

Дмитриева С.И. ©

К.э.н., доцент кафедры менеджмента
Московского технологического университета (МИРЭА)

КАТЕГОРИЗАЦИЯ ЗНАНИЙ В ИННОВАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ

Аннотация

В статье автором даны категории знаний в инновационном процессе. Согласно их классификации определена роль знаний для повышения эффективности инноваций. Автором дана классификация знаний. Показана роль управления знаниями на эффективность инноваций компании.

Ключевые слова: знания, классификация знаний, эффективность инноваций, управление знаниями.

Keywords: knowledge, classification of knowledge, efficiency of innovations, management of knowledge.

Введение

В настоящее время инновации рассматриваются как ключевое звено в создании ценностей, а также в позиционировании компании во все более интернационализирующейся и глобализирующейся экономической системе. Взаимосвязь между инновациями и экономическим ростом становится очевидной. Абрамовиц [1, 25-30] подробно описывает взаимосвязь между развитием знаний и экономическим ростом: «...в наши дни преимущество в знаниях является ключом к процессу роста». Архивунди и Миши [2, 1-4] утверждают, что современные экономические системы стали более «интеллектуально-интенсивными», чем в прошлом. Томпсон [3, 77-97] заметил, что интенсивность и рост знаний ведут к усовершенствованию производства, а также к улучшению качества. Управление знаниями также является важнейшим фактором для компании как на стратегическом, так и на операционном уровне. Куинн, Андерсон и Финкельстейн [4, 7-12] отметили: «Последствия стратегии очень обширны. Как только компания достигает интеллектуального конкурентного преимущества, для конкурентов становится крайне сложно ее догнать».

Знание о возможности инноваций, а также связь инноваций с конкурентными преимуществами и ростом рентабельности – являются важным видом знаний, активирующих инновационную деятельность. Если данный тип знаний не развит в организации, инновационная деятельность не станет приоритетной. Данный тип знаний чрезвычайно важен для развития норм действий в социальной системе. Если не знать, что инновация возможна, а также не знать о потенциальных результатах, то действия, скорее всего, будут носить характер «делай как обычно», а не будут направлены в сторону инновационных процессов.

Всемирно признано, что знания и инновации – это конкурентная сила, необходимая для успеха компании. От сотрудников будут требоваться такие качества, как реалистичность, инициативность, способность изобретать и желание пойти на риск. Индивидуумы, обладающие вышеперечисленными знаниями, сочетают теоретические и практические знания, одновременно способны видеть пути взаимодействия их области знаний с другими, чтобы исполнять функцию целиком. Это люди с системными знаниями, которые в отличие от отраслевых знаний, могут понимать язык всех областей знания. В компетенции таких

сотрудников обычно находится несколько функциональных отраслей, что развивает у них навык синергетического мышления.

Категоризация знаний

Для создания знаний и интеграции знаний в инновации мы предлагаем разбить знания на несколько категорий (рис. 1):



Источник: Составлено автором с использованием Johannessen, J.-А. (1994). Intelligence search in a turbulent market. *European Management Journal*, 12(3), 338–345.

Рис. 1. Категории знаний

Мета-знания – это база знаний, структурирующая явные знания, то есть - «знаю почему». Мета-знание также может служить для знания, «как мы знаем», которое возникает от рефлексии на основании нашего нормативного базиса: мета-знание одновременно является и процессом, и продуктом. Как продукт, мета-знание говорит о том, как мы думаем. Мета-знание происходит в сфере персоналий, то есть – что мы видим и как это воспринимаем. Когда сотрудник компании работает в системе в рамках определенной сферы, к примеру – в технико-экономической парадигме, то он, скорее всего, будет предпочитать одни методы другим. Сфера образует значения – как воспринимается и интерпретируется работа, а также влияет на то, чего человек ожидает от работы. Мета-знания – это форма умения разделять интерпретацию, распространенная среди индивидуумов в одной сфере. Таким образом, мета-знания напрямую влияют на этих индивидуумов, а также определяют тот тип явных знаний, который будет подходить по своему значению для компании. Чем более универсальна данная сфера среди наиболее важных видов деятельности компании, тем большее влияние она будет оказывать на тип знаний (явных или неявных) является ключевым для достижения компанией конкурентных преимуществ. Сотрудники компании, которые имеют разные уровни мета-знаний или разные базисные сферы, будут способны наблюдать те же события, но интерпретировать их по-разному.

Явные знания – это знания, которые мы можем черпать из различных источников информации.

Неявные знания – это индивидуальные навыки или способности («техне» - греч. «искусство»), то есть «знаю как», их трудно передать другим [4, 14-20].

Скрытые знания - это то как мы думаем и действуем, как личная парадигма, или технико-экономическая парадигма в мире бизнеса, траектория, которая направляет наш путь мышления и действий, отражая и объясняя, помимо прочего, новые идеи. Скрытые знания способствуют развитию ментальных моделей, сущности создаваемых нами абстракций, выбору «переменных», фактов, на которых мы фокусируемся, наших основных метафизических убеждений, наших теоретических «вкусов» и т.д. Скрытые знания можно разделить на 2 части: характер мышления и характер действия. В данном контексте скрытые знания связаны с присущими компании нормами. Скрытое знание познается через социализацию, его можно распространить в мире бизнеса, прежде всего, путем фокусируясь на его существовании, а затем – используя фокус-группы. Использование фокус-групп дает доступ к некодифицированному знанию, языку, ментальным моделям, мнениям, смыслам, предположениям, видению мира участников. Они также дают возможность создать индивидуальные типы мышления в рамках коллективной.

Знания взаимоотношений подразумевают взаимодействие различных групп между собой, то есть «знаю кто», что позволяет получать доступ к этим знаниям [4, 24-27]. В то время как неустойчивость и изменения все усиливаются, решающим фактором выживания компаний является их способность инвестировать в эти знания. Поскольку знание взаимоотношений постигается благодаря распространению среди профессиональных групп, то на данный момент времени в условиях информационной экономики это является одним из решающим фактором эффективности инновационного процесса на предприятии.

Знания не пересекаются, а взаимно дополняют друг друга. Следовательно, чтобы создать знание для инновации, мы должны создать процесс, который бы позволил сделать знания понятными для вовлеченных в инновационную деятельность людей. А это возможно достичь только с помощью интеграционных процессов среди социальных связей, благодаря которым все вышеуказанные знания будут в том или ином виде объяснимыми, чтобы разделить их с другими людьми.

Более инновационные компании будут успешнее отвечать меняющейся среде и развивать новые способности, которые позволят им достичь лучшей результативности. Инновационные инициативы в значительной степени зависят от знаний, экспертизы и лояльности сотрудников, как ключевого вклада в процесс создания ценности. Предыдущие исследования рассматривали знания и компетенции сотрудников как ценные активы компаний, поскольку они обладают уникальными, свойственными данной компании, характеристиками, социально сложны и зависимы от траектории движения.

Способность управлять знаниями

Организационные инновации, заключающиеся в разработке новых товаров или услуг, а также новых систем управления, стали важным путем достижения устойчивого конкурентного преимущества. Процесс инновации включает приобретение, распространение и использование новых и уже существующих знаний. Инновационность компании тесно связана с ее способностью использовать собственные интеллектуальные ресурсы. Управление знаниями – это подход, заключающийся в более активном использовании знаний для создания ценности и повышения результативности организации. Компании, которые демонстрируют более высокий уровень способности управлять знаниями, могут достичь эффекта накопленного опыта и тем самым усовершенствовать такие процессы как оптимизация численности, оперативный ответ на изменения, развитие креативных идей и инноваций. Эффективное управление знаниями усиливает процесс передачи и обмена знаниями, необходимый для инновационного процесса, а также повышает эффективность инноваций, поскольку стимулирует развитие новых открытий и способностей. Следовательно, способность управлять знаниями играет главную роль в поддержке и ускорении инноваций. Поскольку процесс управления знаниями в рамках инновации является сложным, данная работа фокусируется на механизмах, которые используются

организациями для получения, обмена и применения новых или усовершенствованных знаний.

Получение знаний со стороны внешнего рынка и изнутри – от сотрудников – создает для компаний возможности реструктуризировать существующие знания и создать новые. Поступившие новые знания, во взаимодействии с уже имеющимися, могут обновить запас знаний организации и увеличить ширину и глубину доступных компании знаний, тем самым увеличивая потенциал к новым инновациям. Концепция знаний предполагает, что деятельность по получению знаний усиливает способность компании эффективно выполнять свою роль. Компании с высокой способностью приобретать внешние и внутренние знания смогут снизить неопределенность и достичь большого количества управленческих и технологических преимуществ.

Обмен знаниями относится к коллективным идеям или образцам поведения, когда знание распространяется между индивидуумами или подразделениями компании. В предыдущих исследованиях был сделан вывод, что обмен знаниями может привести к росту инновационности компании. В частности, исследователи ранее утверждали, что обмен знаниями ведет к новой комбинации знаний, ранее существовавших по отдельности, что в итоге может привести к усовершенствованию процессов или новым товарам. Поскольку знание рассредоточено по разным индивидуумам и разным подразделениям организации, сотрудники должны делиться им. Когда индивидуумы добровольно делятся и обмениваются знаниями, они могут создать коллективное знание и получить синергетический эффект от процессов обмена знаниями и ресурсами. Инновации происходят в случае, когда сотрудники организации делятся своей экспертизой и реализуют ее в форме товаров и услуг. Таким образом, компании, которые способны наладить эффективный обмен знаниями между сотрудниками, окажутся более инновационными.

Применение знаний – это центральный элемент процесса управления знаниями. С точки зрения концепции знаний нужно учитывать такие характеристики знаний как прикрепляемость и неявность, а следовательно ценность частных и организационных знаний заключается именно в их применении. Разработка новых товаров и инноваций требует применения и комбинации специализированных знаний, почерпнутых из многих источников. Интенсивное применение знаний позволяет компаниям на постоянной основе воплощать свою организационную экспертизу в форму товаров. Эффективное применение знаний приведет к тому, что сотрудники будут допускать меньше ошибок, повысят свою результативность, а также это поможет оптимизировать численность. В итоге организации будут способны ускорить процесс разработки новых товаров и создать более инновационные технологии производственного процесса и управленческие системы.

Следовательно, способность управлять знаниями, в части их приобретения, обмена и применения, положительно влияет на эффективность инноваций компании. Благодаря эффективному управлению знаниями компании могут воплотить знания в форму инновационных товаров, услуг, процессов, и тем самым достичь более высоких результатов технической и управленческой инновации.

Литература

1. Abramovitz, M. (1989). *Thinking about growth*. London: Cambridge University Press.
2. Archibugi, D., & Michie, J. (1995). *Technology and innovation: An introduction*. *Cambridge Journal of Economics*, 19, 1–4.
3. Thompsson, P. (1996). *Technological opportunity and the growth of knowledge: A Schumpeterian approach to measurement*. *Journal of Evolutionary Economics*, 6 (1), 77–97..
4. Quinn, J. B., Anderson, P., & Finkelstein, S. (1996). *Leveraging intellect*. *Academy of Management Executives*, 10(3), 7–27.