

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

УДК 330.1:001.9

А.В. ГРИНЬОВ, доктор економічних наук, професор
Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

О.А. КОМПАНІЄЦЬ, старший викладач
Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

ЗНАННЯ ЯК ОСНОВНИЙ РЕСУРС СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

Досліджено відмінність між знанням та інформацією. Розглянуто процес формування знань в організації. Визначено основні властивості знань як основного ресурсу в умовах постіндустріального суспільства. Уточнено значення поняття «знання» як економічної категорії.

Исследовано различие между знанием и информацией. Рассмотрен процесс формирования знаний в организации. Определены основные свойства знаний как основного ресурса в условиях постиндустриального общества. Уточнено значение понятия «знание» как экономической категории.

The difference between knowledge and information has been investigated. The process of forming of knowledge has been considered. Basic characteristics of knowledge as the most valuable resource in conditions of postindustrial society have been defined. The meaning of the concept «knowledge» as an economic category has been specified.

постіндустріальне суспільство, знання, інформація, дані, ресурс, конкурентні переваги

Сучасна економіка характеризується підвищенням частки високотехнологічних галузей у структурі ВВП та широким розповсюдженням і використанням знань, що є ознакою формування так званого постіндустріального суспільства або суспільства знань.

Термін «постіндустріалізм» був введений у науковий обіг на початку ХХ ст. ученим А. Кумарасвами, який спеціалізувався на доіндустріальному розвитку азійських країн. У сучасному значенні цей термін вперше був застосований американським соціологом Д. Пісменом у 1958 р., а широкі визнання концепція постіндустріального суспільства отримала в результаті робіт професора Гарвардського університету Деніела Бела, зокрема, після виходу в 1973 р. його книги «The coming of post-industrial society: A venture of social forecasting».

Переважає більшість дослідників називали як головні ознаки постіндустріального суспільства радикальне прискорення технічного прогресу, зниження ролі матеріального виробництва, що виражалось, зокрема, у зменшенні його

частки у сукупному суспільному продукті, розвитку сектора послуг та інформації, зміні мотивів і характеру людської діяльності, появи нового типу ресурсів, що залучаються у виробництво, суттєвій модифікації всієї соціальної структури. Одне з найбільш розгорнутих визначень постіндустріального суспільства наведено Д. Беллом: «Постіндустріальне суспільство, – пише він, – це суспільство, в економіці якого пріоритет перейшов від переважного виробництва товарів до виробництва послуг, проведення досліджень, організації системи освіти та підвищення якості життя; в якому клас технічних спеціалістів став основною професійною групою і, що найголовніше, в якому впровадження нововведень більшою мірою залежить від досягнень теоретичного знання... Постіндустріальне суспільство... передбачає виникнення інтелектуального класу, представники якого на політичному рівні є консультантами, експертами або технократами» [1, 2].

У рамках постіндустріальної теорії у розвитку цивілізації досить чітко прослі-

джуються три великі епохи, які утворюють тріаду: доіндустріальне – індустріальне – постіндустріальне суспільства.

У теорії постіндустріального суспільства технологічний прогрес та кодифікація теоретичного знання стали визначальними факторами формування нового суспільства, а еволюція людства розглядається через призму прогресу знань.

Саме отримання наукою і теоретичними знаннями якісної нової ролі в суспільстві в цілому лягло в основу технологічного зрушення, що визначило у післявоєнний період перехід від індустріальної системи до постіндустріальної. Перетворення, які нам доводиться спостерігати, торкнулися різних галузей матеріального виробництва і сфери послуг, відобразилися на структурі зайнятості та ключових характеристиках технологічних процесів і формах організації виробництва. У сучасній економіці змінюється роль факторів виробництва завдяки заміні матеріальних компонентів готового продукту інформаційними складовими. Саме на цій основі зменшується значення мінеральної сировини і праці, як базових виробничих факторів, а знання та інформація перетворюються на основний ресурс виробництва в будь-якій його формі [4].

За цих обставин нагальним для сучасних компаній стає розкриття сутності та специфічності знань як головного економічного ресурсу будь-якого підприємства.

Мета дослідження полягає у визначенні сутності поняття «знання», в тому числі як економічної категорії, та визначенні його основних характеристик як основного економічного ресурсу в умовах постіндустріального суспільства.

Для досягнення мети були визначені такі завдання:

- уточнити поняття терміна «знання»;
- розкрити відмінність між поняттями «знання» й «інформація»;
- розглянути властивості знання як основного ресурсу сучасної економіки.

Питанню визначення сутності терміна «знання», в тому числі як еконо-

мічної категорії, присвятили свої праці Пітер Друкер, Ікудзіро Нонака, Томас Девенпорт та Лоренс Прусак, Енні Брукінг, Карл Фраппаоло, Карл Віг, Петер Сенге та ін. Слід зазначити, у Західній Європі, США та Японії цьому питанню присвячено значну кількість праць. Серед російських та вітчизняних фахівців слід назвати праці Бориса Мільнера, Георгія Гольдштейна, Марини Марінічевої, Тетяни Гаврилової, Валерія Геєця, Ірини Журавковської та ін.

Аналіз літератури з цієї проблематики свідчить про наявність різних точок зору щодо визначення поняття «знання», що проявляється в різноманітності та численності його визначень (табл. 1).

Незважаючи на те, що поняттям «знання» та його змістом вчені займаються досить багато, але на сьогодні ще не сформульоване єдине наукове визначення названого поняття. Та все ж слід звернути увагу на деякі спільні риси – знання визначається як деяка вдосконалена, еволюціонована інформація.

Дискусії з приводу розмежування понять «інформації» та «знання» не припиняються, хоча про відмінність рис знання порівняно з емпіричною інформацією говорив ще Платон. Але як на практиці, так і в теоретичних дослідженнях, досить часто ці поняття використовують як взаємозамінні. Так, зокрема, Когут та Задер визначали інформацію як знання, яке може бути передане без втрати цілісності, тобто визначали її як форму знання. Виробники інформаційних технологій теж вносять певну плутанину в це питання, зводять весь процес управління знаннями лише до технологічного аспекту. Будь-яка технологія, що пов'язана з кодовою інформацією, підтримує, на їхню думку, процеси роботи зі знаннями. Проте «знання», на відміну від «інформації», завжди пов'язане з унікальністю людини, її поглядами, переконаннями та досвідом. «Інформація стає знанням, коли вона усвідомлюється людиною, стає частиною навколишнього світу, впливає на думку людини та вчинки» [10]. На думку В.Л. Іноземцева, «інформація не може бути застосована, не будучи усвідомлена, таким чином, щоб

Зміст поняття «знання»

| № з/п | Автор | Визначення поняття «знання» |
|-------|---------------------------------|--|
| 1 | П. Друкер | Інформація, яка має практичну цінність, та яка слугує для отримання конкретних результатів. Явище, коли хтось щось змінює, або стаючи причиною для дії, або роблячи людину (або установу) здатною до іншої більш ефективної діяльності [3] |
| 2 | Е. Брукінг | Сукупність систематизованої інформації і розуміння сенсу, закладеного у цій інформації [5] |
| 3 | К. Фраппаоло, Т. Коулопоулос | Інформація, що знаходиться у свідомості людей та використовується для прийняття рішення в ситуації невизначеності [6] |
| 4 | М. Марінічева | Необхідна людям інформація, яка використовується ними за певними правилами та відповідно до певних процедур з урахуванням відношення (розуміння, схвалення, ігнорування, погодженість, заперечення) людей до цієї інформації [7] |
| 5 | Т. Девенпорт, Л. Прусак | Мінлива суміш практичного досвіду, індивідуальних цінностей, контекстної інформації та інтуїції експертів, що створює основу для оцінки та об'єднання нового досвіду та нової інформації [8] |
| 6 | І. Журавковська | Необхідна інформація, використана згідно з певними правилами та з урахуванням ставлення особи, що її інтерпретує (відповідно до розуміння, досвіду, ігнорування, згоди чи незгоди) [9] |
| 7 | І. Нонака | Обґрунтовані та підтвержені вірування або переконання, які збільшують здібність будь-якого суб'єкта до ефективних дій та залежать від прихованого бачення, вражень та ідеалів співробітників. Знання – це контекстна інформація [10] |
| 8 | М. Румізен | Інформація в контексті, здатна привести до розуміння, що спонукає до дії [11] |
| 9 | У. Букович, Р. Уільямс | Це все, що має вартість для організації та укладене у працюючих у ній людях або виникає з виробничих процесів, систем та організаційної культури, включаючи знання та навички конкретних людей, норми та системи цінностей, бази даних, методології та програмне забезпечення, виробничий досвід, ліцензії тощо [12] |
| 10 | Б. Мільнер | Знання являє собою сукупність оформленого досвіду, цінностей, контекстуальної інформації, експертного розуміння, що становлять основу для оцінки й інтеграції нового досвіду й інформації [14] |

вступити в процес виробництва, вона має втратити свою об'єктивну форму і прийняти форму суб'єктивну, тобто перетворитися з інформації в знання» [15]. Карл Віг різницю між інформацією та знаннями визначив таким чином: «знання складаються з істин і уявлень, точок зору і концепцій, думок та припущень, методологій і ноу-хау. Ми накопичуємо знання, організуємо їх, інтегруємо і зберігаємо протягом довгого часу, щоб застосувати в конкретній ситуації. Інформація складається з фактів і даних; ми послідовно застосовуємо знання для інтерпретації наявної інформації для того, щоб приймати рішення» [13].

Беззаперечною є наявність тісного взаємозв'язку між поняттями «дані», «інформація» та «знання». Дж. Харрінгтон та Ф. Воул [17] дослідили цей зв'язок за допомогою моделі під назвою «етапи набуття мудрості» (рис. 1). Рух у такій моделі відбувається у бік суб'єктивізації та ускладнення, а кожна стадія включає в себе обробку і трансформацію того, що було отримано на попередній стадії, для досягнення розвитку. Дані перетворюються в інформацію, яка, у свою чергу, є свого роду «сировиною» для виготовлення знання, які, у свою чергу, стають фундаментальною основою організації будь-якого процесу. Мудрість визначається як здатність знання до багаторазо-



Рис. 1. Модель розвитку знань

вого використання у майбутніх проектах з передбачуваним результатом.

Також слід зазначити, що у визначенні значення терміна «знання» використовується підхід, в основі якого лежить уявлення про те, що знання неможливо відокремити від діяльності й те, що знання того що, хто, як, коли, де і для чого буде виконуватися дія, є найважливішим ресурсом фірми [14].

Компанії, які мають у своєму розпорядженні знання здатні не тільки використовувати його як окремий ресурс, а й можуть за його допомогою координувати використання своїх традиційних ресурсів або комбінувати їх новими та особливими способами, що може забезпечити більшу вигоду. Тобто можна зробити висновок, що знання становлять найбільш важливий ресурс, а здатність отримувати, інтегрувати, накопичувати, зберігати та застосовувати їх – найбільш важливий метод створення стабільних конкурентних переваг, навіть за інших рівних умов діяльності.

Стійкий успіх фірми залежить від наявності у неї унікальних ресурсів і організаційних здібностей (компетенцій), якими досить впевнено можна вважати саме знання, а всебічний розвиток унікальності компанії є основою для пропозиції споживачам неповторних товарів і послуг. Фактично змістом успішності стало вважатися не придушення за будь-яку ціну суперника в ринковій конкуренції, а створення власних, важко копіюваних іншими фірмами організаційних здібностей як застави лідерства в бізнесі.

Стійкість переваги, що базується на знаннях, характерна для тих організацій, які знають щось, що забезпечує можливість синергізму знань, недоступну конкурентам, оскільки чим більше

організація знає, тим більше вона може дізнатися. Нові знання інтегруються з тими, що існують в організації для розробки унікального бачення і створення нових значущіших знань. Отже, істотність знання як основи конкурентної переваги йде від знання більшого, ніж у конкурентів, за наявності тимчасових обмежень для конкурентів у досягненні такого ж рівня знань. На відміну від фізичних ресурсів знання збільшують свій економічний потенціал повернення при використанні, тобто виникає цикл, що самовідтворюється [4]. Якщо організація може ідентифікувати ті сфери діяльності, де її знання роблять їй перевагу порівняно з конкурентами, і якщо ці унікальні знання здатні забезпечити отримання ефекту, то може виникнути потужна, істотна конкурентна перевага фірми у виділених сферах.

У цьому сенсі кожній організації необхідно чітко ідентифікувати ті сфери, з яких вона може отримати необхідні знання. Розрізняють кілька сегментів як джерела знань [16]:

- знання про покупців;
- знання про конкурентів;
- знання про продукт;
- знання про процес;
- знання про фінанси;
- знання про людей.

Розглядаючи знання як найважливіший фактор виробництва, слід відзначити, що з одного боку, вони подібні до інших факторів виробництва, але в той же час мають ряд унікальних властивостей, які виділяють їх із загальної множини ресурсів.

Знання самі по собі майже ніколи не продаються та не купуються. У ролі товару є, головним чином, рішення, що отримуються за допомогою знань, збільшуючи їх вартість. Таким чином, можна

стверджувати, що цінність знання визначається цінністю рішень, при чому ці рішення, на відміну від знань як таких, можуть бути взаємозамінними.

Як економічний ресурс знання може мати різні матеріальні та нематеріальні форми існування.

Що стосується закону рідкості ресурсу, то тут теж слід відзначити певні особливості. Суть закону полягає в тому, що всі економічні ресурси мають загальну властивість – вони рідкісні, оскільки існують в обмеженій кількості. Знання ж, у разі їх використання одним суб'єктом, не виключає свого використання іншим та не передбачає зменшення його обсягу.

Закон прибутковості та граничної корисності у відношенні до знання діє така само, як і на інші економічні ресурси, тобто зростання знань приводить до зростання продуктивності праці та ефективності вкладень у певний ресурс.

Знання як головний фактор формування конкурентного потенціалу організації, можуть класифікуватися на: корінні; такі, що забезпечують успіх; інноваційні [4]. Корінні знання являють собою наявність необхідного мінімуму і їх рівень забезпечує «участь у грі». Володіння ними не може забезпечити тривалу конкурентну значущість фірми, але створює певний бар'єр входу в галузь для інших. Корінні знання зазвичай мають всі учасники галузі, і, отже, вони забезпечують певну перевагу перед фірмами, що бажають увійти до галузі.

Знання, що забезпечують успіх, забезпечують фірму конкурентним потенціалом. Фірма може мати загалом той самий рівень, кругозір або якість знань, як і її конкуренти, хоча специфічні знання можуть допомогти їй використовувати стратегію диференціації. Ці фірми можуть обрати конкуренцію за знаннями в схожій конкурентній позиції, сподіваючись, що вони знають більше конкурентів.

Інноваційні знання дають фірмі можливість лідувати в галузі. Вони часто надають фірмі можливість змінювати «правила гри».

При цьому слід пам'ятати, що знання не статичні, і те, що сьогодні є інно-

ваційним знанням завтра невідворотно стане корінним. Таким чином захист і поліпшення конкурентної позиції потребують постійного навчання і сприйняття знань. Здатність фірми навчатися, акумулювати знання з набутого досвіду може забезпечити їй стратегічну перевагу.

Спираючись на проведений вище аналіз, слід зробити висновок, що знання можна визначити як результат осмислення інформації на підставі практичного досвіду, що в контексті здійснення певного виду діяльності перетворюється на найважливіший ресурс в умовах сучасної економіки та використовується організацією для отримання стійких конкурентних переваг і, як наслідок, забезпечує максимальний результат.

Список використаної літератури

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество / Д. Белл. – М.: Академия, 1999. – 956 с.
2. Иноземцев В. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы / В. Иноземцев. – М.: Логос, 2000. – 304 с.
3. Друкер П. Посткапиталистическое общество / П. Друкер // Новая индустриальная волна на Западе. Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 70–100.
4. Гольдштейн Г.Я. Стратегический инновационный менеджмент: тенденции, технологии, практика: монография / Г.Я. Гольдштейн. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2002. – 179 с.
5. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.
6. Коулопоулос Томас М. Управление знаниями / Т.М. Коулопоулос, К. Фраппаоло. – М.: Изд-во Эксмо, 2008. – 218 с.
7. Мариничева М. Управление знаниями на 100%: Путеводитель для практиков / М. Мариничева. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 320 с.
8. Davenport T. Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know / T. Davenport, L. Prusak. – Boston:

Harvard Business School Press, 1998. – 199 с.

9. Жураковська І.С. Управління знаннями як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства в інформаційному суспільстві / І.С. Жураковська // Проблеми науки. – 2007. – № 7. – С. 24–28.

10. Нонака И. Компания – создатель знания: Управление знаниями; пер. с англ. / И. Нонака. – Альпина Бизнес Букс, 2006. – 476 с.

11. Румізен М. Управление знаниями. Полное руководство / М. Румізен. – М.: АСТ, Астрель, 2004. – 318 с.

12. Букович У. Управление знаниями: руководство к действию / У. Букович, Р. Уильямс. – М.: ИНФРА-М., 2002. – 504 с.

13. Wiig K. Knowledge Management Foundation / K. Wiig. – Arlington: Schema Press, 1993. – P. 14.

14. Мильнер Б.З. Управление знаниями в современной экономике / Б.З. Мильнер. – М.: Институт экономики РАН, 2008. – 400 с.

15. Иноземцев В. Постиндустриальная экономика и «постиндустриальное общество»: терминологические и концептуальные проблемы / В. Иноземцев // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 140–152.

16. http://www.cecsi.ru/coach/knowledge_management.html

17. Харрингтон Дж. Совершенство управления знаниями / Дж. Харрингтон, Ф. Воул; пер. с англ. А.Л. Раскина; под науч. ред. А.Б. Болдина. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2008. – 272 с.

Надійшло до редакції 14.09.2009