

# СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА

---

## РОЛЬ КОРПОРАТИВНЫХ ЗНАНИЙ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЕ ЭКОНОМИКИ

**КОЧЕТОВА ДАРИНА АНДРЕЕВНА**

*магистрант Саратовского социально-экономического института (филиал)  
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В.Плеханова»,  
Саратов, Россия*

**Email: 9033814129@mail.ru**

### АННОТАЦИЯ

В настоящее время корпоративный сектор экономики претерпевает серьёзные изменения в условиях экономики. Институциональные инновации внедряются во все сферы функционирования корпораций. В данной статье описываются особенности управления институциональными инновациями в сфере производства, распространения и использования корпоративных знаний.

**Ключевые слова:** корпорация, знания, рынки знаний, корпоративные знания, институт, институциональные инновации.

## ROLE OF CORPORATIVE KNOWLEDGE IN THE INSTITUTIONAL STRUCTURE OF THE ECONOMY

**DARINA KOCHETOVA**

*graduate student of the Saratov Social and Economic Institute (branch) «Plekhanov  
Russian Economic University», Saratov, Russia*

**Email: 9033814129@mail.ru**

### ABSTRACT

At present, the corporate sector of the economy is undergoing serious changes in the economy. Institutional innovations emerges in all spheres of the functioning of corporations. This article describes the features of managing institutional innovations in the production, distribution and use of corporate knowledge.

**Keywords:** corporation, knowledge, knowledge markets, corporate knowledge, institution, institutional innovation.

Современные корпорации, которые действуют в условиях высокой конкуренции и глобализации экономики, должны эффективно организовывать свои бизнес-процессы. Новый тип экономики – экономика знаний – диктует новые правила игры экономических агентов. Под экономикой, основанной на знаниях, можно понимать экономику, в которой основным фактором экономического роста является создание, использование и распространение знаний. Знание, в свою очередь, определяется как систематизированная и структурированная информация, которая предназначена для решения определённых задач. [6]

Важнейшим ресурсом современных компаний,

повышающим их инвестиционную привлекательность и конкурентоспособность, выступают корпоративные знания. Они представляют собой знания, которые создаются, приобретаются, используются и распространяются корпорацией для решения поставленных перед ней задач и достижения целей. В условиях экономики, основанной на знаниях, корпоративные знания становятся одним из элементов ресурсной системы компании (Рис. 1) [5]. Но, в отличие от традиционных ресурсов (труд, земля, капитал, предпринимательские способности) данный ресурс является внутренним и не подвержен каким-либо изменениям конъюнктуры рынка.

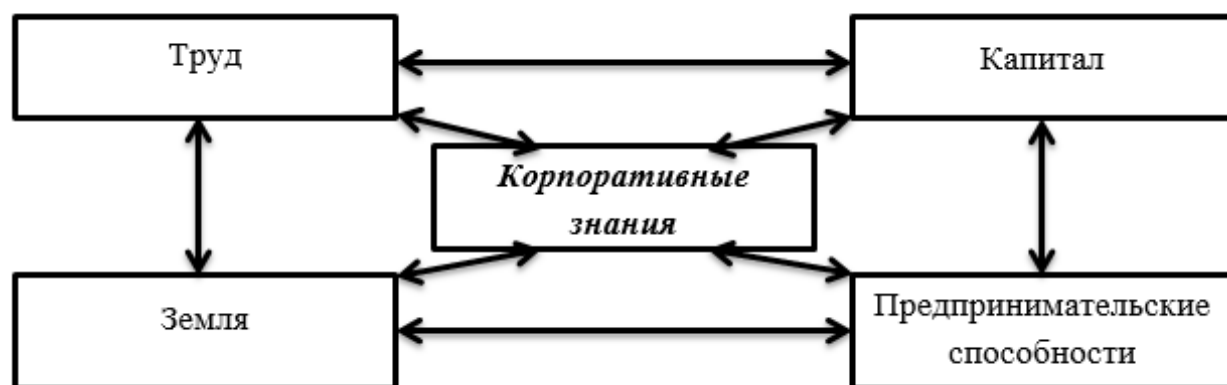


Рис. 1. Ресурсная система предприятия в условиях экономики знаний

Корпоративные знания можно классифицировать следующим образом:

- Знание о бизнес-процессах компании, включающие производственно-технологическую информацию и соответствующую финансовую, юридическую,

- справочную документацию, а также опыт и навыки персонала.
- Знание корпоративной культуры, содержащее знание о принципах межличностных взаимодействий сотрудников и стандартах взаимодействия сотрудников с клиентами компании.

- Знания внешней среды компании, к которым можно отнести знания о сегментах рынка, которые затрагиваются компанией в процессе осуществления деятельности, и о ситуации на рынке в целом, знание законодательной среды, политической ситуации в мире, а также информацию о конкурентах, партнёрах и потребителях.
- Навыки использования информационных технологий, необходимых для обеспечения большинства бизнес-процессов.
- Личные знания сотрудников, которые включают в себя различные компетенции, непосредственно используемые работниками, а также информацию, которая может косвенно влиять на их работу. [1]

Корпоративные знания состоят из двух элементов. Первый – рутинные знания, представляющие собой устоявшиеся знания фирмы, используемые фирмой в повседневной деятельности. Они являются стереотипами поведения, снижающими транзакционные издержки и облегчающими выбор в условиях неопределённости. Вторым элементом – инновационные знания, сочетающие в себе все новые знания, создаваемые фирмой или

привлекаемые извне. С одной стороны, они делают организацию в некотором роде монополистом, так как являются интерспецифическим ресурсом. С другой стороны, они способствуют росту риска неопределённости, транзакционных издержек и вероятности возникновения оппортунистического поведения, что приводит в итоге к повышению уязвимости фирмы. В любой корпорации существуют механизмы отбора корпоративных знаний, после которого часть инновационных знаний становятся рутинными, оставаясь внутри корпорации, а часть экспортируется во внешнюю среду и приносят денежную пользу корпорации.

Существует определённая институциональная модель производства и управления корпоративными знаниями корпорации. В ней можно выделить группы институтов в зависимости от потребностей организации при решении производственных задач:

- Институт производства новых знаний
- Институт использования знаний
- Институт распространения знаний
- Институт отношений с контрагентами
- Институт преобразования знаний
- Институт управления знаниями
- Институт влияния внешней среды
- Институт экспорта-импорта знаний
- Институт оценки рисков генерации знаний

• Институт оценки добросовестности участников контрактных отношений

Все вышеперечисленные институты взаимосвязаны между собой. Они активно взаимодействуют как с внутренней, так и с внешней средой (Рис. 2). [3] Особую роль в этом взаимодействии играет институт управления знаниями.

Все процессы производства и применения знаний внутри корпорации можно разделить на несколько этапов: во-первых, непосредственно производство

инновационных знаний компании; во-вторых, анализ применимости этих знаний; в-третьих, перевод инновационных знаний, от которых возможно получить положительный эффект, в разряд рутинных, или экспорт во внешнюю среду невостребованных инновационных знаний на возмездной основе. Импорт новых знаний производится в том случае, если компания не в состоянии самостоятельно производить какие-либо знания, или издержки на их производства выше приносимой ими выгоды.

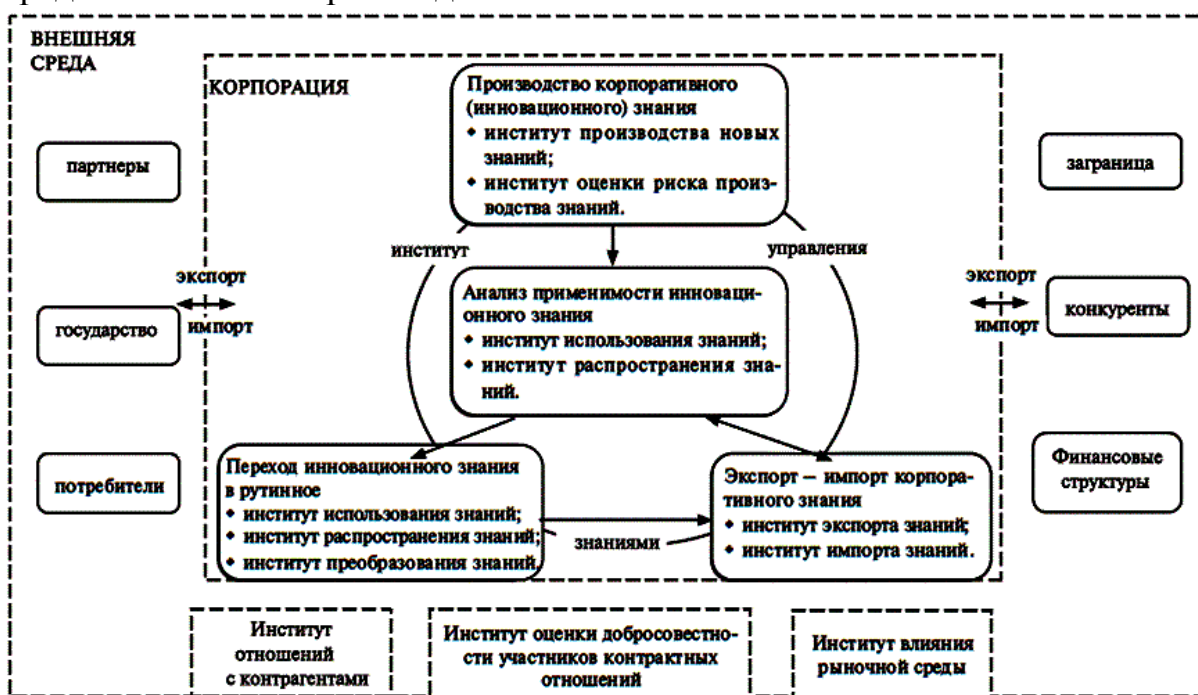


Рис. 2. Модель производства и управления корпоративным знанием фирмы

В условиях экономики знаний меняется структура предприятий. Институциональной инновацией являются новые отдельные подразделения, отвечающие непосредственно за производство новых знаний. Коллективная ответственность в данном случае упрощает решение проблемы производства знаний для удовлетворения потребностей

корпорации, а также снижаются издержки, связанные с производством новых знаний. Совместная работа рассматривается в управлении знаниями как эффективный инструмент, который позволяет развивать мыслительные способности людей, способствуют генерации идей, увеличивают возможности обучения, обмена знаниями и опытом.

В настоящее время среди современных корпораций распространяется практика использования различных сетевых коммуникаций, представляющих собой совокупность каналов передачи информации и процессов межличностного взаимодействия и общения. Интерактивность новых веб-сервисов позволяет компаниям эффективно использовать их для поддержки совместной работы в системе управления знаниями, привлекая к сотрудничеству пользователей сети, тем самым расширяя поле для совместной деятельности. Поэтому компании активно создают сетевые сообщества, используя дискуссионные форумы, блоги, чаты, проводят веб-семинары и веб-конференции, используют социальные сети, которые позволяют общаться с пользователями в режиме онлайн.

Сообщества представляют собой сети, объединяющие людей на основе общих интересов, увлечений, профессиональных знаний, навыков и умений, областей деятельности и тому подобное. Можно выделить два основных вида сообществ: корпоративные и межкорпоративные. Корпоративные сообщества, в свою очередь, могут быть малыми и крупными. Малые объединяют специалистов, занимающихся внутри корпорации одним видом деятельности, или специалистов разного профиля, работающих над решением одной общей задачи. Крупные сообщества обычно являются профессиональными, объединяющими в рамках одной

компании людей, занятых одним видом деятельности. Также существуют внешние корпоративные сообщества, например, сообщество брендов, сообщество клиентов. Межкорпоративные сообщества объединяют людей из разных организации, имеющих общий интерес к какой-либо области знаний или проблеме. Сообщества играют важную роль в производстве, накоплении и сохранении знаний, а также обеспечении доступа к ним всех заинтересованных людей.

Электронный форум является классическим интернет-ресурсом, который используется людьми, объединёнными общими интересами, взглядами или увлечениями для дискуссий на различные темы. Корпорации активно используют форум, который часто становится центром многих сообществ, предлагая свои темы для обсуждения, становятся участниками дискуссий, делятся знаниями с участниками форума, отвечают на вопросы, оказывают помощь.

Корпоративные блоги, создаваемые в компаниях, представляют собой периодически обновляемые интернет-дневники, в которых появляются сообщения на различные темы. Блоги как новый способ развития отношений позволяют расширять взаимодействие с клиентами, обеспечивать быструю обратную связь, укреплять их доверие и лояльность, улучшать репутацию. Также блоги используются для получения знаний о клиентах, их обучения, вовлечения в процесс



разработки решений, связанных с улучшением продуктов, дизайна и так далее.

Социальные сети на данном момент являются значимыми источниками информации в режиме онлайн. Поэтому они всё чаще используются компаниями как для решения своих маркетинговых задач (продвижение новых продуктов, проведение промо-акций, интернет-реклама), так и в управлении знаниями. Меняется парадигма управления знаниями: целенаправленное вмешательство заменяется поддержанием естественных процессов обмена знаниями, происходящих в сети. Появляются новые веб-сервисы (корпоративная адресная книга, вики и другие), являющиеся эффективными инструментами обмена и социализации знаний.

Ещё одним современным методом управления знаниями является краудсорсинг. Данный термин можно определить не только как сетевую модель, позволяющую объединить для решения задач компании творческий потенциал пользователей глобальной сети, но и как передачу задания по созданию новых знаний в форме открытого предложения многочисленной группе людей, которые участвуют в этом процессе, используя интернет-технологии. [4]

Развитие экономики, основанной на знаниях, ведёт не только к распространению различных сетевых коммуникаций и появлению всё большего числа способов генерации и управления знаниями в корпорациях, но и к изменениям в самой структуре

рыночной экономики. В настоящее время, наряду с ранее существовавшими рынками товаров и услуг, рабочей силы, финансов и другими, появились рынки знаний, интенсивно растущие и оказывающие всё большее влияние на различные социально-экономические процессы.

Спецификой рынков знаний является трудность отделения знания от его носителя, то есть, совершая акт купли-продажи, часто невозможно отделить знание от какой-либо услуги. В большей степени это касается информационных, образовательных и консалтинговых услуг. Фактически, рынок консалтинговых услуг – это рынок профессиональных знаний и умений. Таким образом, происходит слияние рынков знаний с рынками товаров и услуг.

Невозможно отделить рынки знаний и от рынка рабочей силы. Предлагая свои услуги, квалифицированный специалист в действительности предлагает свои знания в определённой области. Таким образом, нанимая сотрудника, работодатель определённым образом арендует его знания. Аренда, в данном случае, более подходящее описание данного процесса, чем покупка, так как при увольнении сотрудник уйдёт вместе со своими знаниями.

Ещё одной особенностью рынков знаний является то, что знания выступают не только предметом транзакций, но и средством их осуществления. Это означает, что при купле-продаже знаний нужны специфические

знания о юридически грамотном оформлении контракта, минимизации рисков при инвестициях и прочие.

Другая специфичная черта таких рынков – сложность осуществления сделок, заключающаяся в том, что продавец, чтобы продать знание, должен предложить покупателю что-то совершенно новое, чего покупатель раньше не знал. Фактически, товар и информация о нём являются одним и тем же объектом. Поэтому, в действительности, рынки знаний зависят от повторных трансакций, доверия и репутации. [2]

Рынки знания появляются в различных сферах человеческой деятельности. Существует множество способов приобрести и продать знания на рынке. Компании могут приобретать новые знания, нанимая квалифицированных сотрудников, контактируя с другими организациями, привлекая консалтинговые организации для

решения поставленных задач, а также получая консультативную помощь от поставщиков, клиентов, научных учреждений.

Итак, в условиях экономики знаний меняется структура рыночной экономики, и, в частности, корпораций. Появляются рынки знаний, обладающими своими специфическими особенностями и затрагивающие практически все трансакции. Появляются новые институты, такие как институт распространения знаний, институт преобразования знаний и другие. Вместе с тем расширяется список инструментов и методик управления знаниями, в частности, современные корпорации активно используют для этих целей различные сетевые коммуникации. Таким образом, знания в современном мире являются важнейшим элементом ресурсной системы компании и фактором её конкурентоспособности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Ахметова С.Г. Исследование систем управления: учебное пособие. – Пермь: Издательство Пермского государственного технического университета, 2010.
2. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б.З. Мильнера. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013.
3. Попов Е.В., Симахина М.О. Производство и управление корпоративным знанием фирмы // Менеджмент в России и за рубежом, № 6, - 2009.
4. Смирнова В.Г. Сетевые коммуникации в управлении знаниями: направления и перспективы использования // Управление. Научно-практический журнал, № 2 (2), - 2013.
5. Степанова Т.Е., Манохина Н.В. Экономика, основанная на знаниях. – М.: Гардарики, 2008.
6. Тихомирова Н.В., Печенкин А.Е., Павлековская И.В. Управление знаниями - ключевой элемент знаниевой экономики //Журнал «Вестник РУДН» серия «Информатизация образования», № 1 (2), - 2005.

## REFERENCES

1. Akhmetova S.G. Research of management systems: the textbook. - Perm: Publisher of the Perm State Technical University, 2010.
2. Innovative development: economy, intellectual resources, knowledge management / Ed. B.Z. Milner. - Moscow: Research Center Infra-M, 2013.
3. Popov E.V., Simakhina M.O. Production and management of corporate knowledge of the firm // Management in Russia and abroad, № 6, - 2009.
4. Smirnova V.G. Network communications in knowledge management: directions and prospects of use // Management. Scientific and practical journal, № 2 (2), - 2013.
5. Stepanova T.E., Manohina N.V. The economy based on knowledge. - Moscow: Gardariki, 2008.
6. Tikhomirova N.V., Pechenkin A.E., Pavlekovskaya I.V. Knowledge management is a key element of a knowledge economy. Journal "Vestnik PFUR" series "Informatization of education", № 1 (2), - 2005.