

МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

© 2013 Маратканова Эльвира Мирзояновна
Институт экономики, управления и права
E-mail: science-kfu@mail.ru

Обосновывается актуальность организационно-управленческих инноваций в условиях трансформации экономики. Рассмотрены организационно-управленческие инновации в системе факторов повышения конкурентоспособности компании и успешного достижения ее стратегических целей.

Ключевые слова: инновации, конкурентоспособность, управленческие инновации, инновационно-ориентированный персонал, инновационное управление персоналом.

В теории управления знаниями отражены различные взгляды на сущность понятия “знания”¹ и соответствующее им понимание сущности процесса управления знаниями:

1) если знания рассматривать как практическую информацию, то управлять знаниями - это значит систематически, точно и продуманно формировать, обновлять, применять их;

2) если знания - это любое слово, факт, пример, событие, правило, гипотеза или модель, то управление знаниями - это формализация и обеспечение доступа к практическому опыту, знаниям и данным; в этом смысле управление знаниями представляет собой компонент процесса обучения.

Более глубокий анализ рассматриваемого феномена требует уточнения объекта и предмета управления знаниями в дистанционном обучении. Объектом исследования в теории управления являются так называемые нематериальные активы, которые составляют до 50 % инвестиций производственных компаний (научные исследования и разработки, обучение, профессиональный опыт и др.)².

В условиях дистанционного обучения нематериальными активами выступают педагогические знания и умения. В частности, это умение конструировать учебно-методический комплект сетевого курса, навыки преобразования и проектирования учебного материала, методических указаний, лекционных курсов и т.д. Основой нематериальных активов выступают профессиональные знания: познавательные знания (“знаю, что”) - мастерское владение базовой дисциплиной, достигаемое профессионалами путем интенсивного обучения и сертифицирования; прикладное мастерство (“знаю, как”) - перевод “книжного обучения” в эффективное исполнение; способность

применять правила, относящиеся к определенной дисциплине, для решения сложных реальных проблем; системное понимание (“знаю, почему”) - глубокое знание всей системы взаимоотношений, причин и следствий, лежащих в основе определенной дисциплины; личная мотивация творчества (“хочу знать, почему”) - воля, мотивация и настроенность на успех.

Развитие инновационной деятельности и внедрение новых технологий в современных экономических системах предполагает разработку и использование новых форм и методов управления знаниями, что, несомненно, применимо не только для вышеуказанных условий, но и для традиционных форм хозяйствования. Вместе с тем, это приобретает особую актуальность в целях повышения инновационного потенциала, эффективности результатов инновационной деятельности и в итоге повышения конкурентоспособности национальной экономики на основе приобретения и достижения конкурентных преимуществ высокого порядка.

Актуальность применения концепции управления знаниями на практике присуща организациям, действующим в различных предметных областях - от производства до консалтинга. Система управления знаниями (СУЗ) выступает в качестве инструментальной основы для успешной реализации бизнес-процессов в НПП, повышения оперативности принятия управленческих решений, направленных на осуществление инновационно-ориентированных стратегий развития.

Ключевая роль знаний и нематериальных активов в современных зарубежных ТНК подчеркивается конкретными примерами из их практической деятельности, в частности: в транснациональной корпорации “Хоффман-ЛяРоше”

(Швейцария) инициатива по управлению знаниями привела к экономии в 1 000 000 долл. в день; в транснациональной корпорации “Бритиш Петролеум” (Великобритания) внедрение управления знаниями привело к экономии в среднем в 260 000 000 долл. в год; такие известные зарубежные ТНК, как “БакменЛэборэтриз” (США), “Эрнст Энд Янг” (Великобритания), “МакКинзи Энд Ко” (США), ежегодно расходуют на управление знаниями до 7 % своей годовой прибыли.

Управление инновациями является предметом исследований в инновационном менеджменте. Полученные в его рамках результаты носят, в основном, качественный характер и систематизируют лучшие практики управления, но не позволяют конструктивно разрабатывать и внедрять эффективные механизмы управления. Известные на сегодня результаты исследования моделей и механизмов организационного управления не в полной мере учитывают специфику процессов инновационного развития.

В настоящее время знания являются одним из главных факторов, определяющих жизнеспособность, производительность и успешность организаций. В таких условиях естественным становится желание их руководства превратить знания в ресурс, которым можно управлять для эффективного использования. Поэтому создание СУЗ стало не только новым научным направлением исследований, но и объектом значительных инвестиций со стороны бизнеса.

Внедрение системы управления знаниями позволяет организации путем сохранения опыта и предоставления его для повторного использования повысить производительность интеллектуальной деятельности сотрудников, сократить сроки выполнения проектов и период адаптации новых специалистов. Однако на практике внедрение СУЗ связано со значительными трудностями, которые вызваны недостаточной разработкой научной базы управления знаниями.

Как известно, объектом “управления знаниями” являются нематериальные активы организаций, объединяемые понятием “знания”. Это специфические активы, для которых характерны: 1) отсутствие осязаемой формы, 2) долгосрочность использования, 3) способность приносить доход. Не случайно эти активы нередко называют “невесомым богатством”. Это богатство нельзя заложить в банк под проценты, его нельзя потрогать руками и до конца измерить³.

В более детализированном виде к нематериальным активам относятся: вложения в человеческий капитал и в научно-исследовательские работы; интеллектуальный капитал; корпоративная культура, включая моральные ценности и нормы, обладание стандартами, ответственность; торговая марка, бренд, репутация компании, ее имидж; ноу-хау, сферы компетенции, навыки, формализованные знания (патенты, руководства, лицензии, процедуры); процессы управления (руководство и контроль, обмен информацией, управленческая информация); сложившаяся устойчивая клиентская база, сеть поставщиков, надежность и качество; профессионализм менеджеров и персонала, высокий уровень их компетентности.

В течение большей части XX в. рыночная стоимость компаний была преимущественно стоимостью материальных активов (зданий, сооружений, оборудования, запасов и т.д.), фиксируемых бухгалтерской отчетностью. Рыночная стоимость практически совпадала со стоимостью балансовой.

С начала же 1980-х гг. стал замечаться возрастающий отрыв рыночной капитализации от стоимости материальных активов - зданий, сооружений, оборудования, запасов и т.д. Значительная доля рыночной стоимости компаний перестала прямо быть связанной с их текущей прибылью. И очевидным стало то, что разница между рыночной стоимостью компании и стоимостью ее материальных активов является показателем стоимости нематериальных активов, представляющих собой знания. По оценкам экспертов, стоимость российских предприятий занижена, по меньшей мере, в 10 раз. По другим оценкам, только от 6 до 30 % стоимости компании приходится на активы, упоминаемые в традиционных балансовых отчетах; остальное - нематериальные активы.

Нематериальные активы до недавнего времени не управлялись и не регулировались. Поворот к управлению этой огромной, многообразной и малоизученной сферой, в сущности, является событием знаковым и рубежным. Указанные активы по своему влиянию на результаты производства уже стали в один ряд с кардинальными изменениями в технологии, информатизации, наукоемкости производства и продукции. Более того, роль творческой составляющей в интенсификации экономики и повышении эффективности возрастает, причем с темпами более высокими, чем

у остальных факторов производства. Именно на этом пути формируется “экономика знаний”. Именно с этим связаны интересы инвесторов, которые вкладывают деньги не просто в активы, а в свои будущие доходы - в максимальную выгоду от использования интеллекта.

Научиться создавать стоимость из нематериальных активов, овладеть искусством управления ими - эти задачи неумолимо выходят на первый план во всей деятельности по обеспечению непрерывного и устойчивого экономического роста.

Процесс управления знаниями можно представить как практику добавления определенных ценностей к имеющейся информации и придания знаниям потребительского вида с тем, чтобы они были пригодны для использования. Под содержанием указанных действий понимается: приобретение знаний - использование и приспособление для своих нужд уже имеющихся в мире знаний; усвоение знаний - обеспечение постоянного образования, создание возможностей для обучения на протяжении всей жизни; передача знаний - использование новой информационной и телекоммуникационной технологии на основе конкурен-

ции, соответствующего нормативно-правового регулирования и обеспечения доступа к информационным ресурсам.

Таким образом, 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.

¹ *Milner B.Z.* Knowledge management: principles, methods, effectiveness. URL: <http://www.koism.rags.ru/publ/articles/26.php>.

² *Grishin A.V.* State regulation of innovation-oriented activities of Russian companies (the theory, methodology, practice) : summary of thesis. ... Doct. economical. SPb., 2009. P. 17.

³ *Milner B.Z.* Op. cit.

Поступила в редакцию 02.03.2013 г.