

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В УПРАВЛІННІ ЗНАННЯМИ

к.е.н, ст. викладач **Івашова Н. В.**, студент гр. УД-71 **Костик О. В.**

У сучасну епоху динамічних змін для забезпечення лідерства фірми на ринку в умовах суттєвого зростання глобальної конкуренції, швидких темпів структурних змін, розвитку науки й технологій, зростання ролі знань як основного фактора економічного розвитку, виходу на передові позиції наукоємних галузей вже не достатньо лише наявності значних матеріальних та фінансових активів. Реальні конкурентні переваги стали набагато глибшими. Вектор їхньої пріоритетності змістився в бік потенціалу інтелекту людських ресурсів. Причина цього - значна кількість проблем, які виникають через брак необхідних знань у потрібний момент. Основним фактором, що визначає успіх фірми на ринку, стає здатність фірми використовувати досвід співробітників, сприймати нововведення, чітко виконувати взяті на себе зобов'язання та оперативно діяти.

Головним для підприємства є не наявність знань як таких, у персоналу, а людська здатність щось робити з цими знаннями. Сьогодні ні в кого не викликає сумнівів той факт, що саме знання є джерелом продуктивності, інновацій та забезпечення стабільних конкурентних переваг більш високого рівня. Тому пропуском у майбутнє для організації виступає її інтелектуальний капітал, чи не найголовнішим елементом якого є людський потенціал.

Для створення конкурентоздатного інтелектуального потенціалу компанія може обрати один із двох альтернативних шляхів:

Перший шлях передбачає залучення працівників високої кваліфікації із зовнішнього середовища. Слід зазначити, що потенціал знань трудових ресурсів зовнішнього ринку є однаково доступним для широкого кола конкурентів, а тому не завжди зможе забезпечити унікальність фірми та її продукції на ринку.

Другий шлях передбачає використання вже наявних внутрішніх трудових ресурсів. Завдання ж організації полягає в тому, щоб примусити людину навчатися, розвивати власний потенціал та модифікувати поведінку в потрібному для фірми напрямку.

З переходом до інформаційного суспільства все більше уваги компанії повинні приділяти процесу отримання інформації та перетворення її на знання. Саме здатність організації сприймати та розповсюджувати знання між співробітниками й визначає її потенціал до самонавчання. Організація, що вкладає значні фінансові ресурси в процес навчання, створює широкі можливості для інтелектуального розвитку працівників різних рівнів, тим самим захищає себе від ситуації, коли її людський потенціал матиме лише застарілі знання, яких буде недостатньо для утримання позиції лідера на більш високому рівні конкуренції.

Основною ідеєю організаційного навчання є організація груп, що мають виконувати такі завдання: розв'язувати проблему або виконувати проект та навчатися в процесі виконання завдань, зробити отримане знання надбанням усіх учасників, надати отриманий матеріал керівництву для подальшого використання. Найважча задача організаційного навчання – створити в організації культуру, завдяки якій кожний робітник був би здатний виявляти ініціативу, ділитися з іншими інформацією, генерувати нестандартні шляхи вирішення поставлених завдань, нести відповідальність за них.

Для постійної генерації знань в майбутньому необхідно застосовувати наступні принципи в діяльності підприємства:

1. навчатися швидше, ніж конкуренти;
2. навчатися всередині організації;
3. навчатися поза організацією;
4. навчатися за вертикаллю - від вершини до основи організації;
5. ставити правильні запитання і застосовувати навчання «в дії»;
6. прогнозувати майбутнє, створюючи сценарії та навчатися на них;
7. застосовувати на практиці набуті знання та навчатися на ній;
8. навчатися швидше, ніж відбуваються зміни у зовнішньому середовищі;
9. навчатися в тих сферах, де навчання раніше не практикувалося.

Але головне завдання - не лише навчатися, а й використовувати знання для виробництва конкурентоздатних товарів та послуг. Необхідність запровадження принципів організацій, що самонавчаються, очевидна. За умови наявності на підприємстві системи самовдосконалення працівників, отримання та розповсюдження знань будь-які інвестиції в людський персонал будуть ефективними та окупними.

Таким чином, можна цілком ствердно говорити про те, що на сучасних підприємствах запровадження, підтримання та розвиток системи управління знаннями, де головний акцент робить на персонал та активізацію людських ресурсів, створює міцне підґрунтя для ефективного перетворення інформації, якою володіє кожний окремий співробітник компанії, у стратегічний нематеріальний актив підприємства (специфічні, унікальні, рідкісні знання), який і буде ключовим фактором успіху у конкурентній боротьбі в умовах розвитку «нової» економіки.

Отже, можна стверджувати, що управління знаннями на підприємстві – не автономна, не самостійна активність, а невід'ємна частина менеджменту будь-якого підприємства. Це зв'язок між працівниками підприємства, які знають необхідні «рецепти», компетенції і досвід. Тому кожне підприємство та і країна в цілому мають постійно бути в русі з знаннями та постійно шукати нові і ефективні методи управління знаннями, як головного ресурсу, що може відтворюватись та постійно розширюватись.

2. Денисова Д. Час продавати знання // Адреса документа в Інтернет  
[http://www.novekolo.info/ua/news/publications/?\\_m=publications&\\_t=rec&id=1040&s=print](http://www.novekolo.info/ua/news/publications/?_m=publications&_t=rec&id=1040&s=print)
3. Пан Л. В. Знання як стратегічний актив організації // Тези доповіді на всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасні проблеми економіки підприємства».- Дніпропетровськ: ІВЦ «Видавництво "Наука та освіта"», 2006.- Т. 2.- С 45-46.
4. Рейтинг “Лучшие обучающие компании Украины” // Деловой журнал «Обучение персонала». – 2007. – №10. – Адрес документа в Інтернет: [http://hrmagazine.com.ua/Luchshie\\_obuchayuschie\\_kompanii](http://hrmagazine.com.ua/Luchshie_obuchayuschie_kompanii)
5. <http://innovations.com.ua/ua/articles/finance>.