
Олигова М.Б. Механизм влияния неявного знания на расширенное воспроизводство добавленной стоимости и корпоративных инноваций // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования: Интернет-журнал, [Электронный ресурс], 2017. № 1(35). – Режим доступа: http://iea.gostinfo.ru/files/2017_01/2017_01_01.pdf.

УДК 65.018

МЕХАНИЗМ ВЛИЯНИЯ НЕЯВНОГО ЗНАНИЯ НА РАСШИРЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ И КОРПОРАТИВНЫХ ИННОВАЦИЙ

Олигова М.Б., аспирант Российской международной академии туризма

Аннотация. Статья посвящена исследованию инновационных аспектов механизма влияния неявного знания на процесс создания добавленной стоимости. При этом особое внимание уделяется генетическим формам неявного знания, среди которых онтологическое значение имеет интеллектуальная экологическая ниша, а также система смыслового, социального и институционального неявного знания. Далее исследуются неявные знания в рамках экономического прототипа, а также маркетинговые и технологические знания. Ключевая проблема заключается в обеспечении такого взаимодействия всех видов неявного знания, чтобы обеспечивались устойчивые темпы создания добавленной стоимости.

Ключевые слова: корпоративные инновации, неявное знание, добавленная стоимость, когнитивный мультипликатор, эффективность создания добавленной стоимости.

UDC 65.018

THE MECHANISM OF THE EFFECT OF TACIT KNOWLEDGE IN THE EXPANDED REPRODUCTION OF VALUE-ADDED AND CORPORATE INNOVATION

Oligova M.B., Graduate student of the Russian International Academy of Tourism

The article investigates the innovative aspects of impact of implicit knowledge mechanism on the process of added value creation. Particular attention is given to genetic forms of tacit knowledge, including the ontological significance of intelligent ecological niche, as well as the semantic system, social and institutional tacit knowledge. Next, we study tacit knowledge within the economic prototype, as well as marketing and technological knowledge. The key issue is to ensure that such an interaction of all kinds of implicit knowledge, to

provide a steady rate of added value creation.

Keywords: corporate innovations, tacit knowledge, added value, cognitive multiplier, the efficiency of creating added value.

В первом приближении и в самом общем смысле, под инновационным механизмом влияния неявного знания экономического агента на процесс расширенного воспроизводства добавленной стоимости и корпоративных инноваций следует понимать систему упорядоченных, взаимосвязанных и объединенных «волей и духом» определенного субъекта инструментов, методов и управленческих алгоритмов, целенаправленное функционирование которых обеспечивает трансформацию неявного знания в конечный продукт, качество и количество которого характеризуют параметры и показатели создания и/или возрастания добавленной стоимости (ценности). Данный механизм включает следующие основные элементы.

Во-первых, - это формирование и развитие не всякого, а именно интеллектуального качества экологической ниши конкретного экономического агента с последующим мониторингом этого качества, поскольку призвание (предназначение) субъекта к той или иной созидательной роли вполне может быть подвержено динамике, как функция динамизма самой социально-экономической действительности. Формирование и развитие интеллектуальной экологической ниши предполагает наличие *знания и компетенций о том, как это делать*. Причем субъектами-носителями этих компетенций должны быть, прежде всего, сами экономические агенты, непосредственно осуществляющие поиск своей экологической ниши, а также воспитатели, являющиеся экзогенными генераторами условий и факторов данного поиска. Успешно найденная и «обустроенная» интеллектуальная экологическая ниша может характеризоваться как *успешная самоактуализация* [18-24].

Во-вторых, важнейшим элементом рассматриваемого механизма является *микромеханизм реализации экологической ниши* в форме выбора и реального функционирования «бытия призвания», то есть деятельности в русле творчески-трудового предназначения. Речь, по сути, идет об условиях и факторах «системы среды», в рамках которых осуществляется «работа» интеллектуальной экологической ниши. Здесь уже проявляются *институциональные знания и одноименные компетенции* собственника экологической ниши, который использует свой *наноинституциональный капитал* для решения задач поиска новых форм самореализации. Успешно найденный и «обустроенный» творчески-трудоовой путь или механизм

проявления своей интеллектуальной экологической ниши, может характеризоваться как *успешная самореализация* [20-25].

Резонно подчеркнуть, что качество самореализации в существенной степени зависит, как минимум, от двух обстоятельств: от качества экологической ниши, действующей как фактор, и от качества институциональной среды, действующей как условие. Инструментом создания благоприятной институциональной среды в форме релевантного институционального капитала является институциональное предпринимательство на уровне деятельности всех субъектов экономики. При этом вполне обоснованно можно вести речь о появлении так называемого *когнитивного мультипликатора первого уровня (или когнитивного онтологического мультипликатора)*, если обнаруживается когерентность интеллектуальной экологической ниши и, действующего на всех уровнях самоактуализации и самореализации, институционального капитала.

В-третьих, - это четкая фиксация *каналов объективации* непередаваемого неявного знания, в форме ранее обнаруженной и институционально обустроенной интеллектуальной экологической ниши. По сути, речь идет о многоуровневой «системе объекта», где четко просматриваются, как минимум, два интегральных направления социально-экономической деятельности. Первое направление связано с рыночной эффективностью, где ожидаемые будущие *обмены эквивалентов* приводят к созданию, исчисляемой в денежных единицах, *добавленной стоимости*. Добавленная стоимость в данном случае исчисляется как известная разность между рыночной ценой и суммарными затратами на данной стадии движения продукта.

Второе направление связано не с рыночной, а как таковой продуктовой эффективностью, где соответствующие обмены (не имеет особого значения: эквивалентов или не эквивалентов), или *дарообмены* обеспечивают создание, далеко не всегда исчисляемой в денежных единицах, а, скорее, в психических состояниях субъекта (удовлетворенность, достоинство и др.), *добавленной ценности*. При этом то, что формируется как *добавленная ценность* (например, в виде качественно возросшего эндогенного интеллектуального капитала субъекта), впоследствии трансформируется в продуктивное знание с одновременным рыночно ориентированным формированием *добавленной стоимости* (как факт признания потребителями, зафиксированный в рыночной цене).

В-четвертых, - это производство и целенаправленное использование важнейших базовых видов неявного знания, которые давно предстают как «непризнанные, но действующие» системно-интегрирующие факторы создания и расширенного воспроизводства добавленной ценности и, в конечном счете, добавленной стоимости. Независимо от «системы субъекта» и структуры какой-либо экономической организации, основными базовыми видами неявного знания, исходя из содержания социально-экономического генотипа экономического агента, следует считать такие, как *ментальное знание, ценностно-смысловое знание, социально-организационное знание и институциональное знание*. При этом качество социально-экономического генотипа современного хозяйственного агента является *логическим продолжением* качества его интеллектуальной экологической ниши.

Здесь, конечно же, могут быть самые разные варианты творчески-трудовой актуализации и созидательной самореализации. В том случае, если формируется объективно либо целенаправленно когерентность или соответствие социально-экономического генотипа, с присущим ему набором базовых форм неявного, прежде всего, непередаваемого знания, качеству интеллектуальной экологической ниши, актуализируемой в рамках, релевантных требованиям данной ниши, институционального капитала, то формируется *когнитивный мультипликатор второго уровня (или когнитивный базовый мультипликатор)*. Понятно, какая управленческая задача стоит перед «системой субъекта», призванной обеспечить создание и последующую «работу» когнитивного онтологического и базового мультипликаторов.

В-пятых, - это производство и соответствующее использование исходных функциональных видов неявного знания, несомненно, связанных с интеллектуальной экологической нишей и социально-экономическим генотипом как системным единством базовых видов неявного знания. Среди исходных функциональных видов неявного знания следует выделить, прежде всего, различного рода *ожидания*, а также существующие уровни и виды *доверия*, или доверительных отношений. Ожидание и доверие, как специфические виды, в основном непередаваемого неявного знания, ранее уже были рассмотрены подробно. Здесь лишь отметим, что они представляют собой более «поверхностный» уровень системы неявного знания как такового, поскольку формируются и действуют только в контексте с *предполагаемой к решению реальной хозяйственной задачи*.

Если, например, экологическая ниша и социально-экономический генотип, как онтология и базис общей системы неявного знания конкретного субъекта, возникают «не вдруг», а в процессе и результате длительного образовательного процесса, и существуют достаточно длительный период времени, то доверие и/или ожидание существенно зависят от множества экзогенных условий и факторов. В частности, смена партнеров и контрагентов, при прежней экологической нише и социально-экономическом генотипе субъекта, может привести к быстрой смене уровня и качества доверия и соответствующих ожиданий. При наличии, например, нескольких партнеров, к одним из них данный субъект может испытывать полное доверие, а другим может совсем не доверять. Тогда от одних партнеров он ожидает определенную логику поведения (и не ошибается), но по отношению к другим агентам ожидания не оправдываются и т.д. [23-26]

В том случае, если экономический агент организует и осуществляет свою творчески-трудовую деятельность в системе «трех соответствий», а именно: а) в рамках интеллектуальной экологической ниши; б) в рамках социально-экономического генотипа, релевантного требованиям экологической ниши; в) в условиях адекватно сформированных и реализованных уровней доверия и ожиданий, то возникает «когнитивный резонанс», как функция названных когнитивных совпадений. По сути, речь идет о формировании *когнитивного мультипликатора третьего уровня*. Отсюда, инвестиции в систему развития доверительных отношений и затраты на поиск новой информации, обеспечивающей четкость и обоснованность конкретного вида ожиданий, есть инвестиции в формирование и действие названного мультипликатора.

В-шестых, - это формирование, развитие и использование *технологических функциональных видов неявного знания*, непосредственно связанных с процессом создания экономического блага, в какой бы форме оно не выступало, и каким бы ни было его предназначение (для рыночного обмена или для эндогенного потребления в форме обмена-общения). Таким неявными знаниями могут быть уникальные методические компетенции субъекта, специфические организаторские способности, умение распределить свою энергию и компетенции сотрудников для решения внезапных созидательных задач, компетенции в создании собственных производственных технологий, адекватных требованиям индивидуальных продуктов, знания и способности в сфере развития мотивационного капитала сотрудников и многие другие. Однако наиболее значимыми и, одновременно, интегральными

технологическими видами неявного знания являются: *организаторские компетенции; методические (технологические) компетенции; способности мотивировать сотрудников (увлечь в «творческие дали», или в «мир креатива»)* [25-29].

Априори полагая, что в рамках «системы проекта» создана модель будущего продукта, как следствие обоснованных ожиданий в области предполагаемого рыночного спроса (безупречно осуществляемый комплекс маркетинга), весь набор технологических функциональных видов неявного знания может быть назван *технико-технологическим прототипом* экономического агента. Понятно, что в названной триаде (организация дела – методика или технология производства – мотивация сотрудников), именно неявные знания и компетенции могут привести к формированию и развитию таких целостных *уникальных не вещественных компетенций-активов, как организационный капитал, методический (технологический) капитал, мотивационный капитал*. Следовательно, в рамках технико-технологического прототипа, необходимо постоянно решать управленческую задачу *оптимизации организационного, технологического (методического) и мотивационного неявного знания*.

В-седьмых, говоря о механизме влияния системы неявного знания на процесс создания добавленной стоимости, важно выделить *логическую связь между социально-экономическим генотипом субъекта и технико-технологическим прототипом продукта, воспроизводимого данным субъектом*. Если социально-экономический генотип, как функция интеллектуальной экологической ниши, создает ценностно-смысловую, или социокультурную «оболочку» воспроизводимого конечного продукта, то технико-технологический прототип есть не что иное, как узнаваемое всеми потребительское качество (набор реальных ценностных свойств) этого продукта. Этот продукт есть закономерный результат определенного производственного выбора, вектор которого был априори задан сформированной системой ценностей, ментальных моделей и общего творчески-трудового предназначения данного экономического агента.

Результаты взаимодействия социально-экономического генотипа и технико-технологического прототипа могут быть, как минимум, двух видов. Позитивный исход связан с когерентностью отмеченных системных форм непередаваемого неявного знания, и в этом случае имеет место *когнитивный мультипликатор четвертого уровня, или мультипликатор когерентного взаимодействия социально-экономического генотипа (базовое неявно знание)*

с технико-технологическим прототипом (функциональное неявное знание). Негативный исход рассматриваемой взаимосвязи отражает отсутствие когерентности генотипа субъекта и прототипа объекта, что может привести к *отрицательной мультипликации* экономического роста, или негативной синергии соответствующих взаимодействий [27-30].

В-восьмых, - это *специфическое неявное маркетинговое знание* в форме маркетинговой интуиции, или «чутья» релевантной рыночной ниши, обеспечивающей исчисляемую реальность добавления стоимости на завершающей стадии производства и реализации рыночно ориентированной продукции. Маркетинговое неявное знание можно отнести к разряду функционального знания, или соответствующих компетенций, связанных с такими уникальными феноменами, как *глубокое понимание психологии именно данной целевой категории покупателей, предвидение новых рыночных ниш, быстрая «сцепка» предполагаемых товаров рыночной новизны с вариантами их целевой реализации, компетенции в области маркетинга интеллектуальных продуктов, знание специфики маркетинга неимущественных активов экономического агента* и многое другое.

С учетом отмеченных положений, резонно вести речь о таких феноменах, как *маркетинговый капитал и капитал маркетинговых ключевых компетенций*. В первом случае имеется в виду обычный комплекс маркетинга, нацеливающий экономическую организацию на реализацию традиционных планов рыночной политики. Во втором случае, речь идет о результатах *маркетингового предпринимательства*, представляющего собой специфическую форму интеллектуальной деятельности, обеспечивающей воспроизводство маркетинговых инноваций как функции одноименного эндогенного капитала субъекта. Причем набор этих инноваций может быть весьма обширным: от воображаемых и представляемых проектов товаров рыночной новизны до разработки необычных форм и способов пропаганды и рекламы товаров и услуг, которые существуют пока лишь виртуально, и превентивном представлении потребителям новых стандартов качества [2-10].

В-девятых, - это специфическая система непередаваемого неявного знания, представляющая собой *перечень таких интеллектуальных неимущественных активов, как деловая репутация, товарный бренд и/или товарный знак, преданность покупателей определенной товарной марке и т.д.* Суть «неявности» знания здесь заключается в невозможности полностью «повторить» рыночный либо производственный успех экономического агента, поскольку, например, деловая репутация создается в течение длительного

интервала времени и вбирает в себя весь комплекс уникальных достижений личности, организации или целой нации [28-31]. Таким образом, суть неявного знания в форме деловой репутации заключается в том, что *собственник этого интеллектуального актива не сможет дать исчерпывающий «рецепт» того, как эту деловую репутацию произвести и обеспечить последующее ее воссоздание.*

В-десятых, механизм влияния системы неявного знания на процесс создания добавленной стоимости включает *кибернетическую обратную связь* собственно процесса добавления стоимости (ценности) на все элементы неявного знания, которые обеспечили создание этой добавленной стоимости. При этом речь идет не о традиционных явных, формализованных инструментах и процедурах выявления отмеченной обратной связи с последующей корректировкой всего механизма. Здесь вновь имеется в виду именно *неявная часть знания и понимания кибернетической связи* процесса создания добавленной стоимости. Такое непередаваемое неявное знание может формировать самостоятельную *ключевую «компетенцию корректировок»*, или компетенцию о том, как быстро, своевременно, с минимальными издержками осуществлять «поправки» и «уточнения» в общий процесс влияния неявного знания на создание экономическим агентом добавленной стоимости. Общая генетическая схема механизма влияния ключевых элементов неявного знания на создание добавленной стоимости показана на рисунке 1.

Представленный механизм является весьма понятной и предметной иллюстрацией генетического подхода к проблеме выявления основных инструментов, форм и способов воздействия системы неявного знания на ожидаемый конечный результат в виде добавленной стоимости. Между тем, здесь сохраняется большой простор для дальнейшего исследования названной проблемы. В частности, представленная схема отражает *предельно общий вариант* генетического механизма влияния неявного знания на некий ожидаемый конечный результат. В рамках данного общего концепта могут быть созданы и конкретизированы многие другие алгоритмы, связанные с различной степенью эффективности каждого логического этапа движения неявных знаний: от экологической ниши (призвания) до товара, предложенного рынку.



Рис. 1. Общая генетическая схема механизма влияния системы неявного знания на создание добавленной стоимости

Представленный механизм является весьма понятной и предметной иллюстрацией генетического подхода к проблеме выявления основных инструментов, форм и способов воздействия системны неявного знания на ожидаемый конечный результат в виде добавленной стоимости. Между тем, здесь сохраняется большой простор для дальнейшего исследования названной проблемы. В частности, представленная схема отражает *предельно общий вариант* генетического механизма влияния неявного знания на некий ожидаемый конечный результат. В рамках данного общего концепта могут быть созданы и конкретизированы многие другие алгоритмы, связанные с различной степенью эффективности каждого логического этапа движения неявных знаний: от экологической ниши (призвания) до товара, предложенного рынку.

Кроме того, представленный генетический алгоритм влияния неявного знания на создание добавленной стоимости практически ничего не «говорит» об *эффективности такого влияния, с четкой фиксацией максимально возможного результата* как функции вполне определенных управленческих усилий и соответствующих инвестиций. В связи с этим, было бы целесообразно показать *виды основных издержек*, деятельность по сокращению которых должна обеспечить повышение уровня эффективности рассматриваемого влияния. Критически важным вопросом здесь является эффективность формирования и развития интеллектуальной экологической ниши, которая, как известно, может претерпевать различные модификации, определяемые логикой развития самого экономического агента.

Задачей особой сложности видится производство знаний и компетенций базового уровня, или социально-экономического генотипа, абсорбирующего собой ключевые смыслы и ментальные конструкты экономического бытия данного экономического агента. Очевидно, что не менее актуальной видится проблематика *запуска рассматриваемого механизма и обеспечения высококачественного управления* данным механизмом. Запуск механизма и управление его функционированием, определяются самостоятельными инструментами формирования «системы субъекта», представленной субъектом, обладающим требуемым неявным знанием и способным к решению соответствующих задач [39-31]. Общая модель-схема данной эффективности показана на рисунке 2, а социально-сетевые аспекты ее регулирования и соответствующие риски изложены в ряде публикаций. [15-17]



Рис. 2. Общая модель-схема повышения эффективности использования неявного знания в создании добавленной стоимости

Конечно, предложенная схема отражает лишь общие вопросы, связанные с эффективностью исследуемого влияния, но в любом случае, необходимо отметить ряд положений, характеризующих специфику деятельности по обеспечению данной эффективности. *Во-первых, концепция максимизации результата (на каждом этапе решения задачи) здесь, чаще всего, не может иметь прямого количественного измерителя, поскольку речь идет именно о неявном, преимущественно непередаваемом знании и/или компетенции.* При этом интегральный показатель в форме общей, или итоговой добавленной стоимости, количественно измерим и качественно вполне определен, что является лишь косвенным свидетельством роли и значения каждого вида неявного знания в производстве данной стоимости. Более того, здесь может иметь место *разрыв во времени производительной реализации неявного знания*, поскольку сформированная уникальная компетенция может длительное время пребывать в состоянии «вещи в себе», и, возможно, стать «вещью для общества» ей предначертано явиться только в отдаленном будущем.

Во-вторых, концепция минимизации затрат в данном случае принимает форму «оптимизации всех видов издержек», поскольку создание и развитие любых видов неявного знания, особенно онтологического или базового, вряд ли наводит субъекта на мысль о необходимости «строгости» соизмерения «результата и затрат». Чтобы достичь, например, желаемого интеллектуального результата в форме способности к смыслопроизводству или лидерскому (пассионарному) управлению организацией, субъект может пойти на *любые затраты в форме масштабных инвестиций времени, энергии и специальных форм развивающего обмена-общения.* При этом, как и в случае с рассмотрением максимизации результата, затраты энергии в форме духовно-нравственных, эмоциональных сил, а также прикладного использования различных вариаций и уровней качества «психических интенсивностей», едва ли могут быть точно исчислены при формировании каждой отдельно взятой уникальной компетенции.

Таким образом, проблематика количественного анализа результата и затрат, а также их соотношения (динамика эффективности), является предметом дополнительных исследовательских усилий. При этом важно четко понимать, что прямых и точных количественных измерений здесь не может быть *по определению*, поскольку система неявного знания, особенно непередаваемого неявного знания, всегда предстает как эндогенный, глубоко индивидуализированный и персонифицированный феномен, создание и

воспроизводство которого «схватывается» лишь абстрактным мышлением и никак не вписывается в схемы и модели существующих форм статистики. В то же время, здесь могут быть применимы существующие методы исчисления интеллектуальных неимущественных активов экономических агентов, например, такие, как «Value explorer» и другие [1-3, 11-14, 31]. Совсем нерешенным пока остается вопрос, связанный с *запуском механизма* влияния неявного знания экономического агента на процесс создания и расширенного воспроизводства добавленной стоимости.

Список использованных источников и литературы

1. Андриссен Д., Тиссен Р. Невесомое богатство. Определите стоимость вашей компании в экономике нематериальных активов. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. – 287 с.
2. Галкин В.Е., Докукин А.В., Ломакин М.И. Клиентоориентированные взаимодействия при распространении стандартов в рамках единой информационной системы по техническому регулированию // Транспортное дело России. 2011. № 7.
3. Галкин В.Е., Докукин А.В., Ломакин М.И. Стратегия развития национальной системы информационного обеспечения технического регулирования // Стандарты и качество. 2009. № 1.
4. Галкин В.Е., Докукин А.В., Ломакин М.И. Выбор стратегии развития системы информационного обеспечения технического регулирования // Стандарты и качество. 2008. № 3.
5. Докукин А.В., Коновалов В.А. Гармонизация потребностей и ожиданий сторон в нормотворческом процессе в области стандартов качества // Транспортное дело России. 2014. №5. С. 98-101.
6. Докукин А.В. Интернет-портал по техническому регулированию - «единая точка доступа» к информационным ресурсам заинтересованных лиц // Транспортное дело России. 2009. № 2.
7. Докукин А.В. Зарубежная практика использования стандартизации в целях инновационного развития // А. В. Докукин; Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии, Федеральное гос. унитарное предприятие "Российский науч.-технический центр информ. по стандартизации, метрологии и оценке соответствия". Москва, 2007.
8. Докукин А.В. Необходимость гармонизации интересов производителей и потребителей в техническом регулировании // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2011. № 3 (3).
9. Докукин А.В., Журавлева Т.Б., Нарлицына Е.А. Регулятивные стратегии использования стандартов в социальносетевых формах

экономической деятельности // Транспортное дело России. 2016. № 5. С. 17-18.

10. Докукин А.В., Нарлицына Е.А. Стандарты регулирования рекламы социально-сетевых форм деятельности // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2016. № 5 (33). С. 1.

11. Интеллектуальный анализ динамики бизнес-систем / Под научной ред. д.т.н., проф. Н.М. Абдикеева. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 226 с.

12. Докукин А.В., Балванович А.В. Повышение эффективности системы информационного обеспечения технического регулирования // Транспортное дело России. 2008. № 1. С. 67-70.

13. Балванович А.В. Совершенствование отношений с клиентами системы информационного обеспечения технического регулирования на основе анализа нефинансовых показателей эффективности клиентоориентированных технологий // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2012. № 3 (7). С. 3.

14. Балванович А.В. Предпосылки в использования технологий BIG DATA в деятельности министерства промышленности и торговли Российской Федерации // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2014. № 6 (22). С. 13.

15. Ломакин М.И., Стреха А.А., Герасимов Б.И., Докукин А.В., Сизикин А.Ю., Герасимова Е.Б. Повышение результативности системы менеджмента качества гибкого предприятия // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2015. № 1 (23). С. 5.

16. Нарлицына Е.А., Докукин А.В. Развитие стандартизации социально-сетевых форм экономической деятельности // Наука и бизнес: пути развития. 2016. № 9. С. 40-42.

17. Орлова Е.Е., Докукин А.В. Согласование интересов субъектов права в нормотворческом процессе в техническом регулировании // Транспортное дело России. 2014. № 3

18. Салихов Б.В. Императивы развития современной экономики знаний // В сборнике: Инновационное развитие общества: условия, противоречия, приоритеты материалы X международной научной конференции: в 3-х частях. Под редакцией А.В. Семенова; Ю.С. Руденко. 2014. С. 16-40.

19. Салихов Б.В., Салихова И.С. Научно-практические императивы развития современной экономики неявных знаний // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2014. № 28. С. 2-13.

20. Салихов Б.В., Салихова И.С. Самообучающиеся организации в экономике: сущность, признаки и параметры качества // Финансы и кредит. 2015. № 8 (632). С. 48-60.

21. Салихов Б.В., Салихова И.С. Анализ социально-экономического качества самообучающихся организаций в когнитивной экономике // Экономический анализ: теория и практика. 2015. № 11 (410). С. 49-63.
22. Салихова И.С. Предпринимательские университеты и особенности формирования самообучающихся организаций в российской экономике // Путеводитель предпринимателя. 2015. № 25. С. 358-370.
23. Салихов Б.В., Салихова И.С., Олигова М.Б. Когнитивная структура поведенческой экономики и императивы повышения качества неявного знания // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2016. № 12 (345). С. 55-71.
24. Салихов Б.В., Салихова И.С., Олигова М.Б. Качество ожидания и доверия как форм проявления неявного знания в современной поведенческой экономике // Вестник Академии права и управления. 2016. № 44. С. 116-123.
25. Салихов Б.В., Нейматова Б.А. Фабрика звезд для предпринимателей. Интеллектуальное предпринимательство в сфере производства корпоративных знаний // Креативная экономика. 2009. № 1. С. 55-65.
26. Салихов Б.В., Воронин В.Б. Организационно-экономические основы повышения эффективности производственного институционального предпринимательства // Проблемы современной экономики. 2007. № 2. С. 155-160.
27. Салихов Б.В., Салихова И.С. Качество знаний и компетенций в зеркале структурных реформ российской экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2016. № 10 (343). С. 68-84.
28. Салихов Б.В., Салихова И.С. Системная парадигма в управлении экономикой корпоративных знаний // Монография / Москва, 2014. – 167 с.
29. Салихова И.С., Антипова Д.А. Феномен лидерского капитала в экономике корпоративных знаний // Финансы и кредит. 2014. № 35 (611). С. 51-61.
30. Салихова И.С., Антипова Д.А. Лидерство как инновационный управленческий феномен в деятельности современных корпораций // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2014. № 2. С. 49-57.
31. Хорошавина Н.В. Как сосчитать интеллектуальный капитал? // Эксперт. 1998. № 7. С. 12-16.

© Олигова М.Б.