

Україна входила в ринкову систему із соціальними претензіями радянського типу, що характерно для високорозвинених економічних країн. У той час, як технологічний уклад України в ринкових умовах виявився нездатним задовольнити ці соціальні претензії, тим не менш частка соціальних трансфертів і допомоги становить останніми роками більше 35 %, що відповідає показнику достатньо розвинених європейських країн (наприклад, Франції). Проте у менш розвинених країнах (наприклад, Польща, Греція) цей показник становить менше 30 %. Таке навантаження на державний бюджет не дозволяє знизити рівень нерівності і разом з тим знижує можливості фінансування багатьох перспективних економічних проєктів. Реальна ситуація в Україні така, що відбуваються посилення нерівності та поглиблення соціально-економічного розшарування населення. Нерівність в Україні зумовлена насамперед посиленням відчуження окремих верств населення від основних соціально-економічних умов життєдіяльності. У сфері економіки це виявляється у відчуженні за статусом володіння ресурсами. Таке відчуження сталося внаслідок порушення ефективного розподілу ресурсів у процесі приватизації. Найбільш актуально нерівність виявляється на основі відчуження за статусом на ринку праці, де з'являються суб'єкти з різними можливостями працевлаштування: безробітні, розчаровані та зневірені знайти роботу, проблемні верстви населення (сироти, бездомні, іммігранти), працівники з несправедливими умовами трудових контрактів.

Відхід від інверсійності розвитку стане однією з передумов зменшення соціально-економічної нерівності попереднього розвитку. Але навряд чи можна говорити про зменшення ступеня нерівності ринкового типу, доки не будуть розв'язані проблеми політико-економічної невизначеності, зменшення бюрократичного неефективного механізму подолання нерівності та корупції.

КРАУДСОРСИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ФІРМИ

*О. С. Марченко, доктор економічних наук, професор
Національний університет
«Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*

В умовах інформаційного суспільства виникають і поширюються нові технології мобілізації ресурсів інноваційної діяльності, основу яких становить співпраця їх власників, що забезпечується інтернет-мережами. Це краудсорсингові технології (від англ. *crowd-source-using* — використання

джерел ресурсів «натовпу»), орієнтовані на залучення за допомогою інтернет-мереж різних ресурсів величезної кількості людей, технології використання колективних ресурсів без територіальних, професійних, культурних, корпоративних та інших обмежень. Краудсорсинг, по-перше, суттєво розширює коло суб'єктів, ресурси яких залучаються для досягнення певної мети; по-друге, значно збільшує кількість ресурсів, що використовуються в інноваційному процесі.

Використання краудсорсингових технологій інноваційною фірмою зумовлює необхідність управління цим процесом, яке, на нашу думку, є новою складовою менеджменту знань.

Управління знаннями — це технологічне, мотиваційне, організаційне забезпечення реалізації інноваційною фірмою її функції сховища знань, яка полягає у забезпеченні інноваційного процесу необхідними знанневими ресурсами, їх збереженні та ефективному використанні.

Знання зберігаються фірмою в її інтелектуальному капіталі, технологіях, працівниках, культурі тощо. Отже, головними складовими менеджменту знань інноваційної фірми є управління: а) інтелектуальними трудовими ресурсами, які є носіями знань, що складають ресурсний фундамент інновацій; б) інтелектуальним капіталом; в) ланцюжком знань в організації, що охоплює створення, залучення, засвоєння, перетворення (трансформацію), обмін, збереження, використання знань. Зазначеним складовим управління знаннями притаманні, з одного боку, суттєві особливості, що віддзеркалюють специфічний зміст їх об'єктів, а з другого — загальні характеристики, оскільки знання та інформація становлять зміст інтелектуальних ресурсів фірми. Їм притаманні прямі і зворотні зв'язки, а їх комплексне здійснення спрямовано на реалізацію фірмою її сутності як інтелектуальної підприємницької організації, що навчається та є сховищем знань. Слід також підкреслити, що управління знаннями має витратний аспект — це управління витратами одержання, продукування, трансформації, передавання, обміну, використання, зберігання та накопичення знань в організації. В цілому управління знаннями спрямоване на досягнення кінцевої мети їх інтеграції інноваційною фірмою — втілення знань у нові знаннємісткі продукти та послуги.

Реалізація кожної складової в умовах мережевої економіки може і повинна спиратися на краудсорсингові технології.

1. Забезпечення інноваційної фірми необхідними їй інтелектуальними трудовими ресурсами може здійснюватися на базі *краудрекрутингу* (від англ. *crowd-recruiting* — колективний підбір персоналу). Це технології пошуку персоналу в соціальних мережах.

2. Головним об'єктом внутрішньофірмового управління інтелектуальним капіталом є інвестування в інтелектуальні ресурси. Як відомо, у формуванні

інтелектуального капіталу, особливо фірмово-специфічного людського капіталу, беруть участь не тільки фірма, а й її працівник, який оволодіває знаннями, і держава, яка фінансує систему освіти, наукову діяльність та ін. Новою моделлю залучення коштів виступає *краудфандинг* (*donation of crowd* — добровільний внесок «натовпу»); *crowd-funding* — колективне фінансування) — технологія колективного фінансування інноваційних проектів, що залучає «соціальні інвестиції» — інвестиції «натовпу».

3. Інтеграцію знань забезпечує *інтелектуальний краудсорсинг* — технологія залучення знанневих ресурсів великої кількості людей («натовпу») на основі їх інтелектуальної співпраці у соціальних мережах, що спрямовується на сумісне створення різних форм інтелектуального продукту. Це технологія використання колективного розуму, ядром змісту якої є інтелектуальна взаємодія, співпраця поєднаних соціальними мережами носіїв неявних знань.

Використання інноваційною фірмою технологій краудсорсингу потребує істотної перебудови менеджменту знань, оскільки, по-перше, ресурси «натовпу» — це ресурси незалежних від фірми людей, залучення яких не може базуватися на таких принципах управління її персоналом, як ієрархія, розподіл повноважень, відповідальність, контроль, оплата праці як інструмент мотивації та ін.; по-друге, відносини фірми з «натовпом» мають віртуальний характер і, як правило, не формалізуються у трудових чи інших контрактах; по-третє, особливої уваги потребує розроблення системи мотивації представників «натовпу», котрих не цікавить кар'єра на фірмі, яка залучає їх ресурси, або соціальний пакет, яким вона заохочує штатних працівників; по-четверте, значну проблему, що потребує розв'язання, становить визначення прав інтелектуальної власності на продукт, створений на базі ресурсів «натовпу»; по-п'яте, складним є питання відбору й експертизи ідей та пропозицій, що пропонує «натовп»; по-шосте, використання краудсорсингових технологій, що базуються на довірі незалежних учасників інтернет-мереж, сприяє формуванню соціального капіталу інноваційної фірми як об'єкта менеджменту знань, який повинен забезпечити фірмі необхідний рівень мережевої репутації.

Таким чином, технології краудсорсингу, спрямовані на залучення та використання ресурсів «натовпу», — колективних ресурсів, сприяють зростанню алокаційної ефективності інноваційної діяльності, досягненню позитивного синергетичного ефекту, економії трансакційних витрат. Поширення краудсорсингових технологій зумовлює необхідність розроблення теоретичних засад нової складової менеджменту знань — менеджменту краудсорсингу як системи принципів, методів та заходів управління технологією залучення та використання колективних ресурсів інноваційної діяльності.