

Средний класс может рассматриваться как социально-экономическая база разных этапов инновационного процесса, а именно, от создания идей до потребления инновационной продукции (уровень дохода позволяет среднему классу стать массовым пользователем высокотехнологичных потребительских товаров). При благоприятном институциональном климате признаки, идентифицирующие средний класс, будут постепенно распространяться на устойчиво модернизирующиеся сегменты социально-экономического пространства. Объективной основой для этого процесса способен служить накопленный населением ресурсный потенциал (образование, квалификация, освоенные адаптационные стратегии).

Приоритетной стратегической целью перспективной экономической политики должно стать увеличение численности среднего класса, а трансформация социально-экономической структуры населения и повышение доли среднего класса обязаны рассматриваться в качестве обобщающего индикатора успешности социально-экономического развития страны.

*Т.Н. Беляцкая, канд. экон. наук  
О.А. Березун, аспирант  
БГЭУ (Минск)*

### **ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ**

В XXI в. мировая экономика претерпевает значительные изменения: глобализация рынков, усиление и ожесточение конкуренции, сокращение жизненных циклов товаров, быстрое устаревание технологий и идей, изменение форм и методов ведения бизнеса, ускорение перемен, акцент на гибкость и инновационность компании.

В условиях современной конкуренции, сокращения жизненного цикла товаров и услуг, развития новых разнохарактерных технологий одним из основных условий формирования конкурентной стратегической перспективы промышленного предприятия становится его инновационная активность.

Предприятия, которые формируют стратегическое поведение на основе инновационного подхода, т.е. главной целью стратегического плана ставят освоение новых технологий, выпуск новых товаров и услуг, имеют возможность завоевать лидерские позиции на рынке, сохранить высокие темпы развития, сократить уровень издержек, добиться высоких показателей прибыли.

Эффективность проведения инновационных разработок зависит от состояния инновационного потенциала предприятия, основу которого составляют интеллектуальные, материальные, финансовые, кадровые, инфраструктурные и другие ресурсы.

Все предприятия обладают огромным объемом данных и накопленного практического опыта. Сегодня условием предпринимательского

успеха становится, прежде всего, совокупность актуальных знаний. Узнать первым и узнать больше — это залог прибыльной работы. Экономическое лидерство многих предприятий объясняется главным образом приоритетом в использовании информационных технологий. Современные информационные технологии, построенные на базе компьютерного интеллекта, играют главную роль в развитии предприятий.

К основным технологиям относятся:

- добыча данных и текстов (Data mining, Text Mining) — распознавание образов, выделение значимых закономерностей из данных, находящихся в хранилищах или входных или выходных потоках. Эти методы основываются на статистическом моделировании, нейронных сетях, генетических алгоритмах и др.;
- системы управления документооборотом (Document management) — хранение, архивирование, индексирование, разметка и публикация документов;
- средства для организации совместной работы (Collaboration) — сети Интранет, технологии групповой работы, синхронные и асинхронные конференции;
- корпоративные порталы знаний;
- средства, поддерживающие принятие решений (Decision support), — экспертные системы, системы, поддерживающие дискуссионные группы, и т.д.

По данным одного из отчетов списка «Fortune 1000», 40 % компаний имеют специального сотрудника, ответственного за создание инфраструктуры и развитие культуры совместного использования знаний (Chief Knowledge Officer). Управление знаниями — это новое, бурно развивающееся направление менеджмента. За последние годы управление знаниями в различных публикациях отождествляли с информационными системами бизнеса, корпоративными порталами, экспертными системами, системами обучения и т.д.

Объем знаний организации не является стабильным. Имеющиеся знания требуют сохранения и обновления. Новые знания требуют поиска, формализации и сохранения. Поиск знаний непосредственно связан с повышением эффективности деятельности. Требуется отказаться от «изобретения колеса», но постоянно обновлять и формировать новые знания.

Основными моделями организации доступа к знаниям являются: модель «сокровищница», модель «указатель».

Модель «сокровищница» ориентирована на накопление интеллектуального капитала и создание механизма доступности. Предполагается, что знания могут успешно сохраняться, фиксироваться в документах и многократно использоваться. Инструментами модели «сокровищница» могут выступать базы данных, простые экспертные системы. Такая модель позволяет сохранить интеллектуальный капитал в случае ухода сотрудника, дает оперативный доступ к интеллектуальному капиталу компании.

Модель «указатель» ориентирована на объединение людей, заинтересованных в наращивании знаний. Аспекты знаний, которые не зафиксированы документально, можно получить только в процессе общения (конференции, встречи, электронные форумы, индивидуальные информационные сети). Некоторые эффективные методы тяжело зафиксировать документально, необходимо говорить непосредственно с человеком — носителем знаний. Модель «указатель» не требует больших затрат на поддержание, дает оперативный результат, но требует постоянных усилий для кооперации персонала.

*Н.И. Богдан, д-р экон. наук, профессор  
БГЭУ (Минск)*

### **ОТКРЫТАЯ МОДЕЛЬ ИННОВАЦИЙ: МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, ЗАДАЧИ БЕЛАРУСИ**

Открытая модель инноваций противоположна традиционной *закрытой модели*, в которой компании рассматривают инновации как внутренний ресурс и полагаются на собственные НИОКР для разработки новых продуктов и процессов. В закрытой модели инноваций научно-исследовательские разработки рассматриваются как стратегические активы корпорации и отчасти как барьеры для входа на рынок для других фирм. *Открытая модель* инноваций является более динамичной и характеризует нелинейный подход к организации инновационного процесса, в котором компании используют источники для развития находящиеся как внутри, так и извне. Границы компании становятся полупрозрачной мембраной, дающей возможность инновациям легко проникать из внешней среды во внутренний инновационный процесс, и наоборот. Исследователи выделяют три архетипа открытой инновационной модели: *первый*, основанный на потоках знаний «извне в компанию», когда знания входят в фирму от поставщиков, потребителей, университетов, исследовательских организаций, конкурентов и т.д. *Второй*, основанный на потоках знаний «из компании во внешнюю среду», когда знания, полученные внутри корпорации, продаются, интеллектуальная собственность фирмы лицензируется и реализуется. *Третий* — комбинированный процесс, когда для формирования ресурсов инноваций привлекаются как внешние, так и внутренние знания.

Тренды, формирующие открытую модель инноваций, стали более заметными в последние годы, но они не являются абсолютно новыми. В специальной литературе указывается на то, что компании осуществляют инновационную деятельность не изолированно, а во взаимодействии с внешними партнерами. Акцент на открытость инновационного процесса отражает осознание того факта, что баланс между внешними и внутренними источниками инноваций стал равновесным.

Инновации стали определяться не только научными разработками компании, они интегрировались в организационный и бизнес-контекст

158

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.  
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.