

3. On implementation of measures to support small and medium enterprises in 2010—2013 and the main directions of development of small and medium-size business for the short-term and medium-term perspective: Report [Electronic resource]. URL: [http://smb.gov.ru/files/images/New%20\(Tanya\)/New%20\(Tanya\)/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B0%20%D0%BE%20%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B8%20%D0%9C%D0%A1%D0%9F%20%D0%B2%202010-2013%20%D0%B3%D0%B3.pdf](http://smb.gov.ru/files/images/New%20(Tanya)/New%20(Tanya)/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B0%20%D0%BE%20%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B8%20%D0%9C%D0%A1%D0%9F%20%D0%B2%202010-2013%20%D0%B3%D0%B3.pdf) (date of viewing: 03.06.2015).

4. Official site of the Federal state statistics service [Electronic resource]. URL: <http://www.gks.ru/> (date of viewing: 03.06.2015).

5. The Federal tax service of the Russian Federation [Electronic resource]. URL: www.nalog.ru (date of viewing: 03.06.2015).

6. The audit chamber of the Russian Federation [Electronic resource]. URL: www.audit.gov.ru (date of viewing: 03.06.2015).

7. Investment statement of the Governor of Ulyanovsk region for 2015 [Electronic resource]. URL: <http://asi.ru/news/26013/> (date of viewing: 03.06.2015).

8. Ulyanovsk region is among the best regions for doing business in the national ranking of «Puls of Business» // Official website of the Governor and the Government of the Ulyanovsk region [Electronic resource]. URL: <http://ulgov.ru/news/index/permlink/id/30823/> (date of viewing: 03.06.2015).

9. Elenkova I. B. Governmental support of entrepreneurship as a key condition for socio-economic development in modern conditions // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2012. № 2 (19). P. 175—178.

10. Minakov V. A. Efficiency of the state support of small business in Volgograd region // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2012. № 4 (21). P. 154—158.

11. Markina I. A. Development of small business in the region: methodological and practical aspects // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2013. № 3 (24). P. 32—34.

УДК 338.24

ББК 65.291.21

Lobyzenkova Vera Alexandrovna,
candidate of sociological sciences,
senior lecturer of the department
of humanitarian and socio-economic disciplines
of Volgograd branch of Moscow State University
of Technologies and Management
named after K. G. Razumovsky,
Svetly Yar settlement, Volgograd region,
e-mail: FeklaCat@ya.ru

Kovalenko Nadezhda Viktorovna,
candidate of political sciences, assistant professor
of the department of corporative management
of the Russian Presidential Academy
of Nation Economy and Public Administration,
Volgograd,
e-mail: nkoval12@mail.ru

Kovshikova Elena Vladimirovna,
candidate of philology sciences,
assistant professor of the department
of corporative management
of the Russian Presidential Academy
of Nation Economy and Public Administration,
Volgograd

Лобызенкова Вера Александровна,
канд. социол. наук, ст. преподаватель кафедры
гуманитарных и социально-экономических дисциплин
Волгоградского филиала
Московского государственного университета
технологий и управления им. К. Г. Разумовского,
Волгоградская обл., р. п. Светлый Яр,
e-mail: FeklaCat@ya.ru

Коваленко Надежда Викторовна,
канд. полит. наук, доцент
кафедры корпоративного управления
Волгоградского филиала
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
г. Волгоград,
e-mail: nkoval12@mail.ru

Ковшикова Елена Владимировна,
канд. филол. наук, доцент
кафедры корпоративного управления
Волгоградского филиала
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
г. Волгоград

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РОЛИ ЗНАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЙ

THEORETICAL ASPECTS OF THE ROLE OF KNOWLEDGE IN THE COMPANY MANAGEMENT

В статье проанализированы теоретические основы управления знаниями в организации. Рассмотрены современные теоретические подходы к понятию «знание». Дано авторское определение понятия «управление знанием». Охарактеризована суть значения понятия «знаниевая организация». Представлен авторский взгляд на процесс управления знани-

ями в организации. Обоснованы и предложены пути распространения знаний в организации. Выявлены организационные барьеры, сдерживающие распространение знания. Сделан вывод о том, что знание является ресурсом первостепенной важности для индивидуума, отдельной компании и экономики в целом.

The article analyzes theoretical bases of knowledge management in the organization. Modern theoretical approaches to the concept of knowledge are examined. The author's definition of the term of knowledge management is provided. The essence of the meaning of knowledge organization is characterized. The author's view on the process of knowledge management in the organization is presented. The ways of knowledge distribution in the organization is proposed and justified. Organizational barriers hindering the spread of knowledge are revealed. Conclusion regarding the knowledge as a resource of paramount importance for the individual, individual company and for economics as a whole is made.

Ключевые слова: знания, организация, менеджмент, управление знаниями, знаниевая организация, организационный ресурс, организационный коллектив, управление персоналом, социальное знание, структурированное знание, человеческое знание.

Keywords: knowledge, organization, management, knowledge management, knowledge arrangement, organizational resource, organizational team, human resources management, social knowledge, structured knowledge, human knowledge.

Управление знаниями касается важных моментов организационной деятельности, зависящей от постоянно изменяющейся внешней среды. Необходимо отметить, что процесс управления знаниями позволяет интегрировать в организационную среду новые маркетинговые, информационные технологии, а также побуждать персонал организации к инновационной активности и творчеству. Можно сказать, что менеджмент знаний — это некое связующее звено между технологическими и поведенческими аспектами управления. Знание является ресурсом первостепенной важности как для индивидуума, так и для экономики в целом. В успешных организациях управление знаниями все в большей мере становится сердцевинной всего их образа жизни: оно является и неотъемлемой частью ежедневной операционной деятельности, и той методологией, которая позволяет интегрировать индивидуальные и корпоративные задачи. Наконец, управление знаниями способно многократно усилить конкурентные преимущества организации, так как в современном управлении на первый план выходит значимость человеческого потенциала как ключевого фактора успеха функционирования предприятия.

Менеджмент знаний — многогранная и многоаспектная деятельность организации, в результате которой знание рассматривается как ресурс, специализированное знание, реализуемое в рамках единой задачи. Как и любым ресурсом, знанием необходимо управлять, и для того чтобы успешно решать проблемы управления знаниями, необходимо разграничить понятия «информация» и «знания».

По мнению Питера Друкера [1], тот факт, что знание из какого-то неопределенного ресурса превратилось во вполне определенный ресурс, придает современному обществу качественно новые черты. Тематике управления знаниями посвящено более 300 книг, многие тысячи статей и более 40 тысяч веб-страниц.

В статье Д. У. Делонга и Л. Фейхи данные рассматриваются в качестве необработанных или несокращенных описаний или наблюдений прошлых, настоящих или будущих событий, а информация — в качестве тех моделей, которые люди обнаруживают в данных или черпают из них [2].

Справочные и энциклопедические издания дают сходные

определения термина «знание». В «Словаре русского языка» С. И. Ожегова знание рассматривается как «результаты познания, научные сведения; совокупность сведений в какой-либо области» [3, с. 231]. Толковый словарь Д. Н. Ушакова дает следующее определение: «знание — результат познавательной деятельности, система приобретения с ее помощью понятий о действительности». В Советском энциклопедическом словаре указывается, что знание представляет собой форму существования и систему результатов познавательной деятельности человека [4, с. 1109].

И. Нонака, автор четырехфазной спиралевидной модели создания знаний в организации и теории обмена знаниями, полагает, что знанием является обоснованное достоверное убеждение [5, с. 102].

Итак, в приведенных выше определениях знание рассматривается как результат исследования действительности и отражается в мышлении человека.

Знания являются ресурсом, который зависит от контекста и всегда привязан к отдельному человеку или коллективу или заключен в сложившейся практике или процессе. Будучи воплощенными в языке, историях, понятиях, правилах и инструментах, знания повышают способность к принятию решений и совершению действий для достижения какой-либо цели [6].

Для понимания знания в контексте практической деятельности организации необходимо учитывать два аспекта. Во-первых, существуют индивидуальный, групповой и организационный уровни знаний. Усилия по управлению знаниями преимущественно направлены на совершенствование процесса создания знаний и их использования на групповом и организационном уровнях. Во-вторых, знания могут быть либо явными, либо неявными. Явные знания могут быть закодированы и отражены в формальных правилах, инструментах и процессах. Неявные знания представляют собой то, что мы знаем, но не можем объяснить.

Основной причиной дискуссии о знаниях и управлении знаниями в организациях является непонимание того, что существует по крайней мере три отличных друг от друга типа знаний.

Человеческое знание представляет собой то, что люди знают или знают, как делать. *Человеческое, или индивидуальное, знание* проявляется в навыках или профессиональных компетенциях и обычно сочетает в себе и явное, и неявное знание. Этот тип знания может быть чувственным, то есть заключенным в теле человека, как, например, навыки машинописи или езды на велосипеде. Или он может быть когнитивным, то есть в значительной степени понятийным и абстрактным [7].

Социальное знание. Этот тип знания существует только во взаимоотношениях между индивидуумами или внутри групп. Например, высокопроизводительные команды ученых-исследователей или веб-дизайнеров обладают определенным коллективным знанием, которое превосходит сумму индивидуальных знаний членов команды. Социальное или коллективное знание преимущественно неявное, оно принадлежит членам группы и развивается только в результате совместной работы. Его существование проявляется в способности индивидов к эффективному сотрудничеству.

Структурированное знание заключено в системах, процессах, инструментах и сложившихся практиках организации. Знание в этом случае является явным и основано на правилах. Основное отличие структурированного знания от первых двух типов знаний заключается в том, что оно считается существующим независимо от людей — носителей знаний. Вместо этого оно представляет собой организационный ресурс.

Некоторые исследователи и консультанты утверждают, что знание не может существовать независимо от людей, однако с практической точки зрения менеджмента знание непрерывно создается и закрепляется в сложившихся практиках, системах и инструментах.

Знания, закрепленные в сложившихся практиках, системах и инструментах и требующие для осуществления деятельности минимального вмешательства человека, отличаются от информации, которую можно найти в книгах, справочниках и базах данных.

Эти информационные ресурсы, как бы подробно они ни были изучены, становятся практическим знанием только тогда, когда индивидуумы могут применить свой собственный опыт и понимание общего контекста для интерпретации деталей и выводов для дальнейших действий [8].

Важной деятельностью для организации является процесс управления. Задачей управления знаниями является улучшение показателей деятельности организации посредством разработки и применения инструментов, процессов, систем, структур и культур для совершенствования механизмов создания, распространения и использования всех трех типов знаний, необходимых для принятия решений. Управление знаниями обычно осуществляется посредством ряда новых проектов (таких как программа виртуальной командной работы при помощи видеоконференций, созданная для обмена опытом между сотрудниками удаленных офисов компаний), процессов (таких как создание исследовательских групп для визитов к покупателям) и действий (таких как интервьюирование потенциальных клиентов).

Для успешного развития способности организации к созданию, распространению и использованию знаний менеджерам необходимо в конечном итоге учитывать все три типа знания [9, с. 105].

В теории и практике управления знаниями широкую известность получила концепция обучающейся (самообучающейся, научающейся) организации. Концепция самообучающейся организации представлена в работах Д. Гарвина, Н. Диксона, М. Румизена, П. Сенге и др.

Обучающаяся организация — это организация, умеющая создавать, приобретать и распространять знание и изменяющая свое поведение в соответствии с новой информацией, оригинальными мнениями и современными моделями мышления [10, с. 54].

П. Сенге в работе «Пятая дисциплина» подчеркивает, что в обучающейся организации люди постоянно расширяют свои способности добиваться желаемых результатов, постоянно учатся тому, как учиться вместе. «Это плодотворное обучение длиною в жизнь. И обучающиеся организации возможны только в том случае, если там на каждом уровне будут люди, практикующие такой подход к своей жизни» [11, с. 125].

М. Румизен считает, что организация является самообучающейся в том случае, когда «создает, приобретает, передает и сохраняет знания. Она способна успешно изменить формы своего поведения, отражающие новые знания или проекты» [12, с. 23].

Среди новых направлений исследования в данной области можно назвать теорию М. Кетс де Вриса о совершенствующихся (аутентивных) организациях, которые устанавливают стандарт для организаций XXI века. Аутентивные организации «исполняют роль надежного «удерживающего окружения», предлагая высокий уровень безопасности и стабильности своему персоналу. Внимание к росту и развитию персонала поддерживает хорошие отношения внутри организации и пред-

упреждает узость взглядов». Одним из основных элементов, характеризующих аутентивную организацию, является акцент на обучение и развитие персонала [13, с. 92; 14].

Управление знаниями — это процесс, позволяющий компании извлекать прибыль из объема знаний, или интеллектуального капитала, имеющихся в ее распоряжении. Фокус на ресурсах, которые создаются внутри компании и с трудом поддаются копированию конкурентами, выводит знания компании на особые позиции основного источника конкурентного преимущества [15]. Несмотря на различия в терминологии, принятой для обозначения знаний, принадлежащих компании, специалисты все больше и больше сходятся во мнении, что именно то, что организация знает, объясняет ее эффективность [16]. Проблема, которая встает перед теми, кто стремится создать конкурентное преимущество для своей компании, однако, заключается в том, что в сфере бизнес-стратегии больше усилий было направлено на выявление знаний, лежащих в основе конкурентного преимущества, чем на объяснение того, как организации могут развивать, сохранять и передавать эти знания. Как отмечают Спендер и Грант [15, с. 6], «всплеск интереса к организационным способностям и компетенциям направил внимание к знанию, которое имеется в компании, но мало продвинул понимание анатомии этого знания и процессов его создания».

В рамках данного исследования знаниевая организация представляет собой организацию, которая уже добилась значительных успехов в своей деятельности, исходя из поставленных целей. Знаниевой организацией становится, когда она за счет грамотного управления знаниями имеет пиковые показатели прибыльности и эффективности в сравнении со своими результатами предшествующих периодов и результатами организаций на конкурентном рынке. Одним из главных признаков знаниевой организации является создание и приобретение ценности ресурсов именно внутри компании.

Таким образом: 1) знание в современном управлении — это ресурс, который рассматривается как результат исследования действительности и который всегда привязан к отдельному человеку или коллективу или заключен в сложившейся практике или процессе; 2) специфика современного управления организацией предполагает тот факт, что знание является ресурсом первостепенной важности для индивидуума, отдельной компании и экономики в целом; 3) научающуюся организацию целесообразно рассматривать как организацию, находящуюся в процессе познания, то есть она является собой «этап» к знаниевой организации; 4) знаниевая организация — это поиск лучшей стратегической практики и ее реализации.

В успешных организациях управление знаниями все в большей мере становится сердцевинной всего их образа жизни: оно является и неотъемлемой частью ежедневной операционной деятельности, и той методологией, которая позволяет интегрировать индивидуальные и корпоративные задачи.

Управление знаниями способно многократно усилить конкурентные преимущества организации. В последние годы все больше руководителей, консультантов и теоретиков менеджмента заявляют о том, что знания выступают сейчас основным источником конкурентных преимуществ для организаций. Эффективность выполнения компаниями задач создания, организации и использования интеллектуальных активов по сравнению с конкурентами определяет результаты их деятельности. Приняв во внимание это соображение, многие компании организовали масштабные программы по улучшению управления знаниями, и все чаще можно встретить такие

названия должностей, как директор по управлению знаниями и менеджер по знаниям.

Следовательно, можно смело заявить о том, что организации заинтересованы в приращении знаний сотрудников. Но возникает вопрос: каким образом следует наращивать? Эти знания дорогостоящие, так как требуют немалых затрат на профессиональную переподготовку, тренинги, обучение и т. д.

Существует и другой путь — это распространение знаний между сотрудниками внутри организации. Однако здесь также для организации полноценного процесса управления знаниями возникает препятствие, которое заключается в невозможности изменить психологию сотрудников. Сотрудники не хотят участвовать в процессе распространения знаний, сопротивляются, выстраивают барьеры. Ко всему этому в качестве проблемы можно добавить неэффективность процесса управления. Поэтому актуальность научного анализа проблемы распространения знаний в организации сегодня в целом очень высока, и тем более целесообразно и необходимо изучать процессы распространения знаний для разработки действий менеджеров в рамках диагностики враждебности и нежелания сотрудников распространять знания.

Для организаций существует необходимость предоставления своему персоналу средств, которые способствуют активизации поиска нового знания. Чем разнообразнее источники знаний и информации у компании, чем больше опыта общения имеют ее работники с массивами информации, тем выше вероятность того, что они оригинально и творчески смогут применить имеющиеся знания.

Важным моментом является выявление всех источников знаний и обеспечение доступа к ним. Влияние на отбор источников и полноту их использования могут оказывать: базовое образование работников, их профессионально-техническая подготовка и квалификация, повышение уровня профессиональных навыков и знаний в соответствии с потребностями рынка труда, новаторское мышление и т. д.

Все источники знаний можно разделить на две большие группы — внешние и внутренние.

Внешние источники знаний: публикации (книги, журналы, материалы конференций, отраслевые отчеты и др.); отраслевые конференции и консультационные услуги; специальные документы об отраслевых знаниях; коммерческие базы данных и системы экспертных знаний; научные исследования; мониторинг среды и сканирование событий и тенденций. Помимо вышеперечисленных важными источниками являются курсы, семинары, симпозиумы, интеллектуальный потенциал смежных организаций, обратный поток информации от агентов рынка (о продукции и услугах) и от потребителя (жалобы, рекламации, предложения, требования), а также новые сотрудники, менеджеры-консультанты, изучение передовых методов работы, сотрудничество, партнерство, стратегические альянсы и совместные предприятия, средства массовой информации (печатать, телевидение, радио).

Внутренние источники знаний: отраслевые специалисты и ведущие специалисты организации; внутренние заказчики и поставщики; организационная оценка; корпоративная экспертиза (измерительные и информационно-управленческие системы); внутреннее обучение и образование; стратегия бизнеса (круг основных полномочий, размещение ресурсов, информационные технологии, планы и прогнозы); мероприятия по совершенствованию и инициативы по развитию (например, модернизация бизнеса); операционное планирование и бюджет. Кроме того, к внутренним источникам можно отнести корпоративное управление (полномочия, функции и от-

ветственность, взаимоотношения, подчиненность, размещение ресурсов, организационные графики); организационную структуру и виды работ; практический опыт и анализ работ после внедрения новых разработок (проекты, инициативы, целевые бригады, мероприятия по повышению качества продукции и услуг); постоянное документирование процессов, работы команд; предложения работников; корпоративные информационные бюллетени.

Знания, которые генерируются внутри фирмы, имеют особую значимость, так как им присуща большая степень уникальности и закрытости. Знания извне фирмы обычно более абстрактны, дорогостоящи и общедоступны, в том числе конкурентам [17, с. 34].

Существует множество методов, которые способствуют распространению и повторному использованию знаний: обзоры результатов деятельности, сообщества практиков, личное общение, программы наставничества и привлечения экспертов для консультаций по сложным вопросам, тренинги, видеоконференции, интервью, письменные отчеты и др. Многие из этих методов полезны для создания общей атмосферы, способствующей распространению знаний.

Критерии для выбора методов передачи знаний подразделяются на три категории: 1) оценка степени важности данных знаний; 2) оценка сроков их возможной утраты; 3) оценка вида знаний.

Третьим фактором, определяющим тип применяемых методов, является вид знаний. По мере возможности неявные или связанные с корпоративной культурой знания должны передаваться методами, в большей степени включающими личный контакт, в частности с помощью наставничества или оценки результатов деятельности. Но чем более практически, явными и основанными на правилах являются знания, тем меньше личного контакта требуется для их передачи и тем эффективнее использование обучения или технических систем.

Менеджерам важно принимать особенности организационной среды, так как от нее зависит повышение производительности труда в организации [18; 19].

Общая цель изменений должна заключаться в том, чтобы целенаправленно инициировать процесс распространения знаний. Как только существующие в организации барьеры к распространению знаний будут преодолены, можно применять более сложные инструменты и достигать в распространении знаний более эффективных результатов.

Делая вывод, можно сказать, что существует два пути преодоления препятствий к распространению знаний: 1) поощрение и стимулирование распространения знаний; 2) принуждение и навязывание распространения знаний. Действия менеджеров в рамках поощрения могут быть: а) по отношению к передающим знание — выстраивать и поддерживать отношения, построенные на доверии в организации, обеспечивать достаточные стимулы, награждать сотрудников за выдвижение новых идей, фиксацию своего опыта, и это вознаграждение не обязательно должно носить денежный характер; б) по отношению к получателям знания — стимулировать развитие доверия среди сотрудников, стимулировать использование существующего знания; в) по отношению к поведению, связанному с содержанием распространяемого знания, — культивировать положительное отношение сотрудников к ошибкам, мотивировать работников к обмену уроками, извлеченными из анализа и самоанализа проектов. Действия менеджеров в рамках принуждения могут быть: а) по отношению к поведению передающих знание и получателей знания — поручить сотрудникам работу над заданиями и проектами, которые

не могут быть выполнены без интенсивного обмена знаниями, дать четкие инструкции относительно того, с кем и какими знаниями делиться, следить и контролировать, что знание из внешних источников используется и оценивается по достоинству; б) по отношению к поведению, связанному с содержанием распространяемого знания, — разработать меры наказания за отсутствие инициативы и попытки скрывать ошибки, помнить о том, что принуждение к распространению знаний является высокорискованным подходом.

Отметим, что стратегии управления знаниями могут эффективно использоваться не только в коммерческих,

но и в некоммерческих организациях. Однако этот аспект управления знаниями пока недостаточно раскрывается в научной литературе. Можно сказать, что опыт методик и технологий управления знаниями находится на стадии формирования и развития. Современные организации мало уделяют внимания внедрению стратегий менеджмента знаний, формированию обучаемых организаций. В то же время концепция обучаемых организаций вполне подходит и для органов государственного и муниципального управления. Однако этот аспект управления знаниями на практике пока еще мало разработан.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Drucker P. The New Society of Organizations [Электронный ресурс] // Harvard Business Review. 1992. № 9—10. P. 95—104.
2. Davenport T. H. Some Principles of Knowledge Management, Strategy, Management, Competition // Strategy+Business / Columbia Business School / 1996 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.strategy-business.com/article/8776?gko=f91a7> (дата обращения: 29.06.2015).
3. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеол. выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова; Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН. 4-е изд., доп. М.: Азбуковник, 2000. 941 с.
4. Толковый словарь русского языка: Т. 1: А — Кюрины / Сост. Г. О. Винокур, Б. А. Ларин, С. И. Ожегов, Б. В. Томашевский, Д. Н. Ушаков; под ред. Д. Н. Ушакова. М.: Гос. ин-т «Сов. Энцикл.»; Сов. энцикл.: ОГИЗ. 1562 с.
5. Нонака И., Такеучи Х. Компания — создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / пер. с англ. А. Трактинского. М.: Олимп-Бизнес, 2003. 384 с.
6. Blackler F. Knowledge, Knowledge Work and Organizations: An Overview and Analysis. New York: Harper & Row, 1995 // Research Gate [Электронный ресурс]. URL: http://www.researchgate.net/publication/239059712_Knowledge_Knowledge_Work_and_Organizations_An_Overview_and_Interpretation (дата обращения: 29.06.2015).
7. Zuboff S. Panoptic Power and the Social Text // Age of the Smart Machine: The Future of Work and Power. New York, 1988. P. 362—386.
8. Cohen J. The scientific challenge of hepatitis C // Science. 1999. № 285. P. 26—30.
9. Управление знаниями в корпорациях: учеб. пособие / Б. З. Мильнер и др.; под ред. Б. З. Мильнера. М.: Дело, 2006. 304 с.
10. Гарвин Д. Управление знаниями / пер. с англ. Т. Гутниковой; под ред. Д. Болотиной, Р. Пискотиной. М., 2006. 408 с.
11. Сенге П. М. Пятая дисциплина. Искусство и практика обучающейся организации / пер. с англ. Б. Пинскера, И. Татариновой. М.: Олимп-Бизнес, 2011. 384 с.
12. Румизен М. К. Управление знаниями / пер. с англ. М.: АСТ: Астрель, 2004. 318 с.
13. Кетс де Врис М. Мистика лидерства: Развитие эмоционального интеллекта / пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2011. 280 с.
14. Карнаух И. В. Проблемы внедрения и реализации информационных технологий в системе управления знаниями на российских предприятиях // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2011. № 2 (15). С. 138—141.
15. Spender J. C. Knowledge and the Firm: Overview / J. C. Spender, R. M. Grant // Strategic Management Journal. 1996. № 17. P. 5—9.
16. Teece D. J. Dynamic Capabilities and Strategic Management / D. J. Teece, G. Pisano, A. Shuen // Strategic Management Journal. 1997. № 18. P. 509—533.
17. Гольдштейн Г. Я. Стратегический инновационный менеджмент: учеб. пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. 267 с.
18. Тимарсуев М. В. Анализ методологических подходов к оценке производительности труда // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2015. № 2 (31). С. 213—218.
19. Потуданская В. Ф., Трункина Л. В. Оценка трудового потенциала персонала предприятия // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2011. № 4 (17). С. 96—101.

REFERENCES

1. Drucker P. The New Society of Organizations [Electronic resource] // Harvard Business Review. 1992. № 9—10. P. 95—104.
2. Davenport T. H. Some Principles of Knowledge Management, Strategy, Management, Competition // Strategy+Business / Columbia Business School. 1996 [Electronic resource]. URL: <http://www.strategy-business.com/article/8776?gko=f91a7> (date of viewing: 29.06.2015).
3. Ozhegov S. I. Explanatory dictionary of the Russian language: 80,000 words and phraseological expressions / S. I. Ozhegov, N. Yu. Shvedova; Institute of the Russian language named after V. V. Vinogradov of the Russian Academy of Sciences. 4th edition, amended. M.: Azbukovnik, 2000. 941 p.
4. Explanatory dictionary of the Russian language: Vol. 1: A — Curini / composed by G. O. Vinokur, B. A. Larin, S. I. Ozhegov, B. V. Tomashevsky, D. N. Ushakov; edited by D. N. Ushakov. M.: State institute Soviet encyclopedia; Soviet encyclopedia: OGIZ. 1562 p.
5. Nonaka I., Takeuchi H. The Company is Creator of knowledge. The origin and development of innovation in Japanese firms / translation from English by A. Tracktinskiy. M.: Olymp-Business, 2003. 384 p.
6. Blackler F. Knowledge, Knowledge Work and Organizations: An Overview and Analysis. New York: Harper & Row, 1995 // ResearchGate [Electronic resource]. URL: http://www.researchgate.net/publication/239059712_Knowledge_Knowledge_Work_and_Organizations_An_Overview_and_Interpretation

Organizations_An_Overview_and_Interpretation (date of viewing: 29.06.2015).

7. Zuboff S. Panoptic Power and the Social Text // Age of the Smart Machine: The Future of Work and Power. New York, 1988. P. 362—386.
8. Cohen J. The scientific challenge of hepatitis C // Science. 1999. № 285. P. 26—30.
9. Knowledge management in corporations: textbook / B. Z. Milner et al.; edited by B. Z. Milner. M.: Delo, 2006. 304 p.
10. Garvin D. Knowledge Management / translation from English by Gutnikov; under the editorship of D. Bolotina, R. Piskotina. M., 2006. 408 p.
11. Senge P. M. The Fifth discipline. The art and practice of the learning organization / translation from English by B. Pinsker, I. Tatarinova. M.: Olymp-Business, 2011. 384 p.
12. Rumizen M. K. Knowledge Management: translation from English. M.: ACT: Astrel, 2004. 318 p.
13. Kets de Vries M. Mystery of leadership: developing emotional intelligence: translation from English. M.: Alpina Publisher, 2011. 280 p.
14. Karnaukh I. V. Problems of implementation of information technologies in the knowledge management system in Russian companies // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2011. № 2 (15). P. 138—141.
15. Spender J. C., Grant R. M. Knowledge and the Firm: Overview // Strategic Management Journal. 1996. № 17. P. 5—9.
16. Teece D. J. Dynamic capabilities and strategic management / D. J. Teece, G. Pisano, A. Shuen // Strategic Management Journal. 1997. № 18. P. 509—533.
17. Goldstein G. Ya. Strategic innovation management: textbook. Taganrog: Publishing house of TRTU, 2004. 267 p.
18. Timarsuev M. V. Analysis of methodological approaches to the estimation of productivity // Business. Education. Law. Bulletin of the Volgograd Business Institute. 2015. № 2 (31). P. 213—218.
19. Potudanskaya V. F., Trunkina L. V. Assessment of labor potential of personnel // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2011. № 4 (17). P. 96—101.

УДК 330.142
ББК 65.011.15

Smetanina Tatiana Vladimirovna,
candidate of economic sciences, associate professor
of the department of management of Saint-Petersburg State
University of Technology and Design,
Saint-Petersburg,
e-mail: smetdipdok@mail.ru

Сметанина Татьяна Владимировна,
канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента
Санкт-Петербургского государственного университета
технологии и дизайна,
г. Санкт-Петербург,
e-mail: smetdipdok@mail.ru

Zhikina Olga Vitalievna,
candidate of economic sciences, associate professor
of the department of management of Saint-Petersburg State
University of Technology and Design,
Saint-Petersburg,
e-mail: ovzhikina@gmail.com

Жикина Ольга Витальевна,
канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента
Санкт-Петербургского государственного университета
технологии и дизайна,
г. Санкт-Петербург,
e-mail: ovzhikina@gmail.com

СТЕПЕНЬ РАЗВИТИЯ СУВЕРЕННОЙ ТЕРРИТОРИИ, ОПРЕДЕЛЕННАЯ РЕАЛЬНОЙ СТОИМОСТЬЮ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

DEGREE OF DEVELOPMENT OF THE SOVEREIGN TERRITORY SPECIFIED BY THE REAL VALUE OF INTELLECTUAL CAPITAL

В статье рассматриваются проблемы оценки интеллектуального капитала, его роли в формировании статуса территории, к которой он принадлежит. Уделено внимание роли интеллектуального капитала в определении уровня стандартизации территории, выявлении общности интеллектуального капитала индивида, организации, суверенной территории, развития теоретических понятий интеллектуального капитала. Определено место России среди стран мира по уровню ВВП, приходящегося на долю индивидов с высоким уровнем образования, посредством корреляции удельного веса индивидов с высшим образованием и роста ВВП по странам. В статье определена реальная стоимость интеллектуального капитала. Сделаны выводы о взаимосвязи между стоимостью интеллектуального капитала (материальной и нематериальной) и практической реализацией результатов его деятельности. Статья имеет теоретическую направленность.

The article examines the issues of evaluation of intellectual capital, its role in formation of the territory status, to which it belongs. The role of intellectual capital in determining the level of the territory standardization is emphasized; the common features of the individual, organization, and the sovereign of the territory intellectual capital are identified, as well as of development of the theoretical concepts of intellectual capital. The place of Russia among the countries in terms of GDP level per individual with high level of education is determined by means of correlation of the share of individuals with higher education and GDP growth by countries. The article defines the real value of intellectual capital. The conclusions about the relations between the value of intellectual capital (tangible and intangible) and the practical implementation of the results of its activities are made. The article has a theoretical orientation.