

Сутність концепції інноваційного менеджменту з позиції управління знаннями

Федулова І.В., к.е.н.

Анотація. Сутність системи управління знаннями, їх значення і основні функції для забезпечення інноваційного розвитку на підприємстві.

Ключові слова. Управління знаннями, функції системи управління знаннями.

Вступ. В сучасній зарубіжній економічній літературі велика увага приділяється управлінню знаннями і інтелектуальним капіталом. Дана сфера досліджень в теперішній час є однією з найбільш перспективних і популярних з точки зору організації і управління використання знань з метою підвищення ефективності і конкурентоспроможності організації. Розвиток економіки і її ефективність говорять про те, що зараз на зміну індустріальному і постіндустріальному укладам приходить період науки і знань. Нова економічна система, яка прийшла після розширеною індустріалізацією, характеризується корінними змінами прийнятих в економіці устоїв. Умови, які при цьому формуються, дуже тісно впливають на характер і зміст основних конкурентних переваг, що дозволяють виживати і розвиватись у зовнішньому середовищі. Це проявляється, насамперед, в посиленні ролі нематеріальних активів і розширеному інвестуванні в інтелектуальний капітал.

Постановка проблеми. В теперішній час на заміну індустріальному і післяіндустріальному економічним укладам приходить період науки, знань і інформації. В літературі цей тип економіки називають інноваційним або високих технологій. Нова економічна система, що прийшла за індустріалізацією, характеризується корінними змінами в економіці. Нові умови істотно змінюють зміст основних конкурентних переваг, які дозволяють виживати в зовнішньому середовищі. Це проявляється насамперед в посиленні ролі інтелектуальних активів і розширенні інвестування в інтелектуальний капітал і в систему управління знаннями. Тому виникає потреба дослідити сутність системи управління

знаннями, їх значення і основні функції для забезпечення інноваційного розвитку на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Світовий і передовий вітчизняний досвід показує, що в сучасній конкурентній боротьбі змагання йде не стільки за володіння матеріальними ресурсами, скільки за властивість до розробки і впровадження інновацій. Неперервне освоєння нових технологій зараз виступає одним з пріоритетних напрямлень розвитку господарських суб'єктів розвинутих країн. В сучасних умовах корпоративними інтересами виступають: самостійне здійснення науково-дослідних і досвідно-конструкторських робіт, створення власної науково-технічної і експериментальної бази, постійний моніторинг фундаментальних і прикладних досліджень, генерування і ефективно використання наукових знань, повна інтеграція науки і виробництва.

Сьогодні фірми, на відміну від періоду індустріалізації, відслідковують появу нових наукових знань ще на етапі проведення фундаментальних досліджень і прагнуть першими отримати результати в своє розпорядження. Доля інтелектуального капіталу в сумарному показнику капіталізації середнього сучасного високотехнологічного підприємства досягла 85 % [1]. При цьому самими цінними знаннями є ті, що можуть мати форму інтелектуальної власності, яка має захист, у вигляді досліджень, промислових зразків, корисних моделей, товарних знаків, комп'ютерних програм, баз даних тощо. В теперішній час темпи зростання світового ринку ліцензій, за оцінками спеціалістів, більше ніж в 3,5 разів перевищують темпи зростання традиційних ринків товарів та послуг [1]. Основні відмінні характеристики індустріальних і наукових основ економіки подані в табл. 1.2.

Таблиця.

Основні відмінні характеристики індустріальних і наукових основ економіки (узагальнено за [2])

Характерна особливість	Період	
	Індустріальний (друга половина XX століття)	Інноваційний (кінець XX – початок XI століть)
Стратегічні фактори економічного зростання	Виробничий досвід	Наукові знання

Джерело вартості	Засоби праці, предмети праці	Інформація і знання
Основні стратегії в світовій економіці	Переливання капіталу і власності	Переливання знань і технологій
Основна формула виробництва	Капітал + праця	Капітал + НДДКР
Основні конкурентні переваги	Промислові технології	Технологічні інновації
Основи розвитку ринку	Ринок формують і регулюють виробники	Виробників формує і регулює ринок
Рівень розвитку праці	Переважають уміння, навички, досвід	Переважають знання
Капітал, що переважає	Фізичний	Інтелектуальний
Активи, що переважають	Матеріальні	Інтелектуальні (нематеріальні)
Рівень розвитку комунікацій	Звіти, документи, книги, журнали	Інтегративна система (мережа) комунікаційних зв'язків, можливість доступу в планетарний банк інтелектуальних знань і практичних відомостей
Інноваційний процес	Періодичний, який здійснюється на рівні функціональних підрозділів	Постійний, який управляється на корпоративному рівні
Організація виробництва і праці	Жорсткість контролю над рядовими працівниками, ієрархічність службової драбини із цільовою функцією максимізації прибутку	Перехід від робітника з узькою спеціалізацією до робітника, який спроможний здійснювати верифікацію, оцінку, творчий синтез інформації, проникати в сутність проблеми, здійснювати корегування технологічного процесу
Демократизація економічних відносин	Жорсткі авторитарні форми управління живою працею	Розширення прав рядового працівника в управлінні виробництвом, створення механізму представництва інтересів і думок різних груп персоналу

Нова методологічна і наукова орієнтація інноваційного менеджменту заснована на якісній своєрідності теоретичного рівня знань і його ролі в багатстві суспільства. При інноваційній направленості економічного зростання моделі процесу створення нового наукового знання і процедури виникнення нових інтелектуальних активів займають значне місце.

Практично всі види продукції включають уречевлені знання – від складного виробничого обладнання до збутової техніки. Процес отримання і передачі знання прискорюється завдяки появі нових інформаційно-телекомунікаційних технологій. В основі інноваційної діяльності полягають нові знання. Тому постає проблема співвідношення в теоретичних дослідженнях і управлінській діяльності понять знання і управління знаннями.

Будь-яка інноваційна діяльність виступає як результат комплексного прояву таких ознак, як знання, уміння, навички і досвід. Знання – вірне відображення дійсності в мисленні людини; перевірений суспільною практикою результат процесу пізнання. Уміння – результат

оволодіння новою дією (або новим способом дій), який заснований на будь-якому правилі (знанні), і використання його відповідним чином в процесі рішення визначених задач. Навик – придбання в результаті навчання і повторення уміння вирішувати трудову, навчальну або ігрову задачу за допомогою засобів праці або інших засобів діяльності із заданою точністю. Досвід – придбане в результаті практики уміння вирішувати комплекс типових і нестандартних задач у визначеному виді діяльності.

Між цими поняттями існує циклічний взаємозв'язок. Так, знання призводить до роздумів. На їх основі розробляються концепції, які в ході досвіду удосконалюють уміння та навички. Це призводить до нових узагальнень, стверджень і до нового знання.

В.Л. Іноземцев, відзначає, що інформація та знання мають принципово іншу природу в порівнянні з ранніми символами господарської влади: вони більш демократичні, ніж земля й капітал. Якщо земля і капітал кінцеві, то знання можуть генеруватися і накопичуватися безмежно; якщо земля і капітал мають обмежену кількість користувачів, то знання доступні одночасно будь-якій їхній кількості. Й нарешті, якщо земля і капітал належать лише сильним і багатим, то революційною характеристикою знання є його доступність слабким та бідним. В умовах швидкого науково-технічного розвитку йде процес «розмивання» власності, що виражається у втраті монополій на знання і поширення інтелектуальних технологій, які припускають високий рівень утворення і кваліфікації робітників [3]. Своєчасність та якість виникнення інтелектуального продукту визначають економічний ефект матеріального продукту, запровадженого у прикладній сфері.

Поняття знання і інформації часто використовуються як синоніми, але потрібно їх розрізняти. Знання в більшій ступені пов'язано з людиною, його свідомою діяльністю щодо отримання і обробки інформації про навколишній світ. Відомі японські дослідники І.Нонака і Х. Такеучи, охарактеризували різницю між цими поняттями, на їх думку інформація – це потік повідомлень, і хоча знання створюється із цього потоку, воно знаходиться в залежності від думок і переконань його власника. Розуміння цього положення призводить до розуміння

того, що знання у більшій ступені пов'язане із людською діяльністю [4]. Із розвитком виробництва відбувається зливання всіх виробничих елементів в одному індивідумі: робочої сили, предметів праці і засобів праці, які, в свою чергу, є сумою матеріальної і інтелектуальної складової. Людина до повного зникання витрат праці залишається робочою силою. Але в ній утворюються засоби виробництва у вигляді накопичених в мозку інтелектуальних матеріалів, які можуть використовуватись як засоби праці і як предмети праці. При чому це утворюється не само по собі, а в результаті праці самого власника інтелектуальних засобів праці і праці інших людей, а також витрат матеріальних інтелектуальних засобів праці. Якщо не враховувати інтелектуальну частину виробничих елементів, то це призведе до парадоксальних оцінок економічних результатів виробництва. Організації, які виробляють інтелектуальні продукти, отримують доходи на порядок вищі ніж вся вартість їх матеріальних засобів праці. Це робить неможливим визначення в сучасному виробництві вартості товарів на основі ринкових відносин і законів ринку і ставить під сумнів правомірність таких неймовірних доходів при виробництві і реалізації інтелектуальних продуктів.

Безмежжя, невичерпаність, доступність знань або інформації не означають можливість володіння ними в рівній ступені для всіх. Тому ресурсами виступають не самі знання або інформація, а специфічні властивості людини в напрямку накопичення, трансформації і генерації нових знань і ідей, які можливо назвати інтелектуальною властивістю. Інтелектуальна властивість – це засноване на знанні і досвіді уміння збирати, накопичувати і переробляти все зростаючі потоки інформації, і саме вона, на наш погляд, виступає нематеріальним ресурсом, який створює інтелектуальний продукт.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відмінність системи управління знаннями від інформаційного менеджменту полягає в тому, що останній орієнтується на використанні організацією інформаційних технологій, підвищення ефективності зберігання і передачі інформації, а управління знаннями направлено на створення додаткової цінності

інформації шляхом її фільтрації, синтезу і представлення в оптимальній для використання формі.

Модель управління знаннями повинна відображувати взаємозв'язки між різними видами знань. На вартість створення знання не впливає кількість осіб, які будуть їм користуватись. Знання і їх оболонка це різні поняття, крім того засоби їх відтворення часто знаходяться під контролем споживача а не виробника. Знання існують поза простором. Як квантові частинки вони можуть знаходитись в кільках місцях одноразово. У світі інтелектуальних активів знання не стає менше скільки його не використовуєш. В інформаційній економіці є один недолік, який стосується покупця і продавця: покупець не може вирішити чи варто сплачувати за інформацію доки не отримає її, але як тільки він її отримає, йому нема сенсу більше її покупати. Деякі форми знань дуже чуттєві до фактору часу, що визвало до життя цілі галузі, що засновані на бажанні передбачити майбутні форми знань: служба погоди, опитування суспільних думок, фондова біржа. Різниця між знаннями і іншими ресурсами полягає в великій кількості знань. Категорія вартості в економічній теорії виводиться із поняття рідкості. Але знань з кожним днем стає все більше і виростає їх вартість саме тому, що вони маються в достатку, а не тому, що їх не вистачає.

Незважаючи на відсутність надійного способу зберігання знань, що нагромаджені в світі, різні показники вказують на те, що їх обсяг продовжує зростати. Так зростає кількість замовлень на отримання патентів. Хоча наукові знання часто витісняються свіжими, вони рідко зникають зовсім. Інформації завжди дуже багато і кожен вид економічної діяльності створює її більше, ніж в змозі спожити. Між затратами на знання на вході і обсягом знань на виході відсутня значима економічна відповідність. Оскільки вартість знання не обов'язково співвідноситься із затратами на його придбання, вимірюванням успіху може бути кількість зусиль, що прикладене до його досягнення.

Як показують дослідження, у фінансово-економічних службах окремих організаційних структурах підприємства не виконується 1/3 необхідних в ринкових умовах

задач (в зв'язку з відсутністю знань), 1/3 задача виконується задовільно через низьку кваліфікацію співробітників і відсутності у них цікавості і 1/3 задач виконується на доволіному рівні [5].

А.Н. Криштафович виділяє історичні причини і теоретичні передумови виникнення управління знаннями. [6] Серед історичних причин він виділяє глобалізацію, загострення конкуренції, спонукання корпорацій до пошуку нових конкурентних переваг, швидкий розвиток і впровадження інформаційних технологій, підвищення загального технічного рівня виробництва. До теоретичних передумов виникнення управління знаннями він відносить наступні. В сфері економіки – це феномен навчання робочих в процесі діяльності. В соціології – це ідеї управління знаннями на двох рівнях. – макро і мікро. На макрорівні – це розробка ідеї постіндустріального, інформаційного або заснованого на знаннях суспільства. На мікрорівні – це дослідження поведінки людини в групах і співтовариствах, тобто соціальний аспект поведінки людини. В філософії – дослідження різниці між прихованими і явними знаннями, між «знати, як» і «знати, що». В психології – це питання про те, як люди навчаються, забувають, ігнорують, діють або відмовляються від дій і інше.

Таким чином, дослідження процесу виникнення даної сфери управління показує еволюційний шлях її розвитку – від систем передачі технологій до систем обміну технологіями, а від них – до обміну знаннями і далі – до інноваційних систем знань, які поєднують в собі не тільки технологічні, але й управлінські, економічні, психологічні аспекти. [7(с.53)]

Особливості даного виду управлінської діяльності обумовлені складністю і багатоаспектністю знання, як об'єкту і ресурсу управління. Знання за своєю суттю є інформаційний ресурс. Відмінні риси знання, як інформаційного ресурсу визначають специфіку управління ним (7 (с.54):

1. Знання виступають ресурсом і об'єктом управління практично у всіх підрозділах і в рамках всіх функцій, оскільки не існує таких видів діяльності в організації, для яких знання не виступали б джерелом розвитку і удосконалення.
2. Управління знаннями безпосередньо пов'язано з використанням сучасних інформаційних технологій, мережі Інтернет, інших розгалужених і універсальних мереж, які дозволяють нагромаджувати і розповсюджувати необхідні знання.
3. Функція управління знаннями відіграє інтеграційну і координаційну роль в процесі організаційного навчання.
4. Важливою умовою ефективного управління знаннями потрібно вважати демократичне управління в організації.

Таким чином, система управління знаннями повинна розгортатись у відповідності з бізнес-моделями і загальною корпоративною стратегією. В [8] управління знаннями розглядається як сукупність управлінських впливів на способи, методи, форми організації соціальних відносин у сфері виробництва, розповсюдження і використання знань, що націлена на підвищення ефективності цих процесів і здійснюється в конкретних організаційно-економічних рамках (організації, установи, підрозділу, міжорганізаційної форми кооперації...) На нашу думку, управління знаннями – це сукупність управлінських впливів на способи, методи, форми відображення дійсності в мисленні людини за допомогою перевіреного суспільною практикою результату процесу пізнання для забезпечення практичного використання і розповсюдження згідно із визначеними цілями.

Об'єктом управління менеджменту знань виступають: знання, уміння, навички і досвід в системі соціальних відносин.

Досвід розвитку багатьох країн в кінці ХХ сторіччя показав, що гарантією стабільного положення промислової організації є конкурентні переваги, які досягаються за допомогою інноваційної діяльності. Конкурентна перевага базується на визначених стійких, базових властивостях, або ключових компетенціях. Базові або відмінні властивості – це

комбінації ресурсів і внутрішнього потенціалу, які є унікальними у конкретної структури і породжують її конкурентну перевагу, створюючи унікальну вартість, яка оцінюється клієнтом. Знання нерозривно пов'язано із базовими властивостями. [9]

Для того, щоб ключові компетенції виступили джерелом переваги і ефективності, вони повинні бути відмінними, складними для імітації, стійкими і адаптивними. Знання фірми, які отримані внаслідок специфічного досвіду, мають тенденцію до унікальності. Здібності, які засновані на знаннях, мають більш стійкий і тривалий характер, оскільки для конкурентів вони утруднені при їх визначенні, розумінні і копіюванні. Відповідно, знання можуть складати найбільш важливий ресурс організації, а властивість отримувати, інтегрувати, нагромаджувати, зберігати і використовувати їх виступає, як найбільш важливий спосіб створення конкурентної переваги.

Функціонування системи знань реалізується через проходження життєвого циклу знань. Синтезуючи різні точки зору на процес розвитку знання, Казакова Н.В. пропонує наступну структуру його життєвого циклу: генерація (виробництво) нового знання; трансфер і дифузія знань; інтеграція знань в існуючі системи знань; рутинізація знань; старіння і відмирання знання [8 (с.55)].

У фазі генерації відбувається створення нового знання. Форми і методи цього процесу можуть суттєво відрізнитись в залежності від виду знання, тому для успішного створення нового знання потрібні відповідні умови, які залежать від виду знань.

Фаза трансферу і дифузії знань – це передача знання від продуцентів іншим суб'єктам і поступове нарощування масштабів використання нового знання в суспільстві, національному господарстві, групі індивідуумів. Основним моментом для розуміння процесу дифузії знань є класифікація каналів, через які передаються знання. Виділяють чотири основні канали, в яких знання передаються шляхом [10]: дифузії технологій в компанії; руху робочої сили; взаємодії між компаніями; взаємодії між компаніями, університетами і публічними дослідними організаціями.

Дифузія технологій в компанії це найбільш традиційний спосіб проникнення знань в інноваційну систему, який визначається розповсюдженням технологій разом із придбаним обладнанням. Як правило, розповсюдження інновації це процес, швидкість якого залежить від рівня інтелектуального потенціалу компанії. Інноваційна продуктивність компаній залежить від того, яким чином адаптуються і використовуються залучені інноваційні продукти і технології. Технологічна дифузія особливо важлива для традиційних галузей, які можуть не виступати первинними інноваторами. Придбання технологій має таке ж велике значення як і вкладення у власні розробки. Тому стимулювання витрат на дослідження у високотехнологічних секторах може призвести до зменшення ролі технологічної дифузії, яка дуже необхідна для розвитку інноваційної системи.

Рух робочої сили і знань, що переходять разом з ними (неявні знання), є ключовим потоком інноваційної системи. Особисті комунікації, формальні або неформальні, складають важливий канал передачі знань в рамках промисловості. Іноді, важливою є не передача знань як така, а обмін і навчання загальним підходам до інноваційної діяльності і створення компетенції при рішенні проблем, що може бути зроблене лише на основі особистих контактів. В дослідженнях з передачі технологій показана ключова роль персональних мережених комунікацій і навичок в успішному впровадженні нових технологій. Інвестиції в передові технології повинно співставляти із можливістю адаптації, яка визначається кваліфікацією, сумарними неявними знаннями і мобільністю робочої сили. Для оцінки мобільності оцінюють рух персоналу в промисловості і дослідних організаціях.

Взаємодія між компаніями супроводжується збільшенням їх інноваційної продуктивності. Дослідження інноваційних систем окремих країн показало, що доля продаж нових продуктів в загальному обсязі вище в тих компаніях, які мають міжкорпоративне співробітництво в галузі досліджень.

Взаємодії між компаніями, університетами і публічними дослідними організаціями виступають як важливий національний інноваційний актив. Державні дослідницькі

організації є ключовими в генерації досліджень і виробництві не тільки фундаментального базису знань для промисловості, але також і нових методів, інструментів і навиків. В розвинутих країнах все більша кількість досліджень проходить за підтримки приватних компаній, які беруть участь у сумісних розробках, замовляють і фінансують специфічні дослідження. Публічний дослідницький сектор також виконує функцію депозитарію наукових і технічних знань у визначених галузях. Особливу важливість має властивість промисловості мати доступ до даних знань і уміння їх поглинати. Це може бути забезпечено шляхом аналізу патентно-ліцензійної інформації, публікацій, інформації про нові відкриття і досягнення, забезпечення доступу до наукових мереж тощо.

У фазі інтеграції відбувається використання знання у власних умовах конкретного користувача на основі власного досвіду за допомогою інтеграції його в свою систему знань. Крім того, на цій фазі повинна здійснюватись інтеграція нового знання в систему знань всієї організації, галузі, країни.

У фазі рутинізації нове знання перестає бути новим і стає загально признаним, стабільним елементом колективного знання. Воно широко використовується в практичній діяльності, в науці і виражає суспільно нормальний рівень пізнання даної області явищ і процесів, дозволяє пояснити відомі факти і вирішити виникаючі задачі. Але з часом з'являються нові факти і проблеми, які не можуть бути пояснені з позиції існуючого знання. Виникає «криза знання», яка призводить до виникнення нових підходів і осмисленню виникаючих фактів і проблем, що, в свою чергу, призводить до формування нового знання, яке призводить до повторення життєвого циклу.

В [5 (с.47-48)] процес управління знаннями складається з таких етапів: ціль знання; прозорість знань; нагромадження знань; розширення знань; оцінка знань; використання знань; зберігання знань; розповсюдження знань.

На першому етапі визначаються сфера і компетентність. На другому – забезпечується «прозорість знань», яка припускає ефективну взаємодію між співробітниками підприємства і

можливість швидкого доступу в «інтелектуальну мережу» або банк знань. Це усуває негативну сторону наявності «незамінних і всезнаючих співробітників», звільнення яких може завдати шкоди виробництву. Прозорість знань знижує технічні і комерційні ризики. Третій етап передбачає від співробітників підприємств тісного співробітництва з науково-дослідними організаціями і вузами з метою усунення однобокості в комплектації кадрів. Четвертий етап припускає високий рівень творчої ініціативи, наявність першокласних експертів, увагу до новітніх наукових відкриттів, винаходів, ноу-хау. П'ятий етап характеризує інтенсивний обмін інформацією між підрозділами і процесами. Негативний вплив на цьому етапі оказує наявність відокремлених власників специфічної цінної інформації, яка потрібна для всієї компанії, неефективні засідання, відволікання ефективних топ-менеджерів від роботи. Шостий етап вважається найбільш важливим, але слабким, так як у інноваційних підприємств майже не існує практики засвоєння уроків або помилок, відсутня культура документування знань (інформації), значний рівень звільнень, все призводить до швидкої втрати знань. Сьомий етап також вважається невідпрацьованим на підприємствах, так як на підприємствах нагромаджується значний обсяг непродуктивних внутрішніх звітів, які не дають клієнту додаткової вигоди. Восьмий етап фіксує наявність системи контролю за навчанням в інноваційній організації. Нажаль чітке розмежування відповідальності в даному питанні відсутнє.

З урахуванням життєвого циклу знань можна побудувати діяльність організації щодо управління знаннями. Сучасні підходи до менеджменту знань дуже широкі і процес управління ними складний. Головна проблема тут в тому, що багато важливих для організації знань існують в неявному вигляді, їх передача і ідентифікація може визивати труднощі.

Відомий британський спеціаліст в галузі управління інтелектуальним капіталом Е.Брукінг виділяє наступні види діяльності в процесі управління знаннями [11]: ідентифікація знань; розробка політики у відношенні розвитку знань; аудит знань; документальне

оформлення бази знань; захист знань; розповсюдження знань; примноження і оновлення знань.

Доповнити цей список, на нашу думку, можна процесом інтеграції нагромаджених знань з новими або отримуваними для більш ефективного використання.

Деякими вченими пропонується така класифікація знань, які використовуються організацією: корінні; специфічні, які забезпечують успіх і інноваційні [7 (с.58)].

Корінні знання – це той мінімум, який дозволяє організації працювати на визначеному ринку або у сфері діяльності. Їх, за звичай, мають всі учасники галузі і вони забезпечують визначену перевагу перед іншими організаціями, які прагнуть увійти в галузь.

Специфічні знання визначають додаткові конкурентні переваги організації в силу додаткової обізнаності щодо виконання визначених організаційно-виробничих функцій. Тобто, ці знання створюють конкурентний потенціал. Організація може мати ті самі знання, що і її конкуренти, але специфічні знання можуть допомогти їй використовувати стратегію диференціації [12].

Інноваційні знання дають фірмі можливість виступити лідером в галузі, завдяки цим знанням вона може використовувати стратегію змін у своїй сфері діяльності і виступити за її межі.

В діяльності інноваційних підприємств управління знаннями не тільки виступає каталізатором інновацій і творчої активності, але й забезпечує засоби і інструменти, за допомогою яких інноваційні ідеї можуть бути виявлені, розповсюджені і впроваджені, що тим самим сприяє подальшій появі ще більшої кількості ідей.

В систему управління знаннями Криштафович А.Н. включає такі питання: визначення цінних знань (інтелектуальних активів) компанії; розповсюдження цінних знань серед співробітників компанії і передача цінних знань новим співробітникам; концентрація цінних знань для рішення нестандартних, в тому числі і інноваційних, задач; підвищення рівня знань компанії і генерування нових знань [6].

Дж.Стоунхаус розглядає процес управління знаннями у сфері вирішення таких питань [9]: генерація знань – індивідуальне або організаційне навчання; формалізація знань – розробка принципів, правил і процедур їх оформлення і використання; зберігання знань – визначення підходящого типу носіїв для зберігання, які сприяють розповсюдженню знань; дифузія знань – розповсюдження знань в межах організації і в обмеженому варіанті за її межами; координація і контроль знань – забезпечення того, що організаційне знання точно і постійно використовується.

Якщо проаналізувати етапи, елементи і процеси, які різні автори пов'язують з управлінням знаннями, то можна зробити висновок, що їх зміст в основному співпадає з природним процесом відтворення знання.

Процес формування інновацій на основі знань представляють у вигляді таких етапів [13(с.54)]: 1.Спостереження за даними предметної області і їх аналіз; 2. Формалізація і систематизація даних; 3. Формування методик аналізу і їх оцінки; 4. Розробка прикладних наукових основ для аналізу і синтезу процесів; 5. Узагальнення і створення теоретичних основ. 6. Створення методології дослідження процесів; 7. Практичне застосування розроблених методик; 8. Накопичення статистичних даних.

Знання використовується в процесі практичної переробки ресурсів і виступає в якості джерела вартості. Праця і капітал складали центральні змінні величини індустріального суспільства, а інформація і знання виступають головними змінними величинами постіндустріального суспільства.

Висновки. Таким чином система управлінських впливів в процесі управління знаннями на виробництві, на нашу думку, включає: 1. Накопичення статистичних і інших даних, спостереження за даними і їх аналіз. 2. Формалізація і систематизація даних – розробка принципів, правил і процедур їх оформлення і використання. 3. Формування методик аналізу і оцінки, розробка політики у відношенні розвитку знань, визначення цілі знання. 4. Розробка прикладних наукових основ для аналізу і синтезу процесів предметної

області. 5. Створення методології дослідження процесів предметної області, виявлення потреби в необхідних знаннях. 6. Генерація знань – ідентифікація знань; індивідуальне або організаційне навчання; управління кваліфікацією; управління персоналом; придбання, примноження і оновлення знань. 7. Інтеграція нагромаджених знань з новими або отримуваними для більш ефективного використання. 8. Зберігання знань – визначення підходящого типу носіїв для зберігання, які сприяють розповсюдженню знань; документальне оформлення бази знань; концентрація цінних знань для рішення нестандартних, в тому числі і інноваційних, задач. 9. Використання знань. 10. Дифузія знань – розповсюдження знань в межах організації і в обмеженому варіанті за її межами, забезпечення прозорості знань, управління комунікаційними потоками. 11. Моніторинг існуючих знань; оновлення старих знань; оцінка знань (визначення цінних знань (інтелектуальних активів) компанії). 12. Координація, контроль і аудит знань – забезпечення того, що організаційне знання точно і постійно використовується, реалізація заходів проти деградації знань. 13. Захист знань - управління системою захисту знань; розробка стратегії захисту знань. 14. Формування культури знань. 15. Розроблення політики управління знаннями для даної організації з метою найбільш ефективного їх використання.

Із цього виходить, що інформація і знання приходять на заміну праці і капіталу в якості детермінант розвитку і функціонування суспільства, а інновації на основі знань в якості лімітованого фактору конкурентноздатності організації приходять на заміну капіталу, який є лімітованим фактором в умовах індустріальної економіки.

Література

1. С.В.Одинцов. Место и роль интеллектуального капитала предприятия в современном мире.//Наука и промышленность России, №10, 2002
2. Трифилова А.А., Коршунов И.А. Современный инновационный менеджмент// Инновации, №2-3, 2003 с.85-90

3. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества. – М.: “Academia” Наука, 1998. – 640 с., с. 118
4. Нонака Икуджиро, Такеучи Хиротака. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах: Пер. с англ. – М.: ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2003. – 384 с.
5. Ильдеменов С.В., Ильдеменов А.С., Воробьев В.П. Инновационный менеджмент. – М.: ИНФОР-М, 2002.- 208с.
6. Крыштафович А.Н. Управление знаниями – перспективное направление менеджмента// Менеджмент в России и за рубежом. 2003. №1
7. Зинов В.Г. Менеджмент инноваций: кадровое обеспечение.- М.: дело, 2005.- 496с.
8. Казакова Н.В. Некоторые подходы к управлению знаниями и интеллектуальным капиталом в современной экономике / Инновации, №1, 2003, с.54-60
9. Стоунхаус Дж. Управление организационным знанием// менеджмент в России и за рубежом, 1999, №1
10. Алешин А.В. Анализ международного опыта совершенствования инновационного процесса и механизмы повышения инновационной производительности экономики// Инновации №10, 2004 с.61-69
11. Э.Брукинг Интеллектуальный капитал. СПб.: Питер, 2001 -288 с.
12. Гольдштейн Г.Я. Стратегические аспекты управления НИОКР. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2000
13. Масленникова Н.П., Желтенков А.В. Менеджмент в инновационной сфере: Учеб. Пособие.- М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2005.- 536 с.