

УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ЯК СКЛАДОВОЮ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

студентка гр.УДм-41 **Босик А.В.**
Сумський державний університет (Україна)

Глобалізаційні процеси, що відбуваються на сучасному етапі розвитку суспільства, висувають нові вимоги до робочої сили з точки зору її кваліфікації, загальноосвітнього рівня, мобільності. «Людський фактор» є центральним елементом нової моделі постіндустріального розвитку, однією з ознак якого є перетворення знань у важливий ресурс. Сьогодні обсяг знань на планеті подвоюється кожні п'ять років. Економіки розвинених країн використовують знання як стратегічний ресурс, а технології ефективного управління знаннями є предметом наукових досліджень. В сучасних умовах дуже важливим для підприємства є визначення цілей та задач управління знаннями, оскільки вони є найважливішим активом сучасної організації.

Актуальність теми полягає в тому, що останні роки минулого тисячоліття в системі управління підприємством знаменувалися появою термінів „інтелектуальний капітал” і «управління знаннями». Знання, вміння і досвід працівників підприємства сьогодні є не найбільш головним ресурсом.

Не зважаючи на значну кількість наукових праць щодо функціонування економіки знань, сьогодні невіршеними питаннями залишаються проблеми управління знаннями на підприємстві. Крім того потребують подальшої розробки теоретичні основи менеджменту знань.

Підприємство запроваджуючи систему управління знаннями ставить перед собою досягнення наступних основних цілей:

1. Створення і збереження своїх конкурентних переваг.
2. Перетворення підприємства в навчаючу систему.
3. Максимально реалізувати професійні і особисті можливості працівників підприємства.

Таким чином, управління знаннями створює умови, при яких навчання перетворюється на різновид інвестицій, а професійний досвід працівника стає активом підприємства. Система управління знаннями є основою для рішення задач мотивації, задоволення існуючих потреб працівника в отриманні нового досвіду і інтелектуальній обізнаності. Сьогодні знання – це найважливіший актив сучасної організації. Авторами визначено складові процесу управління знаннями на підприємстві та взаємозв'язки між ними.

Під час опитування 1000 американських підприємств, проведеного журналом «Fortune», 90% респондентів засвідчили, що на їхніх підприємствах виявлялися ініціативи, пов'язані з управлінням знаннями – від популяризації серед працівників підприємства переваг, які можна отримати внаслідок ефективнішого використання доступних знань, до програм управління знаннями, спроб включення цих програм у загальну стратегію фірми, що, зрештою, є розробкою стратегії управління знаннями. Управління знаннями передбачає, в першу чергу, необхідність постійного застосування різноманітних форм навчання персоналу. Підприємства України вже мають певний досвід впровадження новітніх технологій управління знаннями як складовою кадрового потенціалу. Серед них за рейтингом журналу «Навчання персоналу» у 2013 році найкращими компаніями були визнані: Київстар ДЖ. Ес. Ем., Крафт Фудс Україна, МакДональдз Україна, Метро Кеш енд Керрі Україна, МТС Україна, Приват Банк, Райффайзен Банк Аваль, ОTR Банк, Фокстрот. Головним для підприємства є не наявність у персоналу знань, як таких, а людська здатність щось робити з цими знаннями. Вона не амортизується (не зношується згодом і не знецінюється) тільки якщо постійно нарощувати потенціал. Знання як актив мають певні особливості. Так, людина, що передає знання, залишається їх власником – одне знання може передаватися необмежену кількість разів, і при передачі збільшується кількість його власників. Знання не зношується, скоріше, навпаки – при постійному використанні воно розвивається і стає більш корисним.

В сучасних умовах управління знаннями на підприємстві є новим етапом у розвитку технологій менеджменту, де головний акцент робиться на персонал та активізацію людських ресурсів. Управління знаннями на підприємстві – не автономна, не самостійна активність, а невід'ємна частина менеджменту, яка забезпечує зв'язки між працівниками підприємства, які знають необхідні «рецепти», мають компетенції і досвід.

На сучасних підприємствах впровадження, підтримання та розвиток системи управління знаннями створює міцне підґрунтя для ефективного перетворення інформації у стратегічний нематеріальний актив підприємства. Він являє собою специфічні, унікальні, рідкісні знання, якими володіє кожний окремий співробітник компанії, і є ключовим фактором успіху у конкурентній боротьбі в умовах розвитку «нової» економіки.

Подальші дослідження направлені на вивчення конкретних механізмів управління знаннями на підприємстві та формування методики їх оцінки.

Можна стверджувати, що управління знаннями на підприємстві – не автономна, не самостійна активність, а невід'ємна частина менеджменту любого підприємства. Це зв'язок між працівниками підприємства, які знають необхідні «рецепти», компетенції і досвід. Керівник підприємства повинен якомога більше знати про знання своїх працівників для того, щоб бути впевненими в правильності реакцій на зміни зовнішнього середовища, а також для збереження конкурентоспроможності підприємства. Управління знаннями на підприємстві в майбутньому спонукатиме до нових правил стратегічної конкуренції.

Науковий керівник: к.е.н. Івашова Н.В.