

РЫНОЧНАЯ ОЦЕНКА ЗНАНИЙ КАК ОСНОВА СТОИМОСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Калинина Т.В.

ГОУ ВПО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

Магнитогорск, Россия

В начале XXI века многие ведущие экономисты свидетельствуют о революционной направленности изменений в технологиях, организации и лидерстве, оказывающих определяющее влияние на управленческую деятельность и овладение знаниями в различных областях: от «капитала» к «знаниям», от «прибыли и иерархии» к «демократии и коллективизму», а также от «контроля» к «свободе» [1].

В результате использования новых информационных и телекоммуникационных технологий скачкообразно повысился уровень взаимосвязей в рыночной среде. Резко «сжалось» время удовлетворения любых общественных потребностей. Научно-технический прогресс стал реальной движущей силой развития производства, а инвестиции в наукоемкие отрасли стремительно нарастают. Под влиянием указанных факторов происходят новые, нередко революционные изменения в организационных управленческих структурах.

В современных условиях именно знания представляют собой интеллектуальный капитал промышленных предприятий.

В настоящее время обобщение опыта управления знаниями, его всесторонний анализ, выявление возможностей использования новых организационных моделей и методов с учетом конкретных ситуаций и особенностей хозяйствующих субъектов становятся одними из ключевых задач организации и управления.

Специалисты в области управления традиционно выделяют восемь этапов приобретения и усвоения новых знаний: «определить», «собрать», «выбрать», «хранить», «распределить», «применить», «создать» и «продать» [2].

На этапе «определить» необходимо установить, какие основные знания имеют решающее значение для успеха. Этот этап нацелен на решение стратегических проблем организации. На этапе «собрать» приобретаются и упорядочиваются существующие знания, опыт, методы и квалификация. На этапе «выбрать» рассматривается постоянный поток собранных, упорядоченных знаний и оценивается их полезность. Этап «хранить» выделяется для того, чтобы отобранные знания классифицировались и вносились в корпоративную память. Это – знания о продуктах, производственных процессах, клиентах, потребностях рынка, маркетинге, финансовых результатах, приобретенном опыте, стратегических планах, целях и др.

На этапе «распределить» знания извлекаются из корпоративной памяти и становятся доступными для использования. На этапе «применить» осуществляется практическое использование знаний для решения проблем и заданий, принятия управленческих решений, поиске идей и обучения. На этапе «создать» выявляются новые знания путем наблюдения за клиентами, использования обратной связи, причинно-следственного анализа, эталонного тестирования, использования накопленного опыта, проведения исследований, экспериментирования, креативного мышления, разработки баз данных. На этапе «продать» на основе интеллектуального капитала создаются новые продукты, которые могут быть реализованы вне предприятия.

По мнению автора, перечень вышеназванных этапов целесообразно расширить введением этапа «оценить» (между этапами «выбрать» и «хранить»), поскольку результаты рыночной оценки, как интеллектуальной собственности, так и интеллектуального капитала организации в целом представляют определенный интерес, а сам процесс оценки связан с созданием определенного инструментария его реализации, отличного от подходов, применяемых на других этапах.

На данном этапе необходимо оценить объект знаний (интеллектуального капитала) способом, который, по мнению эксперта-оценщика, дает наиболее адекватную рыночную оценку изучаемому объекту. В этом случае становится возможным стоимостное управление интеллектуальным капиталом организации. Следует подчеркнуть при этом, что стоимостная оценка интеллектуальной собственности, а также интеллектуального капитала представляет даже для специалистов определенную сложность ввиду недостаточной проработки отдельных методических вопросов: отсутствие единства в понятийном аппарате, многообразие классификационных признаков, а также минимальный практический опыт реализации техники оценки.

В настоящее время экономисты США Дж. Дайер и Г. Сингх доказали, что обмен такими ресурсами, как знания, обеспечивает увеличение стоимости бизнеса, поскольку обмен знаниями порождает совместное обучение, а интеграция взаимодополняющих ресурсов – совместное создание новых продуктов, технологий и услуг и разработали модель обмена

ресурсами знаний между партнерами [3, 4] (рис. 1). При этом они выделили три важнейших особенностей знаний: скрытость, специфичность и сложность. Эти измерения отражают особенности ресурсов, которые усложняют их копирование, и могут рассматриваться как источник создания стоимости и конкурентного преимущества.

Явные ресурсы – это кодифицированные ресурсы, которые можно передавать на формализованном и систематизированном языке. Это знания, представленные в договорах, руководствах пользователей, базах данных, лицензиях или воплощенные в продуктах. Скрытые ресурсы – это ресурсы, которые включают знания, характеризующиеся определенными индивидуализированным свойством, что затрудняет их формализацию и распространение. Скрытые ресурсы могут быть связаны с конкретными людьми, например с сотрудниками, владеющими специальными знаниями и ноу-хау, приобретенными благодаря многолетнему практическому опыту, или с брэндами и культурой организации. Скрытые ресурсы носят более стратегический характер, нежели явные, поскольку их сложнее передавать и копировать.

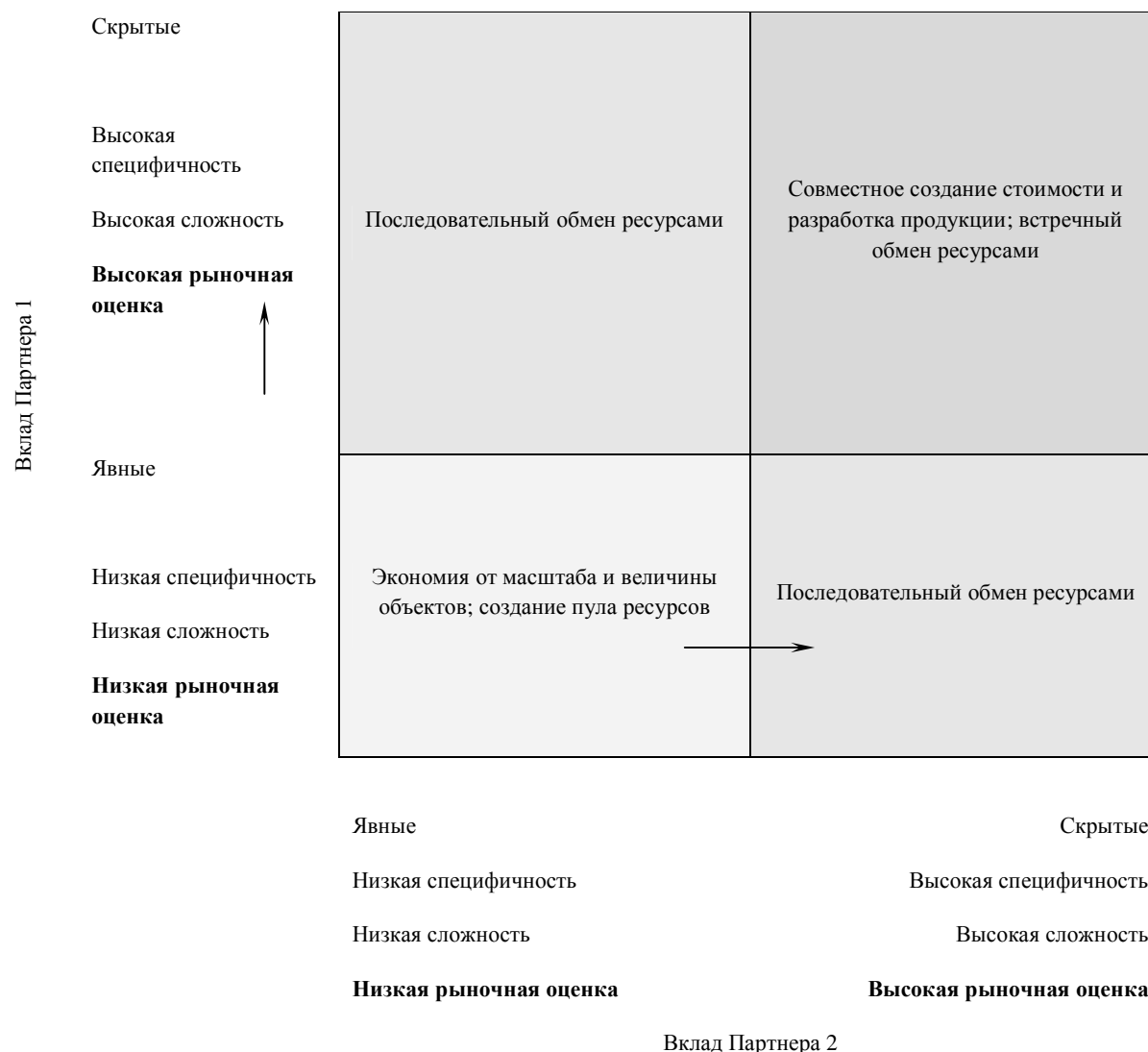


Рис. 1. Модель обмена ресурсами между партнерами: четыре квадранта создания стоимости [3]

Примечание: автором предложен четвертый параметр оценки ресурсов – «рыночная оценка» (от низкой до высокой)

Специфичность подразумевает инвестиции в долговременные специализированные ресурсы, причем привлечение для этих целей уже используемых ресурсов влечет за собой значительные потери производственной стоимости. В этой связи специфичность имеет место тогда, когда ресурс можно рассматривать как специальный с точки зрения потребностей конкретной операции, проводимой либо внутри фирмы, либо между фирмой и ее внешним партнером.

Под сложностью ресурсов авторы модели обмена ресурсами подразумевают степень взаимозависимости партнеров. Сложность (высокая степень взаимозависимости партнеров) способствует добавлению стоимости, поскольку ведет к уникальному сочетанию ресурсов, которое сложно скопировать [3].

Согласно представленной модели, характер обмена ресурсами знаний и ожидаемая стоимость значительно изменяются по мере перехода от левого нижнего квадранта к правому верхнему квадранту, а создание стоимости в каждом квадранте обусловлено разными стратегическими целями.

В левом нижнем квадранте, отражающем ситуацию, когда оба партнера вкладывают ресурсы, характеризующиеся низким уровнем скрытости, специфичности и сложности, основное внимание уделяется совершенствованию операций, направленных на повышение производительности, уменьшение рисков и снижение затрат. Подобные альянсы, «основанные на операциях», создаются для установления связей между партнерами с целью повышения уровня интеграции (например, организации вступают в альянс с поставщиками для обеспечения поставок «точно вовремя», повышения качества материалов и комплектующих и снижения затрат). Пример альянса, основанного на операциях – производственное соглашение.

В левом верхнем и правом нижнем квадрантах диаграммы один партнер по альянсу предоставляет стратегический ресурс, а другой – ресурс более низкого уровня. Примеры подобных альянсов:

- соглашение о сбыте, по которому один из партнеров предоставляет знания о клиентах, доступ на рынок или бренд (ресурсы, которые характеризуются высоким уровнем скрытости), а второй – продукт на продажу (низкая скрытость);
- технологическое лицензионное соглашение, по которому один партнер выплачивает роялти для получения доступа к технологии другого партнера.

Часто такие альянсы характеризуются низкой сложностью и специфичностью. Партнеры не разрабатывают новых продуктов или технологий, т.е. уровень совместной деятельности или интеграции очень низок. Обмен технологиями, как правило, происходит в кодифицированной форме.

Максимальная возможность создания стоимости и конкурентного преимущества обеспечивается тогда, когда оба партнера вкладывают в альянс стратегические ресурсы (т.е. ресурсы, характеризующиеся высокой степенью скрытости, специфичности и сложности), что соответствует правому верхнему квадранту. В результате создаваемая стоимость часто обеспечивает им стратегический или в значительной степени дифференцированный потенциал. Часто в таких альянсах участвуют партнеры, объединяющие свои скрытые знания в целях совместной разработки новой продукции или технологий.

Предложенная автором четвертая характеристика знаний – «рыночная оценка» позволяет дополнить качественные результаты создания стоимости ее денежной оценкой, что весьма актуально в процессе управления, как отдельными знаниями, так и интеллектуальным капиталом промышленных предприятий в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Hatal W.E. The New Management. – San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 1998. P. XXI.
2. Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 797 с.
3. Как превратить знания в стоимость: Решения от IBM Institute for Business Value / Составители: Э. Лессер, Л. Прусак; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 248 с.
4. Dyer J.H., Singh H. The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage / Academy of Management Review 23, No. 4, 1998. – p. 660 – 679.