XXXII Неделя науки СПбГПУ. Материалы межвузовской научно-технической конференции. Ч.X : С.190-192
© Санкт-Петербургский государственный политехнический университет, 2004

УДК 378.33

А.М.Иванов (2 курс, каф. ТО), В.О.Лебедев, к.э.н., проф.

УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ

В современном мире существуют множество компаний, которые ведут хозяйственную деятельность не только на региональном и федеральном уровне, но и в международном масштабе. Соответственно, эти компании или фирмы имеют сложные организационные структуры, чаще сформированные по дивизиональному признаку. Поэтому предприятия сталкиваются с такой проблемой как управление знаниями и информацией. Здесь подразумеваются попытки компаний создать новые знания, и сохранить предыдущий опыт, накопленный в течение определенного времени и представляющий стратегическую ценность для дальнейшего развития организации. Очевидно, что при наличии в компании дивизиональной структуры, возникает целый ряд факторов, которые оказывают существенное влияние на эффективность бизнеса.

Прежде всего, в понятие об Управлении Знаниями (Knowledge of Management) входит широкий спектр вопросов, с которыми неотъемлемо имеет дело каждая фирма. Во-первых, это информационная составляющая, касающаяся не только всех деловых сфер компании, но и деятельности сотрудников данного предприятия вне офиса. Во-вторых, вероятность потери или неиспользование знаний, опыта сотрудников, по причине некомпетентности менеджеров или ряда других субъективных обстоятельств. В-третьих, потеря личного времени руководителей на добычу или извлечение информации, что негативно сказывается на способности организации адекватно реагировать на изменение рынка. В-четвертых, возможна ситуация, когда менеджер компании не обладает знаниями о клиентах и контрагентах компании, что снижает эффективность взаимодействия в бизнесе. Все вышеперечисленные проблемы являются общими и характерны для всех видов компаний.

Также в вопросе об Управлениеи Знаниями рассматривается серьезная проблематика, связанная с нарушением коммуникаций между подразделениями предприятия. Здесь подразумевается то, что большинство персонала компании не обладает всей полнотой деловой информации, используемой их коллегами в других отделах и подразделениях. А обмен знаниями о клиентах между сотрудниками осуществляется посредствам спонтанных и нерегулярных диспутов в коридорах, курилке или за обедом. В некоторых случаях процесс обмена информацией, вследствие ряда причин, вообще не представляется возможным. Прежде всего, это конкуренция за лидерство между отделами. Но по многочисленным опросам, которые проводит РБК (РосБизнесКонсалтинг) выясняется, что большинство (около 60% опрошенных) предприятий пытаются ликвидировать конкуренцию между отделами и усовершенствовать процесс обмена знаниями, внедряя пакеты информационных конференций с использованием компьютерных технологий, полностью оптимизированных для работы с деловой информацией. Хотя всего лишь 2% предприятий, опрошенных РБК, заявили о том, что наилучшим способ для достижения целей компании, является ситуация, когда коллеги могут воспользоваться опытом и знаниями друг друга в решении главных задач фирмы.

На сегодняшний день, внедрение программы Knowledge of Management осуществляется в разных по величине компаниях. После инсталляции, перед программой сразу встает ряд тематических задач. Прежде всего, это «увидеть все ресурсы предприятия», структурировать, каталогизировать и кастомизировать (настроить) их на практике. Но очень

часто у менеджеров возникает вопрос: «Можно ли провести внедрение программы Управления Знаниями в компании, где еще не до конца описаны бизнес-процессы?». И большинство специалистов сошлись во мнении, что инсталляция программы должна происходить независимо от того, в какой стадии разработки находится тот или иной проект. Так как концепции программы Управление Знаниями наоборот позволяют ускорить процесс воплощения бизнес планов, инициатив и предложений.

В ходе эволюции программы Knowledge of Management сформировались традиционные и нетрадиционные системы управления знаниями.

К традиционной системе, в большей степени, относится информация, полученная из всевозможных источников, которая обрабатывается, упорядочивается, сохраняется и накапливается с целью формирования основы для принятия агрегированного решения. А нетрадиционная система основана на селекционном подходе к ненакопленному знанию и информации. Это позволяет манипулировать знаниями не на «автоматизированном» и «спланированном» уровне, а в условиях неполной определенности, минуя этап сознательного хранения информации и подразумевая этап упорядочения информации в сознании. В результате, сгенерированное знание может быть не только фактором или основой решения, но и самим, уже готовым, решением. Специалисты в сфере Knowledge of Management, утверждают, что современные компании очень активно используют и традиционный и нетрадиционный подход, пытаясь сфокусировать их основные приемы для достижения целей организации.

Еще один важный вопрос, входящий в рассмотрение программы Управление Знаниями – это статичное развитие корпоративных навыков персонала в противовес стремительной динамике роста самого бизнеса. Это означает, что система управления корпоративными знаниями, содержащая «кирпичики информации», хоть и статично развивается, но по своему характеру остается пассивным инструментом бизнеса, работающим по периодичному запросу менеджера. Причем данную статическую информацию можно тиражировать практически для любого сотрудника, имеющего соответствующие права доступа. Отсюда организация сталкивается с повторяемостью результатов принимаемых решений, когда при идентичном запросе (обращении к знаниям (опыту, накопленной информации, конфиденциальной документации)), в течение продолжительного времени, вновь поступившие данные не изменили качественную сторону накопленных корпоративных знаний. С другой стороны, знание необходимо рассматривать как глобальную систему, которая существует вне менеджера и имеет свои масштабы, независимые от организации. Поэтому задача руководителя в данном контексте – «поймать свою волну», «частоту», настроить себя на эффективное восприятие такого знания, которое будет соответствовать конкретному моменту времени и состоянию среды.

В данной работе были поставлены основные вопросы, которые входят в программу Knowledge of Management. Очевидно, что наличие в организации, такой концепции как Управление Знаниями помогает вывести предприятие на новый, качественный уровень ведения бизнеса. К сожалению, основные принципы по управлению знаниями получили признание совсем недавно, когда многие российские и зарубежные концерны, вследствие отсутствия или игнорирования такой системы потерпели фиаско. Здесь примером может выступать компьютерные компании Apple и IBM, когда вследствие принципиальных ошибок менеджеров, связанных именно с Управлением Знаниями, одна компания обанкротилась, а другая еще много лет восстанавливала свои позиции на рынке. Примеров можно приводить очень много. Главное, что на современном этапе процесс осмысления необходимости такой системы как Knowledge of Management закончен. Теперь основной задачей, является абсолютное внедрение такой программы в каждое предприятие. Причем не имеет значение частный ли это сектор или государственный, важно наличие такой системы как обязательной

и неотъемлемой. Следует также отметить, что российским бизнесменам более легко адаптироваться к этой программе. Вследствие того, что российский бизнес сравнительно молодой, ему не придется избавляться от старых принципов в менеджменте, что позволит лаконично подстроиться в идеальную модель, которую сегодня представляет программа Управление Знаниями.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Зотов А.В., Прохоров С.Н., Курц Р.А. Современный менеджмент. – М., Стар, 2002. С. 648-660.
2. Лежнев К.О. Практика управления. М., Лекат, 2001. С. 100-109.
3. http://www.cio.com/research/knowledge/edit/k030403_chevron.html