

всегда искусство управления, то есть знание методов (путей и способов) того, как привести сборку к изменениям, которые интенционально фундированы в замысле того, кто пытается воплотить эти изменения в той или иной сборке, на которую «нацелен интенционально» субъект управления. И лишь понимание управления социальными системами и самой природы социального в подобной отвлеченности – абстрагированности от непосредственно эмпирического – даст возможность создать полноценную философию управления и науку об управлении. Причиной этого является тот факт, что философия как наука о принципиальных началах сущих должна усматривать эти начала как нечто формальное – «аналитически истинное», изначально свободное от непосредственной воплощенности в экземпляре.

УДК 330. 342. 24

Кивлюк О. П.,

д. філос. н., професор,

завідувач кафедри методології науки та міжнародної освіти

Національного педагогічного університету імені

М. П. Драгоманова

ТЕОРІЯ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ЯК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ РЕСУРС УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ

В умовах динаміки глобальних змін, зниження географічних відстаней і прив'язаності до заданої структури організації управління знаннями все в більшій мірі забезпечує адаптацію і збереження компетенцій. Посилення уваги до проблеми «управління знаннями» обумовлено, по-перше, усвідомленням ролі когнітивно-інтелектуального ресурсу для економіки в цілому і окремо для підприємства, по-друге, постійно зростаючим об'ємом і різномірністю необхідною для управління інформацією, яку все важче засвоїти [2, с. 36].

Аналіз генези стратегічного управління показав домінування ряду теоретичних підходів: по-перше, «теорія стратегічного позиціонування», у

відповідності з якою розробка стратегії концентрувалася на дослідженні ринку і структури галузі (наприклад, «теорія Z» У. Оучі, модель «7-S» Т. Пітерса і Р. Уотермана); по-друге, концепція, яка визначає в якості реальних факторів конкурентоспроможності внутрішні ресурси організації, включаючи явні і неявні знання; по-третє, «ресурсна теорія», яка сьогодні займає ведучі позиції, концентрує увагу на дослідженні людських ресурсів, інтелектуального капіталу і знань, а не матеріальних ресурсів [3, с. 645–646]. Роль внутрішніх факторів успіху збільшувалася по мірі розробки пізніших концепцій загального управління якістю, реінжинірингу бізнес-процесів тієї організації, яка проходить навчання. В результаті організаційних відмінностей у структурі ведучих компаній світового бізнесу, виникла теорія «управління знаннями», для якої характерні міждисциплінарність і стрімке зростання.

Розробка теорії управління знаннями (knowledgemanagement, КМ) в Україні перебуває на початковій стадії, в той час як у провідних західних країнах вона постає однією з основних концепцій управління, що підтримують сучасні теорії розвитку економіки і бізнесу. Поряд з такими концепціями управління, як «процесний підхід», «загальне управління якістю», «удосконалення бізнес-процесів», «електронна комерція і бізнес», «методологія збалансованої системи показників», «інформаційні портали», сьогодні в теорії управління знаннями передових країн склалося тверде переконання, що в умовах постійного збільшення у вартості товарів і послуг питомої ваги «прихованої власності» (знань, нематеріальних активів) зростає роль ефективної КМ. Вона є «пропуском у лідери», технологією mainstream, тобто ключовою технологією, яка визначає парадигму менеджменту в цілому. При цьому основна функція управління знаннями полягає не в зниженні затрат, а в істотному посиленні конкурентної переваги для компаній і всієї економіки [4, с. 14–18]. Тільки така трактовка КМ може пояснити роль управління знаннями в якості ключової технології, яка визначає парадигму менеджменту.

Справжню значимість управління знаннями в сучасному світі можна зрозуміти, розглянувши еволюцію основних концепцій менеджменту,

спрямованих на пошук «коренів успіху». Початковою базовою концепцією вважається «фінансово-орієнтований менеджмент», який існував тривалий час в епоху «ринку виробника». При переході до «ринку покупця» його замінив «маркетинг-менеджмент», в якому визначальною ідеєю управління став маркетинг. На зміну маркетинг-менеджменту прийшов «менеджмент якості», який передбачає вибудову бізнесу на ідеї якості, в тому числі якості організації та вдосконалення процесів діяльності, спрямованої на задоволення правильно ідентифікованих потреб клієнтів. Перехід до «економіки знань» і до «управління знаннями» відбувся, коли почався пошук основи для більш точної і більш швидкої ідентифікації як потреб клієнтів, так і оптимальної організації бізнес-процесів [1, с. 98].

Зазначимо, що цілі, показники і задачі в області управління знаннями лежать на глибинному рівні, створюючи міцний фундамент успіху компанії. В цілому КМ – є наукова дисципліна, яка забезпечує інтегрований підхід до створення, збору, організації, використання інформаційних ресурсів підприємства і доступу до них. Вказані ресурси включають структуровані бази даних, текстову інформацію і неявні знання та експертизи, якими володіють співробітники. КМ – це новий «бізнес-процес» по управлінню інтелектуальними активами підприємства, який визначається такими параметрами: зв'язок зі стратегією підприємства, організаційна культура і дисципліна, здатність до «прозорості і ясності» бізнес-процесів і виробничих відносин, здатність до обліку конкурентів, покупців і поставщиків [3]. На думку GartnerGroup, корисною аналогією, яка пояснює роль КМ, є розгляд цього процесу як подібного управлінню фінансами підприємства [4].

За визначенням компанії InternationalDataCorporation, КМ – це формальний процес, який полягає в оцінюванні організаційних процедур, людей і технологій і в створенні системи, яка використовує взаємозв'язки між цими компонентами з метою надання потрібної інформації потрібним людям у потрібний час, що приводить до підвищення продуктивності [5]. З точки зору журналу PC Week / QE, управління знаннями – це технологія, яка включає

комплекс формалізованих методів, що охоплюють пошук і вилучення знань; їх структурування і систематизацію з метою забезпечення зручного збереження і пошуку; аналіз знань для виявлення аналогів і залежностей; оновлення, розповсюдження знань і генерацію нових знань. Загальне завдання управління знаннями розглядається як: мета управління, методологія управління, яка передбачає вилучення знань як з баз даних, так і з мислячих індивідів, і розповсюдження знань, що включає в тому числі «закачку» спеціалізованих знань в «голови» співробітників [4, с. 41–42].

Процес управління знаннями містить ряд аспектів, у кожному з яких підкреслюється та чи інша тенденція: по-перше, КМ постає як нова область застосування організаційних механізмів, управлінських прийомів і економічних стимулів, які породжують реальні конкурентні переваги компаній; по-друге, систематичне, точне і продумане формування, оновлення і застосування знань як інтелектуального ресурсу управління з метою максимізації ефективності підприємства і прибутку від активів, заснованих на знаннях; по-третє, формалізація і доступ до практичного досвіду, знань, і експертних даних як об'єкту управління, які створюють нові можливості, що сприяють удосконаленню діяльності, стимулюють інновації і збільшують споживчу вартість.

Враховуючи, що виокремлені аспекти складають сутність КМ, вважаємо за потрібне дати таке визначення: управління знаннями – це нова міжфункціональна дисципліна і новий вид управлінської діяльності, спрямованої на інтенсивне використання інтелектуальних активів як головного ресурсу економіки знань і стимуляції інновацій з метою максимізації ефективності господарства і окремих підприємств та формування на цій основі реальних конкурентних переваг, як на національному, так і на міжнародному рівні.

Висновки. Теорія «управління знаннями» – КМ спрямована на виявлення інтелектуального змісту «економіки знань» і спрямована на вирішення двох

основних завдань – ефективності та інновації. Можливість вирішення через КМ першої задачі досягається шляхом використання знань для зростання продуктивності внаслідок збільшення швидкої дії або зниження витрат. Вирішення другої задачі пов'язано із створенням нових продуктів і послуг, нових підприємств і нових бізнес-процесів, при цьому будь-який обмін знаннями може привести до інновацій. Запропоновані підходи до визначення задач КМ і його компоненти («інфраструктура знань», «культура знань», «технологія знання») складають інтелектуальну основу сучасного управління економікою і бізнесом.

Література:

1. *Белова Л. Г.* Интеллектуальные активы и управление знаниями / Л. Г. Белова // Экономика знаний: Коллективная монография. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 96–151.
2. *Букович У., Уильямс Р.* Управление знаниями: руководство к действию / У. Букович, Р. Уильямс. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 504 с.
3. The Knowledge Management Process: A Practical Approach. IDC, 2000. – <http://www.idc.org>.
4. *Мильнер Б. З.* Управление знаниями / Б. З. Мильнер. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 177 с.
5. The Knowledge Management Scenario: Trends and Directions – 2005. – Cartner Group, 2007. – <http://www.gartnergroup.org>.