

УДК 338.46

ЧУБУКОВА О.Ю., ЖАРІНОВА А.Г.

Київський національний університет технологій та дизайну

СКЛАДОВІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В ЕКОНОМІЦІ ЗНАНЬ

Мета. *Визначення основних факторів та складових інтелектуального капіталу у розрізі сучасної концепції економіки знань.*

Методика. *Використані загальнонаукові методи: аналізу та синтезу для розкриття сутності інтелектуального капіталу, порівняльний метод для виявлення складових інтелектуального капіталу, метод узагальнення для визначення головних аспектів інтелектуального капіталу у формуванні економіки знань.*

Результати. *В результаті проведеного дослідження було проаналізовано сутність інтелектуального капіталу і такі його складові як «знання», «інформація» та «креативність», які було визначено факторами, що впливають на розбудову економіки знань.*

Наукова новизна. *Запропоновано підхід до трактування понять «знання», «інформація», «креативність» у їх взаємозв'язку для виявлення потенціальних факторів розбудови економіки знань.*

Практична значимість. *Розкриті сутність і особливості понять «знання», «інформація», «креативність». Проаналізовані основні фактори, що дозволяє визначити роль і місце перерахованих складових інтелектуального капіталу в сучасній економіці.*

Ключові слова: *знання, інформація, креативність, економіка знань.*

Вступ. Увага до інформаційно-інтелектуальних факторів – як на рівні діяльності окремих підприємств, так і на рівні економіки держави в цілому – особливо посилилася на етапі становлення постіндустріальної суспільства. Інтелектуальний капітал поряд з іншими факторами виробництва – фізичними, грошовими, технічними й фінансовими – нині є життєво необхідним ресурсом будь-якої компанії. Цей ресурс характеризується трьома складовими – знаннями, інформацією й креативністю, – які в економічній літературі часто визначаються як «суспільне благо». У сучасній економіці діяльність, в основу якої покладено інноваційні знання, інформацію й креативність, визначає розвиток економічної системи і є основною силою, що впливає на розвиток прогресу. а етапі становлення інформаційної економіки економіко-теоретичні дослідження знань, інформації, креативності саме в поєднанні цих трьох категорій є особливо актуальним, адже будь-яка економічна система є сферою виробництва та відтворення інформації, а процеси, що відбуваються в економічному укладі, ґрунтуються насамперед на знаннях і здатності індивідів до творчості.

Нині саме знання стають джерелом високої продуктивності, інновацій і конкурентних переваг. Урахування цього факту дозволяє поглибити зміст досліджуваних категорій – «інформація», «знання» та «креативність» – як основних ресурсів, трансформованих в інтелектуальний капітал в інноваційній економіці.

Постановка завдання. Місце й роль інформації та знань у формуванні інтелектуального капіталу є об'єктом досліджень багатьох наукових розвідок – як вітчизняних, так і зарубіжних. Що ж до явища креативності, то воно досліджене меншою мірою. У цій науковій розвідці всі три поняття набули подальшого розвитку щодо їх тлумачення та вивчення й аналізуються як джерело ресурсних видів, трансформованих в інтелектуальний капітал, та джерело синергії механізму управління інтелектуальним капіталом, спрямованої на зростання конкурентоспроможності на основі інновацій у процесах і продуктах, інформаційно-комунікаційних технологіях та людського капіталу.

Результати дослідження. З'ясуємо зміст категорії «інформація». Остання інтерпретується так:

– нові відомості, які прийняті, зрозумілі й оцінені їх користувачем як корисні;

– нові знання, які отримує споживач (суб'єкт) у результаті сприйняття й переробки певних відомостей;

– знання, відомості про навколишнє середовище (об'єкти, явища, події, процеси тощо), які зменшують неявний ступінь невизначеності, неповноту знань і які відокремлені від їх творців і перетворені в повідомлення за допомогою знаків (символів), що можна відтворити людьми в усній, письмовій або інших формах;

– результат інтелектуальної (аналітико-синтетичної чи евристичної) діяльності певної людини щодо подання відомостей, повідомлень, сигналів, кодів, образів тощо;

– універсальна субстанція, що пронизує всі сфери людської діяльності, слугує провідником знань і думок, інструментом спілкування, взаєморозуміння та співробітництва, утвердження стереотипів мислення та поведінки;

– документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та доквіллі [2].

Є й інші, переважно несумісні між собою, визначення поняття «інформація». Але практично всі численні погляди на сутність інформації групуються навколо двох концепцій – атрибутивної та функціональної. Сутність категорії «інформація» відповідно до атрибутивної концепції визначається як знання, подані в певній формі. З

точки ж зору функціональної концепції ці дві категорії – «інформація» та «знання» – не можуть сприйматися як тотожні й визначатися одна через посередництво другої.

Зупинимося детальніше на категорії «знання». У науковому термінологічному обігу використовується дефініція «знань» за Д. Беллом. Ним знання визначаються як сукупність субординованих фактів або суджень, що є аргументованими твердженнями або експериментальними результатами, здатними бути переданими іншим людям за допомогою засобів зв'язку в певній систематичній формі. У широкому сенсі знання – форма існування й систематизації результатів пізнавальної діяльності людини, у вузькому – дані, інформація, адекватне віддзеркалення зовнішнього та внутрішнього світу у свідомості людини у формі уявлень, понять, думок, теорій [5].

Виділяють різні види знань: наукове, повсякденне (здоровий глузд), інтуїтивне, релігійне та інші. Повсякденне знання слугує основою орієнтації людини в навколишньому світі, основою її повсякденної поведінки й передбачення, але зазвичай містить помилки та суперечності. Науковому знанню властиві логічна обґрунтованість, доведеність, відтворення результатів, прагнення до усунення помилок і подолання суперечок.

Для чіткого розуміння терміну «знання» необхідно провести межі між цим поняттям і такими суміжними поняттями, як «дані» та «інформація». Дані стають інформацією через додавання цінності за допомогою 5 методів:

- контекстуалізації – дані поміщаються в контекст;
- категоризації – дані групуються й класифікуються;
- калькуляції – дані піддаються статистичній обробці;
- корекції – дані коригуються й виправляються;
- конденсації – дані узагальнюються [4].

Інформація трансформується в знання такими способами:

- порівняння – інформація про ситуацію порівнюється з іншою інформацією або з інформацією про інші ситуації;
- наслідки – з'ясовуються наслідки, які виникнуть у результаті використання інформації для процесу ухвалення рішень;
- зв'язки – виявляються зв'язки різної інформації або знань одне з одним;
- спілкування – з'ясовується, що думають з приводу інформації люди.

У суспільному економічному розвитку розрізняють явні та неявні знання, відмінності між якими окреслив Т. Шульц. Явні знання можна виразити засобами формальної мови й без зусиль розповсюдити серед

індивідів. На противагу їм неявні знання можна описати як індивідуальні, властиві особистому досвіду й породжувані такими невлотливими категоріями, як внутрішні переконання, очікування, інтуїція й індивідуальні цінності. Іншими словами, явні знання можна виразити за допомогою декількох мовних символів, доступних розумінню людини і (чи) машини. Ці знання легко розповсюдити. Знання ж неявні складно описати через певні символи, їх поширення можливе лише в ході наочної синхронної комунікації [6].

Ця теорія розроблялася до настання інформаційної революції, яка істотно змінила уявлення про те, чим сьогодні є знання з точки зору формування інтелектуального капіталу. У сучасних умовах явні знання за Т. Шульцем більшою мірою підходять під визначення інформації.

Тепер проаналізуємо поняття «креативність». Ця категорія заслуговує на увагу дослідників не меншою мірою, аніж попередньо розглянуті. Відповідна дисципліна сьогодні не тільки досліджується, а й викладається в більшості провідних вишів Заходу. Креативність як навчальний предмет передбачається програмами трьох напрямів спеціалізації – психологія й педагогіка, бізнес і інженерія та технологія.

В англomовній літературі, як правило, терміном «creativity» позначають усе те, що має безпосередню причетність до створення чогось нового; власне процес такого створення; продукт цього процесу; його суб'єкт; обставини, у яких творчий процес відбувається; чинники, які його обумовлюють, тощо. Тобто «креативність» трактується у таких джерелах як поняття синонімічне «творчості». Однак ці терміни не тотожні. Творчий процес здебільшого в основі своїй має натхнення, емоції, враження – ідеться про написання картин, літературних і музичних творів, створення скульптурних композицій тощо. Разом з тим креативний процес заснований на прагматичному підході: автор чи винахідник відразу розуміє, з якою метою створюватиметься продукт, яким чином це відбуватиметься і яким повинен бути кінцевий результат [3].

Говорячи про нетотожність понять «креативність» і «творчість», слід звернути увагу, однак, на перетин їх у змістовому відношенні: творча особистість може й не бути креативною, тоді як креативна – не може не бути творчою.

Для глибшого розуміння креативності розглянемо три елементи, необхідні для креативного процесу, виокремлені Т. М. Амайстайлом:

- компетенція (знання, навички, досвід);
- творче мислення (гнучкість, здатність до винахідництва, використання методів креативного мислення);

- мотивація (внутрішня особиста зацікавленість у розв'язанні проблеми, прагнення до самореалізації, до використання й накопичення власних знань навіть усупереч зовнішній мотивації – збагаченню, кар'єрному зростанню тощо) [1].

Отже, креативність можна визначити як людську здатність генерувати нові ідеї й концепції або утверджувати нові зв'язки між наявними ідеями й концепціями. Креативні продукти можуть бути дуже різноманітними за природою: нове вирішення проблеми в математиці й фізиці, відкриття хімічного процесу, створення музики, картини чи поеми, нової філософської чи релігійної системи, нововведення у правознавстві, свіже рішення соціальних проблем тощо. Креативна продукція не тільки нова – вона має прагматичну цінність. І слід зауважити, що така цінність є результатом суспільної оцінки й залежить від пріоритетів відповідного періоду розвитку соціуму й від якісних властивостей останнього.

Головним завданням інтерпретації знань, інформації та креативності є створення матеріальних і нематеріальних благ. Недостатньо тільки нарощувати обсяг знань – вони повинні стати ефективним інструментом інтелектуальної діяльності. Інформація, знання та креативність не є цінними, поки не використовуються; більше того, вони повинні використовуватися там, де матимуть найвищий економічний потенціал.

Теоретико-методологічний аналіз підтверджує, що поняття «знання», «інформація», «креативність» тісно пов'язані між собою. Цей зв'язок простежується у взаємозалежності між інформацією й знаннями та як взаємній зумовленості між креативністю, з одного боку, та інформацією й знаннями – з іншого. Знання, сформовані на основі розумових здібностей людини й набуті завдяки усвідомленню, систематизації, критичному сприйняттю інформації, є основою для генерації креативного (інноваційного) продукту.

Висновки. На нашу думку, сформована здатність до творчості, яка є трансформованим інтелектуально-креативним капіталом людини, являє собою суб'єктивну, суворо індивідуалізовану властивість створювати нову якість – інтелектуальний продукт з ознаками унікальності. Якщо розглядати інтелектуальний продукт у вигляді отриманих новітніх знань, то за умови їх всезагального оприлюднення й прийняття до використання іншими людьми здобуті нові знання стають суспільним благом. А за умов створення можливості закріплення прав власності на раніше невідомі знання такі знання переходять у категорію приватного блага.

Список використаних джерел

1. Інституційні засади інноваційної економіки: міжнародний досвід та вітчизняна практика: [Текст] / за ред. В. Є. Новицького. – К.: НАУ, 2005. – 200 с.
2. Bell D. *The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting.* N. Y., 1976
3. Философский энциклопедический словарь: [Текст]. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 576 с.
4. Schultz T. *Investment in Human Capital: the Role of Education and of Research:* [Text] / T. Schultz. – Washington, 1971. – 467 p.
5. Журавлев В. А. Креативное мышление, креативный менеджмент и инновационное развитие общества (ч. 2) / В. А. Журавлёв // Креатив.экономика, 2008. – № 5. – С. 51 – 55.
6. Амайстайл Т. М. Как убить творческую инициативу // Креативное мышление в бизнесе. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2011. – 186 с.

References

1. Novyts'kyj, V. Ye. (2005), *Instytutysijni zasady innovatsijnoi ekonomiky: mizhnarodnyj dosvid ta vitchyzniana praktyka* [The institutional foundations of the innovation economy: international experience and domestic practice], NAU, Kyiv, Ukraine.
2. Bell, D. (1976) *The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting*, New York, USA.
3. *Philosophical Encyclopedic Dictionary* (1997), INFRA-M, Moscow, Russia.
4. Schultz, T. (1971) *Investment in Human Capital: the Role of Education and of Research*, Washington, USA.
5. Zhuravlev, V. A. (2008) “Creative thinking, creative management and innovative development of society”, part 2, *Kreativnaja jekonomika*, vol. 5, pp.51–55.
6. Amajstajl, T. M. (2011) *Kak ubit' tvorcheskuju iniciativu. Kreativnoe myshlenie v biznese* [How to kill the creative initiative. Creative thinking in business], Al'pina Biznes Buks, Moscow, Russia.

СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

ЧУБУКОВА О.Ю., ЖАРИНОВА А.Г.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Цель. Определение основных факторов и составляющих интеллектуального капитала в разрезе современной концепции экономики знаний.

Методика. Используются общенаучные методы: анализа и синтеза для раскрытия сущности интеллектуального капитала, сравнительный метод для

виявлення составляющих интеллектуального капитала, метод обобщения для определения главных аспектов интеллектуального капитала в формировании экономики знаний.

Результаты. В результате проведенного исследования было проанализировано сущность интеллектуального капитала и такие его составляющие как «знания», «информация» и «креативность», которые были определены факторами, влияющими на построение экономики знаний.

Научная новизна. Предложен подход к трактовке понятий «знания», «информация», «креативность» в их взаимосвязи для выявления потенциальных факторов построения экономики знаний.

Практическая значимость. Раскрыты сущность и особенности понятий «знания», «информация», «креативность». Проанализированы основные факторы, которые позволяют определить роль и место перечисленных составляющих интеллектуального капитала в современной экономике.

Ключевые слова: *знания, информация, креативность, экономика знаний.*

THE COMPONENTS OF THE INTELLECTUAL CAPITAL IN THE KNOWLEDGE ECONOMY

CHUBUKOVA O., ZHARINOVA A.

Kiev National University of Technologies and Design

Purpose. Identification of the main factors and components of intellectual capital in the context of the modern concept of the knowledge economy.

Methodology. Were used scientific methods: analysis and synthesis for the disclosure of intellectual capital, the comparative method to identify the components of intellectual capital, the method of generalization to determine the main aspects of intellectual capital in the formation of the knowledge economy.

Findings. The study analyzed the nature of intellectual capital and its components, such as "knowledge", "information" and "creativity", that were identified as factors that affecting the construction of the knowledge economy.

Originality. It is proposed an approach to the interpretation of the concepts of "knowledge", "information", and «creativity» in their relationships to identify potential factors of the knowledge economy.

Practical value. It is disclosed the essence and characteristics of the concepts of "knowledge", "information", "creativity". It is analyzed the main factors that allow us to determine the role and place of the above components of intellectual capital in the modern economy.

Keywords: *knowledge, information, creativity, knowledge economy.*