

## **МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАТЬ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

Проаналізуємо тенденції у вищій освіті, що проявилися протягом декілька останніх десятиліть, і спробуємо встановити зв'язок між ними і менеджментом знань як деякою філософією освіти.

Інформатизація суспільства, що породила нескінченний потік інформації і, як наслідок, інформатизацію освіти, фіксує увагу на розвитку інформаційної компетентності тих, хто навчається, вмінні ними володіти сучасними комп'ютерними технологіями, у тому числі і роботі з інформацією як такою.

Закономірним є висновок про те, що говорити про нову якість освіти поза інформатизацією неможливо. Абсолютно справедливою, на наш погляд, є думка, що інформаційні технології починають грати все більш важливу роль не лише як інструмент автоматизації рутинної складової освітнього процесу, але й «как отличный полигон для проверки полученных и получаемых знаний» [1; с. 13]. Інше питання в тому, що самі по собі інформаційні технології представляють тільки інструмент, тому потрібна продумана стратегія його використання для досягнення максимальної ефективності й якості освіти.

Сьогодні потрібна принципово інша основа взаємодії і взаємостосунків не лише дітей і дорослих, але й учасників освітнього процесу у вищій школі [2; с. 72]. Орієнтація освіти на гуманізацію і розвиток особистості ставить проблему вирощення і розвитку саме особового знання. Того самого «усвідомленого знання», з якого починає своє справжнє існування «з тієї миті, як воно усвідомлюється як знання, і коли з ним починають працювати в процедурах» [3; с. 150], коли воно, «представлене у свідомості індивіда, є єдністю об'єктивного і суб'єктивного» [4; с. 12-13].

Особливе значення одержує самоконтроль знань, який в процесі самоосвіти і самоорганізації стає ефективним дидактичним засобом, новою технологією професійного й особистого розвитку студентів. І тоді предметом оцінки якості освіти стає «шлях, який пройшов студент в процесі самобудівництва» [5; с. 100].

Важливе місце посідає процес інтеграції освіти і виробництва, який має йти за наступними напрямками: планування структури підготовки фахівців на базі визначення потреби в кадрах відповідної кваліфікації з урахуванням прогностичних характеристик; розробка навчальних планів і програм, що враховують регіональні особливості й особливості конкретних робочих місць; довгострокова співпраця в проведенні усіх видів практик; участь в спільних договірних науково-дослідних роботах при активному залученні до них студентів; залучення фахівців-практиків для участі в навчальному процесі. У рамках нашого дослідження висновки по цій тенденції є дуже важливими, тому менеджмент знань передбачає комерціалізацію знань, отримання додаткової цінності від знань, що реально можливо лише при умові об'єднання теорії і практики.

Слід додати до вже відмічених тенденцій «фундаменталізацію» освіти, в основі якої лежить ідея єдності світу, що проявляється в загальному взаємозв'язку культурної, наукової і практичної сфер цивілізації і, як наслідок, в органічних зв'язках природного, гуманітарного і технічного знання. Завдання фундаментальної освіти – «забезпечити оптимальні умови для виховання гнучкого і багатогранного наукового мислення, освоєння наукової інформаційної бази і сучасної методології осмислення дійсності, створення внутрішньої потреби в саморозвитку і самоосвіті упродовж усього життя людини» [7, с. 29].

Два підходи в менеджменті знань – технологічний (інформаційний) і персоніфікований, за своєю суттю, мають місце і в освітньому процесі. Крайніми формами їх вияви являються, з одного боку, деякі варіанти дистанційної освіти, позбавлені безпосереднього контакту того, хто навчається з педагогом, «одушевляючого» знання [8, с. 80], і, з іншого боку, надзвичайне захоплення в навчальному процесі дискусійними процедурами, коли в словесних потоках тоне сенс обговорюваного.

Тож інформаційний підхід поєднує в собі тенденції інформатизації, масовості, фундаментальності, безперервності освіти. Його реалізація в освітньому процесі підводить до активного використання елементів дистанційної освіти в практиці вищої школи, до переглядання змісту і технологій освітнього процесу. Освоєння інформаційних технологій дозволяє користувачеві брати участь в повному життєвому циклі знання: придбання, зберігання, адаптація, поширення, генерація і далі - комерціалізація. Метою цього підходу є формування здатності студентів до ефективного використання існуючого і величезного масиву інформаційних ресурсів, що постійно поповнюється.

Персоніфікований підхід в менеджменті знань, в нашому розумінні, орієнтований на особисте знання, унікальне, властиве певній людині і тому особливо цінне. Цей підхід поєднує в собі тенденції гуманізації освіти, орієнтації на розвиток особистості і на якість життя. Важливим моментом в реалізації підходу є створення умов для процесів перетворення: інформація – знання – інформація; приховане знання – явне – приховане. Це так звана «петля знання» Нонака І., Такеучи Х. Створенню умов сприяє застосування компетентнісного підходу і активних освітніх технологій, що надають можливість моделювання комунікації і діяльності в професійному середовищі, де спілкування між професіоналами є одним із найважливіших каналів навчання. Присутність неявного компонента в знанні дозволяє визначити освітній процес як нелінійну взаємодію його учасників. Слід додати і тезу про важливість організаційного (культурного) знання, що виникає в професійному середовищі і необхідне для реалізації «петлі знання».

Поза сумнівом, що умови суспільства знань диктують особливі вимоги до якості освіти, включаючи до списку ключових компетенцій випускників внз інформаційну складову. Але тим більше гостро встає проблема

нерівності особливого роду – нерівності в здатності аналізувати, типологізувати, практично використовувати отриману інформацію, а також створювати нове знання і нові моделі діяльності. Проблема переростає в ще складнішу: чи можливо усіх навчити створювати нове знання, навчити творчості? І тоді можна говорити про два вектори розвитку освіти: в першому пріоритетом виступає розвиток навичок роботи з інформацією, придбання умінь розбиратися в інформаційному просторі і найбільш ефективним способом використовувати інформаційні ресурси; другий вектор передбачає розвиток творчих здібностей особистості, орієнтованої і здатної на генерацію знань.

Концепція менеджменту знань в освіті виступає чинником гармонізації цих двох неоднозначних, іноді навіть протилежних, напрямів, що мають у своїй основі різні компоненти знання (ті, що формалізуються і приховані). Проте в процесі знання потрібні обидва компоненти, які, знаходячись в додаткових стосунках, як єдність і боротьба протилежностей, забезпечують індивідуальне сприйняття інформації і вирощення індивідуального знання.

1. Диагностика индивидуальных отличий студентов и концепции эффективности учебно-воспитательного процесса на факультете: методические рекомендации / авт.-сост. Л.В. Макарова. – Куйбышев: Куйб. авиац. ин-т, 1988. – 48 с.

2. Акулова, О.В. Изменение образовательного процесса в информационном пространстве / О.В. Акулова // Инновации. – 2003. – № 7 (64). – С. 71-74.

3. Щедровицкий, П.Г. Знак и деятельность. В 3 кн. Кн. 1. Структура знака : смысл, значение, знания: 14 лекций. 1971 / Г.П. Щедровицкий; сост. Г.А. Давидова. – М.: Восточная литература, 2005. – 463 с.

4. Рубинштейн, С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер, 2002. – 720 с.

5. Марков, А. Персонифицированный идеал как ресурс образовательной деятельности / А. Марков // Высшее образование в России. – 2004. – № 2. – С. 94.

6. Воротилов, В.И. Фундаментальность как категория качества образования и обученности личности / В.И. Воротилов // Качество непрерывного образования как проблема развития образовательной системы: сборник научных статей. – СПб.: ЛОИРО, 2002. – С. 26-32.

7. Зинченко, В. Distant, content ... і освіта / В. Зинченко // Высшее образование в России. – 2005. – № 7. – С. 76-87.

Ларіна, Р.Р. Менеджмент знань як інноваційна технологія забезпечення менеджменту якості вищого навчального закладу [Текст] / Р.Р. Ларіна, І.Ю. Грішин // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. - Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2013. - С. 164-166.