

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ ЗНАНЬ ЯК СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Коноваленко М.К., к.т.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Національного фармацевтичного університету*

Формування конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах має цілий ряд своїх особливостей. Так, однією з них є впровадження та використання системи менеджменту знань (СМЗ). СМЗ дозволяє зберегти та підвищити наявний науково-технічний та виробничо-технічний потенціал, які накопичені підприємствами окремої галузі. Впровадження СМЗ дозволить не втратити вже існуючий досвід, який вже був придбаний підприємством та який має удосконалити положення з вирішенням проблеми підвищення його конкурентоспроможності.

Впровадження комплексу стандартів в галузі менеджменту знань має на меті доведення до усіх зацікавлених кол ідей СМЗ та запропонувати новітні тенденції в її подальшому розвитку.

Для досягнення світового рівня конкурентоспроможності українським підприємствам необхідно використовувати не тільки науково-технічний та виробничо-технологічний потенціали, але й культурні, екологічні та гуманітарні знання. Знання, як важлива складова нематеріальних активів є саме тим фундаментом успіху роботи в бізнесових колах, так як, вони виникають в будь-якій частині інноваційної системи.

Проаналізуємо основні положення системи менеджменту знань, основною метою якої є підвищення конкурентних переваг підприємства.

Під конкурентними перевагами будемо розуміти ті унікальні фактори, які визначають перевершеність підприємства над своїми конкурентами не тільки у випуску високотехнологічної продукції, а й і в наданні послуг, що забезпечує високу вигоду від їх використання. Тобто конкурентні переваги складають унікальну комбінацію внутрішніх фірмових ресурсів та здібностей, які не можуть копіюватись конкурентами. В такому контексті СМЗ уявляє собою нематеріальні активи підприємства, яка повинна бути використана з максимальною ефективністю для нього.

Оптимальне використання СМЗ вносить великий вклад до організаційної стійкості підприємства та його становища в конкурентному середовищі сучасного ринку. Ефективне використання знань сьогодні є ключовим фактором при впровадженні інновацій та управлінні підприємством.

Для отримання максимального ефекту від створення та впровадження системи менеджменту знань, на думку автора, необхідно створити нову організаційну структури, яка б відповідала за СМЗ. Цю структуру мав би очолити Головний спеціаліст, який би здійснював загальне керівництво.

В науковій літературі розрізняють менеджмент знань як планове або поточне проведення окремих заходів або безперервне управління для поліпшення використання існуючих чи створення нових індивідуальних або колективних ресурсів знань з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства [1]. На відміну від персональної СМЗ, яка фокусує увагу на окремому індивіді, СМЗ організації залежить від стратегії усього підприємства, метою якого є активний менеджмент знань в контексті основних виробничих процесів, інструментів та обслуговуючого персоналу. Використання знань сприяє накопиченню цінних активів, поліпшує спроможність діяти та приймати ефективні рішення. [1, С. 86].

Розрізняють формалізовані знання та неформалізовані. Вони також можуть бути індивідуальними та колективними. Формалізовані знання кодують об'єктами, словами, номерима, подають в класичній формі малюнків, специфікацій, посібників ,процедур та інш. Формалізація знань значно спрощує їх сприйняття. [1]. Неформалізовані (неявні) знання містять теоретичні моделі, моделі поведінки, моделі перспектив, які базуються на дослідних даних. Знання цього типу у майбутньому формалізуються та розповсюджуються [1].

До інструментів менеджменту знань, які сприяють його впровадженню можна віднести:

інформаційні системи (бази даних, локальні комп'ютерні мережі, портали); методології; людські зв'язки; створення груп за інтересами у яких наявні однакові цілі. Якщо з часом виявляється корисність ініціативної групи для підприємства, то має сенс формалізувати статус групи. Така організація співтовариств «за інтересами» конче важлива для впровадження СМЗ. Капітал замовника як показник СМЗ оцінюється мережею клієнтів, які задоволені роботою підприємства та лояльні до нього.

Менеджерам слід вкладати інвестиції в талановитих працівників, які відповідають потребам СМЗ, які характеризуються коефіцієнтом ROT (return of talents – рентабельність талантів). Цей показник можна розглядати як відношення генерованих знань до інвестицій в таланти, тоб-то цей показник відображує віддачу від інвестицій в талановитих працівників. ROT може бути кількісним або якісним показником в залежності від бажання керівництва підприємства.

СМЗ вирішує проблему компетенцій, яка характеризується як прояв особистих якостей та спроможність використовувати систему менеджменту знань на практиці.

Таким чином, із усього вищезазначеного можна зробити висновок, що створення СМЗ є необхідною складовою сучасного підприємства, керівництво якого прагне підвищувати його конкурентоспроможність в світлі нової концепції економіки знань.

Використана література:

1. Мильнер Б.З. Управление знаниями: эволюция и революция в организации / Б.З. Мильнер.- М.- 2003.-176с.
2. Букович У. Управление знаниями. Руководство к действию / У. Букович, Р.Уильямс.- М. : ИНФРА-М, 2002.-113с.
3. Бек Н.Н. Стратегический менеджмент знаний и инноваций. / Н.Н. Бек, М.А.Бек.-М : ВШЭ.-2012.-76с.

РОЛЬ ЗНАНИЙ В УПРАВЛЕНИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ КОМПАНИИ

Литвинова Е.В., канд. биол. наук, доцент кафедры управления и экономики предприятия Национального фармацевтического университета

Мирошникова В.В., студентка 6 курса специальности «Экономика предприятия» Национального фармацевтического университета

В современных условиях интеллектуальные ресурсы становятся доминирующим фактором конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации рынков, усиления конкуренции как на региональном, так и международном уровне. Длительное отсутствие нововведений означает застой производства, снижение качества и конкурентоспособности продукции, а следовательно, падение экономических результатов деятельности субъектов рынка.

Цель работы – анализ и систематизация методических подходов к формированию системы управления интеллектуальными ресурсами, основанной на знаниях.

Исследования проводились с использованием наукометрических баз данных в сети Интернет.

Анализ и систематизация данных литературы выявил, что многие компании в поисках новых конкурентных преимуществ все чаще обращают свой взгляд на знания. Меняются факторы развития экономики стран и регионов. Все большее значение среди них приобретают факторы инноваций и распространение новых знаний. Рынок знаний постепенно начинает играть главную роль, опережая в развитии рынок материальных товаров.

Существенным для управления знаниями является их разделение на явные и неявные, так как для того, чтобы управлять этими видами знаний в организации, требуются различные методы. Для управления явными знаниями необходимы – информационные системы, обучение, системы обмена информацией и т.д., для управления неявными знаниями – система наставничества, корпоративная культура, создание и поддержка команд, сообществ