

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗНАТЬ ПІДПРИЄМСТВА

©2018 СТОКАЗ Я. М.

УДК 331.101.262

Стоказ Я. М. Теоретичне підґрунтя формування стратегічних знань підприємства

У статті представлено теоретичне підґрунтя дослідження процесів розвитку та формування стратегічних знань підприємства. Визначено основні положення ресурсного, поведінкового та інституціонального підходів, що створюють теоретичні засади для дослідження проблематики формування та розвитку стратегічних знань підприємства, виділення їх видів, методичного забезпечення для оцінювання, розроблення та реалізації відповідних організаційних моделей. Складовими стратегічних знань підприємства виступають досвід, компетентність, вміння та навички. Ключове значення серед видів стратегічних знань надається управлінським та організаційним знанням підприємства.

Ключові слова: стратегічні знання, підприємство, теоретичні положення, концепція, ресурсний підхід, інституціональний підхід, поведінковий підхід.

Бібл.: 12.

Стоказ Яна Миколаївна – аспірантка кафедри менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

УДК 331.101.262

Стоказ Я. Н. Теоретические основы формирования стратегических знаний предприятия

В статье представлены теоретические основы исследования процессов развития и формирования стратегических знаний предприятия. Определены основные положения ресурсного, поведенческого и институционального подходов, которые являются теоретическим основанием для исследования проблематики формирования и развития стратегических знаний предприятия, выделения их видов, методического обеспечения для оценивания, разработки и реализации соответствующих организационных моделей. Составляющими стратегических знаний предприятия выступают опыт, компетентность, умения и навыки. Ключевое значение среди видов стратегических знаний имеют управленческие и организационные знания предприятия.

Ключевые слова: стратегические знания, предприятие, теоретические положения, концепция, ресурсный подход, институциональный подход, поведенческий подход.

Библ.: 12.

Стоказ Яна Николаевна – аспирантка кафедры менеджмента и бизнеса, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харьков, 61166, Украина)

UDC 331.101.262

Stokaz Ya. M. The Theoretical Foundations of Formation of Strategic Knowledge of Enterprise

The article presents the theoretical foundations of research of development processes together with formation of strategic knowledge of enterprise. The article defines the basic provisions of the resource, behavioral and institutional approaches, which comprise the theoretical basis for research of problematics of formation and development of strategic knowledge of enterprise, allocation of their kinds, methodical support for assessment, development, and implementation of the appropriate organizational models. The strategic knowledge of enterprise is represented by experience, competence, skills, and abilities. The key importance among the types of strategic knowledge is contained in the managerial and organizational knowledge of enterprise.

Keywords: strategic knowledge, enterprise, theoretical provisions, conception, resource approach, institutional approach, behavioral approach.

Bibl.: 12.

Stokaz Yana M. – Postgraduate Student of the Department of Management and Business, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

Інтеграція України у світовий економічний простір, процеси технологічного розвитку та посилення конкуренції загострюють проблему формування та розвитку стратегічних знань промислових підприємств. Необхідність зростання масштабів виробництва високих технологій, розширення номенклатури інноваційних товарів, нових вимог до їх якості обумовили пошук нових організаційних форм і засобів стратегічного управління діяльністю вітчизняних підприємств.

Проблемам інноваційного розвитку промислових підприємств та формування їх стратегічних знань присвячені роботи таких авторів, як І. Ансофф, Ф. Котлер, Т. Лівіт, Л. Мейсел, Г. Мінцберг, А. Наливайко, Д. Нортон, Н. Олів'є, І. Отенко, О. Преображенська, Ю. Погорелов, О. Ястремська. Необхідно відмітити, що на сьогодні серед фахівців та науковців, які займаються цією проблемою, не існує єдиного підходу щодо визначення стратегічних знань, виділення їх видів, методичного забезпечення їх оцінювання, організаційних моделей формування та розвитку, що обумовило актуальність поточного дослідження.

Інноваційний розвиток підприємств базується на прийнятті управлінських рішень, які повинні враховувати велику кількість інформаційних даних. Також варто відзначити, що в умовах організації таких процесів та необхідності їх інформаційно-аналітичного забезпечення ключовим фактором є швидкість прийняття управлінських рішень і компетентність особи, що приймає рішення. За таких обставин якість та швидкість прийняття рішень керівниками може забезпечуватися за рахунок використання стратегічних знань – накопиченого досвіду, інформаційно-аналітичних та організаційних методів, моделей розроблення стратегічних і поточних рішень.

Становлення теорії управління знаннями має фундаментальне наукове підґрунтя й поділяється на дисциплінарні області: «вчення про знання» – епістемологія (грец. *episteme* – наукове знання, наука і *logos* – навчання) і «вчення про пізнання» – гносеологія (*gnosis* – пізнання, *logos* – навчання). У рамках епістемології досліджується знання як таке, його будова, структура, функціонування й розвиток. Епістемоло-

гія виходить із об'єктивних структур знання. Виділяють такі основні питання епістемології: яка структура знання? які механізми його реалізації в науково-теоретичній і практичній діяльності? які існують типи знань? які загальні закони зміни й розвитку знань? [1, с. 1232]. Історично епістемологічна проблематика визначення «знання» пов'язана з такими поняттями, як «думка», «відчуття», «мудрість».

Гносеологічний аспект розглядає знання як процес пізнання, з погляду відносин суб'єкта пізнання (дослідника) до об'єкта пізнання (досліджуваного об'єкта) або в категоріальній опозиції «суб'єкт – об'єкт». Основні дослідницькі питання гносеологічної проблематики укладаються в інтерпретації суб'єкта й об'єкта пізнання, виділенні структури пізнавального процесу, форм і методів пізнання [1, с. 250]. Синтез епістемологічної та гносеологічної проблематики характеризується появою нових методологічних напрямків вивчення знання – методика дослідження будується на аналітичних, операційних, нормативних, структурно-функціональних прийомах. Серед факторів, що визначають сучасний стан досліджень у цій сфері, можна відзначити такі:

- ✦ усе більший інтерес викликають когнітивні елементи, пов'язані з різними нематеріальними аспектами;
- ✦ типологія знання стає все більш розгалуженою й диференційованою;
- ✦ складаються комплексні практики, у яких, крім пізнання, розглядається функціонування знання в інших типах діяльності: інженерії, проектуванні, навчанні, менеджменті [1, с. 250].

Інтерес до знань підприємств, організацій та економіки країн пояснюється, насамперед, тим, що протягом останніх десятиліть економіка, заснована на матеріальних активах і сконцентрована на кінцевому продукті, трансформується в економіку, що базується на нематеріальних ресурсах. Усе більше компаній у всьому світі спрямовують переважну частину своїх інвестицій у сферу знань. Здатність формувати та використовувати знання втілюється в інноваційних технологіях виробництва нових виробів і послуг й перетворюється в найважливіший фактор виживання в умовах інформаційного суспільства.

Засновником економіки знань як дисципліни вважається професор Принстонського університету, представник неокласичного напрямку економічної думки Фріц Махлуп (*Machlup, F.*), автор книги «Виробництво й поширення знань у США» [2], основна ідея якої полягає в тому, що в економіці сектор знань відіграє вирішальну роль, а виробництво знань є джерелом зростання економіки. У своїх дослідженнях науковець виділив більше 30 (а для окремих періодів і більше 40) секторів виробництва знань, що належать до різних галузей економіки, і ви-

трати на виробництво, які склали основу для кількісної оцінки масштабів і питомої ваги індустрії знань у національному продукті держави. Ф. Махлуп акцентував на неоднозначності трактування принципів, на підставі яких можливо було б визначити масштаби виробництва знань. Однак, з його погляду, стратегічною значимістю володіє така сфера виробництва й поширення знання, як науково-дослідна діяльність: валові витрати на розвиток знань у цій сфері впливають на сукупне виробництво знань у державі.

Черговий крок у вивченні економіки знань здійснив М. У. Порат (*Porat, M. U.*) [3], який у середині 1970-х рр. за дорученням департаменту торгівлі США досліджував індустрію знань. М. Порат, так само як і Ф. Махлуп, розглядав знання як специфічний продукт людської діяльності, роль якого в сучасному суспільстві здобуває вирішальне значення. При визначенні масштабів нового феномена вчений проводив кількісну оцінку індустрії знань за допомогою показників доданої вартості, аналізуючи з цієї позиції всі галузі національної економіки. М. Порат підрозділив їх на два сектори: перший – сектор переробки матеріальних ресурсів, другий – пов'язаний з переробкою й трансформацією інформації, що, своєю чергою, складається із двох самостійних сегментів.

Концепція «динамічних здатностей», у якій виражено поєднання класичного ресурсного підходу (статичний аспект) до знань організації та еволюційної теорії економічних змін (динамічний аспект), внесла певні корективи у тлумачення стратегічних знань організації через організаційну здатність до їх накопичення, використання та розвитку. У загальному вигляді динамічні здатності – це компетентність підприємства в умовах ринкової невизначеності, що викликана безперервним потоком інформації і знань. Д. Тіс, Г. Пізано й А. Шуен (*Tee ce, D. J., Pisano, G., Shuen, A.*) розробили концепцію динамічних здатностей на основі аналізу «інноваційної фірми в світі шумпетеріанської конкуренції» [4]. Учені справедливо відмітили, що високотехнологічні компанії володіють унікальними ресурсами – технологіями, знаннями, ноу-хау, демонструють проактивну поведінку, засновану на компетенціях. Так, вони описують динамічні здатності як «уміння фірми інтегрувати, створювати й перебудовувати внутрішні й зовнішні компетенції у відповідь на швидкі зміни зовнішнього середовища» [4]. К. Ейзенхардт і Дж. Мартін (*Eisenhardt, K. M., Martin, J. A.*) пов'язують динамічні здатності підприємства з організаційними й стратегічними рутинами, за допомогою яких можна отримати нові комбінації ресурсів, коли ринки тільки з'являються, зливаються, діляться, еволюціонують або припиняють існування [5]. Виключна цінність динамічних здібностей полягає не в можливостях як таких, а в здатностях підприємства з їхньою допомогою формувати нові комбінації ресурсів, що співвідно-

сяться з вимогами стійких конкурентних переваг. У межах цієї концепції «будь-який матеріальний ресурс може бути визначений, описаний, і тому імітований, якщо він не був спожитий» [6, с. 286]. З огляду на запропонований критерій виділяються не матеріальні можливості, а стратегічні знання та здатності підприємства управляти ними [7].

Крім того, динамічні здатності та стратегічні знання знаходять відображення в гнучкості при адаптації підприємства до проблем зовнішнього оточення, а також в інноваційних методах управління, виробництві нової продукції. У порівнянні з ресурсами стратегічні знання та динамічні здатності являють собою метаздатності підприємства, тому що характеризують його можливість адаптувати ці ресурси до мінливих умов зовнішнього оточення [8].

Відповідно до концепції динамічних здатностей стадії створення і форми компетенцій визначаються нерозривністю процесів використання та формування стратегічних знань. Так, з одного боку, підприємство в процесі своєї діяльності використовує наявний набір знань та компетенцій. З іншого, по мірі прийняття нових вимог зовнішнього середовища, ринку, – «додає нові знання та компетенції із внутрішніх ресурсів або ззовні» [6, с. 293].

Термін «управління знаннями підприємства» був уведений американським консультантом у галузі менеджменту К. Вінгом та вперше використаний ним в 1986 р. під час виступу на науковій конференції у Швейцарії. Учений запропонував таке визначення: «управління знаннями – це систематичне формування, оновлення та застосування знань з метою максимізації ефективності підприємства». З того часу «управління знаннями» входить в практику діяльності підприємств як принципово новий вид управлінської діяльності та нова функція управління, що обумовлює необхідність дослідження процесів управління знаннями як основного нематеріального ресурсу підприємства [8; 9].

У цьому аспекті Г. Хемел і К. Прахалад (*Hamel, G., Prahalad, K.*) [6] пропонують для визначення стратегічних знань підприємства відповісти на питання: що таке знання? які типи знань існують? як знання здобуваються? як знання зберігаються? які методи управління знаннями існують? яка роль знань при створенні стійкої конкурентної переваги? як змінити наявні знання або створити нові? Відповіді на ці питання співвідносяться з моделлю створення знань: «дані – інформація – знання – досвід», яким відповідають стадії «усвідомлення – засвоєння – перехід на більш високий рівень». Дані – це представлені у формалізованому вигляді нормативи, відомості, повідомлення, що використовуються в процесі управління, введення господарської діяльності, тощо. Дані, які є об'єктом збору, зберігання та переробки інформації, формують інформацію (від лат. *informatio* –

роз'яснення, усвідомлення). Знання, своєю чергою, співвідносяться із структурованим набором засвоєної інформації, що часто має неповне й суперечливе тлумачення. Усунення протиріччя є наслідком природи створення стратегічних знань організації та, в такий спосіб, «уможлиблює розуміння світу».

Для пояснення процесу управління інноваціями І. Нонака й Х. Такеучі (*Nonaka, I., Takeuchi, H.*) запропонували «нову теорію створення знання організацією», де стверджували: «Створення знання організацією засновано на неформалізованому знанні індивідуумів. Організація повинна мобілізувати неформалізоване знання, уже створене на індивідуальному рівні. Це мобілізоване знання розвивається організаційними методами.» [10, с. 101]. Даний процес автори теорії назвали «спіраллю створення знання» – починаючи з індивідуального рівня і при розширенні взаємодії проходить рівні секції, відділу, сектора й організації. Нова організаційна структура, що відповідає створенню знань на підприємстві, – «гіпертекст-організація» – заснована на процесі управління «із центру – нагору – вниз», де в центрі подій перебувають менеджери середньої ланки. Саме менеджери середньої ланки є «провідниками ідей між відірваними від реальності керівниками вищої ланки, що часом висувують ідеалістичні концепції, й приземленою, рутинною діяльністю рядових співробітників, які ці концепції повинні реалізовувати». Працювати зі знаннями індивідуумів, поширювати й використовувати його в межах компанії допомагає створення тимчасових (на строк від декількох місяців до року) команд, у яких люди колективно працюють над одним завданням і вільно обмінюються ідеями.

І. Нонака й Х. Такеучі процес створення знань усередині організації пояснювали як взаємодією індивідуумів з навколишнім середовищем і називали його «ефективним інструментом», або «технологією». Особливий підхід до організаційної діяльності – створення умов, у яких робітники не тільки «створюють знання», а й готові «віддати його» на добробут компанії, тобто особлива культура поведінки в кожній конкретній організації.

Зпозиції інституціонального підходу підприємство є єдиною економічною системою, що використовує знання як основу виробництва та управління, тому їх поділяють на такі категорії:

- ✦ *знання бізнес-процесів підприємства* – виробничо-технологічна інформація, супроводжувальна довідкова, фінансова, юридична документація, навички та досвід персоналу;
- ✦ *знання корпоративної культури* – корпоративні стандарти взаємовідносин з клієнтами підприємства в різних ситуаціях (правила, процедури), принципи міжособистісної комунікації між співробітниками, неписані правила стосунків;

- ✦ знання про зовнішнє середовище підприємства – результати аналізу сегментів ринку, на яких присутнє підприємство в даний час, ситуації з перспективними ринковими нішами, знання про: конкурентів та їх дії; партнерів; шляхи співробітництва; особливості клієнтів; законодавче середовище; політичні зміни;
- ✦ навички застосування інформаційних технологій – збір та обробка даних;
- ✦ індивідуальні знання співробітників – знання малознайомих джерел цінної інформації, висновки про можливості оптимізації бізнес-процесів.

Розвиток індивідуальних знань управлінського персоналу забезпечується шляхом створення потужної системи навчання. Так, на ПАТ «Турбоатом» діє центр підготовки та навчання кандидатів на посади начальників бюро технічного контролю, начальників цехів, відділів та їх заступників. Його метою є навчання методам управління та організації виробничого процесу на підприємстві, а також підготовка до більш високої посади. Технологія навчання включає рольові ігри, тематичні вправи та лекції [11].

Ще одним прикладом активного розвитку внутрішньої системи навчання є ДП «Завод «Електроважмаш», у межах якого запущено програму корпоративної Академії підготовки управлінського персоналу. Система навчання розподілена на програми, серед яких: «Ефективні внутрішні комунікації», «Прийняття рішень. Самоорганізація», «Управління та лідерство. Прийняття рішення», «Ключові тенденції в сучасному менеджменті», «Команда. Єдність цілей». Технологія містить ділові ігри, аналіз конкретних ситуацій (на власному прикладі, а також на прикладах українських та світових підприємств) [12].

Першочерговим завданням стає правильне визначення найбільш значущих елементів знань та управлінського потенціалу, що дасть змогу забезпечити безпеку стратегічного розвитку. Основним джерелом накопичення організаційного досвіду є база власних досліджень підприємства, його інноваційні, науково-дослідні та конструкторські розробки тощо. Дослідження можуть стосуватися різних функціональних сфер діяльності, пріоритетними серед яких є маркетингові, соціально-психологічні, техніко-технологічні тощо. Застосування стратегічного інструментарію дозволяє створити нову безпекоорієнтовану систему управління. Такий підхід вимагає створення відповідного організаційно-методичного забезпечення, що є логічною складовою організаційних знань системи управління підприємством.

ВИСНОВКИ

Теоретичним підґрунтям у формуванні та розвитку стратегічних знань підприємства виступають положення ресурсного, інституціонального та пове-

дінкового підходів. Так, *ресурсний підхід* виокремлює інформаційні ресурси як базу для формування стратегічних знань підприємства. Крім того, такими ресурсами вважаються здатності, що відтворюють відмітні процеси на підприємстві та в його конкурентному середовищі – координують ресурси та створюють унікальні комбінації з них.

Поведінковий підхід зосереджує увагу на когнітивних здатностях осіб, що розробляють та реалізують управлінські рішення, виділяє інтуїтивне та творче пізнання, а також такі види стратегічних знань та здатностей, як групові, організаційні та міжорганізаційні. Тому важливе значення надається процесам розподілу локальних знань: у групі або команді – акумуляції, взаємодії, узгодженості, сумісності, консенсусу знань; в організації та між організаціями – придбанню та залученню, засвоєнню та збереженню, розповсюдженню та переносу знань. Такими засобами та формами виступають: спільне обговорення стратегічних рішень і планів, спільні підприємства, бенчмаркінг, навчальні візити та спільні тренінги постачальників та замовників, публічні обговорення проблем.

Інституціональний підхід базується на твердженні, що підприємство є інститутом, який має та розробляє установки, правила, норми, стандарти для створення та передачі знань. У такому аспекті підприємство виступає організацією, що навчається. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Грицанов А. А., Можейко М. А., Румянцева Т. Г. Новейший философский словарь : 2-е изд., переработ. и доп. Мн. : Интерпрессервис, Книжный Дом, 2001. 1280 с.
2. Machlup, F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States. NJ : Princeton University Press, Princeton, 1973. 436 p.
3. Porat, M. U. The Information Economy: Definition and Measurement. Washington D. C. : ERIC, 1977. 319 p.
4. Teece, D. J., Pisano, G., Shuen, A. Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*. 1997. Vol. 18. Issue 7. P. 509–533.
5. Eisenhardt, K. M., Martin, J. A. Dynamic Capabilities: What Are They? *Strategic Management Journal*. 2000. Vol. 21. Issue 10–11. P. 1105–1121.
6. Хэмел Г., Прахалад К., Томас Г., О'Нил Д. Стратегическая гибкость / пер. с англ. СПб. : ИД «Питер», 2005. 384 с.
7. Teece, D. J. Capturing Value from Knowledge Assets: The New Economy, Markets for Knew-How and Intangible Assets. *California Management Review*. 1998. Vol. 40. No. 3. P. 55–79.
8. Отенко І. П. Стратегічна компетентність підприємства: підходи, концепції, методичне забезпечення : монографія. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2014. 368 с.
9. Ходкинсон Дж. П., Сперроу П. Р. Компетентная организация: психологический анализ процесса стратегического менеджмента / пер. с англ. Харьков : Гуманитарный центр, 2007. 392 с.
10. Нонака И., Такеучи Х. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / пер. с англ. М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. 384 с.

11. Офіційний сайт Відкритого акціонерного товариства «Турбоатом». URL: <http://www.turboatom.com.ua/>

12. Офіційний сайт Державного підприємства «Завод «Електроважмаш». URL: <http://www.spetm.com.ua/index.html>

Науковий керівник – Отенко В. І., доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

REFERENCES

Eisenhardt, K. M., and Martin, J. A. "Dynamic Capabilities: What Are They?". *Strategic Management Journal*. Vol. 21, no. 10-11 (2000): 1105-1121.

Gritsanov, A. A., Mozheyko, M. A., and Romyantseva, T. G. *Noveyshiy filosofskiy slovar* [The newest philosophical dictionary]. Minsk: Interpresservis; Knizhnyy Dom, 2001.

Khemel, G. et al. *Strategicheskaya gibkost* [Strategic flexibility]. St. Petersburg: ID «Piter», 2005.

Khodkinson, Dzh. P., and Sperrou, P. R. *Kompetentnaya organizatsiya: psikhologicheskii analiz protsessa strategicheskogo menedzhmenta* [Competent organization: psychological analysis of the strategic management process]. Kharkiv: Gumanitarnyy tsentr, 2007.

Machlup, F. *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton, N. J. : Princeton University Press, 1973.

Nonaka, I., and Takeuchi, Kh. *Kompaniya – sozdatel znaniya. Zarozhdeniye i razvitiye innovatsiy v yaponskikh firmakh* [The company is the creator of knowledge. The origin and development of innovation in Japanese firms]. Moscow: ZAO «Olimp-Biznes», 2003.

Ofitsiyniy sait Derzhavnoho pidpriemstva «Zavod «Elektrovazhmash». <http://www.spetm.com.ua/index.html>

Ofitsiyniy sait Vidkrytoho aktsionerного tovarystva «Turboatom». <http://www.turboatom.com.ua/>

Otenko, I. P. *Stratehichna kompetentnist pidpriemstva: pidkhody, kontseptsii, metodychne zabezpechennia* [Strategic competence of the enterprise: approaches, concepts, methodological support]. Kharkiv: VD «INZhEK», 2014.

Porat, M. U. *The Information Economy: Definition and Measurement*. Washington D. C. : ERIC, 1977.

Teece, D. J. "Capturing Value from Knowledge Assets: The New Economy, Markets for Knew-How and Intangible Assets". *California Management Review*. Vol. 40, no. 3 (1998): 55-79.

Teece, D. J., Pisano, G., and Shuen, A. "Dynamic Capabilities and Strategic Management". *Strategic Management Journal*. Vol. 18, no. 7 (1997): 509-533.