

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/1999-849X-2020-13-2-69-75

УДК 001.6(045)

JEL A14, B14, B21, B51, D71

Формирование конкурентных преимуществ предприятий, основанных на знаниях: российская модель

Г.В. Колодняя

Финансовый университет, Москва, Россия

<http://orcid.org/0000-0002-2227-7671>

АННОТАЦИЯ

Предмет исследования – особенности функционирования предприятий, основанных на знаниях, или *knowledge firms*. *Цель статьи* – выявление факторов удержания конкурентных позиций при работе в условиях сверхдинамичной среды. В результате исследования выявлено, что основой для формирования устойчивых конкурентных позиций на рынке являются знаниевые активы. Раскрыта экономическая сущность *knowledge firms* – компаний, осуществляющих создание, распространение и использование знаний. Доказано, что активное инвестирование в процессы формирования неявного знания способно создавать особенные, трудно копируемые конкурентами качества, присущие исключительно данной компании. *Knowledge firms* – это компании среднего бизнеса, являющиеся по своей сущности предпринимательскими структурами. Высокий уровень квалификации сотрудников и «глубокое погружение» в проблемы заказчиков (клиентов), стремление к постоянному усовершенствованию создаваемых благ обуславливают продвижение этих компаний по пути непрерывной генерации инноваций. Эти предприятия способны создавать технологические и нетехнологические инновации. Осознавая значимость *knowledge firms*, государство стремится превратить национальных чемпионов в технологических лидеров международного масштаба. Этому способствует реализация программ поддержки, направленных на раскрытие потенциала этих компаний. *Сделаны выводы* о том, что российские *knowledge firms* могут сыграть определяющую роль в повышении уровня конкурентоспособности национальной экономики.

Ключевые слова: экономика знаний; конкурентные преимущества; предприятия, основанные на знаниях (*knowledge firms*); национальные чемпионы; государственные программы стимулирования; знаниевые активы

Для цитирования: Колодняя Г.В. Формирование конкурентных преимуществ предприятий, основанных на знаниях: российская модель. *Экономика. Налоги. Право.* 2020;13(2):69-75. DOI: 10.26794/1999-849X-2020-13-2-69-75

ORIGINAL PAPER

Formation of Competitive Advantages of Knowledge-based Enterprises: The Russian Model

G.V. Kolodnyaya

Financial University, Moscow, Russia

<http://orcid.org/0000-0002-2227-7671>

ABSTRACT

The subject of the research – features of functioning of knowledge-based enterprises, or *knowledge firms*. *The purpose of the article* is to identify the factors for maintaining competitive positions when working in an ultra-dynamic environment. As a result of the research, it is revealed that knowledge assets are the basis for the formation of stable competitive positions in the market. The economic essence is revealed for *knowledge firms*, companies that create, distribute, and use knowledge. It is proved that active investment in the processes of forming implicit knowledge can create special qualities that are difficult to copy by competitors, which are unique to this company. *Knowledge firms* are medium-sized companies that are essentially entrepreneurial structures. The high level of qualification of employees and “deep immersion” in the problems of customers (clients), the desire to constantly improve the benefits created determine the progress of these companies along the path of continuous generation of innovations. These enterprises are able to create technological and non-technological innovations. Realizing the importance of *knowledge firms*, the state strives to turn

© Колодняя Г.В., 2020

national champions into technology leaders of international scale. This is facilitated by the implementation of support programs aimed at unlocking the potential of these companies. Conclusions are made that Russian *knowledge firms* can play a decisive role in increasing the level of competitiveness of the national economy.

Keywords: knowledge economy; competitive advantages; knowledge-based firms (knowledge firms); national champions; government incentive programs; knowledge assets

For citation: Kolodnyaya G.V. Formation of competitive advantages of knowledge-based enterprises: The Russian model. *Ekonomika. Nalogi. Pravo = Economics, taxes & law*. 2020;13(2):69-75. (In Russ.). DOI: 10.26794/1999-849X-2020-13-2-69-75

ВВЕДЕНИЕ

Современный этап развития общества принято называть «обществом знаний» или «экономикой знаний» по причине определяющей роли знаний в процессе формирования устойчивых конкурентных преимуществ как на микроуровне, так и на уровне национальной экономики в целом. Теоретические основы экономики знаний были заложены во второй половине XX в., которые активно дополнялись на протяжении последних двух-трех десятилетий [1–7]. Наиболее детально особенности функционирования экономики знаний представлены в работах американских экономистов П. Друкера и Ф. Махлупа [1–5], в которых они указывают на первостепенную роль знаний в росте производительности труда, повышении уровня конкурентоспособности бизнеса и достижении экономических успехов. По мнению П. Друкера, в современном обществе знание превращается в своеобразный ключ, обеспечивающий экономическое развитие и процветание наций [1, с. 51, 346, 348]. Применение знаний способно повысить отдачу от использования классических факторов производства и превратиться в «решающий фактор роста эффективности в международной торговле, экономическом развитии, экономической конкуренции» [2, с. 120, 122].

Превращение знания в главный экономический актив современного общества становится причиной коренной трансформации в экономике и вносит существенные изменения в процессы функционирования бизнеса. В экономике знаний новый импульс к развитию получают рынки технологий и ноу-хау, результаты научных исследований активно трансформируются бизнесом в объекты коммерциализации, активизируется инновационная деятельность компаний, производитель сосредотачивается на создании товаров и услуг с высоким «знаниевым» содержанием [1, с. 37, 46, 67, 167, 334]. Необходимо отметить, что благодаря происходящим трансформациям были сформированы благоприятные условия для зарождения и эффективной деятельности компа-

ний нового типа — *knowledge firms* или предприятий, основанных на знаниях¹ [8].

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ KNOWLEDGE FIRMS

Knowledge firms — это компании, осуществляющие создание, распространение и использование знаний, которые открыты для процессов непрерывного новаторства. Основой для формирования устойчивых конкурентных позиций *knowledge firms* являются знаниевые активы (*knowledge assets*), т.е. индивидуальные и надындивидуальные знания, способные приносить доход от их использования. Именно знаниевые активы способны обеспечивать зарождение у компании особенных, присущих исключительно ей качеств, необходимых для поддержания конкурентоспособности и работы в сверхдинамичном мире.

На определяющую роль знаниевых активов в процессе формирования устойчивых конкурентных позиций фирмы указывает известный японский исследователь в области научного менеджмента И. Нонака. «В экономике, где определена лишь неопределенность,

¹ Термин «предприятие, основанное на знаниях» еще не устоялся в российской теории и практике, а перевод на русский язык этого понятия, введенного в научный оборот американскими экономистами, не в полной мере раскрывает его сущность. Поэтому в тексте статьи предприятия, основанные на знаниях, будут называться в исходном виде — *knowledge firms*. Иными словами, это компании, производящие товары и предлагающие услуги, созданные с применением знаний. Многие из них работают в наукоемких отраслях, и не только. Работа в узких сегментах рынка в совокупности с четким пониманием нужд и запросов потребителей направляет *knowledge firms* по пути активного использования инноваций. В статье инновации рассматриваются с позиций их практической реализации и обязательной ориентированности на рынок (по П. Друкеру). «Инновации, способствующие новому способу использования товаров или услуг либо открытию новых рынков, должны быть ориентированы на конкретное, четкое, сознательное применение. Они должны быть ориентированы на конкретную потребность, которую они будут удовлетворять, на конкретный конечный результат, который они будут обеспечивать... Инновации всегда должны иметь отношение к рынку, быть ориентированы на него, более того, требования рынка должны лежать в их основе» [9, с. 215, 220].

знание становится единственно надежным источником устойчивых конкурентных преимуществ. Когда рынки изменяются, технологии разрастаются, конкуренты множатся, а продукция устаревает почти ежечасно, успешными оказываются те компании, которые целенаправленно создают новое знание, распространяют его внутри организации и быстро воплощают в новых технологиях и продукции. Именно такой подход характерен для компании, весь бизнес которой представляет собой непрерывную инновацию» [6, с. 66].

Что же представляют собой знаниевые активы и в чем проявляется их особенность? Почему инвестирование в этот вид активов является неременным условием сохранения конкурентоспособности бизнеса в современных условиях? Знаниевые активы представляют собой совокупность явных и неявных знаний организации, которые используются в целях создания наибольшей ценности для потребителя. В состав явных знаний входят массивы структурированных данных, различные правила и инструкции, имеющиеся в справочниках и внутренних документах организации. Явные знания включают информацию, содержащуюся в технической документации и представляющую собой описание технологических процессов конкретного предприятия. Особенностью явных знаний является их легкая формализация в виде формул, алгоритмических процессов, всеобщих принципов. В связи с этим в компаниях не возникает трудностей, связанных с их сохранностью и передачей другим сотрудникам. По некоторым оценкам, доля явных знаний не превышает 20% объема знаний, которыми располагает компания.

Подавляющая часть внутрифирменной информации (до 80%) сосредоточена в неявных знаниях. В отличие от явных знаний, они носят ярко выраженный личностный характер и поэтому имеют непосредственное отношение к своему носителю в лице сотрудника и непосредственно связаны с его практической деятельностью. Неявное знание состоит из умений, ментальных моделей и алгоритмов, которыми руководствуется работник компании в различных ситуациях при выполнении производственных заданий. По мнению М. Поланьи, основоположника создания концепции неявного знания, предпосылкой к возникновению неявного знания является невозможность полностью осуществить вербализацию информации, т.е. выразить ее в языке. Особенностью неявного знания является его трансляция исключительно посредством демонстрации образов деятельности на основе личных контактов [11].

Невозможность представить неявное знание в форме инструкций и заранее прописанных алгоритмов

приводит к тому, что его передача становится возможной в процессе личного взаимодействия, непосредственных контактов, путем трансляции «из рук в руки», иными словами, через непосредственное взаимодействие сотрудников компании. Неявное знание проявляется в умениях, способностях и возможностях сотрудников компании. Имея непосредственное отношение к корпоративной культуре, неявное знание отражает ценностные ориентиры, принимаемые и разделяемые работниками компании. В связи с этим жизненно важным является формирование в компаниях, ориентированных на повышение отдачи от знаниевых активов, особых условий, порождающих дух сотрудничества, творческой атмосферы, полного взаимопонимания в коллективе, т.е. всего того, что способствует «созданию нового знания, распространению его внутри организации и быстрому воплощению в новых технологиях и продукции» [6, с. 66].

Важно отметить при этом, что на создание особых условий, располагающих к инновационной деятельности в компании, могут потребоваться годы. Неповторимый творческий формат невозможно создать одновременно даже при условии солидных финансовых «вливаний» в компанию или в случае реализации механизма «слияний и поглощений». В процессе приращения неявных знаний определяющую роль играют провозглашение в компании базовых ценностей, ориентированных на новаторский подход, атмосфера взаимопонимания и дух сотрудничества, поддержка обозначенных направлений всем коллективом. Важное место в процессе приращения неявных знаний принадлежит институту наставничества. При непосредственном взаимодействии наставника и ученика происходит трансляция неявных знаний от «старожила» к «новичку» посредством «обучения деланием» (*learning by doing*), в процессе которого становится возможным «раскрытие» различных, часто невидимых особенностей производства с акцентом на выполнение конкретных операций. Грамотно выстроенные алгоритмы передачи неявных знаний в *knowledge firms* позволяют создавать условия, благоприятные для процессов непрерывного новаторства. Инновации в таких компаниях рассматриваются с позиций источника долговременного развития и неотъемлемого способа существования бизнеса. В ходе своей деятельности *knowledge firms* создают и используют различные технологические и нетехнологические инновации².

² Согласно классификации ОЭСР технологические инновации представляют собой конечный результат инновационной дея-

Если вначале создаются и применяются исключительно инкрементальные, пошаговые, простые в технологическом отношении инновации, то в дальнейшем деятельность *knowledge firms* постепенно выстраивается вокруг формирования новой ниши (сегмента), когда они предлагают принципиально новые решения, превращаясь в пионеров технологических инноваций в определенном сегменте. В последующем *knowledge firms* становятся лидерами технологических компетенций или «инновационными чемпионами», способными постоянно генерировать инновационные идеи и новые решения. Технологическое лидерство *knowledge firms* подтверждается результатами исследований, показывающих, что средняя доля расходов на НИОКР [R&D (*Research & Development*)] в общем объеме выручки в *knowledge firms* вдвое превышает типичный уровень прочих компаний [10, 12–14]. Технологическое лидерство *knowledge firms* является результатом влияния ряда факторов, благодаря воздействию которых в компаниях «выращивается» экосистема — благоприятная для продуцирования инноваций среда.

Заточенность *knowledge firms* на поступательное инновационное развитие становится возможным благодаря целенаправленным инвестициям в человеческий капитал (*human capital*) как составной части знаниевых активов. Активная работа с учебными заведениями позволяет *knowledge firms* «выращивать» своих будущих сотрудников, начиная со студенческих лет. Компании открывают специализированные кафедры в учебных заведениях, осуществляют руководство выпускными работами, предоставляют в своих компаниях рабочие места студентам для прохождения стажировки и практики. Тесное взаимодействие с вузами позволяет компаниям не только готовить специалистов, обладающих необходимыми компетенциями, но и дает возможность постепенно приобщать будущих специалистов к особенностям той или иной работы.

Естественная инновационность или внутреннее стремление к осуществлению непрерывной инновационной деятельности³ является важным, но не

тельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта (услуги), который предложен рынку, нового или усовершенствованного процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности. В состав нетехнологических инноваций входят организационные, маркетинговые и экологические инновации.

³ Например, в микроэлектронике любое изделие, как только его разработали, успевает устаревать. Это «подталкивает» работников компании к осуществлению непрерывных инноваций, что на практике означает следующее: в процессе создания нового изделия инженером компании разрабатывается

единственным фактором, позволяющим *knowledge firms* удерживать конкурентные позиции на рынке. По своей сути *knowledge firms* представляют собой предпринимательские структуры. Их отличает способность «слушать» рынок, чутко улавливать происходящие изменения с тем, чтобы создавать высококачественный продукт, филигранно «заточенный» под предпочтения конкретной потребительской аудитории⁴. Значимыми факторами успеха для *knowledge firms* являются близость к потребителю и понимание его потребностей. Высокий уровень квалификации сотрудников в совокупности с целенаправленной работой над приобретением новых компетенций позволяет создавать инновации, направленные не только и не столько на удовлетворение текущих нужд потребителей, сколько на предвосхищение их дальнейших запросов. Иными словами, в стремлении решить проблемы своих клиентов *knowledge firms* становятся незаменимыми для своих заказчиков, поскольку пытаются сделать так, чтобы для них не было ничего невозможного, и работают над решением задач, поставленных клиентами.

ПРАКТИКА СТИМУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ *KNOWLEDGE FIRMS*

Knowledge firms ценны для экономики не только по причине незаменимости при работе в узких сегментах рынка и точечного удовлетворения спроса конкретных групп потребителей. Этими компаниями вносится наибольший вклад в модернизацию и повышение конкурентоспособности национальной экономики. Учитывая эту особенность *knowledge firms*, государство стремится поддерживать сильные технологические компании, упрощая их доступ к капиталу. Это вызвано тем, что *knowledge firms*, с одной стороны, имеют повышенную потребность в капитале для осуществления инновационной деятельности и поддержания конкурентных преимуществ. С другой стороны, они испытывают определенные сложности в отношении доступа к финансовым ресурсам из рыночных источников. В частности, *knowledge firms* являются малопривлекательными для финансового сектора. Основной актив *knowledge firms*, представ-

алгоритм модернизации этого изделия. В противном случае продукция может оказаться невостребованной рынком, и компания рискует утратить на рынке конкурентные позиции.

⁴ Это качество предпринимателя у представителя неаустрийской школы И. М. Кирцнера получило название «бдительность», под которым понимается умение предвидеть будущее развитие событий, предугадывать изменение рыночной конъюнктуры, трансформацию потребительских предпочтений и т. д. [15].

ленный в форме знаниевых активов (патенты, лицензии, ноу-хау), считается низколиквидным и не принимается банками в качестве залога при кредитовании⁵. Отсутствие высоколиквидного залогового обеспечения не позволяет компаниям привлекать с финансового рынка недостающие для развития кредитные ресурсы. Данное противоречие пытается разрешить государство через создание механизмов оказания помощи этим компаниям.

Особенностью государственных программ развития высокотехнологичных компаний среднего бизнеса или *knowledge firms* является то, что они направлены посредством «мягкого стимулирования» на оказание государством информационной и консультационной поддержки, а также предполагают создание максимально благоприятных рыночных условий для дальнейшего роста компаний. В основе реализации программ поддержки заложен принцип проведения так называемого консъерж-менеджмента — обеспечения прямого контакта и взаимодействия с ключевыми правительственными учреждениями и ведомствами. Компании могут также консультироваться со стороны менторов в лице успешных предпринимателей и профессиональных консультантов.

Государственные программы по стимулированию деятельности *knowledge firms* становятся популярными в последнее десятилетие во многих странах мира с целью достижения технологического лидерства.

РОССИЙСКИЙ ПРОЕКТ ПО ПОДДЕРЖКЕ РАБОТЫ KNOWLEDGE FIRMS — «НАЦИОНАЛЬНЫЕ ЧЕМПИОНЫ»

В России в 2016 г. была запущена программа по поддержке работы высокотехнологичных компаний-лидеров, получившая название «Национальные чемпионы». Цель программы — обеспечить опережающий рост отечественных частных высокотехнологичных экспортно ориентированных компаний-лидеров и содействовать формированию на их базе транснациональных компаний российского базирования. Российский проект «Национальные чемпионы» по стимулированию деятельности *knowledge firms* во многом схож с аналогами в других странах и проводился в три этапа в течение 2016–2018 гг. Его участниками стали успешные быстрорастущие компании среднего бизнеса, которые вошли

⁵ Представители банков объясняют данный факт сложностями определения реальной стоимости интеллектуальных активов сотрудниками банка.

в рейтинг «ТехУспех»⁶ (2012 г.), осуществляли бизнес в области производства технологически сложных продуктов, обладали высоким потенциалом лидерства на российском и глобальном рынках. По итогам первого отбора (2016 г.) победителями стали 30 компаний, в результате второго отбора (2017 г.) в финал вышли 32 фирмы, победителями третьего отбора (2018 г.) стали 22 компании⁷. Всего участниками проекта «Национальные чемпионы» были 84 российские *knowledge firms*.

Как уже отмечалось выше, поддержка деятельности «национальных чемпионов» носит информационно-консультационный характер и выражается в информировании, обучении и мотивировании *knowledge firms*. Механизм поддержки предусматривает персонализированный подход, когда к каждой компании «прикрепляется» менеджер, который помогает более активно «включаться» в бизнес-среду: знакомит руководство *knowledge firms* с институтами развития, ключевыми ведомствами, инструментами поддержки для того, чтобы «настроить» их на конкретное производство.

Программа государственной поддержки работы «Национальные чемпионы» также направлена на оказание помощи при выходе *knowledge firms* на зарубежные рынки в целях активизации экспортного потенциала компаний. Будучи нишевыми игроками, *knowledge firms* работают в достаточно узкой рыночной нише, имеющей ограниченный спрос и поэтому сдерживающей рост бизнеса. Жизненно важным для дальнейшего развития *knowledge firms* является интенсивная географическая экспансия, предусматривающая обязательный переход с узких отечественных рынков к континентальному или мировому лидерству. Глобализация позволяет не только количественно расширять узкий рынок, но и нивелировать снижение спроса на национальном рынке в периоды экономической стагнации.

РОССИЙСКИЕ KNOWLEDGE FIRMS: КТО ОНИ?

Отраслевая география российских *knowledge firms*, работающих в рамках проекта «Национальные чем-

⁶ Первый в России рейтинг высокотехнологичных быстроразвивающихся компаний, подобный рейтингу инновационных компаний журнала *Forbes*.

⁷ Определяющими критериями отбора компаний стали следующие показатели: величина выручки от реализации (120 млн — 30 млрд руб.); среднегодовые темпы роста выручки (от 15–20% за последние пять лет); средняя величина затрат на R&D за последние три года — от 5%; средняя величина затрат на R&D за последние три года на технологические инновации — от 10%; доля новой или существенно улучшенной продукции — от 20–30%.

пионы», достаточно разнообразна. Она не ограничивается сферой ИТ, что в очередной раз доказывает определяющую роль знаниевых активов в процессе формирования устойчивых конкурентных позиций фирмы на рынке. Передовые технологические компании представлены в самых различных секторах отечественной экономики.

Участником проекта «Национальные чемпионы — 2017» является «Лаборатория Касперского» (1997, www.kaspersky.ru) — один из мировых лидеров в сфере информационной безопасности, которая защищает от вирусов более 400 млн пользователей и 270 тыс. организаций по всему миру и сотрудничает более чем со 120 технологическими партнерами, среди которых всемирно известные компании: *Amazon Web Services, Cisco, ZyXEL, Parallels, Lenovo, Facebook, Check Point*. Это типичная *knowledge firm*. Ее главным активом являются знаниевые активы. В компании работает свыше 3,9 тыс. высококвалифицированных сотрудников, из которых более 30% занимаются исследованиями и разработками.

Участником проекта «Национальные чемпионы — 2017» является компания «Монокристалл» (1999, www.monocrystal.com) — крупнейший в мире производитель синтетического сапфира (контролирует 28% мирового рынка) и металлизированных паст для солнечной энергетики (20% мирового рынка). Производимые компанией сапфировые подложки используются при производстве мобильных телефонов и светодиодов. 90% производимой продукции компании экспортируются в более чем 30 стран мира.

Компания «Медицинские технологии ДТД» (1997, www.mtl.ru), участник проекта «Национальные чемпионы — 2016», — разработчик и производитель высокотехнологического цифрового медицинского диагностического оборудования, является стратегическим

партнером известной международной компании, производящей медицинское оборудование *General Electric Health care*. Оборудование этой компании работает в каждой третьей российской медицинской организации. В 2016 г. компанией «Медицинские технологии ДТД» введен в строй технопарк «Лидер», на территории которого находятся производственные площадки самого производителя медицинской техники и предоставляются площадки под нужды производителей медицинских изделий. В составе компании работает научно-технический центр, разрабатывающий цифровое оборудование и программное обеспечение. Большинство из 250 сотрудников компании имеют научные степени кандидатов и докторов наук.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Заметным явлением последнего десятилетия во многих странах мира стала активизация деятельности *knowledge firms* — компаний, успех функционирования которых предопределяется их инновационной деятельностью. Акцент в их деятельности на повышение отдачи от знаниевых активов позволяет завоевывать устойчивые конкурентные позиции на рынке в условиях сверхдинамичной внешней среды. *Knowledge firms* выступают основными носителями инновационного потенциала национальной экономики, поскольку наделены «естественной» инновационностью и заинтересованы в постоянном усовершенствовании производимых благ. В целях раскрытия этого потенциала государство стремится поддерживать технологических лидеров. В России в 2016 г. стартовал проект по поддержке работы высокотехнологичных компаний-лидеров под названием «Национальные чемпионы», направленный на повышение инновационной и экспортной активности участников.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Drucker P.F. The age of discontinuity: guidelines to our changing society. — London: Heinemann, 1969.
2. Drucker P.F. Landmarks of tomorrow. A report on the new “post-modern” world. — N.Y.: Harper, 1996.
3. Drucker P.F. The effective executive: the definitive guide to getting the right things done. — N.Y.: HarperCollins, 2006.
4. Machlup F. The production and distribution of knowledge in the United States. — Princeton: Princeton University Press, 1972.
5. Machlup F. Knowledge: its creation, distribution and economic significance. V.I: knowledge and production. — Princeton: Princeton University Press, 2014.
6. Нонака И. Компания — создатель знания. Управление знаниями: хрестоматия. — Санкт-Петербург: Издательство «Высшая школа менеджмента», 2010.
7. Нонака И., Такеучи Х. Компания — создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах. — Москва: Олимп-Бизнес, 2011. ISBN 978-5-9693-0184-9.
8. Колодня Г.В. Предприятия, основанные на знаниях: российский опыт // Мир новой экономики. — 2014. — № 1. — С. 27–34. — ISSN 2220-6469.

9. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации. — Москва, Санкт-Петербург, Киев: Издательский дом «Вильямс», 2009. ISBN 978-5-8459-1195-7.
10. Hart M., Anyadike-Danes M., Bonner K., Masson C. The economic impact of high growth start-ups: understanding the challenge for policy in the UK. Paper presented at 32nd Annual Conference of the Institute of Small Business and Entrepreneurship. — Liverpool: United Kingdom, 2009.
11. Поланьи М. Личностное знание: на пути к посткритической философии. — Москва: Прогресс, 1985.
12. Симон Г. Скрытые чемпионы 21 века. Стратегии успеха неизвестных лидеров мирового рынка. — Москва: КноРус, 2015. — ISBN 978-5-406-03775-1.
13. Simon H. Hidden Champions des 21 Jahrhunderts. Frankfurt; N.Y.: Campus, 2007.
14. Simon H. Hidden Champions: Aufbruch nach Globalia. — Frankfurt; N.Y.: Verlag, 2012.
15. Кирцнер И.М. Конкуренция и предпринимательство. — Москва: Юнити-Дана, 2001. — ISBN 5-238-00266-1.

REFERENCES

1. Drucker P.F. The age of discontinuity: guidelines to our changing society. London: Heinemann; 1969.
2. Drucker P.F. Landmarks of tomorrow. A report on the new “post-modern” world. N.Y.: Harper; 1996.
3. Drucker P.F. The effective executive: the definitive guide to getting the right things done. N.Y.: HarperCollins; 2006.
4. Machlup F. The production and distribution of knowledge in the united states. Princeton: Princeton University Press; 1972.
5. Machlup F. knowledge: its creation, distribution and economic significance. v.i: knowledge and production. Princeton: Princeton University Press; 2014.
6. Nonaka I.A company that creates knowledge. Knowledge management: a textbook. St. Petersburg: Publishing house «Vysshaja shkola menedzhmenta»; 2010. (In Russ.).
7. Nonaka I., Takeuchi H. A company that creates knowledge. Origin and development of innovations in Japanese firms. Moscow: Olimp-Biznes; 2011. (In Russ.).
8. Kolodnjaja G.V. Knowledge-based enterprises: Russian experience. *Mir novoj jekonomiki = The World of New Economy*. 2014;1:27–34. (In Russ.).
9. Druker P.F. Biznes i innovacii. Moscow, St. Petersburg, Kiev: Izdatel'skij dom «Vil'jams»; 2009. (In Russ.).
10. Hart M., Anyadike-Danes M., Bonner K., Masson C. The economic impact of high growth start-ups: Understanding the challenge for policy in the UK. Paper presented at 32nd annual conference of the institute of small business and entrepreneurship. Liverpool: United Kingdom; 2009.
11. Polan'i M. Personal knowledge: on the way to post-critical philosophy. Moscow: Progress; 1985. (In Russ.).
12. Simon G. Hidden Champions of the 21st century. Success strategies for unknown global market leaders. Moscow: KnoRus; 2015. (In Russ.).
13. Simon H. Hidden Champions des 21 Jahrhunderts. Frankfurt; N.Y.: Campus; 2007.
14. Simon H. Hidden Champions: Aufbruch nach Globalia. Frankfurt; N.Y.: Verlag; 2012.
15. Kirzner I.M. Competition and Entrepreneurship. Moscow: Unity-Dana; 2001. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Галина Владимировна Колодня — доктор экономических наук, доцент, профессор Департамента экономической теории, Финансовый университет, Москва, Россия
kolodnyaya@yandex.ru

ABOUT THE AUTHOR

Galina V. Kolodnyaya — Dr. Sci. (Econ.), Assoc. Prof., Prof. of the Department of Economic Theory, Financial University, Moscow, Russia
kolodnyaya@yandex.ru

*Статья поступила 20.12.2019; принята к публикации 10.03.2020.
Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.
The article was received 20.12.2019; accepted for publication 10.03.2020.
The author read and approved the final version of the manuscript.*