

© Денисова Е. В., Чижев Н. А., 2015

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Статья посвящена вопросам эффективного управления знаниями в современных условиях рынка – повышение эффективности бизнеса, формирование конкурентных преимуществ компании.

Ключевые слова: управление знаниями, конкурентоспособность, повышение конкурентоспособности компании.

Руководители многих организаций осознают, что знания — это причина инноваций и главный фактор производства качественного товара или услуги. Особое внимание уделяется всестороннему исследованию опыта управления знаниями, проявление вероятностей применения новых организационных методов работы на практике российских компаний. На данный момент, знания — это сущность эффективного развития и один из важных факторов конкурентоспособности. Основным принципом любой успешной компании должно представлять распределение знаний и управление ими для того, что обеспечить значительный рост и развитие компании.

Любая компания хочет иметь рычаги, с помощью которых можно добиться превосходства на этапе конкурентной борьбы. Не так давно, высокое качество было главным акцентом, которое позволяло получить преимущество над конкурентами. Сейчас качество — это общее условие, которым должна обладать любая фирма на рынке.

В обстоятельствах быстрых изменений в технике производства, конкурентоспособности, принципах управления нужно понимать способы владения знаниями, применение интеллектуальных, нематериальных активов. Не что иное, как осведомленность и информированность людей, а именно сотрудников, находясь на базе развития компании и помогает

замечать решения организационно-управленческих проблем, как действующих, так и будущих.

Управление знаниями — важнейший инструмент деятельности компании, с его помощью можно решать трудные вопросы, которые вынуждают их на развитие передовых знаний и максимально выгодно пользоваться ими, что обусловлено рядом условий:

- стремительно быстрая перемена рыночного спроса;
- глобальная конкуренция;
- текущие информационные технологии.

В системы по управлению знаниями можно включить такие подсистемы, как планирование, подготовка, систематизация, капитализация и распределение (рис. 1).

• **Планирование.** Стратегический процесс. При планировании принято рассматривать сегодняшние знания организации, их исследование со стандартами. Выявляются те знания, которых не хватает для того, чтобы повысить результативность и продуктивность. Создается предварительная оценка знаний для будущего при создании стратегии развития.

• **Подготовка.** Как внутренний, так и внешний процесс — обуславливается значимость того или иного знания, которые нужны для формирования конкурентного преимущества компании.

• **Систематизация.** Происходит выявление важных и стратегически значимых знаний, гарантия их

хранения. Знания копятся и хранятся в открытом доступе для всех сотрудников компании, но при этом персонал должен быть проинструктирован по вопросам безопасности и защиты.



Рис. 1. Главные составляющие системы управления знаниями

- **Распределение.** Обмен знаниями в рамках компании и передача между работникам по иерархии.
- **Капитализация.** Реализация знаний в разных патентах, документах, ГОСТах и т. д. помогает урезать время на создание документов и товаров программного обеспечения, усовершенствовать бизнес-процессы организации.

Управление знаниями обладает такими главными задачами, как повышение эффективности и выдвижение инноваций.

Повышение эффективности влияет на то, чтобы знания структурировались и передавались. Выдвижение инноваций — внедрение нововведений с помощью групповой работы людей.

Главная проблема знаний — культура или человеческий фактор. Т. е. поведение людей, их ценности, точки связей друг с другом или отделение внутри компании формулирует уровень управления знаниями. Скрытые знания персонала любой компании представляют наиболее трудно извлекаемые и формализуемые интеллектуальные активы.

Для того чтобы выявить скрытые знания, компании стали проводить мероприятия, которые проводятся в рамках программ обучения, а также выездные встречи.

Сейчас большинство компаний применяют системы управления знаниями как часть структуры, так как знания — это единственный источник конкурентных преимуществ, который не устаревает, как это произошло, например, с управлением качеством. Даже если управление знаниями станет обыденностью для фирм, оно не лишится своей новизны, потому что источник знания — это сами люди, а они исключительны, столь же, сколько и их знания, которые они генерируют. ■

Knowledge Management for Enhanced Competitiveness

© Denisova E., Chizhov N., 2015

The article deals with effective knowledge management in contemporary marketing — enhanced business effectiveness and competitive advantage.

Keywords: knowledge management, competitiveness, enhanced competitiveness.