

Управление знаниями как фактор управления интеллектуальными ресурсами

© 2015 Тароян Ваган Мамбреевич

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

191023, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21

E-mail: natalia.fomina@mail.ru

Анализируется взаимосвязь между управлением знаниями и управлением интеллектуальными ресурсами, знания рассматриваются как экономическая ценность организации.

Ключевые слова: управление знаниями, интеллектуальные ресурсы, экономические ценности.

В рамках наукоемкой экономики в современных организациях формируется новая категория управления, направленная на то, чтобы аккумулировать интеллектуальный капитал, выявить и распространить имеющуюся информацию и опыт, создать условия для распространения и передачи знаний. На практике выполнение данной функции выражается в формировании, обновлении и использовании знаний, чтобы максимизировать эффективность компаний, а также прибыль от активов, основанных на знаниях.

Впервые понятие “управление знаниями” было введено в научный оборот известным специалистом по искусственному интеллекту Карлом Вигом в 1986 г. на международной конференции в Швейцарии. Но сначала управление знаниями рассматривали как область, которая имеет отношение только лишь к тем отраслям, для которых характерны высокие технологии. Но практика показала, что нет таких отраслей, которые не нуждаются в интеллектуальном капитале при принятии управленческих решений, оказании услуг или изготовлении продукции.

Европейская комиссия классифицировала знания следующим образом¹:

- *научные знания:* эти знания формируются в образовательных учреждениях, а также в научно-исследовательских институтах;
- *технические (технологические) знания:* эти знания формируются в компаниях предпринимательского сектора, которые проводят собственные исследования и разработки, в институтах предпринимательского сектора и государственных научных учреждениях, а также изыскательная активность в новых компаниях, которая возникает при создании нового бизнеса;
- *инновации,* осуществляемые в компаниях предпринимательского сектора и заново созданными предприятиями;
- *интеллектуальный капитал:* формируется в вузах, которые готовят специалистов высшей квалификации, в процессе исследований в предпринимательском и государственном секторах;

• *квалификации (компетенции):* формируются в процессе обучения в профессиональных курсах или же являются результатом профессионального опыта специалиста во всех секторах экономики, в том числе и исследовательского сектора;

• *информационно-коммуникационные технологии (ИКТ):* создаются в корпоративном секторе и распространяются на основе их использования в деятельности сетевых структур.

Как функция и как категория управленческой деятельности управление знаниями решает следующие задачи:

- придать дополнительную ценность уже имеющейся информации на основе обнаружения, отбора, обобщения, сохранения и распределения знаний;
- придать знаниям потребительский характер для обладания всей необходимой и доступной для пользователя информацией;
- перевоплощать знания в новую продукцию, услуги, документы, базу данных и программные обеспечения;
- способствовать приросту знаний (распространение внутри компании, обмен с другими специалистами);
- создать интерактивное обучающее окружение, в котором сотрудники регулярно обмениваются информацией, а также все условия для усвоения приобретенных знаний;
- оценить полученные знания, измерить и использовать нематериальные активы организации.

Образовательно-исследовательская компания American Productivity & Quality-Center исследует управление знаниями как совокупность процессов и стратегий по выявлению, обретению, распределению, использованию, контролю и обмену знаний для гарантирования конкурентоспособности бизнеса. Корпоративные стратегии управления знаниями нацелены на образование новой стоимости, реализованной в продукции, с помощью создания, накопления и применения знаний в организациях. Реализация стратегий

Структура системы знаний

Вход - ресурсы	Оператор преобразования входа в выход	Выход - результаты	
Персонал - человеческий ресурс →	База знаний и жизненный цикл знаний 1. Постановка цели 2. Диализ потенциала 3. Аккумуляция 4. Развитие 5. Защита и хранение 6. Передача 7. Использование 8. Оценка	Поток инновационных продуктов	
Системы обучения и мотивации →		Новые знания	Устойчивые долговременные конкурентные преимущества
Информационный ресурс →			
Техника - технический ресурс →			
Информационная технология →			
Бизнес-процессы, их состав и технологии →			
Организационная структура - коммуникационная система →		Поток инновационных услуг	
Финансы - финансовый ресурс →			

управления знаниями повышает эффективность использования всех существующих в организации ресурсов, снижает потери от неиспользованных интеллектуальных ресурсов, улучшает обслуживание клиентов, рост инноваций и т.п.

Разрабатывая стратегию управления знаниями в организации, важно идентифицировать то, какие основанные на знаниях компетенции и ресурсы существенны для компании, насколько эти компетенции и ресурсы поддерживают рыночную позицию компании.

В зависимости от приоритетов в деятельности организации устанавливаются и приоритеты в знаниях. Например, если организация нацелена на достижение конкурентного преимущества, достигая высокого уровня обслуживания клиентов, то усилия нужно направить на получение знаний о клиентах, их предпочтениях, знаниях о компаниях-конкурентах для того, чтобы создать внутрикорпоративную информационную систему с целью широкого использования сотрудниками компании для работы с потребителями.

В данном случае такими методами осуществления стратегии управления знаниями могут стать систематические опросы клиентов, создание баз данных о потребителях и их предпочтениях. Приобретенные знания затем применяются для модернизации продукции и обслуживания клиентов, становясь фактором высокой конкурентоспособности. В рамках стратегии на основе данных об индивидуальных предпочтениях, хранящихся в определенной базе данных, организация может индивидуально обслуживать клиентов, передавать им дополнительную информацию о продукции для более результативного ее использования.

Существенное значение для осуществления данной стратегии имеет переход к знаниям конкурентов, методам осуществления их бизнеса и работы с потребителями, перевод данных знаний в корпоративную память и дальнейшее их использование. Кроме общепринятого сбора маркетинговой информации о конкурентах, сегодня широко распространяется создание многообразных стратегических группировок, которые могут найти доступ к знаниям конкурентов.

Вся структура системы знаний, включая этапы их преобразования, показана в таблице².

Целью управления знаниями является формирование экономической ценности³. Недостаточно только увеличивать объем знаний - эти знания должны еще стать пусковым механизмом деятельности. Знание не может являться ценным до его использования. Кроме того, знание должно использоваться там, где будет обладать максимальным экономическим потенциалом. Применять управление знаниями следует в тех предпринимательских структурах, в которых благодаря введенным усовершенствованиям инвестиции дадут максимальную отдачу. Многие важные процессы в управлении знаниями формируют вполне явную ценность для клиентов или укрепляют связь знаний покупателя и продавца. В некоторых моментах отдачи инвестиций в знания может выступать быстрый рост эффективности или производительности. В других обстоятельствах, когда инвестиции, направленные на обучение и инновации, не окупаются в краткосрочном периоде, они могут формировать основу⁴ для дальнейшего успеха и улучшения экономического состояния компании.

Важно отметить, что для понимания и освоения новых знаний нужно время. Работникам необходимо время для понимания, что, собственно, они должны делать, вместо того чтобы сразу бросаться исполнять обязанности и допускать при этом ошибки. Впрочем, многие компании, инвестировав средства в методику глобальных коммуникаций и управление знаниями, с трудом предоставляют работникам время на понимание, обдумывание и освоение знаний.

¹ Мильнер Б.З. Управление интеллектуальными ресурсами // Вопросы экономики. 2008. □ 7.

² Основы наукоемкой экономики (знания - креативность - инновации) : учебник/ под ред. И.А. Максимова. Москва, 2010.

³ Алексеев А.А., Фомина Н.Е. Комплекс и методы защиты инноваций // Экономические науки. 2014. □ 3 (112). С. 47-51.

⁴ Алексеев А.А., Фомина Н.Е. Интуиция предпринимателя: эксперимент // Экономические науки. 2014. □ 7 (116). С. 88-93.