

## ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ

Пастухова А.Д.  
Университет ИТМО

Научный руководитель – к.э.н., доцент, ординарный доцент Александрова А.И.  
Университет ИТМО

В современном мире быстрых перемен и гиперконкуренции основным ресурсом, способным дать устойчивое конкурентное преимущество, являются знания. Одним из ключевых элементов при управлении знаниями на предприятии является корпоративная культура. В данном докладе определены понятие и зависимость управления знаниями от состояния корпоративной культуры.

**Введение.** Управление знаниями как новая концепция менеджмента появилось и сформировалось в последние два десятилетия, когда нематериальные активы, организационные знания, интеллектуальный капитал стали обеспечивать компании стратегические конкурентные преимущества. Управление знаниями – это стратегия, которая трансформирует все виды интеллектуальных активов в более высокую производительность и эффективность, в новую стоимость и повышенную конкурентоспособность. Основой интеллектуальных ресурсов организации являются знания и компетенции ее сотрудников, поэтому управление интеллектуальными ресурсами базируется на управлении знаниями.

**Цель работы:** изучить рынок управления знаниями, описать степень влияния корпоративной культуры на управление знаниями.

**Основная часть.** По оценке IDC, сделанной в 2019 г., компания с численностью в 1000 сотрудников в среднем ежегодно теряет \$5,7 млн из-за некачественного управления знаниями. А 500 крупнейших компаний мира совокупно теряют \$31,5 млрд.

В России, несомненно, проблема тоже актуальна. Так, исследование, которое независимый эксперт в области управления знаниями Мариничева М. провела в 2019 г., показало, что 36% компаний оценивают качество управления знаниями внутри организации на 3 балла из 10 (в опросе принимали участие руководители и менеджеры 300 российских компаний из 14 отраслей), еще 40% — на 5 баллов, высший балл не присвоила себе ни одна компания. По оценке эксперта, 80-85% проектов в области управления знаниями не приносят желаемых результатов, так как четкого понимания, как организовать этот процесс, нет почти ни у кого.

Для повышения качества знаний одним из ключевых элементов является распространение новой корпоративной культуры, которая будет стимулировать накопление важных бизнес-сведений и обмен ими.

Компания DIS Group в начале 2020 г. опросила 311 специалистов и менеджеров, которые связаны с управлением знаниями. 28% опрошенных заявили, что помочь улучшить управление знаниями в компании может соответствующая корпоративная культура. Важность этой составляющей для бизнеса стала особенно очевидна во время пандемии Covid-19 и переходе на удаленную работу. [3]

Следовательно, реализация стратегий управления знаниями невозможна без формирования определенной организационной культуры – культуры знаний. Отсутствие

культуры, дружественной к знаниям, становится одной из самых распространенных и значительных причин неудач проектов по управлению знаниями. По оценке Gartner Group, от 50 до 70% всех усилий по управлению знаниями сосредоточено в области культурных аспектов.[1]

На сегодняшний день, в России чаще всего для обмена знаниями, а особенно «скрытыми», и формирования новых большинство компаний и сотрудников используют собрания, встречи, совещания, форумы, телефонные переговоры. При этом, персональные знания человека считаются закрытыми для всех, что препятствует свободному обмену из-за недостаточной развитости корпоративной культуры доверия. По недавно проведенному опросу «Управление знаниями в России» уровень такой культуры в российских компаниях находится на уровне 35-45% от 100% идеальной доверительной атмосферы.[2] Сотрудники предпочитают скрывать свои знания, так как полагают, что это поможет сохранить свою значимость для компании и для рынка труда в целом. Помимо этого, при уходе сотрудника из компании, все его знания, опыт и наработки покидают компанию вместе с ним, что создает пробел в системе знаний, который может привести к потерям не только финансовых ресурсов, но и приносит ущерб репутации компании и снижение конкурентоспособности на рынке.

**Выводы.** Рынок управления знаниями стремительно растет. По оценке Global Industry Analyst, он в 2020-2027 гг. будет увеличиваться почти на 17% ежегодно и к концу периода достигнет \$1,1 трлн.[3] Поэтому, для компаний, нацеленных на внедрение менеджмента знаний в свою деятельность, одной из важнейших задач является создание благоприятной атмосферы для обмена знаниями и опытом между сотрудниками, поощрять новые идеи, мотивировать персонал активно принимать участие в деятельности компании и в повышении ее эффективности. С одной стороны, понимание сотрудниками миссии компании, ее целей и задач, с другой, инициативность и заинтересованность руководства в сотрудниках, приводит к выигрышу обеих сторон. Важно отметить, что культура организации меняется медленно, так как она связана с изменением ценностей, принципов, норм поведения, мотивации. Поэтому формирование и развитие культуры, ориентированной на знания, должно стать частью единой политики в области управления знаниями.

### **Список литературы**

1. Смирнова В.Г. Организационная структура // Учебник. М.:Юрайт, 2017, с.215.
2. Мариничева М.К. Управление знаниями в российских компаниях. Официальный сайт РЭУ им.Г.В.Плеханова, 2018г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rea.ru/ru/org/cathedries/154a814869ff11e6a47f3cd92b04f9f8/Pages/interview1.aspx> (дата обращения 12.02.2021).
3. Сайт издательства СNews [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [//www.cnews.ru/articles/2020-08-03\\_itdepartament\\_v\\_upravlenii\\_znaniyami](http://www.cnews.ru/articles/2020-08-03_itdepartament_v_upravlenii_znaniyami) (дата обращения 11.02.2021 г.)

Пастухова А.Д.

Александрова А.И. (научный руководитель)