

ЭКОНОМИКА

Целуйко Андрей Викторович

канд. воен. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»

г. Москва

**УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫМИ ЗНАНИЯМИ
НА ОСНОВЕ КРАУДСОРСИНГА**

***Аннотация:** в статье рассматривается применимость краудсорсинга как относительно нового понятия в процессе генерации, накопления и трансформации корпоративных знаний, а также приводятся предполагаемые эффекты от его применения.*

***Ключевые слова:** краудсорсинг, управление знаниями, генерация, накопление, трансформация.*

Сегодня очевидным является тот факт, что международная экономическая среда становится все более сложной и стохастичной. Эти свойства среды всецело изменяются в зависимости, например, от санкционных воздействий на отдельные отрасли экономики страны и не могут не сказаться на процессах управления корпоративными знаниями. Данные воздействия, как следствие, приводят к удорожанию процессов корпоративного управления, в том числе и знаниями. Тем не менее, сегодня, и в прогнозируемом будущем невозможно осуществлять контроль и развитие бизнес-процессов без разработки и освоения современных технологий управления. При этом речь не должна идти о придании новых драйверов старым, бюрократическим технологиям и операциям, а об относительно новом способе антисанкционного корпоративного менеджмента знаний. Бизнес ожидает, что эти, относительно новые антисанкционные меры и преобразования смогут обеспечить его конкурентоспособность в перспективе.

Очевидно, что сегодня невозможно представить по-настоящему эффективную организацию, не занимающуюся в той или иной мере управлением знаниями. Успешный опыт в этой области демонстрируют совершенно разные компании от внутристрановых государственных компаний до транснациональных корпораций.

Как показывает опыт, управление знаниями не ограничивается их накоплением внутри компании, оно направлено на их распространение среди сотрудников и различных контактных аудиторий.

В начале статьи хотелось бы отметить некоторые, на мой взгляд, характерные для корпоративных знаний свойства:

- первичным генератором, накопителем и трансформатором корпоративных знаний остается человек; отсюда вытекает следующее свойство:
- знание, как ресурс, может передаваться неограниченное количество раз, при этом, возникает опасность потери ценности знаний, для минимизации этого риска, мы вынуждены прибегать к их фиксации;
- со временем, а об этом говорит исторический опыт, знания становятся более ценным ресурсом;
- в отличие от большинства видов ресурсов, которые существуют объективно, корпоративные знания предстают как формализованные (явные), так и персонифицированные (скрытые).

Общеизвестно, что управление знаниями это непрерывный процесс, направленный на создание, накопление и их применение в компании. Критерием его эффективности является возможность сотрудника компании своевременно получить требуемое знание.

Говоря о практическом применении модели управления корпоративными знаниями, приведу методику, рекомендованную Юрием Покалюком. Методика предполагает выявление точек использования знаний, связей между ними и определение подходящих источников знаний и инструментов управления [2].

Основные этапы ее применения могут выглядеть следующим образом:

- выявление так называемых «точек использования знаний». На основании принятой бизнес-модели, субъект может выделить «места» принятия решений, алгоритмы внутрикорпоративного взаимодействия, типовые задачи и т.д.;
- для каждого из выявленных мест субъект может описать используемые знания; например, для прогнозирования времени окупаемости проекта можно использовать знания о потенциальных рисках, статистике реализации подобных проектов и используемых инструментах проектного менеджмента;
- определение источников знаний (используя информацию о компетенциях сотрудников и т.д.);
- выбор инструментов обмена, накопления, хранения и распространения знаний;
- выявление ключевых сотрудников (носителей и потребителей знаний) в построенной модели;
- внедрение разработанной модели и коррекция процесса управления корпоративными знаниями.

На одном из этапов в этой методике, а именно на выделении ключевых сотрудников, я и хотел бы сделать акцент в рамках данной статьи.

В условиях современной действительности, имея в виду санкционное воздействие, или противодействие, на мой взгляд, одним из способов генерации, накопления и трансформации корпоративных знаний может стать краудсорсинг, как один из антикризисных способов борьбы с такого рода вызовами. Здесь речь идет о том случае, когда процесс выделения ключевых сотрудников из-за определенных рисков может оказаться достаточно затруднительным.

Под краудсорсингом (crowdsourcing, crowd – «толпа» и sourcing – «использование ресурсов») понимается передача определенных производственных функций неопределенному кругу лиц, координирующих при этом свою деятельность с помощью информационных технологий [1, с. 78].

Как показывает практика, технология краудсорсинга связана с развитием современных информационных и коммуникационных технологий, социальных сетей и различных диалоговых интернет-площадок.

Опыт показывает, что в России краудсорсинг начал активно применяться относительно недавно. Тем не менее, среди «краудсорсеров» замечены крупные игроки бизнеса, в том числе компании с государственным участием, которые с регулярной периодичностью устраивают различного рода проекты в социальных сетях. Другими словами, краудсорсинг – это технология, объединяющая новые сетевые инновационные технологии, новый подход в методологии решения комплексных задач с использованием интеллектуального потенциала и знаний большого количества людей с разделением процесса на отдельные составляющие.

На основании ранее проведенных исследований, можно выделить следующие преимущества краудсорсинга [3, с. 2]:

1. Масштабируемость. Доступ к результатам труда практически не ограниченной аудитории позволяет быстро создать глобальный продукт. В нашем случае – это корпоративные знания.

2. Таланты. Одно из главных преимуществ краудсорсинга – привлечение талантливых людей по всему миру, что в итоге дает новые идеи и положительный результат.

3. Компетентность. Краудсорсинг гарантирует то, что каждый будет заниматься своим делом, а значит, задания будут выполняться людьми с соответствующей делу квалификацией.

4. Простота внедрения. Реализация краудсорсинговых задач очень проста в использовании, обычно с помощью сайта или социальных сетей.

5. Незначительные затраты. Это недорогой инструмент развития региона, поскольку всю необходимую работу делают неоплачиваемые или малооплачиваемые профессионалы-любители.

Говоря о применимости краудсорсинговых проектов, нужно отметить, что в основе процесса генерации, накопления и трансформации корпоративных зна-

ний должны стоять талантливые, коммуникативные и компетентные люди, желающие добровольно потратить свое время на обсуждение проблемных вопросов, которые будут движимы не только материальными, но и моральными стимулами. Здесь имеются в виду как персонал компании, так и люди, не имеющие прямого отношения к организации.

Рассматривая краудсорсинг как технологию, обеспечивающую процесс генерации, накопления и трансформации корпоративных знаний, можно предположить ожидаемые эффекты от его применения:

1. Привлечение дополнительных инвестиций в различные бизнес – проекты компании.
2. Развитие внешних и внутренних коммуникаций, как дополнение к существующим основным и синтетическим коммуникационным каналам компании.
3. Создание новых рабочих мест в перспективе.

Подводя итог, можно отметить, что корпоративные знания – это такой же актив, как и финансы, сырье (материалы) или торговая марка. Очевидно, что от того, как каждый участник современного бизнеса решит проблему генерации, накопления и трансформации корпоративных знаний, и с помощью каких инструментов, будет, в конечном итоге, зависеть его успех.

Список литературы

1. Анохин А.Б. Аутсорсинг в государственном управлении зарубежных стран и России: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 320 с.
2. Покалюк Ю. Построение системы управления знаниями / Ю. Покалюк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/human/section_55/article_4399/
3. Рогова А.В. Краудсорсинг как инструмент социально-экономического развития региона // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.science-education.ru/111-10531