

УДК 331.36 (331.445)

**РОЛЬ ЗНАНИЙ В МАЛОМ
И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ
ДЛЯ РОСТА ЕГО
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
И ИННОВАЦИОННОСТИ
(НА ПРИМЕРЕ
РЕГИОНА ЛАТВИИ)**

В. В. Воронов*

О. Я. Лавриненко*



Необходимость повышения конкурентоспособности и инновационности малого и среднего бизнеса — одна из главных задач для экономик новых стран Европейского союза. В связи с этим авторы определяют роль знаний в росте конкурентоспособности бизнеса в региональной экономике. Рассмотрено влияние процессов управления знаниями на экономическую активность бизнеса в Латгалии — регионе Латвии. Для оценки роли знания и процессов управления знаниями используются интегрированные показатели, построенные и рассчитанные на основе метода корреляционного анализа по данным опроса 2013 г. руководителей и персонала малых и средних предприятий в Латгалии. Оценка роли знания и процессов управления знаниями на предприятиях малого и среднего бизнеса Латгальского региона, проведенная авторами в программе SPSS, показала, что знания и опыт работников имеют средний уровень развития (по пятибалльной шкале): от 2,9 до 3,6 баллов. Установленный факт свидетельствует о том, что возможности процессов управления знаниями на предприятиях малого и среднего бизнеса в регионе используется не в полной мере, следовательно, для повышения конкурентоспособности этих предприятий есть скрытые резервы. Как показали результаты исследования, предприятиям региона необходимо улучшить понимание новых знаний как важной ценности для активизации потенциала конкурентоспособности и инновационности бизнеса.

* Даугавпилсский университет,
LV5401, Латвия, Даугавпилс,
ул. Парадес, 1.

Поступила в редакцию 16.06.2014 г.

doi: 10.5922/2074-9848-2014-3-2

© Воронов В. В., Лавриненко О. Я.,
2014

Ключевые слова: знания, управление знаниями, конкурентоспособность, бизнес, регион, Латвия

Введение. Для конкретизации предмета исследования рассмотрим несколько базовых понятий, которые часто используются как синонимы, однако имеют принципиальные различия. *Данные* — это совокупность сведений, находящихся на определенном носителе в форме, пригодной для обработки. *Информация* — это результат обработки и анализа данных при решении конкретных задач. *Знания* — это проверенная практикой преобразованная информация, которая использовалась и может использоваться в дальнейшем для принятия решений, это интеллектуальный капитал. Знания могут быть формальными — это документы, нормативы, стандарты, инструкции и неформальными — это знания и опыт работников, полученные как в результате образования, так и во время трудовой деятельности. Формальные и неформальные знания необходимы для принятия решений в процессе деятельности. Результаты решения пополняют знания — это полученный и накапливаемый опыт. Таким образом, знание — это результат интеллектуальной деятельности: «Знания — это способность превращать информацию и данные в эффективные действия» [1]. Или: «знание — это совокупность информации, понимания, осведомленности, полученных в результате опыта» [2]. Наконец, «знание — это комбинация данных и информации, к которым добавлено мнение, мастерство и опыт эксперта, что в результате дает ценный актив, который может быть использован для оказания помощи в принятии решений» [3]. Как направление менеджмента управление знаниями появилось впервые в книге П. Друкера «The Landmarks of Tomorrow» (1956), где он определил особую сферу деятельности — работу со знаниями [4, p. 248].

Термин «управление знаниями» впервые появился в 1986 г. в Швейцарии в выступлении Карла Виига (Karl M. Wiig) на сессии Международной организации труда при ООН, определившего данный вид деятельности как «систематическое формирование, обновление и применение знаний с целью максимизации эффективности предприятий» [5, с. 191]. Европейские исследователи, занимающиеся управлением знаниями, отмечают ряд проблем в данной области. Так, например, Д. Гилмор указывает на низкую отдачу от инвестиций в управление знаниями [6, p. 16—20]. Д. Кохен заостряет внимание на трудностях, возникающих при оценке деятельности, связанной с работой со знаниями [7, p. 28]. Сложившееся положение во многом вызвано недостаточным вниманием ученых к фундаментальным теоретическим аспектам управления знаниями. По мнению многих ученых, знания являются основой богатства и процветания [8—10], а также ключевым фактором успеха предприятий (организаций) в долгосрочной перспективе [11; 12]. Таким образом, используя знания эффективно, можно получить конкурентное преимущество, что обеспечит устойчивое развитие организации [13; 14]. Поэтому роль знаний и управление ими имеет важное значение в повышении конкурентоспособности бизнеса, особенно малого и среднего, где велика доля неопределенности и нестандартности при принятии реше-

ний. Нами ставится прикладная исследовательская задача определить значение различных факторов для роста конкурентоспособности бизнеса в процессе управления знаниями на примере малых и средних предприятий Латгальского региона Латвии.

Обзор подходов к исследованию управления знаниями. В последнее время интерес к управлению знаниями значительно возрос. Управление знаниями воплощает в себе организационные процессы, синергетически сочетающие в себе информацию и информационные технологии, а также творческую и инновационную деятельность персонала [15]. Мы разделяем мнение исследователей, которые стоят на позициях процессно-ориентированного подхода к управлению знаниями: управление знаниями — это систематическое управление всеми видами деятельности (процессами), отраженными в получении и развитии, кодировании и хранении, передаче и обмене, а также использовании знаний для получения конкурентных преимуществ организации. Эффективность управления знаниями зависит от того, как организовано получение и передача новых знаний в организации [16; 17].

Поэтому одна из наиболее важных целей управления знаниями — их объединение и доступность, так как нередко структурные подразделения в одной организации тратят ресурсы на сбор аналогичной информации и дублирование действий из-за плохо организованного процесса обмена и передачи знаний [18].

Отдельные исследователи установили, что предприятиям выгодно организовывать хорошо функционирующий процесс передачи и обмена знаниями между своими подразделениями в формальной и в неформальной формах [19].

Другие считают, что единственное устойчивое конкурентное преимущество для предприятия зависит от успешного создания новых знаний [20].

Существует разные способы его создания в бизнесе: благодаря деятельности аналитических и экспертных групп в подразделениях предприятия или обобщению практического результата выполненных в них заданий и проектов. На персональном или групповом управленческом уровне предприятий новые знания чаще всего являются результатом обучения, повышения квалификации, целенаправленного усвоения новой информации. Другой источник новых знаний — прием на работу персонала, уже имеющего высокий уровень знаний и опыт работы на других предприятиях. В качестве еще одного источника новых знаний может стать покупка другого предприятия вместе с его специалистами, знаниями, технологиями и опытом. Однако создание нового знания не систематический процесс, который всегда можно четко планировать и контролировать [21].

Хранение и обработка знаний на предприятиях необходимы для формирования и наращивания активов знаний: знания должны быть хорошо организованы и легко доступны для поиска и использования в

бизнесе. *Передача* (распространение) знаний происходит разными способами. Они могут распространяться посредством документирования, путем пополнения баз данных и баз знаний. Большая часть новых знаний передается вербально: от человека к человеку через общение, сотрудничество, семинары и прочее. Здесь особенно важным становится создание благоприятной обстановки для обмена идеями и опытом. Существенным в распространении знаний является спрос на них, продиктованный потребностями инновационного развития бизнес-процессов предприятия, интересов профессионального роста и развития личности работника. Однако множество знаний остаются неиспользованными либо не используются повторно. *Использование* (реализация) знаний – это завершающая стадия процесса управления знаниями. Их применение зависит прежде всего от того, насколько работники предприятия способны и желают это делать. Здесь недостаточно полагаться на профессиональный интерес или добросовестность сотрудников. Предприятие должно стимулировать применение новых знаний разными формами: явного признания и материального поощрения, продвижения по службе работников и другое.

Хотя важность обмена знаниями широко признана теоретиками и практиками бизнеса, процесс их передачи от одного человека к другому по-прежнему остается значимой проблемой для большинства предприятий, организаций [22—25]. Передача знаний — сложный процесс, потому что они находятся в сознании работников предприятия [26] и нередко хранятся в нем в плохо структурированном виде, а их передача зависит от уровня коммуникации и доверия между работниками [27]. Критерием эффективности имеющегося массива знания как актива предприятия является возможность его работника своевременно получить требуемое знание, поэтому знания имеют смысл, когда они кодированы, классифицированы и представлены в удобном формате для хранения. В таком случае знания позитивно могут быть использованы для нужд работников, в нужное время для определенных целей. Хранение и кодирование знаний важно не только для их эффективного применения, но и при необходимости для повторного использования таким образом, чтобы они стали принадлежать предприятию, а не работникам [28].

Наконец, процесс использования и получения выгоды от знаний, связан с успешностью хранения знаний, приобретенных в предыдущих процессах для дальнейшего использования для увеличения добавленной стоимости [29; 30]. Наиболее сложной функцией кодификации является систематизация и хранение знаний без потери их содержательных и уникальных свойств, что делает знания ценными [31]. Труднее всего кодировать неявные знания, так как они субъективно и ситуационно связаны с опытом носителя знаний [32]. Поэтому процессы, связанные с их преобразованием (инновационных идей) в товары и услуги с более высокой добавленной стоимостью, требуют более систематического, дисциплинированного подхода [33]. Управление знаниями менее выгодно, если созданные знания не могут применяться для увеличения

конкурентоспособности и инновационности предприятия. Таким образом, управление знаниями — это непрерывный процесс, направленный на создание, хранение и обработку (накопление), использование (применение) знаний на предприятии для создания конкурентоспособных и инновационных товаров и услуг с более высокой добавленной стоимостью.

Методы исследования. Для достижения цели исследования — оценки процессов управления формальными и неформальными знаниями и степени их влияния на объективные и субъективные показатели конкурентоспособности предприятий малого и среднего бизнеса в Латгальском регионе Латвии, управление знаниями было операционализировано по следующим процессам: $F1$ — «знания и стратегия»; $F2$ — «получение знаний»; $F3$ — «производство знаний»; $F4$ — «обмен знаниями»; $F5$ — «хранение и документирование знаний»; $F6$ — «использование знаний»; $F7$ — «результат управления знаниями». Для оценки процессов управления знаниями каждому процессу соответствует определенный круг утверждений, которые оцениваются респондентами по шкале Лайкерта. Для построения интегрированных индикаторов процессов $F1, F2, \dots, F7$ применяется усредненное значение оценок утверждений по каждому из процессов. Для вычисления обобщенной оценки процессов управления знаниями (обобщенного интегрального индикатора управления знаниями) F вычисляется среднее арифметическое оценок процессов $F1, F2, \dots, F7$:

$$F = \frac{1}{7} \sum (F1 + F2 + F3 + F4 + F5 + F6 + F7),$$

где F — конечный обобщенный индикатор управления знаниями, а $F1, F2$ и так далее — обобщенные индикаторы по процессам управления знаниями.

Таким образом, и процессы управления знаниями, и конечный обобщенный индикатор управления знаниями — скалярные величины.

Конкурентоспособность предприятия является общей мерой интереса и доверия к товарам и услугам предприятия на различных рынках: фондовом, финансовом, трудовом и других. В числе определяющих факторов этой меры выступают следующие: стоимость предприятия, техническая оснащенность рабочих мест, реализуемая концепция управления, управленческие технологии, организационная система, человеческий капитал, стратегический маркетинг, техническая, инвестиционная и инновационная политики.

Операционализацию показателей конкурентоспособности предприятия можно разбить на две группы. К первой группе относятся показатели, которые объективно характеризуют конкурентоспособность предприятия: изменение доходов предприятия за последние 3 года, изменение рентабельности за последние 3 года, изменение объема проданной продукции или услуг за последние 3 года, изменение доли экспортируемой продукции за последние 3 года, изменение доли рынка за послед-

ние 3 года. Ко второй группе относятся показатели, которые субъективно характеризуют конкурентоспособность предприятия: деятельность успешнее, чем у конкурентов; большая доля рынка, более быстрые темпы роста прибыли, больше инноваций, ниже себестоимость продукции, чем у конкурентов.

Методом изучения процессов управления знаниями на малых и средних предприятиях региона был избран квотный опрос руководителей и специалистов предприятий, наиболее отвечающих целям и задачам нашего исследования. Опрос проводился в июне 2013 г. в Латгальском регионе Латвии. Регион включает в себя Балвский, Даугавпилсский, Краславский, Лудзенский, Прейльский, Резекненский районы и два города республиканского значения — Даугавпилс и Резекне. Площадь региона — 14,5 тысяч квадратных километров. Плотность населения — 14 человек на квадратный километр. В Латгалии проживает 292,6 тысяч человек.

В опросе, проведенном Институтом социальных исследований Даугавпилсского университета, приняли участие 104 предприятия региона, относящиеся по основным критериям (товарооборот, количество занятых, стоимость основного капитала) к малому и среднему бизнесу. Опрос проводился по стратифицированной выборке. Основными стратифицирующими параметрами стали отраслевая принадлежность (производство, торговля, сфера услуг и др.) и географическая локализация (территория региона). Параметры опроса в относительных показателях отличаются от региональных параметров генеральной совокупности суммарно менее чем на 3%. Максимальная ошибка выборки менее 3%, с 95%-ной доверительной вероятностью. Предприятия представили в качестве респондентов 35% руководителей предприятий, 19% руководителей среднего звена (подразделений предприятий), 8% руководителей первичного звена (рабочих мест предприятий), 35% специалистов, 3% других работников. Средний стаж работы на предприятии опрошенных 3,1 года, средняя продолжительность деятельности предприятий на рынке 3,5 года. Большинство опрошенных предприятий (65%) по правовой принадлежности — общества с ограниченной ответственностью. Остальные предприятия — индивидуальные коммерсанты (30%) и общества с полной ответственностью (5%). У 73% опрошенных предприятий суммарный баланс не превышал 2 млн евро, у 12% — 10 млн евро, у 15% — 43 млн евро. Доля собственного капитала у предприятий малого и среднего бизнеса в Латгальском регионе Латвии составляла в среднем 82%. На трех-четыре работников предприятия в среднем приходился один персональный компьютер.

Основные результаты исследования процессов управления знаниями на малых и средних предприятиях региона. В результате проведенного исследования оценены рассмотренные выше значения процессов управления знаниями по шкале от 1 (низкое значение) до 5 (высокое значение) (табл. 1).

Таблица 1

**Значения интегральных индикаторов по процессам управления знаниями
в малом и среднем бизнесе в Латгальском регионе Латвии**

Индикатор	Значение индикатора	Уровень
F1 — Знания и стратегия	3,1	Средний
F2 — Получение знаний	3,3	«
F3 — Производство знаний	3,1	«
F4 — Обмен знаниями	3,0	«
F5 — Хранение и документирование знаний	3,2	«
F6 — Использование знаний	3,6	Выше среднего
F7 — Результат управления знаниями	2,9	Средний
F — Обобщенный интегральный индикатор процессов управления знаниями	3,1	«

Источник: расчеты по результатам опроса по исследовательскому проекту в программе SPSS.

Установлено, что наибольшее развитие на предприятиях малого и среднего бизнеса Латгалии имеют следующие процессы управления знаниями: «использование знаний», «получение знаний», а наименьшее — «результат управления знаниями» и «обмен знаниями». Для проверки гипотезы о влиянии процессов управления знаниями на конкурентоспособность предприятия в интерпретации данных использован метод корреляционного анализа. Между объективными показателями конкурентоспособности предприятий и обобщенным интегральным показателем управления знаниями на опрошенных предприятиях установлена положительная линейная зависимость. Наибольшее влияние управления знаниями на респондентов опрошенных предприятий оказывает показатель «изменение доходов за последние 3 года» ($r(\text{Spirmen})=0,480$, $p\text{-значение}=0,00$) и показатель, характеризующий «долю рынка предприятия за последние 3 года» ($r(\text{Spirmen})=0,470$, $p\text{-значение}=0,00$). Более слабое влияние управления знаниями на респондентов опрошенных предприятий оказывают три показателя, которые характеризуют: «изменение рентабельности за последние 3 года» ($r(\text{Spirmen})=0,380$, $p\text{-значение}=0,00$), «изменение доли экспортируемой продукции за последние 3 года» ($r(\text{Spirmen})=0,354$, $p\text{-значение}=0,00$) и «изменение объема проданной продукции или услуг за последние 3 года» ($r(\text{Spirmen})=0,337$, $p\text{-значение}=0,00$) (табл. 2).

Между субъективными показателями конкурентоспособности малых и средних предприятий региона и обобщенным интегральным показателем управления знаниями на этих предприятиях установлена более сильная положительная линейная зависимость.

Результаты корреляционного анализа между объективными и субъективными показателями конкурентоспособности предприятий и обобщенным интегральным показателем управления знаниями

Объективные (прямые) показатели конкурентоспособности предприятий	F (обобщенный интегральный показатель управления знаниями на предприятиях)		Субъективные (косвенные) показатели конкурентоспособности предприятий	F (обобщенный интегральный показатель управления знаниями на предприятиях)
	Коэффициент Спирмена			
Изменение доходов предприятия за последние 3 года	0,480 (уровень значимости 0,00)		Деятельность нашего предприятия успешнее, чем у конкурентов	0,378 (уровень значимости 0,00)
Изменение рентабельности за последние 3 года	0,380 (уровень значимости 0,00)		У нашего предприятия большая доля рынка, чем у конкурентов	0,476 (уровень значимости 0,00)
Изменение объема проданной продукции или услуг за последние 3 года	0,337 (уровень значимости 0,00)		У нашего предприятия более быстрые темпы роста прибыли	0,592 (уровень значимости 0,00)
Изменение доли экспортируемой продукции за последние 3 года	0,354 (уровень значимости 0,00)		У нашего предприятия больше инноваций, нежели у конкурентов	0,565 (уровень значимости 0,00)
Изменение доли рынка за последние 3 года	0,470 (уровень значимости 0,00)		У нашего предприятия ниже себестоимость продукции, чем у конкурентов	0

Источник: расчеты по результатам опроса по исследовательскому проекту в программе SPSS.

Наибольшее влияние управления знаниями на респондентов исследуемых предприятий отмечено по показателям, которые косвенно характеризуют конкурентоспособность предприятия: «темпы роста прибыли по сравнению с другими предприятиями» ($r(\text{Spirmen})=0,592$, $p\text{-значение}=0,00$) и «степень инновационности предприятия по сравнению с другими конкурентами» ($r(\text{Spirmen})=0,565$, $p\text{-значение}=0,00$). Несколько ниже влияние управления знаниями на респондентов анализируемых предприятий отмечено по другим показателям, которые также косвенно характеризуют конкурентоспособность предприятия: «доля рынка предприятия по сравнению с конкурентами» ($r(\text{Spirmen})=0,476$, $p\text{-значение}=0,00$) и «оценка деятельности предприятия по сравнению с другими конкурентами» ($r(\text{Spirmen})=0,378$, $p\text{-значение}=0,00$). При этом линейной связи между обобщенным интегральным показателем управления знаниями на опрошенных предприятиях региона и таким показателем, который косвенно характеризует конкурентоспособность предприятия, как оценка себестоимости продукции по сравнению с другими конкурентами, не установлена (табл. 2).

В результате использования метода корреляционного анализа для оценки показателей конкурентоспособности предприятий и интегрированных индикаторов по процессам управления знаниями установлено, что существует тесная связь между показателями, характеризующими развитие малых и средних предприятий, и процессами управления знаниями в малом и среднем бизнесе для роста его конкурентоспособности и инновационности.

Во-первых, рост доходов предприятий за последние 3 года коррелирует с факторами F1 — «знания и стратегия» ($r=0,586$, $p\text{-значение}=0,000$), F3 — «производство знаний» ($r(\text{Spirmen})=0,639$, $p\text{-значение}=0,000$), F5 — «хранение и документирование знаний» ($r(\text{Spirmen})=0,444$, $p\text{-значение}=0,000$), F6 — «использование знаний» ($r(\text{Spirmen})=0,307$, $p\text{-значение}=0,000$), F7 — «результат управления знаниями» ($r(\text{Spirmen})=0,629$, $p\text{-значение}=0,000$).

Во-вторых, увеличение рентабельности предприятий за последние 3 года коррелирует с факторами F1 ($r(\text{Spirmen})=0,354$, $p\text{-значение}=0,000$), F3 ($r(\text{Spirmen})=0,572$, $p\text{-значение}=0,000$), F5 ($r(\text{Spirmen})=0,229$, $p\text{-значение}=0,020$), F7 ($r(\text{Spirmen})=0,551$, $p\text{-значение}=0,000$).

В-третьих, рост объема продукции (товаров и услуг) за последние 3 года коррелирует с факторами F1 ($r(\text{Spirmen})=0,392$, $p\text{-значение}=0,000$), F3 ($r(\text{Spirmen})=0,536$, $p\text{-значение}=0,000$), F4 — «обмен знаниями» ($r(\text{Spirmen})=0,214$, $p\text{-значение}=0,030$), F5 ($r(\text{Spirmen})=0,252$, $p\text{-значение}=0,010$), F6 ($r(\text{Spirmen})=0,335$, $p\text{-значение}=0,000$), F7 ($r(\text{Spirmen})=0,465$, $p\text{-значение}=0,000$).

В-четвертых, увеличение доли экспортируемых товаров и услуг за последние 3 года коррелирует с факторами F1 ($r(\text{Spirmen})=0,354$, $p\text{-значение}=0,000$), F3 ($r(\text{Spirmen})=0,442$, $p\text{-значение}=0,000$), F5 ($r(\text{Spirmen})=0,298$, $p\text{-значение}=0,010$), F6 ($r(\text{Spirmen})=0,300$, $p\text{-значение}=0,000$), F7 ($r(\text{Spirmen})=0,508$, $p\text{-значение}=0,000$).

В-пятых, рост доли рынка за последние 3 года коррелирует с факторами F1 ($r(\text{Spirmen})=0,527$, $p\text{-значение}=0,000$), F2 — «получение знаний» ($r(\text{Spirmen})=0,195$, $p\text{-значение}=0,049$), F3 ($r(\text{Spirmen})=0,601$, $p\text{-значение}=0,000$), F4 ($r(\text{Spirmen})=0,283$, $p\text{-значение}=0,004$), F5 ($r(\text{Spirmen})=0,310$, $p\text{-значение}=0,001$), F6 ($r(\text{Spirmen})=0,296$, $p\text{-значение}=0,003$), F7 ($r(\text{Spirmen})=0,536$, $p\text{-значение}=0,000$).

Дискуссия по результатам исследования. Полученные результаты исследования по управлению знаниями на малых и средних предприятиях региона хорошо согласуются с другими авторитетными исследованиями влияния процессов управления знаниями на предприятии на эффективность их деятельности. Так, многие ученые считают важными процессы получения, хранения и обработки, передачи и использования знаний на предприятии и рассматривают их как конкурентное преимущество предприятия [34—37]. Другие [38] установили, что единственное устойчивое конкурентное преимущество для предприятия — это создание новых знаний, однако, по нашему мнению, в этом случае будут явно недооценены иные факторы деятельности бизнеса. Процесс применения и получения выгоды от знаний, связанный с эксплуатацией ранее произведенных знаний, связан с успешностью хранения знаний, приобретенных в предыдущих процессах с целью дальнейшего использования для увеличения добавленной стоимости [39; 40], что подтверждается и проведенным исследованием. В нем вполне достоверно установлена степень влияния вышеописанных процессов на показатели конкурентоспособности и инновационности предприятия на примере предприятий малого и среднего бизнеса Латгальского региона Латвии в 2013 г. Установлено, что более значимо на рост доходов предприятия за последние три года влияет успешное создание новых знаний, а также знание стратегии предприятия. На увеличение рентабельности, объемов продаж за последние три года наиболее заметно влияет процесс создания новых знаний. На рост доли рынка за последние три года наиболее сильно влияют как создание новых знаний, знание работниками стратегии предприятия, так и результат управления знаниями на предприятии в целом.

Выводы.

1. Проведенная авторами оценка процессов управления знаниями на предприятиях малого и среднего бизнеса Латгальского региона показала, что знания и опыт работников имеют средний уровень развития (по пятибалльной шкале): от 2,9 до 3,6 баллов. Установленный факт свидетельствует о том, что возможности процессов управления знаниями на предприятиях малого и среднего бизнеса в регионе используется не в полной мере, следовательно, для повышения конкурентоспособности этих предприятий есть скрытые резервы. Как показали результаты исследования, предприятиям региона необходимо улучшить понимание новых знаний как важной ценности для активизации потенциала конкурентоспособности и инновационности бизнеса.



2. Хуже всего на предприятиях региона развиты процессы, результирующие управление знаниями (2,9 балла) и обмена знаниями (3,0 балла). Лучше развиты процессы использования (3,6 балла) и получения знаний (3,3 балла).

3. Доказано, что одним из значимых факторов, влияющим на конкурентоспособность и инновационность предприятий, является управление знаниями. В проведенном исследовании установлена положительная линейная связь между обобщенным интегральным показателем управления знаниями и объективными / субъективными показателями конкурентоспособности предприятия (изменение доходов за последние 3 года, изменение рентабельности за последние 3 года, изменение объема проданных товаров и услуг за последние 3 года, изменение доли экспортируемой продукции за последние 3 года, изменение доли рынка за последние 3 года, деятельность предприятия успешнее по сравнению с конкурентами, большая доля рынка по сравнению с конкурентами, более быстрые темпы роста прибыли по сравнению с конкурентами, больше инноваций по сравнению с конкурентами).

4. Преобладание более значимой положительной линейной зависимости между субъективными показателями, характеризующими конкурентоспособность предприятий, и обобщенным интегральным показателем управления знаниями, чем между объективными показателями, также характеризующими конкурентоспособность предприятий, и обобщенным интегральным показателем управления знаниями, показывает, тот факт, что руководители и работники предприятий несколько переоценивают позиции своего предприятия в конкурентоспособности по сравнению с другими аналогичными предприятиями. Однако данный факт носит скорее позитивный характер, потому, что отражает положительное отношение персонала к своему предприятию.

5. Проведенное исследование установило, что наиболее заметное влияние на все показатели конкурентоспособности предприятия имеют процессы создания новых знаний, затем следуют процессы знания стратегии предприятия персоналом и общие результаты процесса управления знаниями на предприятии.

Список литературы

1. *Applehans W., Globe A., Laugero G.* Managing knowledge: a practical web-based approach. Addison Wesley Professional, 1999.
2. *Oxford Advanced Learners Dictionary of Current English.* 1982.
3. *Despres C., Chauvel D.* Knowledge management(s) // *Journal of Knowledge Management.* 1999. Vol. 3, № 2.
4. *Drucker P.* Post-Capitalist Society. Butterworth-Heinemann, Oxford, 1993; *Rooney D., Hearn G., Ninan A.* Handbook on the Knowledge Economy. Edward Elgar Publishing inc. 2005.
5. *Сухарев М. В.* Эволюционное управление социально-экономическими системами. Петрозаводск : КарНЦ РАН, 2008.
6. *Gilmour D.* How to Fix Knowledge Management. Harvard Business review. October, 2003.

7. *Cohen D.* What's your return on knowledge? // Harvard Business review. December, 2006.
8. *Drucker P.* Post-Capitalist Society. Butterworth-Heinemann, Oxford, 1993.
9. *Hope J. and Hope T.* Competing in the Third Wave. Harvard Business School, Boston, 1997.
10. *Bozbura T.* Knowledge Management Practices in Turkish SME's // Journal of Enterprise Information Management. 2007. Vol. 20, №2.
11. *Stewart T.* The Wealth of Knowledge: Intellectual Capital and the Twenty-First Century Organization. Doubleday, Random House Inc., U.S.A. 2001.
12. *Tatand L. W. and Stewart H.* Knowledge Management in the Malaysian Aerospace Industry // Journal of Knowledge Management. 2007. Vol. 11, №1.
13. *Nonaka I.* The Knowledge Creating Company. Harvard Business Review on Knowledge Management, 1998.
14. *Storey J. and Barnett E.* Knowledge management initiatives: learning from failure // Journal of Knowledge Management. 2000. Vol. 4, №2.
15. *Malhotra Y.* Knowledge Management for E-Business Performance: Advancing Information Strategy to Internet Time. Information Strategy // The Executive's Journal. 2000.
16. *Hicks R., Dattero R., Galup S.* A Metaphor for Knowledge Management: Explicit Islands in a Tacit Sea // Journal of Knowledge Management. 2007. Vol. 11, №1.
17. *Sveiby K.E., Simons R.* Collaborative Climate and Effectiveness of Knowledge Work- An Empirical Study // Ibid. 2002. Vol. 6, №5.
18. *Robertson S.* A Tale of Knowledge-Sharing Systems // Ibid. Vol. 6, №3.
19. *Riege A.* Actions to Overcome Knowledge Transfer Barriers in MNCs // Ibid. 2007. Vol. 11, №1.
20. *Beveren V.J.* A Model of Knowledge Acquisition That Refocuses Knowledge Management // Ibid. 2002. Vol. 6, №1.
21. *Bhatt G.* Organizing knowledge in the knowledge development cycle // Ibid. 2000. Vol. 4, №1.
22. *Szulanski G.* Exploring Internal Stickiness: Impediments to the Transfer of Best Practice Within the Firm // Strategic Management Journal 17 (Special Issue Winter). 1996.
23. *Hurt M., Hurt S.* Transfer of managerial practices by French food retailers to operations in Poland // The Academy of Management Executive. 2000. Vol. 19, №2.
24. *Wang S., Noe R.A.* Knowledge sharing: A review & directions for future research // Human Resource Management Review. 2010. Vol. 20, №2.
25. *Teece D.J.* Strategies for managing knowledge assets: the role of firms structure and industrial context: 125—144 // TeeceDJ (eds). Managing Industrial Knowledge. Sage Publications: London, 2001.
26. *Argote L., Ingram P.* Knowledge transfer: a basis for competitive advantage in firms. Organizational Behaviour and Human Decision Processes 82 (1), 2000.
27. *Skyrme D.* Knowledge Networking, Butterworth-Heinemann, Oxford, 1999.
28. *Nemati H.* Global Knowledge Management: Exploring a Framework for Research // Journal of Global Information Technology Management. 2002. Vol. 5, Is. 3.
29. *Davenport T.H., Prusak L.* Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know. Harvard Business School Press : Boston, MA, 2000.
30. *Despres C., Chauvel D.* Knowledge management(s) // Journal of Knowledge Management. 1999. Vol. 3, №2.
31. *Davenport T., Prusak L.* Working Knowledge. Harvard Business School, Boston, 1998.



32. *Chua A.* Taxonomy of Organizational Knowledge // Singapore Management Review. 2002. Vol. 24, Is. 2.
33. *Skyrme D.* Knowledge Networking, Butterworth-Heinemann, Oxford, 1999.
34. *Hicks R., Dattero R., Galup S.* A Metaphor for Knowledge Management: Explicit Islands in a Tacit Sea // Journal of Knowledge Management. 2007. Vol. 11, № 1.
35. *Sveiby K.E., Simons R.* Collaborative Climate and Effectiveness of Knowledge Work- An Empirical Study // Ibid. 2002. Vol. 6, № 5.
36. *Robertson S.* A Tale of Knowledge-Sharing Systems // Ibid. Vol. 6, № 3.
37. *Riege A.* Actions to Overcome Knowledge Transfer Barriers in MNCs // Ibid. 2007. Vol. 11, № 1.
38. *Beveren V.J.* A Model of Knowledge Acquisition That Refocuses Knowledge Management // Ibid. 2002. Vol. 6, № 1.
39. *Davenport T.H., Prusak L.* Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know. Harvard Business School Press : Boston, MA, 2000.
40. *Despres C., Chauvel D.* Knowledge management(s) // Journal of Knowledge Management. 1999. Vol. 3, № 2.

Об авторах

Виктор Васильевич Воронов, доктор социологических наук, ведущий исследователь Института социальных исследований Даугавпилсского университета, эксперт по социологии и экономике Совета по науке Латвийской академии наук.

E-mail: viktor.voronov@du.lv

Ольга Яновна Лавриненко, доктор экономики (PhD), ведущий исследователь Института социальных исследований Даугавпилсского университета, эксперт по экономике Совета по науке Латвийской академии наук.

E-mail: olga.lavrinenko@du.lv



KNOWLEDGE MANAGEMENT AND THE INCREASE OF SME COMPETITIVENESS: A CASE STUDY

V. Voronov*, O. Lavrinenko*

* *Daugavpils University*
1, Parades, Daugavpils, LV-5401, Latvia

Received on June 16, 2014

The need to enhance the competitiveness and innovation capacity of small and medium enterprises is one of the key objectives of emerging EU economies. In this regard, the authors define the role of knowledge in enhancing business competitive-

ness in a regional economy. The effect of knowledge management processes on the economic activity of businesses in the Latvian region of Latgale is considered. To assess the role of knowledge and knowledge management processes, the authors apply integrated metrics calculated with the help of correlation analysis based on a 2013 survey of managers and staff of SMEs in Latgale. An assessment of the role of knowledge and knowledge management processes in SMEs of Latgale region using the SPSS programme shows that the knowledge and experience of employees have is at an average level of development — from 2.9 to 3.6 on a 5 point scale. It suggests the possibility of that the processes of knowledge management are not used to their full capacity at the regional small and medium-sized businesses; therefore, there is untapped potential for enhancing the competitiveness of these enterprises. The study emphasises the need for regional businesses to interpret new knowledge as a key value for developing the competitive and innovative potential.

Key words: knowledge, management knowledge, business, region, competitiveness, Latvia.

About the authors

Dr. hab. Victor Voronov, Leading Researcher, Institute of Social Studies, Daugavpils University, Latvia; Expert in Sociology and Economics, Science Council of the Latvian Academy of Sciences.

E-mail: viktor.voronov@du.lv

Dr Olga Lavrinenko, Leading Researcher, Institute of Social Studies, Daugavpils University, Latvia; Expert in Economics, Science Council of the Latvian Academy of Sciences.

E-mail: olga.lavrinenko@du.lv