

Роль корпоративной культуры в системе управления знаниями

Научный руководитель – Зимова Наталья Сергеевна

Андреева Софья Вячеславовна

Выпускник (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии знания, Москва, Россия
E-mail: sofiaandreeva60@gmail.com

Современный мир характеризуется стремительным развитием и постоянными изменениями, затрагивающими все сферы жизни общества, в том числе и такую структуру как организация. В таких условиях ключевым ресурсом становятся люди и их знания [3]. Поэтому передача знаний внутри организации становится все более важной, но, несмотря на самые современные методы, не всегда эффективной в виду человеческого фактора. Например, сотрудники не делятся своим опытом, потому что боятся потерять свои конкурентные преимущества.

Создание благоприятной корпоративной культуры играет ключевую роль в успешном обмене опытом и управлении знаниями в организации. Корпоративная культура определяет ценности и принципы компании, и исследования показывают [2],[4], что она влияет на удовлетворенность сотрудников и развитие инноваций, на процесс накопления и передачи знания в организации, а умелое управление корпоративным культурным потенциалом сможет превратить его в уникальное конкурентное преимущество компании.

Под управлением знаниями нами понимается область теоретической и практической деятельности, начавшая формироваться в начале 90-х гг. и получившая наибольшее распространение в формате развития экономики знаний, предметом изучения которого стали знания компании как сумма опыта и знаний всех сотрудников компании, а также формализованные знания, хранящиеся в базах данных и репозиториях компании.

Деятельность по управлению знаниями включает в себя несколько видов деятельности: генерирование знаний, формализацию знаний, хранение, диффузию, координацию и контроль. Выбор конкретных видов деятельности зависит от стратегии организации. Существуют стратегия кодификации и стратегия персонализации. Чем эффективнее организация управляет своими знаниями, тем выше ее уровень развития системы управления знанием. Выделяют 5 уровней зрелости в сфере управления знаниями: инициация, разработка стандартизация, оптимизация и инновация.

Однако, если управление знаниями рассматривается только как структурное звено контроля, то это может ограничить его потенциал. Вместо этого, управление знаниями должно быть рассмотрено как «инструмент для изменения парадигмы» [1] - необходимо создать среду, которая поощряет сотрудников в обмене знаниями - особую корпоративную культуру, которая способствует развитию новых идей и приводит к изменению старых устоявшихся подходов.

В целом, существует две точки зрения на понятие «корпоративная культура» - структурная и ценностная. Иерархию организационной культуры можно построить, взяв за основу ее построения глубину проникновения в сознание личности каждого работника. Исходя из этого, можно выделить три основных уровня. Организационная культура имеет ряд качественных характеристик, которые непосредственно определяют поведение людей: ценности, система отношений, поведенческие нормы, действия и поведение работников. Корпоративная культура рассматривается как система ценностей, убеждений и норм, которые сформированы и поддерживаются внутри организации. Она может включать такие элементы, как:

1. Внутренние ценности организации, внутренняя мораль, а также философия организации, представляемая вовне.
2. Традиции организации, ритуалы.
3. Правила и нормы поведения.
4. Стиль управления.
5. Микроклимат, характер взаимоотношений.

На формирование организационной культуры оказывают влияние ряд факторов: точки концентрации внимания высшего руководства; реакция руководства на критические ситуации; отношение к работе и стиль поведения руководителей; критериальная база отбора, карьерных изменений и поощрения сотрудников; структура организации; система передачи информации, организационные правила и т.д.

Многообразие культур, отраслей производства и сфер человеческой деятельности обусловили появление различных типов организационных культур: иерархической, рыночной, клановой, адхократической.

Исследование того, как работники взаимодействуют друг с другом, какие ценности они разделяют и какие цели преследуют, помогает понять, какую роль культура играет в формировании системы управления знаниями в организации.

Формирование организационной культуры, направленной на построение доверия и обмен знаниями между сотрудниками, является фактором конкурентоспособности организации. Построение системы ценностей, обеспечение безопасности и качественных отношений, а также мотивация свободного обмена знаниями являются важными аспектами для успешного управления знаниями организации.

Источники и литература

- 1) Управление знаниями и интеллектуальным капиталом : [учеб. пособие] / С.В. Паникарова, М.В. Власов ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. 140 с.
- 2) Мариничева М. К. Управление знаниями в российских компаниях. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rea.ru/ru/org/cathedries/>. (Дата обращения: 11.02.2024).
- 3) Тугускина Г.Н., Рожкова Л.В., Сальникова О.В. Управление знаниями в современных организациях [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-znaniyami-v-sovremennyh-organizatsiyah>. (Дата обращения: 24.10.2023).
- 4) Measuring Culture in Leading Companies // Glassdoor. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://research.glassdoor.com/site-us/wp-content/uploads/sites/2/2019/06/Measuring-Culture-Final-2.pdf> (Дата обращения: 15.11.2023).