

ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ

В статье освещены вопросы управления знаниями и интеллектуальным капиталом как инструментом повышения конкурентоспособности организации в современной экономике, представлены элементы управления знаниями.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, управление знаниями, менеджмент знаний, человеческий капитал.

Условия экономической деятельности на современном этапе развития экономики во многом принципиально меняют факторы, способствующие успеху предприятий. Как известно, во время индустриального развития экономики продукция создавалась из комплектующих, сырья, энергии под воздействием труда работников, и именно этими составляющими определялась вновь созданная стоимость. В настоящее время же стоимость определяется в большей мере интеллектуальными ресурсами – знаниями, проявляющимися в новых продуктах, навыках, технологиях, в отношениях с потребителями.

Постиндустриальное общество отличается такой особенностью, как «большая роль» научных исследований и знаний [1, с. 69]. Главной общественной необходимостью становится потребность в знаниях, которые ученые получают в научно-исследовательских институтах и лабораториях университетов. Ведущими являются интеллектуальные и информационные технологии, а не ручной, механизированный или автоматизированный труд. На первое место в современном обществе выходит производство услуг. Количество работающих в сфере услуг превышает 50 % от всего населения. На рынке услуг доминирующей постепенно оказывается деятельность, связанная с выявлением и аккумулярованием, распространением и применением информации. В связи с расширением сферы информационной деятельности меняются и профессиональная квалификация экономически активного населения (человеческих ресурсов), образовательная структура общества, характер труда. Изменяются функции и роль исторически значимого элемента производительных сил – человека. Интеллектуальная и творческая деятельность вытесняет труд индивида, включенного в процесс производства. По этим причинам современное общество называют также информационным [2, с. 202].

В Нобелевской лекции Джорджа Дж. Стиглера «Развитие и достижение экономики» подчеркивается факт создания нового рынка: «рынка новых идей в экономике». Выход новых идей в экономике стоит дорого: чтобы изучить идею до такой степени, когда станет ясно, перспективна она или нет, требуется много и времени и умственной работы [3, с. 1].

О необходимости выхода на рынки идей в экономике, прогнозировании, оценке, идентификации и учете писали очень многие специалисты (Д. Гест, Дж. Ф. Девис,

* © Третьякова Т.И., 2013

Третьякова Тамара Игоревна (filto87@yandex.ru), кафедра национальной и мировой экономики Самарского государственного технического университета, 443100, Российская Федерация, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 244.

Р. Ланг, К. Легге, К. Миркис, Э. Петтигрю, М. Пул, О. Уильямсон, М. Уорнер, К. Хендри, Р. Шулер, Т. Шульц, К. Эрроу и др.).

Большое количество работ было посвящено проблемам управления человеческим капиталом. Ученые выделили несколько видов деятельности, имеющих решающее значение для эффективного функционирования компании. Вероятность удержаться на рынке увеличивается благодаря способности организации эффективно управлять человеческими ресурсами в процессе сохранения, привлечения, переобучения и мотивации сотрудников.

Особенно важными в последнем десятилетии эти задачи стали из-за быстро меняющихся внешних факторов, таких, как глобальная конкуренция. Однако для того чтобы трудовые ресурсы были эффективными, требуется не только эффективно осуществлять различные виды деятельности в сфере человеческих ресурсов. Для этого также необходимо, чтобы подразделения, занимающиеся в организациях человеческими ресурсами, исполняли четко определенные роли, и чтобы те, кто работает в них, обладали более широким и глубоким спектром знаний, чем требовалось раньше. Однако не меньшее значение, а в отдельных случаях и большее приобретает проблема управления структурным и потребительским интеллектуальным капиталом.

Очень близки интеллектуальному капиталу исследования в области управления знаниями. Для формирования более четкого понимания динамики и связей составляющих интеллектуального капитала необходимо иметь представление об управлении знаниями. По степени формализации знания делятся на:

- неформализованные (внутренние, имплицитные) знания, которые не выражены неким объективным образом (изложены в книгах, руководствах, лучших практиках);
- формализованные (внешние, эксплицитные) знания, которые нашли свое отражение в чем-либо объективном (инструкции, отношение клиентов к компании).

По своей природе человеческий капитал является внутренним, структурный капитал – внешним, это та часть интеллектуального капитала, которая остается в организации всегда [4].

Многие ученые, благодаря тесной взаимосвязи понятий «интеллектуальный капитал» и «знания», трактуют их как синонимы. Но знания выступают базой для формирования интеллектуального капитала. Исследования по его управлению развивались в рамках менеджмента знаний.

Менеджмент знаний – систематический процесс идентификации, использования и передачи информации и знаний, которые люди могут создавать, совершенствовать и применять. Он направлен на создание новых и более мощных конкурентных преимуществ.

Система менеджмента, являясь одной из подсистем управления предприятия, решает следующие задачи:

- сбор знаний, которыми необходимо управлять;
- структурирование и организация;
- поддержание хранилища знаний в актуальном состоянии;
- распределение знаний – доставка знаний тем потребителям, которые в них нуждаются;
- использование знаний;
- производство знаний.

Фирмы Lotus и IBM предложили свою формулу управления знаниями. Она сформулирована в трех словах: «Люди, Место и Информация» (People, Place and Things), то есть решения по управлению знаниями предполагают наличие продук-

тов, обеспечивающих поиск нужных Людей, предоставление им общедоступного виртуального пространства (Места) и обеспечение управления Информацией, которую эти люди ищут или создают. Рассмотрим более подробно использование этой формулы [5, с. 86].

С какой бы проблемой компания в целом или отдельные ее работники ни сталкивались, всегда есть люди, такие как партнеры, заказчики, коллеги и просто друзья, являющиеся экспертами по данной конкретной проблеме. В связи с этим система управления знаниями должна обеспечивать быстрый поиск эксперта в необходимой области, а также информирование о том, кто из этих экспертов в кратчайший срок может предоставить необходимую информацию для решения конкретной задачи [5, с. 86].

Возникновение и получение нового знания детерминированы сплошь и рядом пониманием скрытых и зачастую весьма субъективных восприятий и сверхразвитой интуиции, догадок индивидов от создания условий для их проверки и использования внутри учреждения. Основой в получении новых знаний для организации являются личные качества работника, его творческие способности, чувство сопричастности и единения с персоналом предприятия, его миссией и избранными стратегиями развития.

Новые знания аккумулируются и объединяются совместно со старыми для становления интеллектуального капитала организации. Иногда их называют корпоративной или институциональной памятью. Интеллектуальный капитал является наиболее высококачественным, эффективным, дорогостоящим и могущественным видом капитала.

Чтобы эффективно использовать интеллектуальный капитал, необходимо его постоянно приумножать, приобретать, обновлять. При этом необходимо отметить, что накопление, приобретение, сбор, аккумулирование знания не означают только его количественный рост, а, наоборот, выглядят, скорее, как обратный процесс — формирование строгой совокупности взаимосвязанных правил и фактов, а также избавление от излишней информации.

Одной из частей процесса приобретения знаний является их извлечение, представляющее собой деятельность по приобретению знаний, которые имеют практическое значение. Извлечение знаний можно охарактеризовать еще и как получение дополнительной ценности из имеющегося интеллектуального капитала. Данный процесс требует больше человеческих, нежели технологических, усилий. Для более глубокого понимания, какие именно знания необходимо приобретать, следует создать модель идеального образа компетентности компании.

Составной частью процедуры приобретения знаний является их извлечение, которое представляет собой деятельность по оперативному получению знаний, имеющих практическое значение. Извлечение знаний может осознаваться как добывание дополнительной ценности из уже имеющегося интеллектуального потенциала. Этот процесс требует не столько технологических, сколько человеческих усилий. Для выяснения того, какие знания необходимо приобретать, следует смоделировать идеальный образ компетентности фирмы.

Под моделированием компетентности следует понимать выявление лучших сотрудников, носителей знаний, создание образов и профилей, описывающих набор опыта, умений, знаний практического и теоретического характера, социально-психологических и личностных ценностей и качеств исполнителей, совокупности формальных документальных знаний.

Как приобретение, так и извлечение знаний осуществляются в результате дистанционного обучения. Это одно из ключевых понятий в управлении знаниями

указывает на необходимость использования совокупности современных информационных технологий, телеконференций, электронной почты, обучения с использованием Интернета и спутниковых сетей: видеоконференцсвязи; видеолекций, транслируемых через спутник; интерактивных обучающих программ с мультимедийными приложениями. Современное состояние системы образования стимулирует постоянно вести исследования по разработке и совершенствованию дистанционного обучения:

- разрабатывать методики и технологии использования дистанционного обучения в различных формах;
- вести работу по созданию электронных учебников, программ и методического обеспечения;
- создавать электронные учебно-методические материалы с использованием мультимедиа технологий;
- организовывать и проводить конференции, круглые столы и семинары с участием ведущих специалистов в области дистанционного обучения;
- создавать самостоятельные учебные подразделения.

В качестве примера по передаче опыта лучших сотрудников и системы дистанционного обучения приведем работу банка «Уралсиб».

Ежегодно банк проводит конкурс «Лучший сотрудник фронт-офиса», охватывая все регионы деятельности банка. Сотрудники фронт-офиса, решившие принять участие в соревновании и прошедшие предварительные этапы, встречаются со своими коллегами, демонстрируют знания услуг и продуктов, корпоративной культуры, а также коммуникативные умения. Этот конкурс позволяет аккумулировать все лучшие практики работы, генерировать поток идей и предложений, способствующий дальнейшему развитию банка [6].

Что касается дистанционной системы обучения, то в Уралсибе действует система обучения сотрудников на базе Корпоративного университета и семи региональных учебных центров. Каждый год тысячи сотрудников проходят курсы дистанционного обучения на учебном портале, участвуют во внутрикорпоративных и внешних профессиональных и управленческих семинарах и тренингах. Главной целью корпоративного обучения является формирование системы обмена знаниями, которая не зависит от конкретных людей и развивается как полноценный и самодостаточный организм [6].

В системе управления знаниями можно выделить несколько стратегий.

В некоторых организациях центральным звеном управления являются компьютеры. Знания строго и скрупулезно кодифицируются и заносятся в базы данных, откуда они могут быть извлечены и использованы каждым сотрудником организации. Этот подход можно воспринимать как стратегию кодификации.

Стратегия кодификации опирается на уже проверенные временем технологии выработки и идентификации, хранения и повторного использования знаний. Кодификация знаний осуществляется на основе оппозиции «люди–документы». Документы разрабатываются одними сотрудниками, отчуждаются от них, а затем повторно применяются другими.

В других организациях знания тесно связаны с людьми, их носителями. Роль компьютеров в них сводится к тому, чтобы помочь сотрудникам наладить информационно-коммуникативные связи друг с другом. Это можно пометить как стратегию персонификации. Избрание стратегии, заметим, подчинено определенным образом рыночной стратегии деятельности компании, которая зависит от того, как организация обслуживает своих клиентов, налаживает экономико-хозяйственный механизм.

Стратегия персонификации ставит акценты в управлении знаниями на диалог между специалистами, а не на процессы получения и сбора, хранения и применения объектов знания. Знание аккумулируется в головах сотрудников и передается путем «мозговых штурмов» или диалогов. Предполагается, что специалисты достигнут значительно более качественных решений проблем путем их тщательного и серьезного коллективного обсуждения или индивидуального продумывания.

Процесс аккумуляции и передачи знаний выглядит достаточно причудливым, дорогостоящим и длительным по времени. В рыночном плане стратегия персонификации ассоциируется с тактикой завоевания ограниченных количеством, лимитированных, свободных временно или случайно от конкурентов ниш. Управление персоналом строится на дотошном, кропотливом отборе уже сложившихся специалистов, обладающих аналитическими и творческими способностями. Так, в фирме *Vain* из 70 кандидатов на одно место отбирается единственный, самый потенциально одаренный. Подготовка специалистов проходит в диалоге «мастер (наставник) – ученик».

Таким образом, знания, в том числе организационные, в информационном обществе становятся составной частью интеллектуального капитала, решающим фактором в высокоэффективном экономическом развитии организации. Другими составляющими ИК являются интеллектуальная собственность, человеческие ресурсы, нематериальные активы, организационная структура, которые также характеризуются конкретными показателями экономической эффективности.

Для наиболее эффективного управления интеллектуальным капиталом в организации необходим комплексный подход. И только хорошо построенная и отлаженная система оценки и управления интеллектуальным капиталом может привести к максимизации ценности предприятия. Конечно, так как все компании имеют собственные стратегии развития, бизнес-модели, то единой системы управления интеллектуальным капиталом быть не может. Однако план действий при построении данной систем будет более или менее стандартным:

- формирование стратегии;
- определение задач, образующих стратегию;
- разработка эффективных методов оценки ключевых областей знаний;
- разработка комплекса мер для максимизации интеллектуального капитала.

Главной же целью всех усилий по управлению знаниями является создание организации как самообучающейся структуры, которая находит и накапливает, распространяет и активно использует знания в целях улучшения своей экономической деятельности.

Библиографический список

1. Социология для студентов вузов / С.И. Самыгин [и др.]. Ростов н/Д., 2008. 190 с.
2. Тютюнник В.М., Мусихина А.Ю. Роль знаний в интеллектуальном капитале информационного общества // *Перспективы науки*. 2011. № 6(21). С. 202–210
3. Графова Т.О. Организация транзакционного управленческого учета интеллектуального капитала // *Аудит и финансовый анализ*. 2011. № 2. С. 1–10.
4. Симулин А. Несколько слов об основах управления интеллектуальным капиталом. URL: <http://www.ubo.ru/articles/?id=922>.
5. Глухов В. В., Коробко С. Б., Маринина Т. В. Экономика знаний. СПб.: Питер, 2003. 528 с.
6. Официальный сайт банка «Уралсиб». URL: <http://www.bankuralsib.ru/bank/we/traditions.wbp>.

*T.I. Tretyakova****APPROACHES TO THE MANAGEMENT OF INTELLECTUAL CAPITAL**

In the article the questions of knowledge management and intellectual capital as a tool for improving the competitiveness of organization in modern economy are highlighted, the elements of knowledge management are presented.

Key words: intellectual capital, knowledge management, knowledge management, human capital.

* *Tretyakova Tamara Igorevna* (filto87@yandex.ru), the Dept. of National and World Economy, Samara State Technical University, Samara, 443100, Russian Federation.