

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ПРЕДПРИЯТИЯ

Маслов А.В., Ишков А.А.

*Юргинский технологический институт (филиал) Томского политехнического университета
г. Юрга, Кемеровская обл., Россия*

В связи с взятым правительством России курсом на модернизацию экономики за счёт внедрения инновационных подходов особую актуальность приобретает тема использования зарубежного опыта в области управления знаниями применительно к практике ведения бизнеса. Учитывая тот факт, что отечественные предприятия вынуждены конкурировать с иностранными фирмами не только на внешних, но и на внутренних рынках России, проблема поиска и анализа конкурентных преимуществ является особенно острой.

В качестве одного из таких конкурентных преимуществ мы можем рассматривать внедрение практики управления знаниями, согласно которой знания и социальный капитал являются такими же нематериальными активами организации, как, например, экономическая информация. Сложность и инновационность данного подхода объясняется тем фактом, что практика управления знаниями лежит на стыке нескольких научных дисциплин, как экономических, так и информационных.

Под управлением знаниями понимается систематическая деятельность, благодаря которой знания, необходимые для успеха организации, создаются, сохраняются, распределяются и применяются. Главной целью управления знаниями, или интеллектуальными активами организации является повышение её эффективности. Как отмечают специалисты [1], фактически все действия по управлению интеллектуальными активами, в конечном счёте, направлены на их увеличение. Этот процесс подразумевает следующие меры:

- сохранение информации и знаний, обладающих потенциальной ценностью;
- распространение и обмен ценных знаний и информации среди сотрудников организации;
- обучение и найм сотрудников, а также привлечение внешних знаний.

Особую сложность этому процессу добавляет тот факт, что значительная часть интеллектуальных активов находится в виде скрытых знаний. Под скрытыми знаниями (в отличие от явных) понимают знания, находящиеся в голове сотрудника, а не на искусственном носителе. Кроме того, многообразие видов знания (табл. 1) так же накладывает свои трудности на процесс формализации знаний, в то время как задача управления знаниями — перевести скрытые знания в явные и сохранить их.

Таблица 1. Классификация видов знания по содержанию и области применения

Вид	Содержание	Область применения
«Знаю что»	Когнитивное знание, знание фактов, необходимых для выполнения той или иной работы	Эти знания нужны во многих ситуациях, но не всегда критичны (можно знать правила игры в футбол, но не играть)
«Знаю кто»	Когнитивное знание, знания об отношениях, контактах, о том, кто обладает необходимыми умениями и возможностями, а также знаниями	Данные знания особенно важны в процессе сетевых взаимодействий; именно они составляют значительную часть так называемого «социального капитала»
«Знаю как»	Умения, знания о процессах, процедурах, методиках, инструментах, технологиях, которые используются в организациях	Эти знания позволяют выполнить задание, однако можно выполнить задание, но не иметь представления о процессе в целом
«Знаю где»	Знания о том, где можно найти необходимую информацию, а также с помощью каких поисковых средств можно это сделать	Применяются при работе с современными средствами поиска и обработки информации
«Знаю почему»	Системное понимание, знания о контексте деятельности отдельных работников и организации в целом знания о перспективах, факторах деятельности	Эти знания важны при реализации стратегических планов развития. Они позволяют установить зависимость между элементами и их влиянием на процессы, помогают установить, в какой момент наиболее целесообразно осуществлять те или иные действия или прекратить активность
«Чувствую, как и почему»	Синтез и тренированная интуиция, знания, которые позволяют соединить два или более аспекта для получения нового эффекта	Эти знания генерируют и реализуют инновации, а также координируют работу в организации, направляя ее в русло высокой эффективности

Однако, помимо накопления и формализации знаний так же немаловажно их эффективное использование. В этом случае программным воплощением системы управления знаниями, с точки зрения экономической информатики, являются базы знаний. В отличие от баз данных, в базу знаний помещаются, кроме знаний, еще и метазнания («знания о знаниях») различной глубины. Примером такой базы являются «карты знаний», применяющиеся в таких компаниях как Microsoft, Hewlett-Packard, British Petroleum. Карта

знаний предназначена указывать путь к знаниям, как находящимся на искусственных носителях, так и в головах сотрудников, то есть путь к сотрудникам, обладающим нужными знаниями. Данная система позволяет проводить выборку сотрудников по широким категориям: уровень компетентности в определённой области, географическое положение и т.д. В то же время база знаний может быть связана с системой обучения и повышения квалификации компании таким образом, что по определенным категориям знаний предлагаются курсы, проводимые как внутри, так и вне компании. Техническое обеспечение базы знаний может представлять собой сервер базы данных и соответствующее программное обеспечение для построения интерфейса доступа как базе данных через внешние и внутренние сети.

Объектом и субъектом процесса управления знаниями является персонал организации, каждый представитель которого – носитель уникальных индивидуальных знаний, опыта и навыков. Управление знаниями в большинстве случаев носит скрытый, неявный характер и осуществляется непосредственно руководством. Зачастую, в мелких и средних организациях, где количество информационно-коммуникационных потоков относительно невелико, данную функцию выполняет либо руководитель, либо специалист по связям с общественностью. Поэтому, исходя из вышесказанного, следует обратить особое внимание на то, что управление знаниями подразумевает не только широкое использование технических средств, но и соответствующие инновационной политике развития организации подходы с точки зрения менеджмента, маркетинга и стратегического планирования.

Практическая деятельность по управлению знаниями несет в себе целый ряд специфических проблем в сфере управления персоналом, требующая от менеджмента и руководства организации активного участия в новых видах деятельности. Среди них, в частности, можно выделить: 1) мотивирование сотрудников использовать и пополнять базы данных, обмениваться информацией, участвовать в конференциях и экспертных группах; 2) стимулирование персонала к обучению, творческому мышлению; 3) измерение и оценку интеллектуального уровня и профессионализма сотрудника, его творческих способностей, интуиции и коммуникативных навыков, а также вклада в интеллектуальный капитал организации. Реализация концепции управления знаниями в организации требует повышения уровня доверия в организации [2] и тем самым перестраивает традиционные функции менеджеров всех уровней. Лидеры бизнеса выступают уже не в привычной роли, а в качестве партнёра менеджеров среднего звена и рядовых работников компании. Партнерские отношения, в свою очередь, предполагают равенство сторон. В данном случае такой подход означает, что все участники имеют одинаковый уровень доступа к информационным и коммуникационным ресурсам. Существенные изменения претерпевает контроль в организации. Непосредственный жесткий контроль исполнения сотрудниками своих обязанностей сменяется мягким вариантом контроля, в основе которого лежит создание благоприятной среды и условий для эффективной деятельности. Удачным примером будет т.н. концепция «бриколажа», озвученная О.Й. Андерсеном в журнале «Administration & Society» [3]. Согласно этой концепции, для успешной инновационной деятельности и высокой эффективности процессов управления знаниями предприятия существенную роль играют решения, внедрённые на местном уровне, или «инновации снизу вверх». Концепция так же затрагивает темы партнёрства и делегирования полномочий, имеющие, согласно мнению автора, решающее значение для развития креативности; что, с точки зрения процесса управления знаниями, играет немаловажную роль для формирования конкурентных преимуществ предприятия.

Таким образом, резюмируя вышесказанное, мы можем сделать следующие выводы:

- во-первых, управление знаниями как отрасль управления организациями проходит стадию апробации и становления, вследствие чего некоторые используемые в настоящее время концепции могут оказаться ошибочными, либо недостаточно эффективными;
- во-вторых, существуют примеры удачного применения управления знаниями в деятельности конкретных организаций, что указывает на потенциальную эффективность данного подхода как средства получения конкурентных преимуществ на рынке.

Литература:

1. Крыштафович А. Теория и практика управления знаниями в организации // Банкаўскі веснік, верасень 2005.
2. Григорьев Т. Управление знаниями в компании // Связьинвест, №5 (59), май 2007.
3. Ole Johan Andersen. A Bottom-Up Perspective on Innovations // Administration & Society, Volume 40, Number 1, March 2008.