

К ИСТОРИИ СТАНОВЛЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ

Богданович Е.Г. к.ист.н, доцент
Белорусский национальный технический университет

Концепция управления знаниями начала формироваться в 1990-е годы. Одно из первых, используемых до сих пор, определений сущности управления знаниями предложил профессор Том Дэвенпорт в 1994 году: “Управление знаниями — это процесс сбора, распространения и эффективного использования знаний”. В становлении концепции управления знаниями (англ. Knowledge Management - КМ) можно выделить три основных этапа.

Первый этап связан с широким внедрением в процесс управления организациями информационных технологий. Изначально КМ была движима в первую очередь информационными технологиями и желанием заставить эти новые технологии работать и посмотреть, на что они способны. Сформировавшаяся к этому времени концепция интеллектуального капитала, представление о том, что не только материальные ресурсы, капитал и рабочая сила, но и интеллектуальный капитал (знания) содействуют росту и развитию организации, обеспечила фундамент для новой концепции управления – концепции знаний.

Концепция и терминология КМ возникли в сообществе управленческих консультантов. Именно в этой среде пришло понимание, что Интернет является отличным инструментом управления. С помощью Всемирной сети можно сделать информацию гораздо более доступной, распространять и обмениваться ею между географически удаленными подразделениями организаций. Неудивительно, что бизнес-консультанты быстро поняли, что, новые инструменты и методы, созданные с помощью информационных технологий (такие как информационные панели, базы данных, экспертные знания и др.), можно успешно использовать в коммерческих целях для распространения передового опыта (т.н. «лучших практик»). Консалтинговые организации быстро распространили принципы и методы КМ среди других организаций, профессиональных ассоциаций и компаний. Отличительной фразой первого этапа сначала были «лучшие практики» (формализация успешного управленческого опыта), позже замененные более политизированным понятием “извлеченные уроки” (основной, как положительный, так и отрицательный опыт).

Второй этап становления концепции КМ связан с изменениями в управлении персоналом и корпоративной культуре организаций. Стало очевидным, что простого внедрения компьютерных технологий в управление организацией недостаточно для эффективного обеспечения обмена информацией и знаниями в организации. Нужно было также учитывать человеческие и культурные аспекты. Пришло понимание, что внедрение КМ в систему управления организацией требует изменений в корпоративной культуре. Таким образом, понимание сущности КМ вышло далеко за рамки простого структурирования информации и знаний. В частности, организационную культуру необходимо было исследовать с точки зрения того, как она поощряет обмен информацией и знаниями. Во многих случаях исследования показали, что культура нуждается в модификации и обогащении. Важным компонентом этого второго этапа была разработка простых в использовании и удобных для пользователя систем. Проектирование с учетом человеческого фактора стало важным компонентом управления знаниями.

По мере того, как развивалось это признание важности человеческого фактора, две основные темы из бизнес-литературы были перенесены в область управления знаниями. Первой из них была работа американского ученого Питера Сенге об обучающейся организации [1]. Второй была работа Нонаки о “неявных” знаниях и о том, как их обнаруживать и культивировать [2]. И то, и другое касалось не только человеческих факторов внедрения и использования КМ; они также касались создания знаний, а также обмена знаниями и коммуникаций. Характерными понятиями, появляющимися на третьем этапе, являются «управление контентом» и «таксономия» (наука о принципах классификации сложных систем). Пришло понимание, что в процессе формирования корпоративной базы данных крайне важно обеспечить постоянную запись и систематизацию контента, максимально его структурировать.

Третий этап продолжается и сегодня. Сейчас главной темой является “аналитика данных”. Суть в том, чтобы иметь возможность эффективно управлять данными и извлекать их по мере необходимости. Аналитика данных стала мощным инструментом, используемым организацией.

Литература

1. Сенге, Питер. Пятая дисциплина. Искусство и практика обучающейся организации / Питер Сенге. - Doubleday/Currency, 1990.
2. Нонака, И., Takeuchi, Х. Компания, создающая знания: как японские компании создают динамику инноваций / И. Нонака, Х. Takeuchi. - Нью-Йорк, Oxford University Press, 1995.