А. В. Кульназарова

Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им.проф.М.А.Бонч-Бруевича

УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ В СТРАТЕГИИ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Многие предприятия нуждаются в формализации и актуализации имеющихся знаний, управлении инновациями, оптимизации внутренней коммуникации и информационной среды. Аккумуляцию знаний в единую доступную базу для достижения стратегических целей выполняют системы управления знаниями.

Управление знаниями — процесс создания, сохранения, распространения и внедрения основных элементов интеллектуального капитала в стратегическое управление организацией. Система управления знаниями - комплекс регулярно осуществляемых управленческих процедур, направленных на повышение эффективности сбора и применения ценной информации.

Задачи управления знаниями сводятся к приобретению, усвоению и передаче информации; мониторинг и аудит корпоративных знаний; включение новых знаний в нематериальные активы компании; обеспечение информационной безопасности.

Знания - это стратегический актив организации, но они имеют свойство быстро устаревать. Работники, способные быстро обновлять свои знания и обучаться, высоко ценятся предприятием. Поэтому важным аспектом в управлении знаниями становится формирование системы беспрерывного обучения сотрудников. Источники знаний: публикации, данные собственных и сторонних НИОКР, консультации, практические данные, реализованные решения и др.

Эффекты внедрения систем управления знаниями:

- оптимизация документооборота;

- повышение уровня осведомленности сотрудников о бизнес-процессах организации;

- повышение количества объектов интеллектуальной собственности

- увеличение интенсивности совместной работы

- как результат – повышение эффективности труда, укрепление рыночных позиций компании.

Управление знаниями необходимо не только организациям, работающим на инновационных рынках и ориентированных на коллективный разум, но и любому предприятию, которое стремится достичь уникальных конкурентных преимуществ.