

3. Управління знання як складова економічного потенціалу підприємства

Юлія Левченко

Національний університет харчових технологій

Вступ.: У наш час знання це найважливіший актив підприємства, щостають домінуючим засобом досягнення високих соціально-економічних результатів. Традиційні чинники (земля, праця, капітал) в сучасній економіці діють тільки за умови ефективного використання знань.

Знання завжди були важливим фактором соціально-економічного розвитку суспільства. Однак в останні роки змінився процес отримання нового знання. Відбулося кардинальне оновлення інструментів, за допомогою яких створюються, розповсюджуються та використовуються знання. Нові засоби оброблення, пересилання інформації, розподілені інформаційні мережі зробили рутинними ті процедури, які були неможливими ще 10 – 20 років тому. В цих умовах розвиваються нові управлінські технології та підходи в менеджменті.

Матеріали і методи. : Матеріалами для написання тез слугували наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів. При дослідженні використовувалися методи індуктивного, групування – на етапі збору, систематизації і обробки інформації для проведення дослідження; індуктивного, дедуктивного, синтезу – при вивченні останніх публікацій з проблеми дослідження у процесі теоретичного осмислення проблеми, для визначення змісту поняття, його характеристик.

Результати. : Часто в літературі сутність «знання» ототожнюють з «інформацією» оскільки, ці два поняття дуже пов'язані, однак між ними існують фундаментальні відмінності. Інформацію використовують, щоб описати і визначити різні предмети, явища, ситуації, в якому вони розвивалися й існують. Найчастіше інформація виходить в результаті застосування знань до опису і пояснення явищ на основі отриманих даних . Але це не робить інформацію знанням. Дані – це відомості, які не мають значення і просто констатують те, що відбувається у навколишньому середовищі.

Знання використовують для оцінки та управління ситуацією, щоб вирішити, як застосувати наявні дані; для доступу, прийняття рішень, планування і дії.

Інформація виступає як об'єктивна (не залежна від особистих поглядів) категорія, яка дає загальне уявлення про довкілля. Знання, звичайно, є набагато ширшим поняттям, поряд з об'єктивністю йому притаманна значною мірою суб'єктивність.

З точки зору ресурсної теорії – одного з напрямків стратегічного менеджменту – знання належать до такої категорії ресурсів підприємства, як стратегічні активи, що забезпечують компанію стійкими конкурентними перевагами [1].

Дійсно, знання є стратегічним активом підприємства, оскільки ґрунтуються на:

- індивідуальних знаннях окремих співробітників, які, враховуючи свої суб'єктивні переконання та досвід, інтерпретують інформацію, приймають відповідне рішення;
- колективних знаннях окремих груп організації, які утворюються в результаті синергії індивідуальних знань, яка не може бути імітована;
- унікальній історії минулого організації та накопиченому досвіду.

Управління знаннями можна визначити як процес трансформації інтелектуальних активів у прибуток підприємства [4]. Управління знаннями передбачає їх ідентифікацію, вилучення, зберігання, перетворення, розподіл і використання. Управління знаннями робить можливим використання колективного досвіду та знань і їх перетворення в корпоративний капітал. Воно включає різні складові, а саме: обмін знаннями, управління зовнішніми потоками інформації, навчання, структуризацію знань, управління взаємовідносинами з клієнтами тощо.

Основне для підприємства є не наявність у персоналу знань, як таких, а людська здатність щось робити з цими знаннями. Вона не амортизується (не зношується згодом і не знецінюється). Знання як актив мають певні особливості. Так, людина, що передає знання, залишається їх власником – одне знання може передаватися необмежену кількість разів, і при передачі збільшується кількість його власників. Знання не зношується, скоріше, навпаки – при постійному використанні воно розвивається і стає більш корисним [3].

Висновки. : На сучасних підприємствах впровадження, підтримання та розвиток системи управління знаннями створює міцне підґрунтя для ефективного перетворення інформації у стратегічний нематеріальний актив підприємства. Він являє собою специфічні, унікальні, рідкісні знання, якими володіє кожний окремий

співробітник підприємства, і є ключовим фактором успіху у конкурентній боротьбі в умовах розвитку «нової» економіки.

Література

1. Гапоненко, А. Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал: Учеб.пособие/ А. Л. Гапоненко, Т. М. Орлова. – М. :Эксмо, 2008. – 400 с.
2. Звіт IV Міжнародної HR конференція “KnowledgeManagement/ Управління знаннями” 23-24 лютого 2011 р., м. Київ // http://www.management.com.ua/events/km_23-02-2011.html.
3. Гапоненко, А. Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал: Учеб.пособие/ А. Л. Гапоненко, Т. М. Орлова. – М.: Эксмо, 2008. – 400 с.
4. Рейтинг «Лучшие обучающие компании Украины» // Деловой журнал «Обучение персонала». – 2010. – №10. – Адрес документа в Интернет: http://hrmagazine.com.ua/Luchshie_obuchayuschie_kompanii