

РЕСУРСЫ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Представлено обоснование повышения эффективности предприятия на основе использования такого ресурса как знание.

Ключевые слова: знание, конкуренция, ресурс, информационная система, человеческий капитал, компания.

I. Вступление. В последнее время появилось большое количество статей и научных исследований, касающихся управления знаниями, пожалуй, на данный момент это направление самое обсуждаемое в научном мире. Тем не менее, практически все публикации, так или иначе, связаны именно с управлением и не отвечают на вопрос с какой целью компании необходимо управлять знаниями? Причем это очень важный вопрос, т.к. создание системы управления знаниями внутри предприятия потребует большого количества ресурсов, как труда, так и капитала. Исследований отвечающих на вопрос, каким образом знания влияют на эффективность деятельности компании, практически нет. Причем исследование, которое провели Альфиревич и Рачич показало, что прямой связи между внедрением системы управления знаниями на предприятии и эффективностью его деятельности нет [4]. Компании, не управляющие своими знаниями, также добиваются успеха на рынке и на равных конкурируют с теми компаниями, которые управляют знаниями, т.к. внедрение данной системы не является панацеей.

На наш взгляд, это вызвано тем, что управление знаниями рассматриваются априори как управленческий инструмент, который помогает компании выжить в условиях гиперконкуренции. Эта категория рассматривается исключительно в рамках менеджмента, тем не менее, для понима-

ния, каким образом знания формируют устойчивое конкурентное преимущество, необходимо рассматривать знания с позиции ресурса компании.

Классификация ресурсов компании.

В рамках микроэкономики и теории фирмы виды ресурсов уже достаточно изучены. Согласно классической производственной функции, в процессе деятельности фирма располагает тремя видами ресурсов: труд, земля и капитал. При этом под производством понимается любой вид деятельности, который позволяет создать дополнительную стоимость посредством наилучшего или наиболее эффективного использования труда, земли и капитала (табл. 1).

Таблица 1

	Нематериальные	Материальные
Земля	Время; данные.	Природные ресурсы; энергия; материалы и полуфабрикаты.
Капитал	Патенты и лицензии; деловая репутация; товарные знаки; бизнес-процессы; лояльность клиентов; информация	Основные средства; незавершенное строительство; доходные вложения в материальные ценности; долгосрочные финансовые вложения; краткосрочные финансовые вложения; продукция-товар; свободные денежные средства, дебиторская задолженность; информационная база.
Капитализированный труд компетенции	Антрепренерство; знания, выраженные компетенциями - человеческий и социальный капитал (лояльность работников, корпоративная культура).	
Труд	Неквалифицированный труд	

Земля, или более широко, природные ресурсы - это природный дар, используемый нами в процессе производства. Это может быть земля, используемая под сельскохозяйственные угодья или фундаменты домов, заводов и дорог; энергетические ресурсы, снабжающие топливом наши машины и обогревающие наши жилища, и неэнергетические ресурсы, такие как медная или железная руда [1]. В современном сверхперенаселенном мире следует расширять понятие природных ресурсов, относя к ним ресурсы окружающей среды (например, чистый воздух или питьевую воду).

Труд - это *время*, затраченное людьми на производство. Тысячи профессий и задач с разным уровнем квалификации, - все это труд. Труд -

это и наиболее известный и наиболее критический из ресурсов для высокоразвитой индустриальной экономики.

Капитальные ресурсы представляют собой товары длительного использования, предназначенные для производства других товаров. К капитальным благам относятся станки, дороги, компьютеры, молотки, прокатные станы и т.д. Для экономического развития важнейшим фактором является накопление специализированных капитальных благ.

Все ресурсы компании можно классифицировать следующим образом (рис 1).

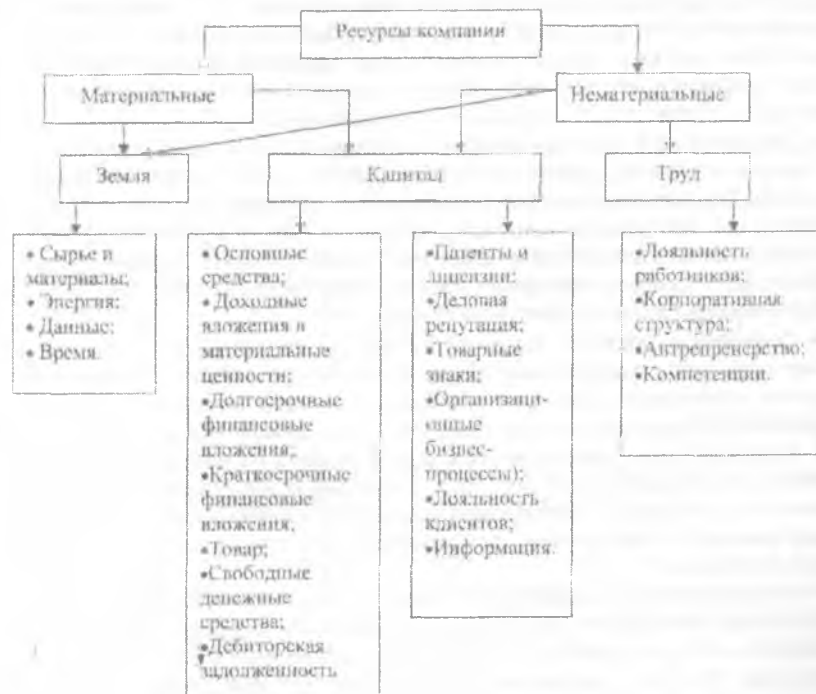


Рис. 1. Классификация ресурсов компании

Из рисунка видно, что капитал и земля имеют две составляющие - материальную и нематериальную, а труд выражен в нематериальной форме.

Знание как ресурс

Выше мы рассмотрели, что знания с позиции ресурса выражены в виде нематериального капитализированного труда и нематериального капитала. По мнению автора знания, как ресурс, выступают в виде: информационной системы, человеческого и социального капитала, антрепренерства и видения. Некоторые исследователи вводят понятие репутационного ка-

питала, под которым понимается воспринимаемая окружающими ценность капитала. Например, выпускник ОНУ им. Мечникова имеет более высокий репутационный капитал, чем выпускник регионального юридического ВУ-За. На предприятии понимание, вкладываемое в репутационный капитал выражено в виде гудвила, брэнда и других нематериальных капитальных активов, поэтому данный ресурс не имеет связи со знаниями, хотя также формируется на основе знаний.

Остановимся на каждом из ресурсов отдельно:

- Информационная система выражена преимущественно в информационной базе или репозитории знаний. На данный момент все компании внедряют универсальные информационные системы, объединяющие все представленные выше в единую структуру. Мы будем определять информационную систему, как репозитории, где хранится документированное знание (информация), при этом каждой единице информации (документу) ставится в соответствие метазнание, описывающее знание;

- Человеческий капитал выражен в знаниях работников компании, - это навыки и умения, профессиональная компетентность, знание процессов и т.д. Рост эффективности деятельности компании напрямую связан с развитием человеческого капитала, которое осуществляется через обучение. Под **человеческим капиталом** мы будем понимать глубокие и специфические профессиональные знания работников компании, формирующие эффективность деятельности компании.

- Социальный капитал выражен культурой компании и синергией от совместной деятельности работников. В последнее время особенно популярными становятся проектные команды, мозговые штурмы, совместные видеоконференции как методы решения возникающих проблемных ситуаций. Развитие коммуникационных средств вывело на новый уровень значимость социального капитала. Под социальным капиталом будет пониматься сеть экспертов, являющаяся хранилищем уникальных компетенций и информации, и метазнания, описывающие эту сеть, а также культурная среда компании.

- Антрепренерство выражается в знании о том, как наилучшим образом разместить имеющиеся в распоряжении компании ресурсы. Это предпринимательское чутье или чувство рынков, выраженных потребностями покупателей. По сути, это знание потребностей потребителей, в том числе их глубинных или исходных потребностей и знание наилучшего способа их удовлетворения с помощью имеющихся ресурсов. **Антрепренерство** - это знание о наиболее оптимальном размещении имеющихся ресурсов на целевых рынках с целью максимизации ренты на размещаемые ресурсы.

Видение представляет собой знание, точнее попытку понимания будущего, которое формируется посредством анализа ключевых тенденций, происходящих во внешней и внутренней среде компании. Видение обычно формируется через маркетинговые исследования и сценарный анализ «что... если», который также основывается на трендах или на методах прогнозирования. Видение - это уникальный ресурс, который позволяет

компании формировать потребность в ресурсах, которые понадобятся ей, чтобы оставаться конкурентоспособной в будущем и именно видение обеспечивает *устойчивость* конкурентоспособности компании. Поэтому компании необходимо тратить усилия для изучения и мониторинга ключевых трендов, как краткосрочных, так и долгосрочных. Видение - это знание компанией будущего, формирующее устойчивость ее конкурентоспособности, выражаемое в формировании потребности в ресурсах в долгосрочной перспективе.

IV. Выводы. Знания как ресурс представлены нематериальными вторичными (капитальными) активами, которые выражены:

Специфическими ресурсами - «Человеческий» и «социальный капитал», «информационная система» и «антрепренерство».

Стратегическим ресурсом - «видение».

Литература

1. Запотоцкий І.В., Захарченко В.І. *Державне регулювання регіональної економіки*. - Харків: Одіссей, 2003. - 592 с.

2. Каплан Р., Нортон Д. *Сбалансированная система показателей*. - М. Олимп-Бизнес, 2003. - 390 с.

3. Ламбен Ж.-Ж. *Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг*. - СПб: Питер, 2004. - 540 с.

4. Alfirevic N., Racic D., *Knowledge Integration as a Source of Competitive in Large Croatian Enterprises // Proceedings of I - KNOW'04 Graz, Austria, July*, - 2004.

Петренко П.С.

ИННОВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ ИНТЕГРАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА РЕГИОНА В МИРОВОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО

Аннотация. Обосновывается значение и роль малого бизнеса и его внешнеэкономическая деятельность для инновационного развития региона.

Ключевые слова: инновационная экономика, малое предпринимательство, малый бизнес, регион, международный маркетинг, ВЭД, финансирование, структура, бизнес-планирование.

I. Введение. Современные тенденции развития всемирного хозяйства обозначили новое место и нетрадиционные формы малого предпринимательства в процессах разделения труда и интеграции национальных экономик в мировое экономическое пространство: малое предпринимательство (МП) становится производительной силой «новой» инновационной экономики, что предполагает необходимость и целесообразность выработки «новой политики» государств мира в области поддержки малого бизнеса (МБ).

II. Постановка задачи. Логика данного подхода состоит в последовательном рассмотрении теоретических положений, методических подходов и инструментально-прикладных средств достижения целей интеграции МП