

Некоторые подходы к управлению знаниями и интеллектуальным капиталом в современной экономике

Н. В. Казакова,

к.э.н., доцент, докторант кафедры «Экономика и управление в строительстве»
Саратовского государственного технического университета

В статье рассматриваются проблемы управления знаниями и интеллектуальным капиталом как инструментом повышения конкурентоспособности организаций в современной экономике. На основе изучения исследований, посвященных данной проблеме, автором выделены концептуальные элементы управления знаниями, предложено авторское определение данного процесса. В статье дан сравнительный анализ ряда классификаций интеллектуального капитала, представлен авторский подход к содержательной трактовке интеллектуального капитала и формулировке основных задач управления им.

In present paper the problems of knowledge and intellectual capital management as an instrument of increasing organization competitiveness in modern economy are described. On the basis of analyzing relevant research, conceptual frameworks of knowledge management are detailed, author's definition of this process is proposed. In the paper the comparative analysis of some intellectual capital classifications is made, author's interpretation of substance of intellectual capital and main tasks of its management are presented.

В современной зарубежной экономической литературе большое внимание уделяется управлению знаниями и интеллектуальным капиталом. Данная область исследований, как отмечают зарубежные специалисты, в настоящее время является одной из наиболее перспективных и популярных, прежде всего, с конкретно-практической точки зрения — каким образом организовать взаимодействие людей и технологий, чтобы повысить эффективность производства и использования знаний и на этой основе — конкурентоспособность организации [1].

Попытка систематизировать и развить теоретические подходы к анализу управления знаниями и интеллектуальным капиталом сделана автором в одной из его работ [2]. На основе изучения исследований, посвященных данной проблеме, были выделены такие концептуальные элементы управления знаниями, как предпосылки возникновения данной области управления, методологические подходы к ее анализу, уровни управления знаниями, основные принципы этой деятельности и ее аспекты, учитывающие сложность и динамичность знания и процесса управления им (рис. 1).

Исходя из общественного характера воспроизводства знания и сущности управления как такового, автором предлагается следующее определение управления знаниями:

Управление знаниями — совокупность управленческих воздействий на способы, методы, формы организации социальных отношений в сфере производства, распространения и использования знаний, нацеленная на повышение эффективности этих процессов и осуществляемая в конкретных организационно-экономических рамках (организации, учреждения, подразделения, межорганизационные формы кооперации...).

нальное построение системы знаний и эффективное управление ею.

Роль системы знаний в деятельности организации заключается в том, что она:

- обеспечивает квалификационный уровень персонала, создание ключевых компетенций, поддерживающих устойчивые конкурентные преимущества и превращение их в инновации;
- обобщает накопленный опыт (собственный и конкурентов);
- формирует интеллектуальный капитал организации;
- формирует эффективную систему коммуникаций организации;

управления знаниями — практическую реализацию.

Функционирование системы знаний реализуется через прохождение *жизненного цикла знания*. Говорить о существовании жизненного цикла знания позволяет то, что, как показала история развития общества, движение человеческого познания как на уровне общества, так и на уровне отдельного индивида, — сложный, противоречивый процесс, в котором периоды эволюционного накопления новых фактов, распространения и уточнения утвердившихся знаний и взглядов сменяются периодами революционных переворотов в системе познания, замены отживших знаний и теорий новыми. В своем развитии знание, как индивидуальное, так и коллективное, проходит определенные этапы, отличающиеся по своему внутреннему содержанию и механизмам управления ими и в совокупности образующие жизненный цикл знания.

Существующие в литературе подходы к выделению этапов жизненного цикла знания часто характеризуют, скорее, сознательную деятельность по управлению знаниями, нежели процесс развития знания, с точки зрения его внутренней природы [3, с. 63-64], либо акцентируют внимание на отдельных этапах, например, трансфере знаний [4]. Представляется, что при выявлении фаз жизненного цикла знания можно исходить из структуры научных циклов, предложенной Ю. В. Яковцом, поскольку научное знание является одним из видов знания как такового. Ю. В. Яковец выделил следующие фазы научного цикла: становление новой научной теории, направления, отрасли знания; распространение их; общее признание; устаревание и отмирание [5, с. 39-41].

Синтезируя различные точки зрения на процесс развития знания, можно предложить следующую структуру его жизненного цикла (рис. 2):

- генерация (производство) нового знания;
- трансфер и диффузия знания;
- интеграция знания в существующие системы знаний;
- рутинизация знания;
- устаревание и отмирание знания.



Рис. 1. Концептуальные элементы управления знаниями

Основная цель управления знаниями может быть определена как сокращение дефицита знаний путем их генерации, выявления и диффузии, и использования знаний для повышения конкурентоспособности субъекта.

Опыт развития многих стран в последней четверти XX в. показал, что гарантией стабильного положения промышленной (и любой другой) организации являются конкурентные преимущества, основным путем достижения которых в настоящее время является инновационная деятельность. Но для того чтобы эти преимущества носили долговременный характер, инновационная деятельность должна рассматриваться не как дискретный процесс создания и освоения отдельных новых продуктов и технологий, а как способность организации и ее персонала к постоянному и непрерывному функционированию в режиме инновационного развития, для чего необходим постоянный прогресс системы знаний организации. Обязательным условием успеха инновационной деятельности стало рациональное

- развивает внутреннюю культуру организации;
- через ее использование осуществляется мониторинг внутренней и внешней среды, стратегическое прогнозирование и планирование деятельности [3].

Система знаний организации нуждается в развитой системе управления, выступающей в виде реально существующей структуры, посредством которой управление знаниями приобретает конкретное содержание и конкретное проявление, а функция

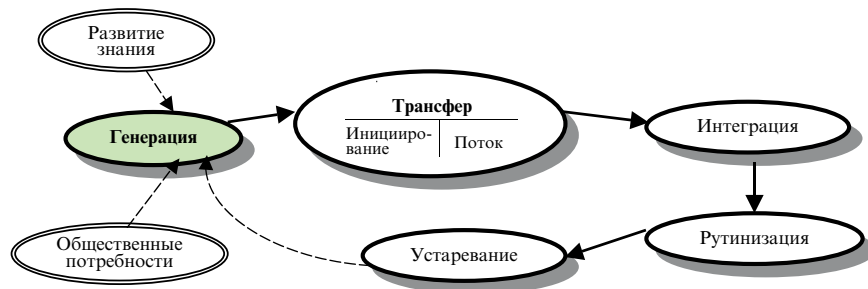


Рис. 2. Жизненный цикл знания

В фазе *генерации* происходит создание нового знания. Формы и методы этого процесса могут существенно различаться в зависимости от вида знания, поэтому для успешного создания нового знания необходимы соответствующие условия, которые в большой степени зависят от вида знания.

В фазе *трансфера и распространения* (или диффузии) швейцарские ученые Г. фон Круг и М. Кёне выделяют две составляющие — инициирование трансфера и поток (собственно трансфер) [4]. Это представляется целесообразным, поскольку, как показал исторический опыт, распространение нового знания не является автоматическим процессом, спонтанно происходящим вслед за созданием. Для этого должны быть приложены определенные усилия, успех которых зависит от множества факторов, в том числе от наличия в обществе стимулов к восприятию нового. Поэтому основная задача в процессе инициирования — подготовка необходимых условий для обеспечения успеха трансфера.

Собственно трансфер и диффузию знания можно охарактеризовать как передачу его от продуцентов другим субъектам и постепенное, нарастающее с течением времени увеличение масштабов использования нового знания в обществе, национальном организме, отдельной отрасли или организации, группе индивидов. Масштабы и скорость трансфера и диффузии знаний зависят от социально-экономических факторов, определяющих взаимоотношения нового знания и среды его распространения: от характеристик самого знания, определяющих его новизну, сложность восприятия и усвоения по сравнению с существующим, параметров среды, в которой оно распространяется, наличия информации о новом знании.

В фазе *интеграции* речь идет о том, чтобы получатели передаваемого знания могли использовать его в своих условиях, на основе своего опыта, интегрировав в свои системы знаний. Кроме того, в этой фазе должна осуществляться интеграция нового знания в системы знаний всей организации, отрасли, страны, параллельно с его институционализацией, для чего может потребоваться отказ от старого организационного знания. «Интеграция знания на организационном и индивидуальном уровнях является важным шагом, без реализации которого не может считаться завершенным трансфер знания» [4]. Это же относится и к более крупным субъектам — государству, человеческому обществу в целом.

В фазе *рутинизации* новое знание перестает быть новым и становится общепризнанным, стабильным элемен-

том коллективного знания, объективируясь в соответствующих его характеру носителях. Оно широко используется и в практической деятельности, и в науке, выражая общественно нормальный уровень познания данной области явлений и процессов, позволяя объяснять известные факты и решать возникающие задачи. Но со временем выявляется возрастающее количество новых фактов и проблем, которые не могут быть объяснены с позиций существующего знания. Возникает «*кризис знания*», ядром которого, по мнению Т. Куна, является неспособность справиться с техническими задачами [6, с. 99-100]. Кризис ведет к возникновению новых подходов к осмыслению возникающих фактов и проблем и, в конечном итоге, к формированию нового знания, что приводит к повторению жизненного цикла.

Однако, особенно в образовании, необходимо учитывать такое явление, как преемственность знания — когда дело касается идей и навыков, реально проверенных временем и подтвержденных практикой, элементы прежнего знания остаются и органически входят в систему нового знания. Поэтому философы сравнивают процесс познания не с дискретными процессами, возобновляющимися на ином уровне и в иной системе координат, а со спиралью, которая, распрямляясь, сохраняет старое знание и вовлекает новое. Практически это означает, что, обновляя и реорганизуя структуру и деятельность компании в связи с изменившимися условиями, нужно уделять внимание селекции и сохранению «дееспособных» элементов и носителей прежних знаний.

С учетом жизненного цикла знания строится деятельность организации по управлению знаниями. В современной литературе по менеджменту большинством авторов отмечается, что предмет управления знаниями весьма обширен, и процесс управления более сложен, нежели управление рыночными активами или интеллектуальной собственностью. Главной проблемой здесь является то, что многие важные для организации знания существуют в неявном виде, и передача их и даже просто идентификация может оказаться достаточно затруднительной.

Известный британский специалист в области управления интеллектуальным капиталом Э. Брукинг выделяет следующие виды деятельности в процессе управления знаниями:

- ① идентификация знаний;
- ② разработка политики в отношении развития знаний;
- ③ аудит знаний;
- ④ документальное оформление базы знаний;

- ⑤ защита знаний;
- ⑥ распространение знаний;
- ⑦ приумножение и обновление знаний [7, с. 220].

Идентификация (выявление) знаний является первым этапом в понимании содержания системы знаний и интеллектуального капитала организации. Главной задачей здесь становится выявление тех знаний, индивидуальных и коллективных, которые можно рассматривать как актив.

Идентификация и определение степени значимости тех или иных знаний вплотную связано с разработкой *политики в отношении развития знаний*, которая, в свою очередь, обусловлена общей стратегией компании. «*Фонды знаний, так же, как деньги и оборудование, существуют и обладают ценностью только в контексте стратегии*» [8, с. 118]. Политика управления знаниями должна соответствовать корпоративной культуре и философии управления компанией и расставлять приоритеты, закладывающие правовые, экономические и этические основы использования знаний.

Виды деятельности, связанные с оценкой и использованием накопленного знания, осуществляемой на определенных этапах его жизненного цикла, составляют содержание процесса *аудита знаний*. Оценивается достаточность имеющихся в наличии знаний, их доступность, качество формирования и передачи, затраты на приобретение знаний в сопоставлении с результатами (эффективность приобретения знаний), объем и уровень использования знаний. Важным элементом является *аудит профессиональных знаний* персонала и картографирование персональных баз знаний — кто и какими знаниями, умениями и навыками обладает. Путем изучения своего собственного коллективного знания и незнания организация должна прийти к тому, чтобы реализовать потенциальные сильные стороны имеющегося у нее коллективного знания. В бизнесе и промышленности развитых стран уже накоплен достаточно солидный опыт проведения такого аудита и составления соответствующих карт и баз данных знаний.

Документальное оформление базы знаний в современном обществе означает, в конечном итоге, создание компьютерной системы для хранения массива знаний об интеллектуальном капитале организации. Главная цель документирования знаний — создание корпоративной памяти, ибо тогда знание переходит из владения отдельным лицом во владение машиной и существует самостоятельно, стабильно, независимо от своего первоначального

владельца. Это позволит компании получить огромную выгоду, поскольку современная экономика предъявляет все большие требования, в основе которых лежат знания.

Защита знаний подразумевает охрану произведенных знаний посредством патентов, лицензий, коммерческих секретов и иных способов. Здесь большое значение имеет целенаправленная политика организации в сфере интеллектуальной собственности.

В процессе *распространения знаний* организуется трансфер знаний из базы и от источников к тем, кто в них нуждается. Методы трансфера неявного знания гораздо более сложны и ненадежны, чем явного.

С проблемами управления знаниями, особенно с деятельностью по их идентификации и распространению,

экспериментов (в поведении японских корпораций социализация преобладает); *экстернализация* преобразует неявные, подразумеваемые знания в явные, нередко при помощи специальных языковых приемов (анализа, метафор); *комбинирование* — способ формирования и передачи информации, закодированной в определенной форме, от одного человека к другому (более распространено в западных компаниях); *интернализация* переводит явные знания обратно в неявную форму: люди усваивают их, обучаясь «на ходу» и используя в обучении не только мозг (сознательное мышление), но и все остальные органы.

Основой обучения является «спираль познания» [9, с. 71], посредством которой эти четыре процесса динамично взаимодействуют (рис. 3).

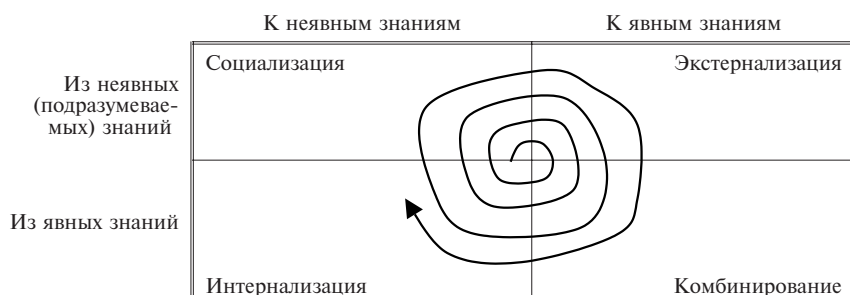


Рис. 3. Спираль познания

вплотную связана концепция обучения как повышения уровня собственных знаний. Заметную роль в формировании данного направления сыграл широко известный на Западе труд японских исследователей А. Нонаки и Г. Такеучи «Создающая знания компания» [9, с. 118]. В нем авторы говорят о важности приобретения знаний, причем не только явных, запечатленных в книгах, руководствах и т.д., но и неявных, базирующихся на субъективном восприятии, трудно или вовсе не кодифицируемых. Выявление таких знаний и преобразование их в явные является, по их мнению, ключевой задачей менеджеров среднего звена, поскольку играет важную роль в инновационных процессах. Именно менеджеры среднего звена «синтезируют подразумеваемые знания работников передовой линии и исполнителей среднего звена, делают их явными и затем воплощают их в новой продукции и технологиях» [9, с. 16].

Выявление и вовлечение в деятельность компании неявных знаний происходит, как полагают Нонака и Такеучи, посредством реализации «четырех моделей конверсии знаний»: *социализация* описывает, каким образом люди имплицитно обмениваются неявными знаниями, иногда даже без помощи языка — например, посредством

Спираль возобновляется каждый раз при подъеме на новый уровень, расширяя базу знаний, применимых к разным областям деятельности организации. Таким образом, происходит постоянное развитие, приумножение и обновление знаний организации. В данном случае «суть стратегии заключается в совершенствовании способностей организации приобретать, создавать, аккумулировать и применять свои знания» [9, с. 74]. Но с учетом того, что знания формируются индивидами, роль организации состоит в поддержке и стимулировании индивидуального обучения, интеграции его на уровне группы посредством диалога, обмена опытом и наблюдениями.

Процессы управления знаниями теснейшим образом взаимосвязаны с процессами управления интеллектуальным капиталом, и некоторые источники даже определяют их как идентичные: «внутри организации — коммерческой фирмы, больницы или школы — управление знаниями может пониматься как управление интеллектуальным капиталом, а знание — как форма капитала, которым, подобно физическому капиталу, необходимо управлять, чтобы достичь целей организации» [10]. Превращение знания в капитал, позволяющий повысить конкурентоспособность организации и

получить реальный социально-экономический эффект, сегодня никем не отрицается. Тем не менее, эксперты в этой области все же отмечают разницу между управлением знаниями и управлением интеллектуальным капиталом, признавая в то же время их тесную взаимосвязь и взаимообусловленность.

Одним из первых термин «интеллектуальный капитал» употребил Т. Стюарт, определив его как сумму знаний всех работников компании, обеспечивающую ее конкурентоспособность [8, с. 7]. Таким образом, на первый взгляд, содержание понятий «знания» и «интеллектуальный капитал» кажется одинаковым. Однако далее Стюарт и другие исследователи данной проблемы верно заметили, что для повышения прибыльности, помимо знаний работников, необходимы соответствующая организация труда, инфраструктурная поддержка (системы передачи и хранения информации), наличие спроса на имеющиеся у компании знания, то есть клиенты, и многое другое. Поэтому Стюартом очерчены две ипостаси существования интеллектуального капитала. «Прежде всего, это *полустоянная совокупность знаний*, вырастающая вокруг некоей задачи, человека или организации» [8, с. 119]. Это могут быть навыки и связи руководства, знания о технологии производства, правильные представления о нуждах потребителей и т.п. «И второй вид интеллектуального капитала: *инструменты, при помощи которых можно увеличить совокупность знаний*» [8, с. 120].

Используя данный подход, Стюарт выделил три составляющих интеллектуального капитала: человеческий капитал; структурный капитал; потребительский капитал.

Человеческий капитал — это «способность предлагать клиентам решения» [8, с. 126], то есть это наличие знаний, во-первых, и умение использовать их для удовлетворения потребностей клиентов, во-вторых. В этом определении кроется отличие между интеллектом и интеллектуальным капиталом, очень важное в условиях рыночной экономики: если интеллект как таковой — это умственная деятельность, накопленные знания, то превращение его в капитал означает способность получать доход путем коммерческого использования интеллекта.

Одна из самых сложных задач в рассматриваемой области — это измерение интеллектуального капитала в целом и человеческого капитала, в частности. Основная сложность состоит в том, что стоимость создания интеллектуального капитала не всегда совпадает с его реальной стоимостью для организации. Особенно это касается

человеческого капитала, поскольку он подвержен воздействию субъективных факторов. Стюартом предлагаются, помимо традиционно используемых показателей (стаж, текучесть кадров, опыт, уровень обучения), также такие, как новизна реализуемой фирмой продукции (процент продаж новых изделий или услуг в общем объеме продаж; чем он выше, тем выше инициатива сотрудников, их творческие способности и возможности), отношение сотрудников к работе, качественные характеристики — например, ответы на вопросы, какие качества сотрудников больше всего ценятся клиентами, какие — самими сотрудниками, какие участки деятельности в организации наиболее привлекательны и почему, каков престиж организации в сравнении с конкурентами и т.д.

Структурный капитал — это формы, методы, структуры, позволяющие эффективно осуществлять сбор, тестирование, организацию, фильтрацию, сохранение и распределение существующего знания. Он позволяет привести имеющиеся знания сотрудников в систему и использовать их наиболее эффективно, сделать знания отдельных сотрудников доступными для всех, хранить и передавать информацию с необходимой скоростью, достичь синергического эффекта от совместной деятельности. Стюарт определяет структурный капитал как «организационные способности организации отвечать требованиям рынка» [8, с. 127], отмечая, что он, так же, как и человеческий, существует лишь в контексте ракурса, стратегии, конечной цели. В отличие от человеческого капитала — знаний, принадлежащих каждому отдельному сотруднику, — структурный капитал принадлежит организации в целом. Его можно воспроизводить, выявлять долевое участие в нем. В его состав включаются технологии, изобретения, базы данных, публикации, процессы и т.д., которые могут быть документально оформлены и юридически защищены; также сюда относятся стратегия и культура организации, структуры и системы, организационные процедуры и т.п. Все перечисленные и иные элементы структурного капитала делятся на две группы — электронные и социальные (вырастают из личного общения людей — нормы отношений, взаимообогащение жизненным опытом). Стюарт особо отмечает, что структурный капитал может принимать самые разные формы в зависимости от конкретной компании. Основная задача управления структурным капиталом — сделать знания сотрудников собственностью компании и сохранить их в этом качестве.

Потребительский капитал — это отношения организации с потребителями ее продукции. Зарубежные исследователи почти всегда выделяют их как важную часть интеллектуального капитала, поскольку именно в этих отношениях интеллектуальный капитал превращается в деньги, приносит реальный доход. Эти отношения легче оценить, чем человеческий или структурный капитал, для чего используются показатели, которые легко связать с динамикой финансовых показателей компании — удовлетворенность клиентов или покупательская приверженность, выгода от сотрудничества между клиентом и производителем, цена верности клиента (количество повторных сделок и доходы от них).

Анализируя структуру интеллектуального капитала, Стюарт на протяжении всей работы подчеркивает важность оптимального баланса между всеми ее элементами, ибо гиперпрофилированное развитие отдельных составляющих может привести не к росту производительности, а, напротив, к ее снижению.

В 1993 г., почти в одно время с трудами Т. Стюарта, появился отчет шведской страховой и финансовой компании «Scandia AFS», в котором впервые была сделана попытка наряду со стоимостью реальных активов оценить стоимость и роль интеллектуального капитала. В дальнейшем этот отчет был переработан и издан Л. Эдвинссоном и М. Мэлоуном в виде книги. В ней предлагается следующая структура интеллектуального капитала:

- ① человеческий капитал;
- ② структурный капитал (техническое и программное обеспечение, организационная структура, патенты, торговые марки и все то, что позволяет работникам компании реализовать свой производственный потенциал, а также отношения, сложившиеся между компанией и ее крупными клиентами) [11, с. 434].

Легко заметить, что подходы Т. Стюарта и Л. Эдвинссона и М. Мэлоуна очень близки друг другу и во многом совпадают. Однако подход Стюарта представляется более подробным и в большей степени адекватным условиям рыночной экономики: во-первых, он выделяет отношения с потребителями как отдельную и важную часть интеллектуального капитала, поскольку именно в этих отношениях интеллектуальный капитал приносит реальный доход. Кроме того, такое выделение подчеркивает, что отношения с потребителями носят двусторонний характер — как со стороны организации, так и со стороны потребителей, и не зависят только от организации, тогда как Эдвинссон и

Мэлоун в своей трактовке структурного капитала объединяют две разнородные его части: внутренние элементы — оргструктуру, торговые марки, патенты — и связанные с внешней средой — отношения с клиентами. Также, думается, более правомерно отнести культуру труда и моральные ценности компании к структурному капиталу, нежели к человеческому, поскольку основная задача этих компонентов, в конечном итоге, — повышение эффективности и производительности индивидуального труда сотрудников за счет создания синергического эффекта, а задача человеческого капитала, знаний сотрудников — непосредственное создание ценностей.

Британский исследователь интеллектуального капитала Э. Брукинг подходит к его классификации еще более детально, выделяя в нем четыре составные части: рыночные активы; интеллектуальную собственность как актив; человеческие активы; инфраструктурные активы [7]. *Рыночные активы* — это тот потенциал, который обеспечивается нематериальными активами, связанными с рыночными операциями (марки товаров, покупательская приверженность, корпоративное имя, портфель заказов и т.д.). *Интеллектуальная собственность* как актив представляет собой узаконенный инструмент для защиты различных корпоративных активов и включает ноу-хау, патенты, авторские права, производственные и торговые секреты и т.п. *Человеческие активы* — это совокупность коллективных знаний сотрудников предприятия, их творческих способностей, управленческих, руководящих и предпринимательских качеств, поведения в различных ситуациях. *Инфраструктурные активы* — это технологии, методы и процессы, делающие возможной работу предприятия — корпоративная культура, методы оценки риска, финансовая структура, базы данных и т.д.

Приведенная классификация интеллектуального капитала Э. Брукинга более подробна, чем две описанные ранее. Она четко разделяет активы, имеющие ярко выраженную рыночную ориентацию — марки товаров, каналы распределения и т.п., и активы, являющиеся результатом высококвалифицированного интеллектуального труда — интеллектуальную собственность, а также дает более полный перечень элементов интеллектуального капитала. Подобная классификация хорошо подходит для компании, производящей сложную продукцию на конкурентном рынке.

К сожалению, в отечественной литературе проблематика интеллектуального капитала и управления им

пока разработана достаточно слабо, крайне мало целостного практического опыта в данной области, в силу чего определения интеллектуального капитала, даваемые отечественными авторами, страдают явной ограниченностью. Например, В. Гойло фактически отождествляет интеллектуальный капитал с интеллектуальной деятельностью человека [12]. С одной стороны, такой подход чрезмерно широк, поскольку в условиях рыночной экономики далеко не всякая интеллектуальная деятельность приносит доход и повышает конкурентоспособность, а лишь та, которая удовлетворяет потребности клиента (что неоднократно подчеркивают зарубежные исследователи). С другой стороны, этот подход узок, поскольку не учитывает, что для эффективной интеллектуальной деятельности необходима соответствующая организация труда, инфраструктурная поддержка. Хотя В. Гойло обращает внимание на важность соответствующей внешней среды для интеллектуальной деятельности («ноосферы»), но рассматривает ее лишь в социокультурном контексте, а не как элемент интеллектуального капитала, способный приносить дополнительный доход. Надо отметить, что аспекты, связанные с рынком, потребителями продукции, очень часто остаются вне поля зрения российских исследователей: сказывается малый опыт деятельности в условиях конкурентного рынка и слабое развитие рыночного мышления.

Здесь надо подчеркнуть, что дефиниционная четкость имеет большое значение не только с теоретико-аналитической, но и с практической точки зрения, позволяя достоверно выявить объект и субъект воздействия и построить оптимальные взаимоотношения между ними. Как говорит Т. Стюарт, «требуется не просто определение интеллектуального капитала, но и такое его описание, при помощи которого руководители могут планировать инвестиции в интеллектуальные фонды и управлять ими» [8, с. 112]. Управление интеллектуальным капиталом — важное направление управленческой деятельности в современном обществе. Э. Брукинг выделяет такие виды деятельности в управлении интеллектуальным капиталом, как: идентификация интеллектуального капитала; разработка политики в отношении развития интеллектуального капитала; аудит интеллектуального капитала; документальное оформление интеллектуального капитала; защита интеллектуального капитала; распространение интеллектуального капитала; приумножение и обновление интеллектуального капитала [7].

Основное содержание управления интеллектуальным капиталом схоже с управлением знаниями, однако, в применении к знаниям, особенно неявным, этот процесс более сложен. В силу этого наличие эффективной системы управления знаниями и интеллектуальным капиталом особенно важно для организаций, оперирующих большими объемами знаний, в том числе неявных.

Управление интеллектуальным капиталом можно, по нашему мнению, определить как совокупность воздействий на все элементы интеллектуального капитала и их взаимодействия для повышения эффективности его функционирования в соответствии с целями и стратегией конкретной организации. *Основная цель* управления интеллектуальным капиталом — повышение конкурентоспособности данной организации.

В аспекте практической управленческой деятельности управление интеллектуальным капиталом — это особого рода деятельность координирующего, организующего, стимулирующего, аналитического характера, осуществляемая в рамках общей стратегии деятельности организации. Сегодня уже можно говорить о формировании новой функции управления, в задачу которой входит аккумулярование интеллектуального капитала, выявление и распространение имеющейся информации и опыта, создание предпосылок для распространения и передачи (трансфера) знаний.

Конкретно-управленческое наполнение управления интеллектуальным капиталом детерминировано содержательной трактовкой понятия «интеллектуальный капитал». На наш взгляд, интеллектуальный капитал можно рассматривать в четырех аспектах:

- как ценность;
- как система;
- как процесс;
- как результат.

Интеллектуальный капитал как *ценность* в современном обществе означает актив, обладающий способностью приносить доход. Интеллектуальный капитал как *система* представляет собой совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих определенным образом элементов, структурные связи которых были показаны ранее. Сущность интеллектуального капитала как *процесса* заключается в наличии у него воспроизводственных характеристик, возможности вовлечения интеллектуального капитала в процесс кругооборота, в котором осуществляется его производственное потребление и приток, а последний

характеризует интеллектуальный капитал со стороны *результата* (рис. 4).



Рис. 4. Содержательная трактовка интеллектуального капитала

С этой точки зрения, управление интеллектуальным капиталом выступает как оптимальное непротиворечивое взаимоувязывание четырех названных ипостасей интеллектуального капитала. Это позволяет нам сформулировать *основные задачи* данного управленческого процесса:

- оптимизация структуры интеллектуального капитала, соблюдение баланса между различными его элементами и их группами, установление межэлементных взаимосвязей;
- обеспечение непрерывности процесса движения интеллектуального капитала, интеграции всех его этапов в единый кругооборот, устранение препятствий между ними;
- обеспечение максимального результата при оптимальных затратах интеллектуального капитала;
- повышение ценности интеллектуального капитала для организации и общества в целом.

Эти задачи решаются через перечисленные ранее виды управленческой деятельности и этапы управления интеллектуальным капиталом — идентификацию интеллектуального капитала, разработку политики в отношении развития интеллектуального капитала и т.д. Конкретно-содержательное наполнение каждого этапа определяется спецификой конкретной организации.

Из всего изложенного вытекает главный вопрос, встающий перед руководством и сотрудниками, ответственными за сохранение и развитие знаний и интеллектуального капитала: каким должно быть управление интеллектуальным капиталом организации, чтобы способствовать максимально эффективному достижению ее целей?

Представляется, что, прежде всего, при выборе форм и методов управления в этой сфере необходимо учитывать:

а) тип интеллектуального капитала — человеческий, структурный, потребительский, интеллектуальная собственность;

б) подразделение организации, в котором осуществляется управление — научно-исследовательское, производственное, финансовое, маркетинговое и т.д. В каждом из перечисленных подразделений будут использоваться свои формы, методы, направления управления различными типами интеллектуального капитала. Но общим для всех подразделений, подсистем и элементов во всех организациях будет обязательное наличие внутренней организационной культуры, порождающей непрерывный инновационный процесс.

Как отмечает Э. Брукинг, «существует прямое соотношение между новаторским характером компании и ее способностью к приумножению своего интеллектуального капитала» [7].

Поэтому инновационный характер деятельности каждого подразделения организации и их интеграция в единый инновационный комплекс — непременное условие эффективного функционирования ее интеллектуального капитала.

Литература

1. S. Z. Shariq. Knowledge Management: An Emerging Discipline and a Professional Society for Facilitating Adaptive Change to a Stable World Order in the 21st Century. // The First International Conference on Technology Policy and Innovation. Macao, July 2-4, 1997.
2. Н. В. Казакова. Экономика и знания. Саратов: Сарат. гос. техн. ун-т, 2002. 172 с.
3. В. Н. Гунин, В. П. Баранчев, В. А. Устинов, С. Ю. Ляпина. Управление инновациями: / Модульная программа для менеджеров. Модуль 7. М.: Инфра-М, 2000. 272 с.
4. Г. фон Крог, М. Кёне. Трансфер знаний на предприятии: основные фазы и воз-

- действующие факторы. // Проблемы теории и практики управления. 1999. № 4.
5. Ю. В. Яковец. Закономерности научно-технического прогресса и их планомерное использование. М.: Экономика, 1984. 240 с.
 6. Т. Кун. Структура научных революций. М.: Прогресс, 1977.
 7. Э. Брукинг. Интеллектуальный капитал. СПб.: Питер, 2001. 288 с.
 8. Т. А. Stewart. The Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. N.-Y.-L., 1997.
 9. I. Nonaka and H. Takeuchi. The Knowledge Creating Company. N.-Y. 1995.
 10. Knowledge Management in the Learning Society. Paris. OECD. 2000.
 11. Л. Эдвинсон, М. Мэлоун. Интеллектуальный капитал: определение истинной стоимости компаний. // Новая постиндустриальная волна на Западе. / Под ред. В. Иноземцева. М.: Academia, 1999. 640 с.
 12. В. Гойло. Интеллектуальный капитал. // Мировая экономика и международные отношения. 1998. № 11. С. 68-77.

ВЫСТАВКИ, КОНФЕРЕНЦИИ, СЕМИНАРЫ

Дата	Название события	Место проведения. Описание	Координаты организационного комитета
21.04.03— 24.04.03	NEDTEX. «Новые технологии в образовании»	<i>Россия. Москва. КВЦ «Сокольники».</i> Выставка пройдет в рамках Российского образовательного форума. Цель выставки — продемонстрировать реальную возможность поднять качество обучения на более высокий уровень, открывающийся при внедрении в обучение новых программных и информационных технологий. На выставке будут представлены современные технологии в области обучения и новейшие программные разработки.	КВЦ «Сокольники»: <i>Тел.:</i> (095)268-6323 <i>Факс:</i> (095)268-0891 <i>E-mail:</i> info@exposokol.ru <i>Web URL:</i> http://www.exposokol.ru
21.04.03— 24.04.03	DigiPrintMedia-2003. 2-я Международная выставка цифровых технологий для издательско-полиграфического и рекламного бизнеса	<i>Россия. Москва. КВЦ «Сокольники».</i> Выставка DigiPrintMedia-2003 — это уникальное мероприятие, предоставляющее реальную возможность специалистам и менеджерам различных сфер деятельности, потенциальным инвесторам увидеть все многообразие современных цифровых технологий, оценить эффективность вложений в это направление и найти реальных партнеров для развития бизнеса. Участники выставки представят не только оборудование, технологии, программное обеспечение и услуги, но и свое видение развития цифровой техники и областей ее применения. Выставка продемонстрирует возможности организации и совершенствования рекламного, издательского и полиграфического бизнеса на базе современных цифровых процессоров, предложит законченные решения «от идеи до конечного продукта».	Международная выставочная компания «МВК»: <i>Тел.:</i> (095)995-0595 <i>E-mail:</i> info@mvk.ru <i>Web URL:</i> http://www.mvk.ru КВЦ «Сокольники»: <i>Тел.:</i> (095)268-6323 <i>Факс:</i> (095)268-0891 <i>E-mail:</i> info@exposokol.ru <i>Web URL:</i> http://www.exposokol.ru Международная ассоциация полиграфистов (МАП): <i>Тел.:</i> (095)250-4568. 250-3764 <i>Факс:</i> (095)251-8906 <i>E-mail:</i> mapoly@pol.ru
22.04.03— 24.04.03	Вторая международная специализированная выставка «Охрана труда. Промышленная экология»	<i>Россия. Санкт-Петербург. Выставочный центр Северо-Запада РФ.</i> Выставка проводится при поддержке Министерства труда и социального развития России, Комитета по труду и социальной защите населения Санкт-Петербурга, Правительства Ленинградской области, Центров Государственного санитарно-эпидемиологического надзора в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Цель выставки — демонстрация новейших технологий, материалов и методов обеспечения современных требований экологии и охраны труда человека, продвижение продукции и услуг отечественных предприятий в области экологии на рынок Северо-Запада и других регионов России, ознакомление населения Санкт-Петербурга, Ленинградской области и других регионов Северо-Запада с современными нормативами, нормами, правилами и службами, действующими в сфере экологии и охраны труда человека.	<i>Тел.:</i> (812)373-8144, 373-8332 <i>Факс:</i> (812)373-5278 <i>E-mail:</i> ivcsz@elstandart.spb.ru, expo@elstandart.spb.ru
23.04.03— 24.04.03	VI Всероссийская научно-техническая конференция « НОВЫЕ информационные ТЕХНОЛОГИИ »	<i>Россия. Москва.</i> Конференция пройдет при поддержке Министерства образования РФ, а также Московской государственной академии приборостроения и информатики. Она будет проходить в пяти основных направлениях: 1. Информационные технологии в системе образования; 2. Искусственный интеллект и программное обеспечение; 3. Обработка информации в компьютерных системах; 4. Разработка САПР с использованием новых информационных технологий; 5. Разработка АСУ в области приборостроения и машиностроения.	<i>Тел.:</i> (095)268-0201 [Хныкин Анатолий Петрович (председатель)] <i>E-mail:</i> nit_2003@mail.ru [Никольев Евгений Витальевич (ученый секретер)]