

Розділ 2. Міжнародні економічні відносини

УДК 330.331

КОРПОРАТИВНА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ЗНАНЬ

Бусарєва Т.Г.

*к. е.н, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки, ДВНЗ «Київський Національний Економічний Університет імені Вадима Гетьмана», м. Київ, Пр. Перемоги 54/1, 02300, Україна
тел.: (093)-401-85-96, e-mail: sutner@ukr.net,
ORCID: 0000-0003-3863-4511, DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2019-53-45-50>*

CORPORATE GLOBALIZATION OF KNOWLEDGE

Busarieva T.

*PhD, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economics
State Economic University "Kyiv National Economic University Named after Vadim Getman",
Kyiv, Av. Victory 54/1, 02300, Ukraine, tel.093-401-85-96, e-mail:sutner@ukr.net
ORCID: 0000-0003-3863-4511, DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2019-53-45-50>*

Анотація. У статті сформульовано принцип формування корпоративних знань в ТНК. Визначені економічні теорії, які сприяли розвитку корпоративних знань на сучасному етапі. Обґрунтовано, що головною особливістю економіки знань є прискорений розвиток і використання нематеріальних активів, нематеріальної середовища господарської діяльності, інтелектуальних ресурсів і технологій управління корпоративними знаннями. На початку XXI століття треба зазначити, що сучасний етап розвитку суспільства характеризується великим обсягом накопчених знань навіть у вузьких тематичних областях. Створилася цікава і парадоксальна ситуація: з одного боку, окремий індивідуум не в змозі охопити всю масу існуючих знань, з іншого боку, людство сел тоянно їх поповнює в розширенні обсязі з усе більшою швидкістю. Цим обумовлюється гостра необхідність у формуванні спеціальної методології, яка дозволить вести пошук і використання нових знань з меншими еврич тическими витратами при одночасному підвищенні ймовірності досягнення поставленої мети. Виникла потреба управління творчим потенціалом самих творців нових знань. Корпоративне знання являє собою постійно мінливе комплексне поєднання структурованого досвіду, цінностей, контекстуальних відомостей організації та служить основою для оцінки і засвоєння нового досвіду та інформації. Сформульовано стратегічні принципи та особливості корпоративних знань на сучасному етапі розвитку ТНК. Треба зазначити, що у транснаціональних компаніях система управління корпоративними знаннями є одним з важливих активів, що об'єднує бази даних, документи, політики, процедури, раніше не вивчені знання і досвід окремих співробітників. Такий підхід забезпечує сталий соціально-економічний розвиток і формує конкурентоспроможність ТНК. В умовах обмеженості ресурсів можливість впровадження системи управління знаннями в організації є її основною конкурентною перевагою. На даний момент фахівці роблять ставку на знання і їх носіїв. У зв'язку з цим широке поширення і застосування отримали технології, засновані на системі знань. Система управління знаннями є новим етапом у розвитку технології менеджменту, змінюючи етап по використанню корпоративних баз даних.

Ключові слова: корпоративні знання, корпоративна глобалізація знань, принципи корпоративних знань, теорії фірм, економіка знань, інтелектуальний капітал.

Формул: 0, рис.0, табл.0, бібл;8

Annotation. The article formulated the principle of formation of corporate knowledge in TNCs. The identified economic theories that contributed to the development of corporate knowledge at the present stage. It is substantiated that the main feature of the knowledge economy is accelerated development and use of intangible assets, intangible business environment, intellectual resources and technologies for managing corporate knowledge. At the beginning of the XXI century it should be noted that the modern stage of society's development is characterized by a large amount of accumulated knowledge, even in narrow thematic areas. This stipulates the urgent need for the formation of a special methodology that will allow the search and use of new knowledge with less heuristic costs while at the same time increasing the likelihood of achieving the goal. There was a need to manage the creative potential of the creators of new knowledge themselves. Corporate knowledge is a constantly changing complex combination of structured experience, values, contextual information of the organization and serves as the basis for assessing and assimilating new experiences and information. Strategic principles and features of corporate knowledge at the present stage of

development of TNCs are formulated. This approach ensures sustainable socio-economic development and forms the competitiveness of TNCs. In the context of resource constraints, the ability to implement a knowledge management system in the organization is its main competitive advantage. At the moment, experts are betting on knowledge and their bearers. In this regard, widespread use and application of technology based on the knowledge system. Knowledge management system is a new stage in the development of management technology, changing the stage for the use of corporate databases.

Key words: *corporate knowledge, corporate globalization of knowledge, principles of corporate knowledge, the theory of firms, knowledge economy, intellectual capital.*

Formulas: 0, fig.:0, tabl.0, bibl.:8

Постановка проблеми. Головною особливістю економіки знань є прискорений розвиток і використання нематеріальних активів, нематеріальної середовища господарської діяльності, інтелектуальних ресурсів і технологій управління корпоративними знаннями. Корпоративне знання являє собою постійно мінливе комплексне поєднання структурованого досвіду, цінностей, контекстуальних відомостей організації та служить основою для оцінки і засвоєння нового досвіду та інформації. В організаціях знання існують не тільки в документах або корпоративних сховищах, а й в напрацьованих прийомах, процесах, практиках і нормах. До теперішнього часу склалося декілька точок зору на проблему створення і управління корпоративними (організаційними) знаннями, але досить відсутні теоретичні основи становлення теорій корпоративного знання та чітко не визначена їх роль у формуванні економіки знань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковий аналіз причин становлення та розвитку світового ринку корпоративних знань та його окремі теоретичні та практичні питання досліджені в роботах: Д. Андріссена, Н. Бонтіса, С.М. Клімова, Р. Коуза, Б. Льова, Б.Б. Леонтєва, Л.І. Лукичева, Б.З. Мільнера, І.В. Проніна, Т. Стюарта, Р. Тіссена та інших. Проблеми систематизації корпоративних знань та їх класифікація, виокремлення відмінностей між категоріями “знання” та “корпоративні знання”, визначення особливостей управління корпоративними знаннями було досліджено в працях Е. Брукінг, Л.Г. Глушко, В.Ю. Зубко, Р. Каплана, А.Н. Козирева, Д. Нортон, А. Пуліка, М. Мелоуна, Л.В. Постановова, К. Свейбі,

К. Тейлора, Л. Едвінсона і інших. Однак залишаються невирішеними значна кількість наукових проблем відносно теоретичного обґрунтування причин та чинників корпоративної глобалізації знань у контексті розвитку світового ринку знань.

Не дивлячись на величезну кількість публікацій стосовно розвитку світового ринку знань, корпоратизації сучасного бізнес середовища, тенденцій розвитку економіки знань невирішеними залишаються питання щодо глобальної корпоратизації знань, що на початку ХХІ століття є однією з сучасних тенденцій розвитку світової економіки.

Формування цілей статті. Метою даної статті є визначення особливостей становлення корпоративних знань та їх роль у формуванні та розвитку економіки знань.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливістю сучасної системи управління корпоративними знаннями є націленість на рішення інтегральної задачі - досягнення ефективності, створення і стимулювання інновацій. Ключовим фактором при цьому виступає створення умов, що сприяють кращому розумінню користувачів системи управління знаннями, осмислення всього, що відбувається в організації для того, щоб в разі необхідності приймати ефективні управлінські рішення. Звідси проектування системи управління корпоративними знаннями передбачає формування стратегії компанії, спрямованої на створення умов, при яких необхідні знання можуть бути надані співробітникам своєчасно для підвищення ефективності їх роботи.

Управління корпоративними знаннями для кожної організації дає можливість:

- швидше відповідати на вимоги клієнтів за допомогою більш ефективних інноваційних рішень і перешкоджати тому, щоб клієнти шукали ці рішення у конкурентів;

- швидше втілювати інновації в нові продукти, щоб поставити їх клієнтам;

- використовувати інтелектуальні активи партнерів, здійснюючи спільну технічну, функціональну, галузеву експертизу;

- прискорювати навчання і передачу навичок серед персоналу організації;

- економити ресурси за рахунок повторного використання одного разу знайдених рішень [1].

Як зазначив Б.В. Саліхов, управління знаннями націлене на вирішення двох основних завдань - ефективність та інновації. Можливість вирішення першого завдання досягається шляхом використання знань для зростання продуктивності внаслідок збільшення швидкодії або зниження витрат. Можливість вирішення другого завдання пов'язана зі створенням нових продуктів і послуг, нових підприємств і нових бізнес-процесів, при цьому будь-який обмін знаннями може привести до інновацій.

Крім загальнотеоретичних і практичних завдань управління знаннями, виділяють наступні стратегічні завдання управління корпоративними знаннями:

- аудит і оцінка наявних ресурсів знань, їх джерел та інформаційних ресурсів корпорації;

- визначення актуальних і визначають знань та інформації для даного типу бізнесу або організації;

- визначення типу сценарію управління корпоративними знаннями;

- розробка класифікації організаційних знань;

- визначення технологічної складової проекту та вибір необхідних ІТ рішень.[2].

Таким чином, сутність управління корпоративними знаннями полягає в цілеспрямованому впливі відповідних суб'єктів управління на розвиток корпоративного людського капіталу з

метою розширеного відтворення нових знань і продуктів, що забезпечують організації стратегічні конкурентні переваги. Процес управління всім обсягом наявних і надходять в організацію знань є змістовною основою управління знаннями. У зв'язку з цим важливо визначити, яку систему управління знаннями необхідно створити і які організаційні зміни здійснити, щоб компанія могла успішно використовувати свій інтелектуальний капітал. Мова йде про те, щоб в компанії використовувалися процеси, інфраструктура і організаційні процедури, які дозволили б її співробітникам створити і використовувати корпоративну базу знань.

Різні сучасні теорії фірми надають особливого значення корпоративним знанням. Ресурсна теорія (Penrose, 1959; Wernerfelt, 1984) розглядає фірму як набір матеріальних і нематеріальних активів, до складу яких входить і знання. Grant (1996), розвиваючи ресурсний підхід, зазначив, що виробництво вимагає інтеграції спеціалізованих знань різних професіоналів, тому одним з ключових фактором продуктивності є те, наскільки ефективно фірма використовує координаційні механізми для інтеграції цих знань[3]

Відповідно до теорії навчання (Argyris & Schon, 1978) створення і використання знання на різних рівнях організації є ключовим фактором забезпечення продуктивності. Це забезпечується індивідуальними і колективними практиками, які дозволяють перетворити індивідуальне навчання в організаційний ресурс. Навчання складається з двох видів діяльності. Перший - отримання знань з метою вирішення проблем, що виникли з уже існуючих передумов, другий - це створення нових передумов (парадигм, схем, моделей і точок зору) для спростування існуючих. Argyris & Schon (1978) визначили їх як перший і другий цикли навчання.

Еволюційна теорія (Nelson & Winter, 1982) особливого значення надає рутини, які розглядає як економічний аналог генів в

біології. Рутини - це форма пам'яток організації, засіб зберігання корпоративних знань і навичок, які в даному випадку зберігаються не на рівні окремих індивідуумів, а на рівні організації.

Теорія динамічних здібностей (Teese & Pisano, 1994), яка є розширенням ресурсного підходу, зазначає, що здатність фірми навчатися важлива для виявлення змін в мінливій сучасній зовнішньому середовищі і відповідного реконфігурування внутрішніх і зовнішніх компетенцій. Ключову роль при цьому відіграють здібності фірми створювати, поширювати, інтегрувати і обмежувати імітацію активів, серед яких знання є найважливішим. Cohen & Levinthal (1990) відзначають також, що розвиток внутрішньофірмових досліджень підвищує здатність до організаційного навчання. Як правило, компанії, активно інвестують у власні НДДКР, краще сприймають знання з зовнішнього світу

З 1990-х років сформувалися два відносно незалежних напрямки досліджень ролі знання: перше пов'язане з вивченням такого феномена, як інтелектуальний капітал (ІК) організації, який розглядається в основному з економічної точки зору, друге - з управлінням знаннями (УЗ) як однієї з дисциплін загального менеджменту.

Дослідження, пов'язані з ІК, в основному фокусуються на управлінні інтелектуальними активами в стратегічній перспективі (Wiig, 1997). УЗ як управлінська дисципліна має більш операційну спрямованість, вона фокусується на процесах, пов'язаних зі створенням, придбанням і розповсюдженням знань (Wiig, 1997). Фактично обидва обговорюваних напрямки досліджень - ІК і УЗ - комплементарні і розглядають з двох позицій одну і ту ж проблему: створення та використання знань як ресурсу компанії. Надалі будемо використовувати термін «інтелектуальний капітал» як синонім «корпоративного знання» для позначення ресурсу організації, а термін «управління

знаннями» - для позначення процесів створення та № 7 (15) 2015 використання цього ресурсу. В цілому такий підхід відповідає ресурсному погляду на організацію (Massingham, 2014 року) [4].

Одне з найбільш поширених визначень структури ІК дав Stewart (1997), який виділив три компоненти: людський капітал, укладений в співробітниках; структурний капітал, що створюється на рівні організації; і споживчий капітал, яким компанія володіє спільно з споживачами і постачальниками. Всі три компоненти є комплементарними, але головну роль відіграє людський капітал. З плином часу було запропоновано ще не менше десятка способів класифікації елементів ІК (Martin-de-Castro, 2012), але більшість дослідників сходяться в тому, що він має три основних компоненти: індивідуальний, внутрішній організаційний і зовнішній організаційний [5].

Корпоративні знання як самостійна форма існування (вираження) знань на рівні корпорації мають всі характерні риси, властиві знань як ресурсу:

- вони мають відношення до даних та інформації, є похідними від них, але не завжди жорстко детерміновані, пов'язані з ними;
- генеруються тільки суб'єктами, в даному контексті - співробітниками корпорації;
- динамічні; будь-які знання мають своєю швидкістю передачі і сприйняття;
- дефіцитні, їх генерація вимагає певних витрат інтелектуальної праці, часу;
- неоднозначні в сприйнятті, так як ставляться до різних областей людської діяльності і розуміються індивідуально в силу особливостей свідомості кожного індивіда;
- володіють терміном і метою використання;
- можуть бути дуже дорогі, ціна при цьому не фіксована [6].

Корпоративні знання кожного підприємства на відміну від традиційних фундаментальних «наукових» знань дуже розрізнені і суперечливі, динамічні та

різноманітні. Однак, в своїй основі вони досить «поверхневі» і, в першу чергу, є опис різних ситуацій і сценаріїв дій, що концентрують досвід підприємства щодо вирішення виникаючих завдань. У таких великих ТНК, як IBM, Intel, науковий бюджет більше наукового бюджету всієї України, що дозволяє їм серйозно займатися формуванням і поповненням корпоративних знань, їх управлінням. Корпоративні знання забезпечують реальні конкурентні переваги корпорації на різних ринках, включаючи національний і світовий ринки.

Процес управління корпоративними знаннями включає в себе наступні основні компоненти: стимулювання приросту знань; відбір і акумулювання значних відомостей із зовнішніх по відношенню до даної організації джерел; збереження, класифікацію, трансформацію, забезпечення доступності знань; поширення та обмін знань, в тому числі в рамках організації; використання знань в ділових процесах, в тому числі при прийнятті рішень; втілення знань в продуктах, послугах, документах, базах даних, базах знань і програмному забезпеченні; оцінку знань, вимір і використання нематеріальних активів організації; захист знань [7].

Нові підходи до корпоративного управління, використання потенціалу підприємництва всередині підприємств з неминучістю ведуть до зміни організаційних структур корпорацій, виникнення нових типів структур, що дозволяють більш повно використовувати можливості творчої самореалізації працівників, внутрішньої і зовнішньої кооперації суб'єктів. Крім зазначених причин, появи нових структур сприяє виросло значення фірм-споживачів в інноваційних процесах і міжгалузевий характер сучасного етапу науково-технічного прогресу.

Таким чином, в основі створення та функціонування сучасної фірми лежать принципи постійної інноваційної орієнтації, економічно доцільною кооперації та спеціалізації, технологічної

ув'язки виробництв і видів діяльності. Це зумовлює гнучкість системи корпоративного управління і організаційних структур сучасних компаній. Як відзначають зарубіжні фахівці в галузі управління, характерною рисою останніх років і, судячи з усього, майбутнього періоду стає перехід від вузької спеціалізації до інтеграції в змісті самої управлінської діяльності. Дедалі більшого поширення набувають фірми, засновані на нових підходах до управління людськими ресурсами, що базуються на проведенні внутрішнього маркетингу.

При такому підході організаційні структури з класичних пірамідальних, характерних для епохи спеціалізації і жорсткої ієрархії, поступово перетворюються в плоскі, горизонтальні структури (корпорації), з мінімальним числом рівнів між вищим керівником і безпосередніми виконавцями, з орієнтацією на зв'язок зі споживачами [8].

Організаційна структура горизонтальної корпорації формується не по відношенню до поставленого завдання, на основі вибору функцій, а навколо процесу, з виділенням в організації кількох основних процесів, кожен з яких має специфічні цілі. Це дозволяє скоротити вертикальні зв'язки, усунути роботи, що не забезпечують створення доданої вартості. Головною властивістю організації майбутнього, як показують дослідження, стане постійне пристосування до динамічного зовнішнього середовища. На перший план вийдуть такі риси організації, як велика гнучкість, прихильність індивідуумам, переважне використання команд, висока внутрішня конкурентоспроможність, націленість на використання знань. Перераховані властивості реалізуються в країнах, що розвиваються в останні роки нових типах організаційних структур компаній.

Висновки. Виявлені фактори і результати управління корпоративними знаннями дозволяють визначити специфічну особливість терміна «управління корпоративними знаннями», який проявляється одночасно в формі

технології менеджменту та інформаційної технології. Управління знаннями як технологія менеджменту виражається в стратегіях управління організацій, що формуються для забезпечення функцій по створенню, організації, використання та підвищення кількості та якості інтелектуальних ресурсів організації. Управління знаннями як інформаційна технологія виражається в наявному організації програмному та технічному забезпеченні для реалізації завдань зберігання, пошуку, обробки, аналізу і використання документів, інформації та знань.

Література:

1. Osterwalder A. The Business Model Ontology: A Proposition in a Design Science Approach, Universite De Lausanne, Lausanne, 2004. 95 p.
2. Салихов Б. В., Нейматова Б. А. Интеллектуальное предпринимательство в управлении корпоративными знаниями. Социальная политика и социология. 2004. с. 12-14
3. Стрекалова Н. Д. Бизнес-модель как полезная концепция стратегического управления. *Проблемы современной экономики*. 2009. с. 133-137.
4. Mustafa R., Werthner H. Business Models and Business Strategy — Phenomenon of Explicitness. *International Journal of Global Business and Competitiveness*, 2018. p. 14–29.
5. Стрекалова Н. Д. Бизнес-модель как полезная концепция стратегического управления. *Проблемы современной экономики*. 2009. с. 13-17.
6. Santos J., Spector B., Van Der Heyden, L. Toward a Theory of Business Model Innovation within Incumbent Firms. USA. 2009, 132 p.
7. Linder J., Cantrell S. Changing Business Models: Surveying the Landscape. Shanghai University of Finance and Economics. 2000. p.3
8. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. М: Альпина Паблишер. 2018. 288 с.

Reference:

1. Osterwalder, A. (2004) The Business Model Ontology: A Proposition in a Design Science Approach, Universite De Lausanne, Lausanne, p. 95.
2. Salihov, B.V. Neimatova, B. A. (2004), Intellectual Entrepreneurship in Corporate Knowledge Management. Social policy and sociology, p.12-14.
3. Strekalova, N. D. (2009) “Business Model as a useful concept of strategic management”, *Problemy sovremennoy ekonomiki*, p. 133-137.
4. Mustafa R., Werthner H. (2019). Business Models and Business Strategy — Phenomenon of Explicitness. *International Journal of Global Business and Competitiveness*, p. 14–29.
5. Strekalova, N. D. (2009) “Business model as a useful concept of strategic management”, *Problemy sovremennoy ekonomiki*, p. 13-17.
6. Santos, J. Spector, B. Heyden, V. D. Toward, L. (2009) A Theory of Business Model Innovation within Incumbent Firms, USA, 132 p.
7. Linder J., Cantrell S. (2000), Changing Business Models: Surveying the Landscape. Shanghai University of Finance and Economics. p. 3
8. Osterwalder, A. Pigne, I. (2018) *Postroyeniye biznes-modeley* [Construction of business models]. Alpina Publisher, Moscow, Russia.

Стаття надійшла до редакції 22.05.2019 р.