

Секция: Менеджмент и практики управления

Ермакова Марина Львовна

к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики и менеджмента

Энгельсский технологический институт (филиал)

Саратовского государственного

технического университета имени Гагарина Ю. А.

г. Энгельс, Россия

УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В последние годы произошли значительные изменения в экономике и бизнесе, которые стимулировали интерес к управлению знаниями. К ним можно отнести следующие:

- знания становятся основным ресурсом экономического развития и роста;
- базирующиеся на знаниях отрасли становятся ведущими отраслями;
- знания занимают все больший удельный вес в структуре стоимости продуктов и услуг.

Управление знаниями – это неотъемлемая часть менеджмента любой организации, которая объединяет действия, связанные с формированием знаний, их распространением и использованием, а также с развитием инноваций и обучением [1].

Главная цель управления знаниями – это создание новых и более мощных конкурентных преимуществ, поэтому оно становится ведущим направлением стратегического менеджмента.

Важнейшими задачами процесса управления знаниями являются преобразование индивидуальных, неявных знаний в корпоративные, извлечение новых и обновление существующих, а также формирование организационного контекста, который поддерживает производство и воспроизводство новых знаний. Эффективное применение знаний при

производстве новых товаров и услуг превратилось в основное конкурентное преимущество современного предприятия и главное условие его развития в информационном обществе.

Очевидно, что наличие в организации, такой концепции как управление знаниями помогает вывести предприятие на новый, качественный уровень ведения бизнеса.

Таким образом, можно сказать, что управление знаниями – это тот управленческий подход, который сформировался из-за необходимости учитывать специфические особенности знания как ресурса. К знаниям нельзя применять подходы, успешно используемые для управления другими видами ресурсов (физическими, материальными, финансовыми). Эти принципиальные отличия заключаются в следующем [2]:

1. Человек, передающий знание, остается его владельцем – одно знание может передаваться неограниченное количество раз, и при передаче знания у него становится на одного владельца больше.

2. Знание не изнашивается, скорее, наоборот – при постоянном использовании оно развивается и становится более ценным.

3. Знание существует виртуально и может быть как формализованным (явным), так и персонализированным (скрытым); другие ресурсы существуют объективно.

Управление знаниями создает условия, при которых образование превращается в разновидность инвестиций, профессиональный опыт становится своего рода активами, а лояльность фирме – тем, чего должна добиться организация в отношениях с работником.

Исходя из вышеизложенного, управление знаниями можно определить как процесс, направленный на создание, накопление и применение знаний в компании. Критерием его эффективности является возможность сотрудника компании своевременно получить требуемое знание. Это не только отдельные результаты, но и налаженные механизмы

внутреннего взаимодействия подразделений и персонала, внешнего взаимодействия с партнерами, опыт ранее выполненных работ. Необходимым условием выживания фирмы в условиях жесткой конкуренции является наличие актуальной системы знаний и своевременное ее использование.

Можно предложить следующий вариант управления знаниями, учитывающий реальные цели и потребности выявления и использования необходимых знаний [3]:

1. Определить какие знания имеют решающее значение для успеха.
2. Собрать.
3. Выбрать.
4. Хранить.
5. Распределить.
6. Применить.
7. Создать.
8. Продать.

На этапе «Определить» необходимо установить, какие основные знания имеют решающее значение для успеха и в связи с этим - каков уровень компетенции работников в каждой области знаний. Создаются обучающие программы и системы обеспечения. Переходя к этапу «Собрать», необходимо приобретать существующие знания, опыт, методы и квалификацию, необходимые для создания доменов выбранных базовых знаний. На этапе «Выбрать» рассматривается постоянный поток собранных, упорядоченных знаний и оценивается их полезность. Должна быть определена единая структура как основа организации и классификации знаний, предназначенных для хранения в базе. Этап «Хранить» выделяется для того, чтобы отобранные знания классифицировались и вносились в корпоративную память. Сюда относятся знания о продукции, производственных процессах, клиентах,

потребностях рынка, финансовых результатах, приобретенном опыте, стратегических планах и целях и др. Профессиональный интеллект организации должен быть также частью этой памяти. Этап «Продать» подразумевает, что новые продукты и услуги быть реализованы вне предприятия.

Управление знаниями как вид управленческой деятельности и как специальная функция имеет ряд особенностей: Во-первых, знания являются и ресурсом, и объектом управления практически во всех подразделениях и в рамках всех функций. Во-вторых, управление знаниями непосредственно связано с использованием современных информационных технологий, сети Интернет, других разветвленных и универсальных сетей, позволяющих накапливать и распространять необходимые знания. В-третьих, функция управления знаниями выполняет интеграционную и координационную роль в процессе организационного обучения.

Решения по управлению знаниями создают своеобразную «корпоративную память», которая собирает знания и распространяет их при помощи технологий групповой работы. В результате компании тратят меньше времени и денег на решение повседневных вопросов. Этот фактор становится все более важным, так как современные фирмы действуют во множестве географических регионов и в разных часовых поясах, и часто бывает так, что одним и тем же клиентом или проектом занимается много разных сотрудников, что значительно затрудняет совместное использование знаний и управление их потоками.

Там, где никто специально не занимается накоплением и распространением знаний, эти знания часто рассеиваются и пропадают. Эффективные решения по управлению знаниями не только предоставляют доступ к информации через интернет, но и систематически накапливают знания и структурируют их таким образом, чтобы люди получали нужные

данные в нужный момент и не отвлекались на информацию, которая приходит не вовремя, на устаревшие данные и на знания, которые им не нужны.

Сегодня знания - это самый важный актив организаций. Управление знаниями становится важным инструментом повышения эффективности деятельности организаций. В перспективе, знание состоит в действии: в эффективном представлении данных и информационных ресурсов для принятия решений, и, в основном, в самом выполнении принятого решения. Менеджерам необходимо определять и постоянно совершенствовать свои руководства к действию (методики, должностные инструкции и т.д.), убеждаться, что они не ограничены в развитии и возможностях в условиях меняющейся бизнес - среды. Только такая стратегия управления знаниями и её воплощение в жизнь с помощью информационных и коммуникационных технологий обеспечивает наибольшую вероятность быть первым.

Литература

1. Леонидова А. И. Необходимость внедрения системы управления знаниями и требования к курсу «Экономическая теория» / А. И. Леонидова // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – № 2(10).
2. Покалюк Ю. Построение системы управления знаниями / Ю. Покалюк. – Режим доступа: <https://iteam.ru>
3. Мильнер Б. З. Управление знаниями: принципы, методы, эффективность / Б. З. Мильнер. – Режим доступа: <http://www.koism.rags.ru/>