

## Проблема диффузии знаний в организациях

Научный руководитель – Камолов Сергей Георгиевич

*Голубева Алина Дмитриевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный институт международных отношений, Факультет  
управления и политики, Москва, Россия

*E-mail: golubeva.alina.2002@yandex.ru*

В последние годы управленцы компаний все больше и больше уделяют внимание экономике знаний, поднимая проблему диффузии знаний в своих организациях. В попытках увеличить результативность работы и улучшить мировой рейтинг, руководство компании старается усовершенствовать механизмы работы и приходит к выводу, что сотрудники передают недостаточный объем информации, так как боятся, что могут потерять рабочее место, поделившись ценными знаниями.

Целью данной работы является изучение проблематики создания и управления знаниями в научной литературе.

Стоит отметить, что непонимание данной тематики напрямую связано с тем, что большинство не может отличить понятия "данные", "информация" и "знания" друг от друга. Существует несколько ключевых подходов, которые необходимо понимать: отечественный, западный и японский, который считается уникальным, учитывая тот прогресс, который совершили японские компании в конце XX века. Так, например, Икудзиро Нонак и Хиротако Такеучи разработали свою модель трансформации знаний, которая основана, прежде всего, на спирали знаний и условиях создания знания.

Управление знаниями (knowledge management) как наука занимается изучением данного аспекта, а также показывает важность умения использовать нужную информацию в правильной ситуации, так как наличие уникальной информации не дает гарантий, что деятельность организации будет эффективной. Сам термин впервые вводится Карлом Виингом на конференции ООН в 1986 году. Именно knowledge management нацелен на максимизацию эффективности предприятия за счет полученных знаний.

Питер Друкер, развивая данную тематику, затрагивает важность привлечения "работников знаний", которые занимаются созданием знания, урегулированием процесса передачи информации. Именно благодаря таким сотрудникам развиваются организации.

Проблему диффузии знаний пытаются разрешить многие международные компании, который разрабатывают облачные платформы для группировки и быстрой передачи информации, занимаются консалтингом, разрабатывают программные обеспечения и т.д. На сегодняшний день они играют значительную роль, а также существует множество примеров из жизни, например: S7 Group обрабатывает финансовые документы в 2,5 раза быстрее благодаря ABBYY FlexiCapture.

Таким образом, существование проблемы диффузии знаний заставляет организации искать различные пути роста и развития, благодаря чему данная сфера набирает обороты и является интересным объектом изучения.

### Источники и литература

- 1) Друкер, П. Энциклопедия менеджмента. : Пер. с англ. — М. : Издательский дом "Вильямс", 2004.

- 2) Икуджиро Нонака, Хиротака Такеучи. Компания - создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах. Пер. с англ. А. Трактинского. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2011.
- 3) Мильнер Б.З., Румянцева З.П., Смирнова В.Г., Блиникова А.В. Управление знаниями в корпорациях: учебное пособие / Под ред. Б . З . Мильнера. — М . : Дело, 2006 . - 304 с .
- 4) Руденко И.В., Винжегин О.М. Эволюция и основные концепции управления знаниями в современных условиях //Вестник Омского университета. 2009, серия «Экономика», № 3
- 5) Смирнова В. Г. Менеджмент как искусство // Проблемы теории и практики управления. 1993, № 4, С . 56-59.