

## **ПЕРЕДАЧА ЗНАНИЙ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА КОМПАНИИ**

Коваль А.В., Молодожен А.А.

Научный руководитель – ст. преп. Митцева О.С.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники  
(61166, Харьков, пр. Ленина, 14, каф. философии, тел.(057) 702-14-65)

E-mail: [allino4ka@mail.ru](mailto:allino4ka@mail.ru) , [Ann1990.08@mail.ru](mailto:Ann1990.08@mail.ru)

This paper considers the issue of knowledge transfer as part of the corporate image of the corporation. We present a scheme of transfer knowledge and experience within the organization. It also describes the basic methods – the transfer of authority, training and mentoring.

В современном мире растет доля компаний, руководители которых осознают, что производство является вторичным по отношению к знаниям, являющимся основополагающими для их бизнеса. По мнению Карла Фраппаоло: «Высокоуровневый поиск знаний – способность искать самую точную и актуальную информацию в огромном числе источников различных типов – будет очень важен для успеха не только сегодняшней работы, но и при подготовке к работе на глобальном рынке XXI века».

Корпоративный имидж – неотъемлемая часть компании. Он включает в себя множество компонентов, начиная от логотипа фирмы и заканчивая отношениями внутри компании. Передача знаний и опыта является одним из важнейших компонентов позитивного имиджа организации. Компании, применяющие управление знаниями, все чаще выигрывают на рынке по сравнению с компаниями, использующими обыкновенный сбор и накопление информации в слабоструктурированном множестве. В таких компаниях внедряется методика управления знаниями, без которой невозможно эффективное использование информации, рассредоточенной в головах сотрудников, базах данных, хранилищах документов, сообщениях электронной почты, отчетах о продажах, данных о клиентах, партнерах и конкурентах предприятия. Деятельность любой организации – процессно-ориентированный поиск требуемых процедурных решений в системе распределенной информации и знаний. Корпоративные знания – это та многообразная информация, которую необходимо иметь для поддержки на высоком уровне основных бизнес-процессов организации, а также для быстрого и адекватного реагирования на различные воздействия. Рассматривая передачу и преобразование знаний как инструмент создания ценностей, можно подчеркнуть различие в процессах передачи материальных ценностей и передачи знаний. При передаче и использовании материальных ценностей их стоимость снижается, в то время как при передаче знаний – наоборот, их стоимость увеличивается, а обесцениваются знания тогда, когда не используются. Передача знаний может осуществляться по-разному, что показано на схеме

(рис. 1). Существует 3 метода: передача полномочий (делегирование), образовательная программа, проводимая внутренней командой тренеров, и наставничество.

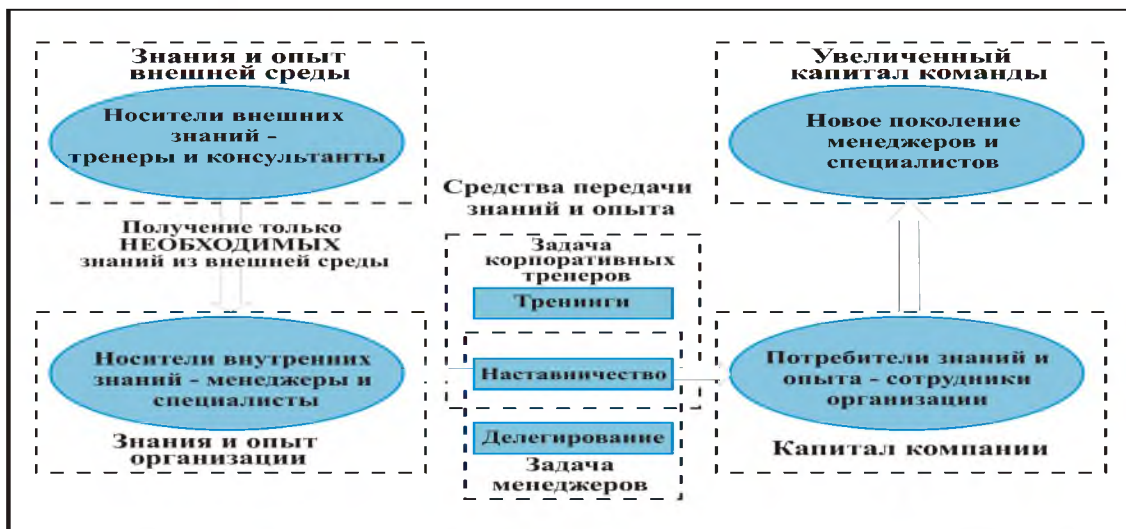


Рисунок 1 – Схема передачи знаний

Делегирование – это процесс поручения некоего задания другому человеку, передача полномочий, доверие. Целей у делегирования может быть несколько, и первостепенной является не «разгрузка» рабочего времени руководителя или избавление от неприятных обязанностей, а передача опыта – это самая важная цель делегирования. Следующая система достаточно развита в большинстве крупных западных корпораций – это внутренняя система образования. Существует внутренняя команда тренеров, которые развивают сотрудников и передают им знания с помощью внутренних, корпоративных тренингов. Эта система очень выгодна, если ваши тренеры владеют последними методиками передачи навыков, знаний, изменения отношений у сотрудников, в этом случае передается именно то, что необходимо. Также компания может не тратить много денег на дорогостоящих тренеров, если сотрудникам необходимы базовые знания. Третье направление передачи опыта – это новое течение, наставничество. Целью этого метода является раскрытие потенциала сотрудника. Дополнительными задачами метода являются: поддержка и воодушевление сотрудников. При этом данная система отличается от тренинга тем, что это процесс, а не одно яркое событие, каким является тренинг. Помощь наставника заключается в самораскрытии сотрудника через осознание им самим проблемы и решение этой проблемы. Благоприятный корпоративный имидж создается не только основной деятельностью компании, а также целенаправленной информационной работой. Используя вышеперечисленные методы передачи знаний и опыта можно добиться таких результатов: развитие сотрудников организации, сокращение времени подготовки проектов, снижение количества ошибок, а так же развитие глобальных информационных коммуникаций.