

## ВОПРОСЫ ВНЕДРЕНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ЗНАНИЙ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

**Мухамбетов Г.М.**

*Менеджмент білімінің үлкен көлемді ақпараттардың білім сапасын жақсарту арқылы студенттерді оқытудың сапасын арттыруға көмектесетіні туралы көрсетілген.*

*It is shown as management of the knowledges helps to raise quality of the education student by improvements quality knowledges from big volume of information.*

Временем зарождения менеджмента знаний как нового направления в управленческих науках можно считать 1993 год, когда состоялась первая конференция в Бостоне, специально посвященная проблематике управления знаниями в компаниях и организациях. В настоящий момент это одно из самых перспективных и бурно развивающихся направлений менеджмента, как науки, так и практики.

Классический пример, который не обходит сегодня ни одно издание по современному менеджменту, - это результаты мониторинга системы менеджмента компанией British Petroleum.

Когда управление компании решило проанализировать, почему уровень добычи нефти на одинаково технически оснащенных глубоководных скважинах значительно различается, обнаружилось, что дело в различном уровне знаний работников этих скважин. Причем эти знания не были задокументированы, т.е. находились главным образом в головах сотрудников. Задокументированные процедуры по организации повышения квалификации у сравниваемых нефтедобывающих подразделений были также одинаковыми, а степень их выполнения имела серьезные различия. Вывод, к которому пришли специалисты British Petroleum, состоял в том, что «система менеджмента на бумаге» мертва, только постоянный мониторинг и процесс постоянных улучшений могут принести реальные результаты.

Обнаружив это, топ-менеджмент British Petroleum принял решение распространить технологию формирования ценных знаний среди сотрудников отстающих скважин. Результатом стал значительный подъем уровня производительности труда и прибыльности компании. В дальнейшем в British Petroleum была разработана программа управления знаниями (Knowledge Management). Каковы же исторические причины и теоретические предпосылки возникновения менеджмента знаний? Историческими причинами являются:

- глобализация и обострение конкуренции, побуждающие университеты и промышленные корпорации искать конкурентные преимущества;
- быстрое развитие и внедрение информационных технологий;
- повышение общего технологического уровня образования, науки и производства.

Не случайно пионерами практического использования менеджмента знаний стали такие высокотехнологичные компании, как Xerox Corporation, Hewlett-Packard Company, IBM, известные вузы, как Технический университет Мюнхена, Университет Гамбурга, Университет Кельна, Университет

Падеборна, Институт экономической информатики университета Саарланда, Стенфордский университет, Томский политехнический университет и т.д. [1].

Идеи менеджмента знаний использовались на двух уровнях - макро и микро. На макроуровне - это разработка идеи постиндустриального, информационного или основанного на знании общества. На микроуровне - это исследование поведения человека в группах и сообществах, социальный аспект поведения человека. В настоящее время большинство практиков менеджмента знаний считают, что знания существуют и растут главным образом в этих структурах, т.е. в коллективе. Создание социальной среды в университете, мотивирующей сотрудников и студентов на постоянный рост собственных знаний и постоянное развитие эффективности процессов получения и закрепления новых знаний является необходимым условием процветания университета.

Почти с самого начала менеджмент знаний исследовал различие между скрытыми и явными знаниями, между «знать как» и «знать что». Это существенное различие впервые было сделано Аристотелем. В последнее время бурное развитие электронной информации сделало особенно ценными скрытые знания.

Психология вносит свой вклад в развитие менеджмента знаний, разрабатывая вопросы о том, как люди обучаются, забывают, игнорируют, действуют или отказываются от действия, и другие. Здесь хотелось бы обратить внимание на то, что менеджмент знаний рассматривает вопросы передачи знаний от доноров к реципиентам не механистически, а комплексно, в увязке с вопросами создания мотивации и условий передачи знаний. В университете одинаково важны эти вопросы как для первичных носителей знаний - сотрудников университета, так и для клиентов университета, в качестве которых выступают как внешние - студенты, так и внутренние - опять же сотрудники университета.

Отдельно необходимо остановиться на взаимосвязи между использованием информационных технологий (ИТ) и менеджментом знаний. С одной стороны, как уже отмечалось, развитие ИТ стало одной из исторических причин для зарождения менеджмента знаний. С другой - большинство авторитетных теоретиков и практиков менеджмента знаний утверждают, что ИТ в менеджменте знаний стоят на втором плане.

Современные информационные технологии стали практически базой создания современного менеджмента. Целые научные школы ставят во главу угла создание информационной модели предприятия, исследование этой модели и только после положительных результатов, полученных на модели, начинаются реальные преобразования.

Считается, что применение ИТ ускоряет доступ к необходимой информации, уменьшает время на обработку данных, ускоряет обмен информацией, значительно увеличивает объем доступной информации, а также улучшает форму представления информации. Развитие ИТ связано прежде всего с исследованием количественной стороны информации: способов кодировки информации, скорости и объемов передачи информации, емкости накопителей информации и др. [3].

Менеджмент знаний в большей степени имеет дело с качественной стороной информации - свойствами информации, ее формами и видами; для правильного и глубокого анализа качественной стороны информации необходимо знать сущность информации.

Активное применение новейших достижений информационных технологий в процессе формирования знаний у студентов и у сотрудников университета требует формализации и документирования этого процесса, а также создания в системе менеджмента знаний подсистемы менеджмента ресурсов.

Большинство специалистов менеджмента знаний, проводя различие между знанием и информацией, дают следующие определения. Данные, которые находятся на каком-либо искусственном носителе, - это информация, а то, что находится в голове сотрудника, - это знания. Часто к знаниям причисляют также и умения (навыки) сотрудника. Как видно, эмпирическое определение информации и знания порождает много неясностей. Действительно, одна из ключевых задач менеджмента знаний - отобрать драгоценные алмазы знаний среди моря информации.

Однако можно смело утверждать, что информация формирует новые знания, новые знания управляются не только в процессе академического переноса информации, но и, что сегодня бесспорно сверхактуально для казахстанских вузов, в ходе практических тренингов, научно-исследовательской работы в вузе и отлично организованных производственных практик. Реализация этих процессов требует создания документированных процедур управления процессом перехода информации в знания.

Современный университет по своему годовому финансовому обороту, по размерам, по объему и стоимости основных средств, по структуре ничем не отличается от крупных предприятий производства или сферы услуг. Университет, который не имеет системы менеджмента, соответствующей самым современным требованиям мирового рынка, не может эффективно и востребовано создавать новые знания и управлять ими [2].

Университет, как правило, имеет большую инновационную составляющую, нежели объекты промышленности, и более интенсивно развивается, т.к. услуги, которые он предоставляет, должны опережать своей новизной и практической апробацией индустрию производства и сферы услуг, в противном случае специалисты, которых университет выпускает, останутся невостребованными. Более того, высшая школа должна также научить своего выпускника всем приемам инновационного менеджмента, чтобы, придя в рынок, этот выпускник динамично развивал предприятие, на котором он стал трудиться, и сам постоянно и динамично развивал свои знания и умения.

Вторым критерием, определяющим необходимость вузу иметь современную систему менеджмента, является ее унификация с мировыми требованиями, ее узнаваемость потребителем и обществом, получающими выпускников университета, инвесторами, развивающими университет, казахстанскими и зарубежными партнерами, ищущими в высшей школе надежного и динамичного коллегу, самим студентом, выбирающим вуз, в котором он хотел бы учиться.

Естественно, что вуз обладает научным потенциалом, позволяющим ему построить свою собственную систему менеджмента, однако такая эксклюзивность не позволяет мультиплицировать на другие вузы эту систему, динамично ее развивать, сделать узнаваемой в других организациях. Необходимо использовать известную модель системы менеджмента.

Общепризнанной моделью, наиболее полно отвечающей всем требованиям мирового рынка, является стандарт Международной организации по стандартизации ISO 9001:2000.

Менеджмент качества образовательных услуг является кровеносной системой организма-вуза, а к системе, создающей эту кровь, можно отнести менеджмент знаний.

Менеджмент знаний является вторичным в менеджменте качества университета. Его можно отнести к менеджменту ресурсов общей системы менеджмента высшей школы. Анализ и синтез такого тесного пересечения этих систем менеджмента является сложной системной задачей, эффективное решение которой возможно при использовании соответствующих математических методов и алгоритмов.

Современная теория управления знаниями дает на этот вопрос однозначный ответ - продукцией университета являются знания, полученные студентом в ходе обучения, знания, не задокументированные в виде конспектов лекций, а подтвержденные экзаменами, тестами, выпускными квалификационными работами, знания, апробированные студентом в научных лабораториях университета и на производственных практиках в условиях работы на предприятиях реального казахстанского и мирового рынка.

Клиентом же университета, в первую очередь является сам студент, затем, естественно, общество, предприятие, направившее студента на обучение, государство, финансирующее из бюджета процесс получения и управления знаниями.

Учитывая вышесказанное, мы видим, что создание документированной системы менеджмента знаний является важной задачей, но это только видимая часть айсберга. Система менеджмента качества знаний должна непрерывно и эффективно работать и развиваться, ее неотъемлемой составляющей должен стать постоянный мониторинг знаний и умений студента, модуль непрерывного улучшения системы; только по реальным результатам востребованности выпускника вуза на мировом рынке можно судить об эффективности функционирования системы менеджмента знаний.

В общем, *менеджмент знаний можно определить как создание и управление ценными знаниями (интеллектуальными активами) университета.* Данное определение еще раз доказывает, что высшая школа, являющаяся одним из важнейших звеньев создания и управления знаниями в обществе, обязана иметь аналогичную систему менеджмента, что и весь мировой рынок. Высшая школа, которая строит свою систему университетского менеджмента, должна в первую очередь опираться на результаты реального сектора экономики, использовать модели, которые хорошо известны бизнесу и им признаваемы.

В сфере изучения менеджмента знаний должны находиться следующие основные вопросы [3]:

- Определение и документирование ценных знаний (интеллектуальных активов) университета.
- Разработка идеологии и методологии формирования процессов получения, накопления, передачи, закрепления и контроля уровня знаний.
- Разработка, моделирование и оптимизация бизнес-процессов формирования, передачи, периодического и завершающего контроля знаний.
- Распространение знаний среди сотрудников университета (непрерывное повышение квалификации) и передача знаний новым сотрудникам.
- Распространение знаний среди студентов университета, поддержание необходимого уровня знаний у выпускников, сопровождение выпускников.
- Концентрация знаний для решения инновационных задач.
- Постоянный мониторинг знаний, принятие решений на основе результатов мониторинга.
- Повышение уровня знаний университета и генерирование новых знаний.
- Генерирование новых технологий передачи и закрепления новых знаний.
- Документирование новых знаний и переход к новым технологиям менеджмента знаний.

К интеллектуальным активам необходимо отнести знания, обладающие определенным уровнем ценности для вуза

Интеллектуальные активы разделяются на два типа:

- Явные интеллектуальные активы - знания, которые существуют на каком-либо носителе.
- Скрытые интеллектуальные активы - незадокументированные знания, которые существуют в головах сотрудников университета.

Справочник по управлению вузом, наоборот, содержит текущие документы. Обе системы соединены перекрестными ссылками.

Создание и использование системы менеджмента знаний в университете, ее структурном подразделении или даже на персональном компьютере отдельного сотрудника позволяют быстро и эффективно решать проблемы, что значительно облегчает жизнь сотрудников университета, а самому университету дает возможность эффективно представлять себя на рынке образовательных услуг с занятием в нем своей достойной и стабильной ниши.

### **Литература:**

1. CosJing D., D'Andtea V-M. Quality Development: a new concept for higher education // Quality in Higher Education. 2001. Vol. 7, № 1, p. 34.
2. Шер А.-В. Основать предприятие - это не сложно. Весть-Мета Технология, 2001. 282 с.
3. Рузаев Е.Н., Рузаева П.Е. Менеджмент качества образовательных услуг в высшей школе. «Качество, инновации и образование» . №1, 2004. с.7-11.