией своих интеллектуальных активов в прибыль и материальные ценности [8, с. 76]. Управление знаниями – это процессы

внутри организации, направленные на поддержание и улучшение деятельности организации на основе имеющегося опыта и знаний [9, с. 61].

Исходя из всего вышеперечисленного управление знаниями представляет собой процесс обеспечения постоянного развития как каждого работника отдельно, так и всего коллектива организации, поскольку именно от способностей, умений и навыков человека зависит будущее данной организации. Каждый человек, приходя работать на какое-нибудь предприятие, имеет уже определенные знания. Задачей руководства является содействие сохранению этих знаний и получению новых знаний. Схематически процесс управления знаниями в организации изображен ниже (рис. 1).



Рис. 1. Схема управления знаниями в организации

Современный общественный прогресс является, прежде всего, накоплением знаний, что в результате обеспечивает накопление капитала. Так, А. Ф. Тузовский отмечает, что любая компания зарождается на знаниях своих сотрудников, функционирует, используя корпоративные знания, и является одновременно и получателем, и источником этих знаний [10]. Поэтому компании важно обладать способностью к накоплению и созданию знаний, научиться

эффективному управлению знаниями. При этом само знание является дополнительным критерием совершенствования и развития всей организации.

Это неисчерпаемый ресурс, который в процессе использования прогрессивно увеличивается, поскольку чем более используются имеющиеся знания (собираются, анализируются и т. д.), тем больше их появляется как результат накопления информации и новых знаний. Знание со-

ставляет стратегические возможности на предприятии только тогда, когда оно может внести свой вклад в достижение цели и становится стратегическим приоритетом [11, с. 55; 12, с. 11].

Для исследователей и практиков достаточно очевидным является факт, что изменчивость внутренней и внешней среды требует от предприятий накопления и эффективного использования систематических управленческих знаний. По мнению К. Эйзенхардта и Дж. Мартина, стратегическая ценность знаний заключается не в возможностях как таковых, а в способностях их использовать и с их помощью формировать новые ресурсные комбинации, отвечающие требованиям устойчивого конкурентного преимущества для предприятий [12, с. 110]. В этом случае знание и особые способности их использовать выступают важнейшим стратегическим фактором развития предприятий, что обуславливает формирование их конкурентного преимущества на рынке.

В 1995 г. И. Нонака и Х. Такеучи, исследователи управления знаниями в японских компаниях, предложили модель перехода видов знания, которая объясняет механизм превращения «неявного» знания в «явное», а затем снова в «неявное», и назвали ее спиралью знаний. Данная модель предназначалась для индивидуальных, групповых и организационных инноваций и обучения [4].

Защищенность конкурентного преимущества предприятия определяется такими качествами ресурсов и компетенций, как «редкость», «трудная доступность», «незаменимость». Компетенции и знания выступают одним из критериев ключевого фактора успеха, конкурентного преимущества организации [13].

Американский экономист российского происхождения И. Ансофф выделял следующие «виды знаний и способностей компании: целевые, отвечающие целям компании; конкурентные – связаны с формированием и развитием ее конку-

рентных преимуществ; предпринимательские – определяют эффективность действий функционирования и получения компанией прибыли» [14, с. 336].

Чтобы качественно управлять организационными знаниями, необходимо сформулировать стратегию управления знаниями. Хансен и др. предположили, что существует два основных успешных применения стратегий управления знаниями – кодификация и персонализация.

Кодификация направлена на обеспечение быстрого и частого повторного использования информационных ресурсов, разработанных сотрудниками. Данные ресурсы хранятся в базах данных, являются легкодоступными и могут быть использованы любым сотрудником в организации. Кодификация указывает на то, что знания извлекаются из человека, который их разработал, становятся независимыми от этого человека и повторно используются для различных целей. Таким образом, сотрудники организации могут искать и извлекать знания, не связываясь с человеком, который их изначально разработал [15].

Персонализация направлена на облегчение общения между работниками сферы услуг, чтобы находить и консультироваться с соответствующими специалистами. Она опирается на контакты между людьми; компьютеры в основном используются для передачи знаний, а не для их хранения. Компании, которые применяют стратегию персонализации, фокусируются на диалоге между людьми, а не на объектах знаний в базе данных [15].

Отражением процесса создания конкурентных преимуществ является определенная этапность внедрения системы управления знаниями «от компетенций к преимуществу» [12, с. 325]. Это набор одновременных и последовательных шагов, определяющих успешность продвижения в сторону создаваемого преимущества.

Внедрение понимается как завершённое преобразование решений, которые присутствуют в проекте, и через пре-

образование приводит к конкретным действиям [15].

Согласно Дэвенпорту, эффективная система управления знаниями включает в себя: а) поиск и сохранение знаний; б) создание репозитория и баз данных; в) сбор знаний [16].

Поиск и сохранение знаний: цель сбора и сохранения знаний для организации состоит в том, чтобы предотвратить потерю полезных знаний и извлечь из них уроки на будущее. Знания, которые имеют минимальную или нулевую ценность для будущего обучения, не сохраняются должным образом. Кроме того, сохранение всех существующих знаний практически затруднительно. Накопление слишком большого объема знаний может затруднить принятие решений, поскольку поиск полезной информации может быть затруднен.

Создание репозитория и баз данных: такие ресурсы, как доказательства и меморандумы, будь то на бумажном носителе или в цифровом виде, хранятся в архивах репозитория на уровне организации. Кодификация – это процесс организации явных знаний и преобразование неявных знаний в явные знания для поиска и повторного их использования [16].

Сбор знаний: агентства по защите конкуренции должны гарантировать, что вся информация, данные и идеи, созданные их сотрудниками, собираются и хранятся, поскольку они считаются важными активами, принадлежащими агентству. Когда к организации присоединяются новые сотрудники, жизненно важно, чтобы эффективная система управления знаниями гарантировала, что знания и идеи новых сотрудников будут переданы агентству. Сотрудники организации должны делиться своими знаниями со своими коллегами. Когда сотрудники покидают агентство, важной задачей является сбор всех их знаний [16].

Р. Буковиц и В. Уильямс представили структуру для внедрения системы управления знаниями разделив процессы

управления знаниями, на тактические и стратегические. *Тактическая сторона* структуры касается процесса сбора информации, необходимой для повседневной работы, чтобы сделать знания доступными для других. *Стратегический процесс* включает в себя реализацию ценности из тактического процесса, где стратегия знаний организации связана с целями организации [17].

К. М. Уига предложил организационный цикл управления знаниями из четырех последовательных этапов [18]: а) создание; б) хранение; в) объединение; г) использование знаний.

Создание знаний: оно состоит из получения, анализа, реконструкции, синтеза, кодификации и моделирования знаний. Для создания знаний необходимы эксперты и консультанты, учебные курсы, процедуры и инструкции, исследования, книги, средства массовой информации, инспекции и наблюдения [18].

Хранение знаний: этот тип представляет собой запоминание, накопление и внедрение знаний в хранилище в виде документов, которые получают в виде исследовательских отчетов, практических советов, тематических исследований и т. д. [18].

Объединение знаний: оно указывает на координацию знаний, которая в первую очередь опирается на установление сетевой структуры ресурсов знаний, которая отвечает за предоставление определенных ресурсов. Сбор информации о размещении знаний в документах, базах данных, экспертных сетях необходим от всех сотрудников [18].

Использование знаний: это способ использования практических знаний, таких как рутинные задачи, производство и услуги, в основном в любом виде принятия решений в организации на различных уровнях управления [18]. Область исследований по использованию знаний огромна и быстро растет. Она состоит из исследования, распространения и использования/применения. Она относится к применению знаний, созданных, адапти-

рованных и распространенных исследователем, а также полученных и принятых пользователем для достижения конкретных целей и задач. Это сложный процесс, включающий политические, организационные, социально-экономические и поведенческие факторы в дополнение к знаниям. Это также область исследований, связанная с факторами, которые объясняют использование научных и технических знаний лицами, принимающими решения, и теми, кто занимается профессиональной практикой [5]. Это происходит на любом уровне организации, сверху донизу. В настоящее время исследователи признают использование знаний как сложный процесс, включающий отдельных лиц, организации и общества, а также политические, социально-экономические, психологические и другие ситуативные факторы [5].

Процессы использования, создания, хранения, передачи знаний определяют необходимость изучения условий, способствующих таким процессам. Таковой выступает среда для принятия управленческих решений, элементами которого являются люди, культура, структуры, экология, преобразования [19, с. 119]. Организационные структуры также представляют емкости для сохранения знаний, часто выполняя формальное и неформальное кодирование правильного поведения и отражая определенную последовательность взаимодействия.

Организационные знания, а именно таковыми исследователи считают коллективные знания компании, работают как личные – обеспечивают информацией действия менеджеров. При этом утверждается, что организационные знания могут быть созданы, когда организация и все ее члены воспринимают, интерпретируют, переосмысливают и обсуждают новую информацию, используя для этого системы, структуру и культуру, инициированные благодаря действиям менеджеров [20, с. 122].

Развитие организации является успешной только при условии привлече-

ния и эффективного использования всех необходимых ресурсов, при этом важным методологическим вопросом является оценка ресурсных потребностей организации. В отличие от традиционных материальных ресурсов сама возможность оценивания такого ресурса, как «знание», является дискуссионной.

Это «бесценные» знания в прямом смысле слова. Затраты на создание таких знаний очень сложно оценить. Поскольку, с одной стороны, наблюдается тенденция к самоприращению знаний, т. е. прирост знаний, опережающий относительно прироста затрат на них, с другой – знания стареют под влиянием научно-технического прогресса и теряются вследствие естественной предрасположенности человека к забыванию.

Знания не имеют материальной субстанции – это, прежде всего, идеи. Нематериальная, неосязаемая природа знаний уменьшает маневренность управления им со стороны руководства предприятия. Знаниям присущи такие черты, как постоянное развитие, накопление, сочетание материальной и нематериальной природы, не характерные для физического и финансового капитала.

Накопление знаний, как и других видов капитальных активов, происходит в результате экономии на текущем потреблении. Иными словами, источником роста объема знаний являются сбережения. Работник, продолжая свое обучение или повышение, воздерживается от потребления определенного количества благ в текущем периоде ради инвестиций в свое образование, тем самым накапливая как собственный багаж знаний, так и багаж знаний предприятия за счет формирования рационализаторских предложений, создания инновационных разработок, ноу-хау и т. д.

Оценка знаний невозможна на основе количественно-ценовых их параметров, «следует учитывать целый ряд качественных характеристик, таких как уникальность, глубина, своевремен-

ность и т. д.» [20]. Все это подводит к мнению о целесообразности применения методов экспертных оценок. Причем такие методы могут применяться в процессе оценки как всего комплекса знаний организации, так и пригодности конкретных идей к использованию в качестве ресурса, например инновационной деятельности компании.

В пользу оценки идеи свидетельствует затратность процесса разработки

новой продукции и так называемой рыночной проверки ее коммерческой ценности на предприятии. Поэтому успешность идеи целесообразно оценивать на ранних стадиях бизнес-цикла. Логику постепенного отбора (скрининга) из множества «незрелых» идей, наиболее пригодную для воплощения предприятием, иллюстрирует модель «Лейка» Уилрайта-Кларка (рис. 2).

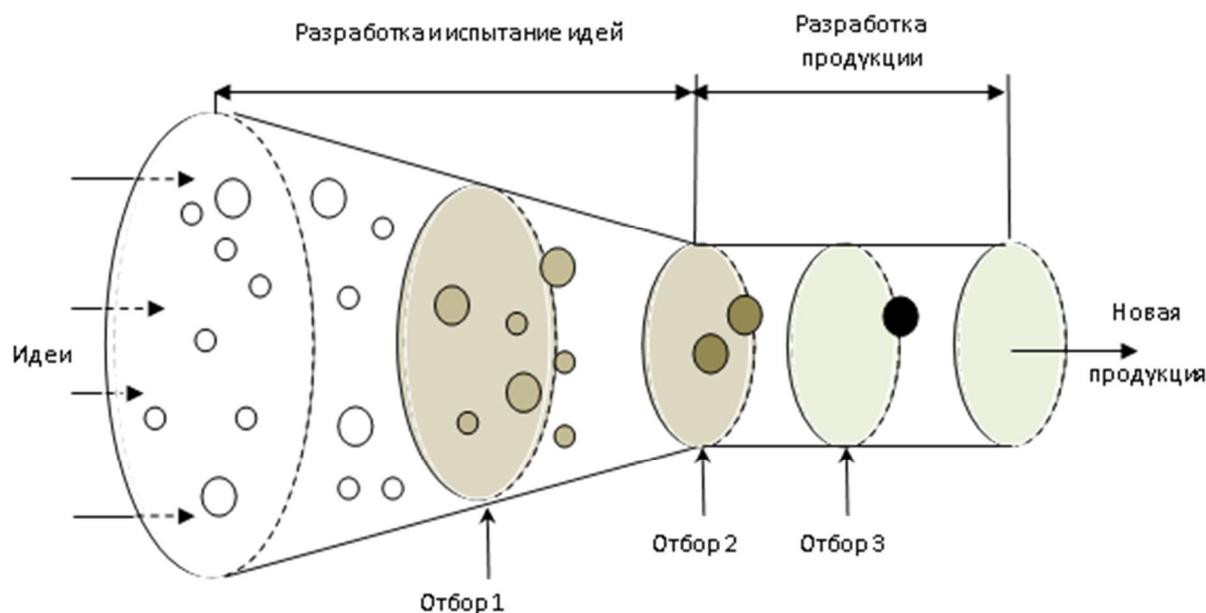


Рис. 2. Модель скрининга идей «Лейка» Уилрайта-Кларка [21]

Эффективное управление в свете данной модели представляется как процесс расширения входа лейки и сужения ее горловины. Первое требует от предприятия увеличения базы знаний и доступа к информации для генерации большего количества новых идей продуктов и процессов, второе – эффективность процесса отбора идей соответственно к технологическим и финансовым ресурсам и стратегическим целям предприятия.

Результаты процесса скрининга идей представляют собой их балльную оценку, которая в дальнейшем может быть превращена в пункт рейтинга.

Сам процесс оценки является вариативным и находит широкое отражение в отечественных теоретико-прикладных исследованиях. Как правило, процесс разработки нового продукта продвигается от креативной генерации идей к количественной их оценке на завершающей стадии разработок [22].

Поскольку знания не имеют материальной формы, то продать или купить их без определенного «носителя знаний» невозможно.

Попытки оценить стоимость знаний прямыми методами основываются, как правило, на чисто прикладном понимании знаний, воплощении их в конкретном

интеллектуальном продукте. Иногда сто отождествляется с оценкой нематериальных активов (табл. 1).
прямая стоимостная оценка знаний про-

Таблица 1. Методы стоимостного оценивания ресурса «знание»
(как нематериальных активов)

Метод (содержательное описание и условия использования)	Недостатки метода и ограничения по применению
Рыночный метод – определение стоимости нематериальных активов по сравнению с рыночной стоимостью аналогичных активов, установленной в ходе операций их купли-продажи	Метод мало пригоден для оценки знаний как нематериальных активов, поскольку: 1) НА по определению является уникальным, т. е. почти невозможно найти подобную рыночную операцию как объект сравнения; 2) критерии продажи объектов интеллектуальной собственности еще недостаточно разработанные; 3) продажа в большинстве случаев является лишь незначительной составляющей большой операции, подробности которой могут остаться конфиденциальными
Затратный метод (метод «стоимости замещение») — основывается на предположении о существовании взаимосвязи между рыночной стоимостью и затратами на создание актива; соответственно стоимость нематериального актива определяется как сумма затрат на его создание	Метод ограничен пригодным к использованию, поскольку результирующая оценка может существенно отличаться от рыночной цены: – игнорируется влияние изменения стоимости денег во времени; – не учитывает расходы на содержание нематериального актива
Доходный метод – оценка стоимости нематериального актива на основе его способности генерировать выгоды: – капитализация исторических доходов; – определение стоимости нематериального актива путем умножения исторической прибыли от использования актива на коэффициент, определяющийся по ряду факторов (лидерство бренда, стабильность рыночной позиции, тенденция доходности, доля рынка и его интернациональность, рекламная поддержка); – оценка разницы в доходах – стоимость нематериального актива определяется на основе разницы в цене патентованного продукта и без марочного (брендового) названия; – освобождение от роялти (базируется на капитализации потока роялти, отражает взаимосвязь между риском и доходностью инвестирования в данный нематериальный актив)	Основной недостаток метода капитализации исторических прибылей – ориентация на ретроспективу и игнорирование влияния факторов будущего на прибыльность использования нематериальных активов. Недостатком метода определения стоимости нематериального актива на основе оценки разницы в прибылях есть сложность обнаружения родовых эквивалентов для патентов

Сама оценка ресурса «знания» может рассматриваться в контексте управления персоналом, поскольку они не подлежат отделению от носителя – человека. Совершенствуя свои способности с учетом имеющегося опыта, предприятие рассматривается как самообучающаяся организация.

Самообучающиеся организации обладают особой корпоративной культурой – культурой знаний [20]. Такая культура обладает следующими особенностями:

1. Свободное движение информации как по горизонтали (между подразделениями), так и по вертикали (от руковод-

ства к подчиненным и в обратном направлении). Разумеется, с учетом ограничений, связанных с политикой информационной безопасности [20].

2. Отсутствие технических и социально-культурных барьеров обмена знаниями.

3. Создание атмосферы, побуждающей к экспериментированию.

4. Возможность регулярного получения сотрудниками обратной связи о своем труде.

5. Поощрение тех, кто вносит наибольший вклад в развитие знаний. Внедрение инструментов управления знаниями, которые упрощают процесс получения признания, может побудить больше людей вносить свой вклад в развитие знаний.

6. Сотрудники, использующие приобретенные знания в своей работе, получают ряд преимуществ в плане производительности, точности, принятия решений и становятся более инновационными.

Компаниям, желающим развивать в себе такую культуру, приходится приложить к этому определенные усилия, так как смена культуры – это медленный и сложный процесс.

Таким образом, в целях обеспечения жизнеспособности и устойчивости на рынке, формирования устойчивых конкурентных преимуществ современное предприятие в условиях постоянных сдвигов в направлении информатизации и интеллектуализации процессов труда вынуждено формировать системы управления не только своими материальными ресурсами, но и интеллектуальными. Такие ресурсы специфичны, поэтому требуют особых подходов и механизмов управления. Игнорирование этих аспектов приводит к снижению эффективности функционирования предприятия, поскольку без управления знаниями как интеллектуальными ресурсами предприятие теряет потенци-

альные выгоды от их использования, а следовательно, дополнительные выгоды, как экономические, так и социально-экономические.

Выводы

Конкурентоспособность организаций в условиях информационной экономики основывается на высокоэффективном использовании как материальных, так и нематериальных ресурсов. Поэтому для эффективного ведения хозяйственной деятельности организации необходимо формирование и постоянное накопление знаний как ее интеллектуального капитала. Знания организации являются ее информационным ресурсом, приобретающим стратегическую ценность при принятии стратегических решений в процессах разработки инновационных продуктов и технологий, создания стратегической компетентности и конкурентных преимуществ на рынке, построения и использования новых организационных моделей сотрудничества, накопления и передачи опыта.

Непосредственное влияние управления знаниями на экономическое развитие и рост прибыльности предприятий способствует поиску и развитию новых технологий, уменьшает барьеры между разными бизнес-процессами. Ценя и развивая свои внутренние знания, компании не только решают текущие проблемы, но и закладывают основу для будущего успеха. Эти передовые методы, если применять их с дальновидностью и целеустремленностью, способны преобразовать организации, сделав их более устойчивыми, инновационными и готовыми к росту.

Рассмотрение знаний как стратегических ресурсов однозначно переносит упор на исследование особенностей функционирования предприятия по минимизации затрат на максимизацию ценности.

Список литературы

1. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. М.: Вильямс, 2004. 272 с.
2. Prusak L. Where Did Knowledge Management Come From? // IBM Systems Journal. 2001. N 40(4). P. 1002-1007.
3. Грицанов А. А., Можейко М. А., Румянцева Т. Г. Новейший философский словарь. Минск: Интерпрессервис, Книжный Дом, 2001. 280 с.
4. Нонака И., Такеучи Х. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах. М.: Олимп-Бизнес, 2011. 384 с.
5. Haradhan K. M. The Roles of Knowledge Management for the Development of Organizations // Journal of Scientific Achievements. 2017. N 2. P. 1-27.
6. Šajeva S. The analysis of key elements of socio-technical knowledge management system // Economics & Management. 2010. P. 765-774.
7. Букович У., Уильямс Р. Управление знаниями: руководство к действию. М.: ИНФРА-М, 2002. 304 с.
8. Морковкин Д. Е. Организационное проектирование системы управления знаниями // Образовательные ресурсы и технологии. 2013. № 2(3). С. 74-80.
9. Зотова А. С., Тимощук Н. А. Особенности формирования системы управления знаниями в организации // Основы Основы экономики управления и права. 2013. № 2 (8). С. 60-63.
10. Тузовский А. Ф., Васильев И. А., Усов В. М. Программная реализация основных компонент информационно-программного обеспечения системы управления знаниями // Известия Томского политехнического университета. 2004. Т. 307, № 7. С. 116-122.
11. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах. М.: Советское Радио, 1974. 272 с.
12. Стратегическая гибкость / Г. Хэмел, К. Прахалад, Г. Томас, Д. О'нил. СПб.: Питер, 2005. 384 с.
13. Беляева И. Ю. Корпоративные стратегии и технологии в условиях глобальных вызовов: монография / под редакцией И. Ю. Беляевой, О. В. Даниловой. М.: КНОРУС, 2021. 512 с.
14. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер, 1999. 416 с.
15. Hansen M., Nohria N., Tierney T. What's Your Strategy for Managing Knowledge? // Harvard Business Review. 1999. N 77(2). P. 106-116.
16. Davenport T. H., de Long D., Beers M. Successful Knowledge Management Projects // Sloan Management Review. 1998. N 39(2). P. 43-57.
17. Bukowitz W. R., Williams R. L. The Knowledge Management Fieldbook Upper Saddle River. New York: Financial Times, Prentice Hall, 1999. 456 p.
18. Wiig K. M. Integrating Intellectual Capital and Knowledge Management // Long Range Planning. 1997. N 30(3). P. 399-405.
19. Халафян А. А. STATISTICA 6. Статистический анализ данных. 3-е изд. М.: Бинном-Пресс, 2007. 512 с.
20. Ходкинсон Дж. П., Сперроу П. Р. Компетентная организация: психологический анализ процесса стратегического менеджмента. Харьков: Гуманитарный Центр, 2007. 392 с.
21. Wheelwright S. C., Clark K. B. Revolutionizing product development: Quantum leaps in speed, efficiency and quality. New York: The Free Press, 1992. 322 p.
22. Спицына А. О., Черкашин М. Д. Креативность как атрибут нового среднего класса // Актуальные проблемы социально-гуманитарного и научно-технического знания. 2015. № 1 (4). С. 80-82.

References

1. Drucker P.F. Management Challenges in the 21st Century. Moscow: Vil'yams; 2004. 272 p. (In Russ.)
2. Prusak L. Where Did Knowledge Management Come From? *IBM Systems Journal*. 2001;(40):1002-1007.
3. Gritsanov A.A., Mozheiko M.A., Rumyantseva T.G. The Newest Philosophical Dictionary. Minsk: Knizhnyy Dom; 2001. 280 p. (In Russ.)
4. Nonaka I., Takeuchi Kh. Company – creator of knowledge. The origin and development of innovations in Japanese firms. Moscow: Olimp-Biznes; 2011. 384 p. (In Russ.)
5. Haradhan K.M. The Roles of Knowledge Management for the Development of Organizations. *Journal of Scientific Achievements*. 2017;(2):1-27.
6. Šajeva S. The analysis of key elements of socio-technical knowledge management system. *Economics & Management*. 2010:765-774.
7. Bukovich U., Uil'yams R. Knowledge Management: A Guide to Action. Moscow: INFRA-M; 2002. 304 p. (In Russ.)
8. Morkovkin D.E. Organizational design of knowledge management system. *Obrazovatel'nyye resursy i tekhnologii = Educational Resources and Technologies*. 2013;(2):74-80. (In Russ.)
9. Zotova A.S., Timoshchuk N.A. Features of the formation of a knowledge management system in an organization *Osnovy Osnovy ekonomiki upravleniya i prava = Fundamentals of Economics Management and Law*. 2013;(2):60-63. (In Russ.)
10. Tuzovskiy A.F., Vasil'yev I.A., Usov V.M. oftware implementation of the main components of information and software support for the knowledge management system. *Izvestiya Tomskogo politekhnicheskogo universiteta = Proceedings of Tomsk Polytechnic University*. 2004;307(7):116-122. (In Russ.)
11. Akoff R., Emeri F. On goal-oriented systems. Moscow: Sovetskoe Radio; 1974. 272 p. (In Russ.)
12. Khemel G., Prakhlad K., Tomas G., O'nil D. Strategic Flexibility. St. Petersburg: Piter; 2005. 384 p. (In Russ.)
13. Belyaeva I.Yu. Corporate strategies and technologies in the context of global challenges. Moscow: KNORUS; 2021. 512 p. (In Russ.)
14. Ansoff I. New corporate strategy. St. Petersburg: Piter; 1999. 416 p. (In Russ.)
15. Hansen M., Nohria N., Tierney T. What's Your Strategy for Managing Knowledge? *Harvard Business Review*. 1999;(77):106-116.
16. Davenport T.H., de Long D., Beers M. Successful Knowledge Management Projects. *Sloan Management Review*. 1998;(39):43-57.
17. Bukowitz W.R., Williams R.L. The Knowledge Management Fieldbook Upper Saddle River. New York: Financial Times, Prentice Hall; 1999. 456 p.
18. Wiig K.M. Integrating Intellectual Capital and Knowledge Management. *Long Range Planning*. 1997;(30):399-405.
19. Khalafyan A.A. STATISTICA 6. Statistical analysis of data. 3rd ed. Moscow: Binom-Press; 2007. 512 p. (In Russ.)
20. Khodkinson Dzh. P., Sperrou P.R. Competent organization: psychological analysis of the strategic management process. Kharkov: Gumanitarnyy Tsentr; 2007. 392 p. (In Russ.)
21. Wheelwright S.C., Clark K.B. Revolutionizing product development: Quantum leaps in speed, efficiency and quality. New York: The Free Press; 1992. 322 p.

22. Spitsyna A.O., Cherkashin M.D. Creativity as an attribute of the new middle class. *Aktual'nyye problemy sotsial'no-gumanitarnogo i nauchno-tehnicheskogo znaniya = Actual Problems of Socio-Humanitarian and Scientific-Technical Knowledge*. 2015;(1):80-82. (In Russ.)

Информация об авторах / Information about the Authors

Килимова Людмила Викторовна, кандидат социологических наук, заведующий кафедрой философии и социологии, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: lyuda-klv@yandex.ru, ORCID: 0000-0001-8764-1641

Lyudmila V. Kilimova, Candidate of Sciences (Sociology), Head of the Department of Philosophy and Sociology, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: lyuda-klv@yandex.ru, ORCID: 0000-0001-8764-1641

Черкашин Михаил Дмитриевич, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и социологии, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: cherkashin07@mail.ru, ORCID: 0000-0001-6972-2579

Mikhail D. Cherkashin, Candidate of Sciences (Philosophy), Associate Professor of the Department of Philosophy and Sociology, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: cherkashin07@mail.ru, ORCID: 0000-0001-6972-2579

Спицына Анна Олеговна, кандидат философских наук, доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, Курский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: spicyna1984@mail.ru

Anna O. Spicyna, Candidate of Sciences (Philosophy), Associate Professor of the Department of Humanitarian and Socio-Economic Disciplines, Kursk Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Kursk, Russian Federation, e-mail: spicyna1984@mail.ru.