

Procesul de utilizare a cunoștințelor: tratare sistemică

The process of using knowledge: systemic approach

CZU 001.895

Leonid BABII,
doctor habilitat în economie,
Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți

SUMMARY

The notions of data, knowledge, information, their theoretical and practical importance are analyzed and interpreted. Emphasis is placed on the evolution of knowledge, on the need to update knowledge, to use knowledge optimally. It is proposed the “chain” of generating knowledge, using it, and the factors with impact on knowledge are enumerated. The material can be useful to practitioners, governors, students of all backgrounds, master students, and collaborators of scientific institutions.

Keywords: *knowledge, data, information, management, costs, prices, marginal, revenue, efficiency, evolution, factors, bloc-scheme, educational institution, personnel, optimal, matrix, technologies, market, logic curve, competition.*

REZUMAT

Sunt analizate și interpretate noțiunile de date, cunoștințe, informație, importanța teoretică – practică a acestora. Accentul este pus pe evoluția cunoștințelor, pe necesitatea de a actualiza cunoștințele, de a utiliza cunoștințele în mod optim. Este propus „lanțul” generării cunoștințelor, utilizării acestora, sunt enumerați factorii cu impact asupra cunoștințelor. Materialul poate fi util pentru practicieni, pentru guvernanți, pentru studenții de la toate structurile, pentru masteranzi, pentru colaboratorii de la instituțiile științifice.

Cuvinte-cheie: *cunoștințe, date, informație, management, costuri, prețuri, marginal, venit, eficiență, evoluție, factori, schemă-bloc, instituții de învățământ, personal, optim, matrice, tehnologii, piață, curbă logică, concurență.*

Este știut că bunurile pe piață sunt comercializate „neomogen”: de la o creștere lentă în intervalul $(0;t_1)$, la o creștere accelerată în intervalul (t_1,t_2) și, odată cu „saturația” pieței, volumul vânzărilor are o creștere lentă. Piața, deși depinde de „originalitatea”, calitatea și „moda” bunurilor, depinde de imaginea producă-

torului (1-2), de numărul intermediarilor (1-3). Intermediarii generează majorări de prețuri, reducerea vânzărilor, a ofertei. Toate aceste aspecte, cu impact pozitiv, negativ asupra pieței necesită a fi studiate atât de către vânzătorii, cât și de cumpărătorii. Altfel spus, aceștia trebuie să posede CUNOȘTINȚE.

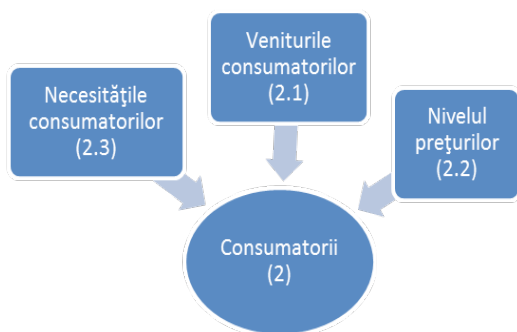


Figura 1. Schema-bloc „CONSUMATORII”.

Consumatorii, pornind de la veniturile lor (2-1), de la nivelul prețurilor (2-2), de la necesitățile lor (2-3), determină CEREREA (fig.1). Consumatorii pot fi grupați după nivelul veniturilor: (1) - sub media aritmetică; (2) - la nivelul mediei; (3) - supra mediei. Astfel de grupări sunt necesare pentru a stabili nivelul de trai al societății. Conform (3) câștigului salarial mediu lunar pe un salariat în anul 2015 a constituit 4610,9 de lei. Sub această medie au fost agricultorii, cei din comerțul cu ridicata, construcții, transporturi, activitățile de cazare, tranzacțiile imobiliare, activitățile de servicii administrative, învățământ, sănătate, arte. Supra medie - lucrătorii din industrie, din activitățile de informații și comunicații, financiare, de asigurări, activitățile profesionale științifice și tehnice, administrațiile publice. Cota-parte a numărului populației cu venituri sub medie este de peste 60% (calculul autoturului), 30% constituie media și numai 10% - supra medie. Structura veniturilor determină structura consumului. Veniturile din activități salariale în spațiul urban constituie 54%, în spațiul rural – 28%.

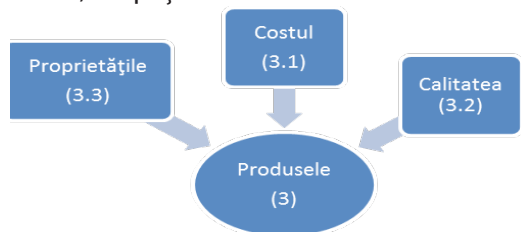


Figura 2. Schema-bloc „PRODUSELE”.

Produsele autohtone în Republica Moldova sunt „umbrite” de produsele importate. O explicație ar putea fi că importatorii sunt mai „activi” în studierea marketingului, ambalajele sunt mai atractive, unii dintre importatori nu întotdeauna achită taxele vamale, ceea ce le permite să comercializeze bunurile la un preț relativ mai redus. Produsele autohtone, spre deosebire de cele din exterior, au un preț de cost mai mare, productivitatea în agricultură, industrie este sub nivelul indicatorilor omologi din exterior. Produsele (3) își „determină” nivelul de solicitare din partea consumatorului potențial după: (1) – preț (costul); după calitate; după proprietățile acestuia ca produs. (Fig.2). Conform (2) PIB în anul 2015 a constituit cca 122 mlrd. lei, per capita 34284. Altfel spus, producția autohtonă nu acoperă Cererea. Aceasta (cerea) este considerabil mai mare decât oferta de produse autohtone. Diferența este creată de către remitențele conaționaliilor noștri din exterior.

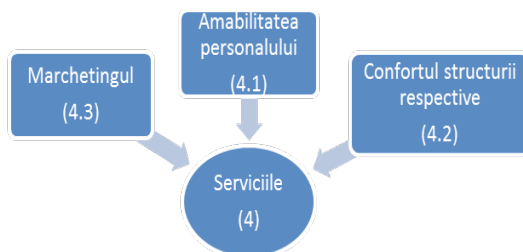
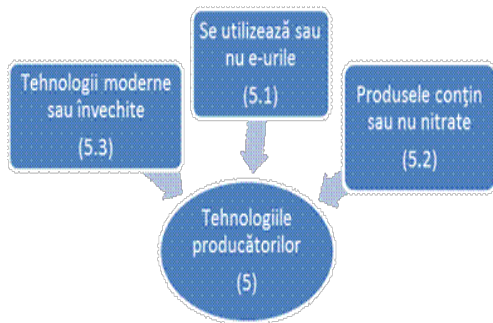


Figura 3. Schema-bloc „SERVICIILE”.

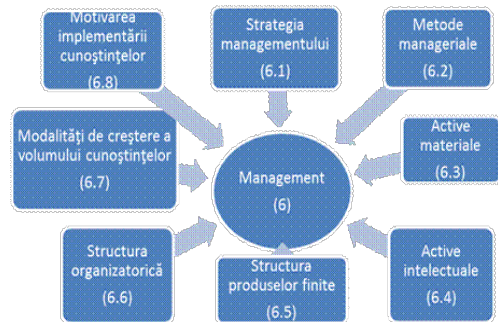
În anul 2015, conform (2), cifra de afaceri la întreprinderile cu activitate principală de servicii de piață prestate populației a constituit 13659,2 milioane lei, cu 1,2% mai mult decât în anul 2014. Volumul serviciilor este și va fi în creștere. Creșterea productivității muncii în sfera productivă eliberează tot mai multă populație; apariția a tot mai multe și mai diverse tehnologii (computerul, telefonul mobil, internetul etc.) generează și servicii noi. Cifra de afaceri la întreprinderile cu activitate principală de servicii de piață pre-

state întreprinderilor în 2015 a constituit 34925,5 - cu 5,5% mai mult decât în anul 2014. Serviciile prestate întreprinderilor vor crește tot mai mult odată cu apariția serviciilor outsourcing. Aceste servicii apar acolo unde cunoștințele personalului, în unele domenii necesare firmei, sunt insuficiente. Serviciile de tot felul presupun, în mod obligatoriu: amabilitatea personalului (4-1); confortul structurii respective (4-2); marketingul (4-3) (Fig. 3).

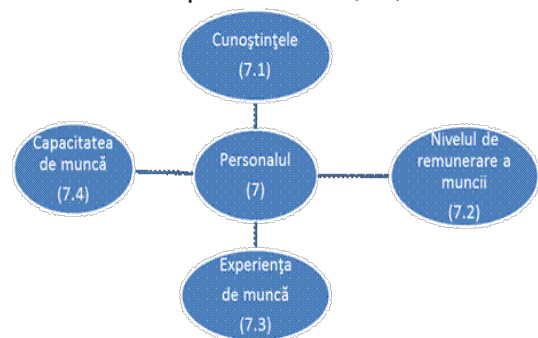


Tehnologiile producătorilor sunt produsele CUNOȘTINȚELOR și invers, acestea (tehnologiile), contribuie, în mare măsură, la actualizarea cunoștințelor, la necesitățile de reprofilare a personalului. Tehnologiile producătorului contribuie la creșterea productivității muncii, la apariția și diversificarea produselor finale, la creșterea PIB. Tehnologiile producătorului (5) pot pune la dispoziția consumatorului potențial produse alimentare cu conținut în defavoarea sănătății acestuia, produse cu e-uri (5.1), produse ce conțin un nivel inadmisibil de nitrați (5.2), acestea (tehnologiile) pot deveni modele (5.3), exemplu de urmat pentru alți producători. Tehnologiile sunt în permanentă schimbare, renovare (Fig. 4). Evoluția funcționării unei tehnologii poate fi interpretată prin funcția logistică (Fig. 1). Eficiența tehnologiilor depinde nu numai de caracteristicile tehnice ale acestora, ci și de calitatea managementului, de folosirea optimă, de specificul și structura proceselor de producție. Managementul

(6), calitatea acestuia sunt determinate de strategiile manageriale (6.1), de metodele utilizate de către manager pentru eficientizarea activității companiei (6.2), de volumul activelor reale (6.3), de activele invizibile, nemateriale, de cunoștințele personalului (6.4), de structura produselor finale (6.5), de structurile organizatorice (6.6), de modalitățile de creștere a volumului cunoștințelor personalului (6.7), de motivarea implementării cunoștințelor personalului în activitățile companiei (6.8). În unele situații, managementul companiei recurge la folosirea serviciilor, cunoștințelor din exterior numite outsourcing.



Eficiența funcționării companiei depinde, în mare măsură, de nivelul profesionist al personalului (7), de cunoștințele acumulate de către acesta (7.1), de motivarea activităților, de nivelul de remunerare a muncii (7.2), de experiența de muncă în domeniul respectiv (7.3), de capacitățile de muncă ale personalului (7.4).



Personalul constituie un capital invizibil. Cunoștințele acestuia sunt în permanentă evoluție sub impactul apariției unor noi tehnologii, servicii, produse. Cunoștințele pot fi actualizate prin auto-instruire, prin cursuri de perfecționare, prin preluarea experiențelor din exterior. Actualizarea cunoștințelor este „impusă” de competitivitatea produselor finale, de succesele partenerilor din exterior.

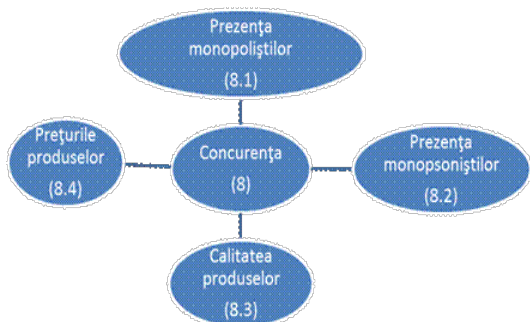


Figura 7. Schema-bloc „CONCURENȚA”.

Concurența (8) este perfectă dacă pe piață este lipsă prezența monopolistilor (8.1), a monopsoniștilor (8.2), dacă consumatorii sunt informați despre calitatea produselor (8.3), dacă aceștia (consumatorii) sunt informați despre nivelul prețurilor în profil teritorial (8.4). Concurența este un proces economic specific economiei de piață. Guvernul, de regulă, își creează structuri, elaborează draivere, mecanisme pentru excluderea apariției monopolistilor, monopsoniștilor, înțelegerilor de tip cartel (4.3).

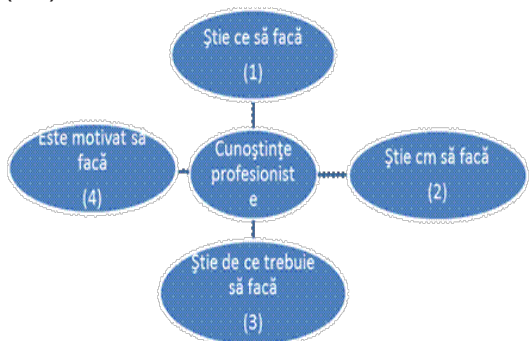


Figura 8. Schema-bloc „CUNOȘTINȚE PROFESIONISTE”.

Este dificil de estimat prezența cunoștințelor personalului unei firme. În schimb, e lesne de cuantificat pierderile de tot felul în situațiile în care cunoștințele, în anumite momente, au fost lipsă. În linii mari, cunoștințele sau, mai precis, persoana dotată cu cunoștințe: știe ce să facă (1); știe cum să facă (2); știe de ce trebuie să facă (3); este motivată (persoana) să facă (4) (Fig.8). Cunoștințele personalului sunt un produs invizibil, constituie cel mai scump activ al companiei. În acest context, investițiile străine din exterior în Republica Moldova, de regulă, sunt utilizate în domeniile în care în țară poate fi identificată munca profesionistă necesară. În Republica Moldova nu poate apărea „peste noapte” o uzină, de exemplu, de producere a autovehiculelor electrice din lipsa, întâi de toate, a muncii calificate, adică a cunoștințelor personalului potențial.

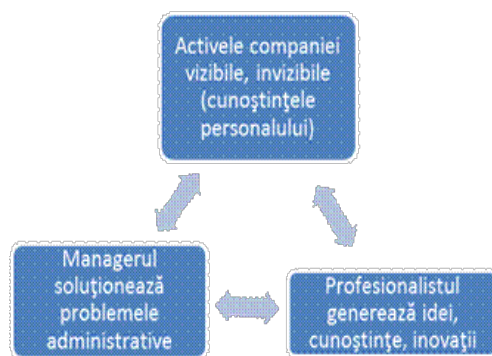


Figura 9. Schema-bloc „MANAGERUL, PROFESIONISTUL”.

Succesele companiei depind de nivelul de profesionalism al personalului, de calitățile organizatorice ale managerului. Managerul administrează activele materiale și pe cele nemateriale. Activitățile managerului și ale profesionistului din companie au specificul lor. Acestea (activitățile), fiind puse pe „bază” de echilibru (Fig. 9), pot fi interpretate: (1) – managerul administrează, profesionistul generează inovații; (2) – managerul deservește compania, profesionistul dezvoltă compania;

(3) – managerul este de acord cu realitățile, profesionistul studiază realitatea; (4) – managerul își concertează eforturile asupra sistemului de funcționare a companiei, asupra structurii produselor finale; profesionistul se află în permanență în căutarea unor muncitori calificați, dotați cu cunoștințe; (5) – managerul organizează controlul administrativ, profesionistul preferă auto-controlul personalului; (6) – managerul își orientează eforturile administrative spre realizarea unor rezultate pentru perioade de scurtă durată, profesionistul urmărește aceleași scopuri, dar pentru perioade de lungă durată; (7) – managerul pune întrebările: „cum”? „când”? , profesionistul își pune întrebările: „ce”? și „de ce”?; managerul are „status quo”, profesionistul pune în discuție acest statut; (8) – managerul efectuează lucrările corect, profesionistul efectuează lucrările corecte. Managerul și profesionistul companiei sunt doi „piloni” ce asigură funcționarea structurii respective în baza cunoștințelor. Existența cunoștințelor personalului constituie cheia succesului oricărei companii, firme. Cunoștințele, metaforic fiind spus, sunt un „produs alterabil”. Acestea (cunoștințele) pot deveni inutile, nesolicitate odată cu apariția unor tehnologii principial noi. Cunoștințele specialiștilor în domeniul producerii motoarelor cu ardere internă, în următoarele perioade de timp, ar putea să fie nesolicitate. Cunoștințele

generale însă vor contribui la generarea unor noi cunoștințe în acest domeniu. Procesul generării cunoștințelor este însoțit de identificarea necesarului de noi cunoștințe, de acumularea, dezvoltarea, transmiterea cunoștințelor, de noi studii, investiții în intelect, de motivarea muncii intelectuale creative, de crearea infrastructurii necesare pentru generarea cunoștințelor. Acestea constituie blocul (6) în fig. 6.6. Cunoștințele, fiind deja generate, la următoarea etapă necesită a fi puse la „dispoziția” societății umane prin organizarea publicării acestora. Publicarea cunoștințelor este însoțită de crearea infrastructurii instituționale, stimularea de către stat a fluxurilor de cunoștințe ale actualizării programelor de studii pentru inițierea, acumularea, sesizarea, generarea, implementarea cunoștințelor. Acestea constituie blocul (2) în fig. 10. Intersecția blocurilor (1) și (2) constituie blocul „Managementul cunoștințelor”. Cunoștințele, fiind puse la dispoziția companiilor, firmelor, acestea (cunoștințele) pot fi utilizate. Procesul de utilizare a cunoștințelor este însoțit de blocul (3): de motivarea personalului pentru implementarea, organizarea actualizării cunoștințelor personalului, a seminarelor, lecțiilor, reprofilarea personalului în domeniul cunoștințelor noi, creșterii capitalului invizibil. Intersecția blocurilor (2) și (3) constituie blocul „Managementul cunoștințelor” (fig. 10).

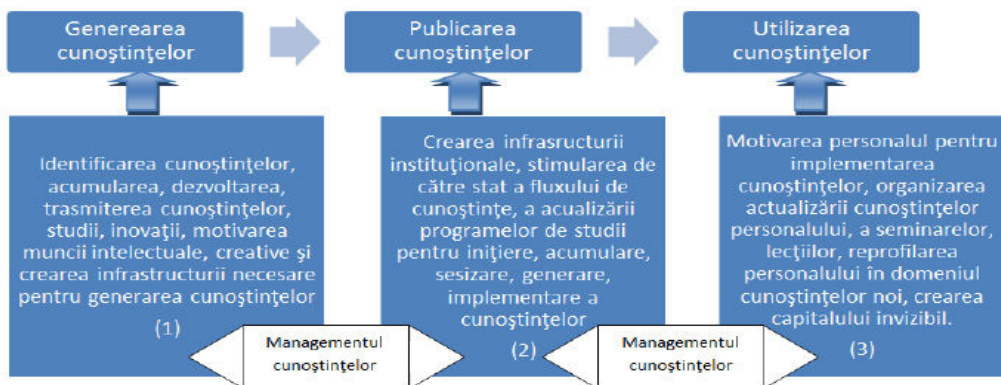


Figura 10. Managementul cunoștințelor.

Concluzii. Informația, cunoștințele, tehnologiile acestora în relațiile economice și nu numai, ocupă un loc tot mai important. Problema managementului cunoștințelor devine tot mai actuală. Tehnologiile actuale sunt dotate tot mai frecvent cu microroboți.

Utilizarea optimă a resurselor, mijloacelor poate fi determinată, utilizând teoria marginală. Această teorie (teoria marginală) nu poate fi utilizată în procesele de folosire a cunoștințelor, a informației. Dacă la folosirea resurselor materiale creșterile eficienței sunt în descreștere, atunci la utilizarea cunoștințelor, informației, acestea (cunoștințele, informația) devin tot mai profunde, mai extinse, mai generale, informația se automultiplică. Deci, informația, cunoștințele devin un „bun” infinit de mare, util, universal. Acest bun (cunoștințele) se află în permanență în autoactualizare. Actualmente, educația întregii societăți, dotarea fiecărui membru

al societății cu minimum de cunoștințe este o necesitate social utilă. Au trecut timpurile, când persoanele fără cunoștințe își puteau găsi ocupație în societate. Societatea poate progresa dacă accentul va fi pus pe crearea infrastructurii educaționale, dacă munca intelectuală - creativă va fi motivată material, social, dacă în economie ideile, cunoștințele, inovațiile vor fi solicitate, dacă Republica Moldova se va încadra în proiecte științifice internaționale, dacă la crearea cunoștințelor, capitalului invizibil, a produselor intelectuale vor participa și PRIVAȚII, dacă businessul național se va moderniza în permanență, dacă piețele din țară vor fi perfecte, nu vor activa în acestea monopolistii, monopsonistii, dacă în companiile din țară personalul va fi dotat cu cunoștințe modernizate, în echipele acestora vor exista și profesioniști de o înaltă pregătire științifico – practică, dacă managementul cunoștințelor va fi și ocupația Guvernului Republicii Moldova.

BIBLIOGRAFIE

1. WIIG K. Knowledge Management Methods: Practical Approaches to Managing Knowledge. Schema Press: Arlington, TX, 1995.
2. CARCEA M., TIRON E. Fundamente Pedagogice, Iași, 2002.
3. BERGER G. Omul modern și educația, București, 1973.
4. BROWN L. Crearea unei economii pentru Planeta noastră, Ed. Tehnica, 2001.
5. CERGHIT I. Metode de învățământ, Iași, 2006.
6. CRISTEA S. Pedagogie generală. Managementul educației, București, 1996.
7. ELIADE M. Încercarea labirintului, Cluj, 1990.
8. VĂDINEANU A. Dezvoltarea durabilă. Teorie și practică, București, 1998.
9. BABII L., „Economia antreprenoriatului”, Cahul, 2017, 274 p.
10. BABII L., Unele aspecte manageriale și economice ale reciclării cadrelor. Conferința internațională 10-17 septembrie, Bălți, 2016.
11. BABII L. Argumentarea științifică a deciziilor manageriale: aspectul metodologic. În: Revista științifică „Studii economice”, nr. 1-2, Chișinău, 2010.
12. BABII L. Reciclarea cadrelor: aspecte economice. În: Revista „Studii economice”, nr.1-2 (iunie), 2011.
13. BABII L. Abilități și responsabilități ale unui lider de echipă managerială. În: Revista „Studii economice”, nr. 1, Chișinău, 2014.

Prezentat: 17 iulie 2017.

E-mail: leonid_babii@mail.ru