

наявного попиту та майбутніх потреб цільового ринку.

На прикладі ТОВ «Тернопільбуд» можна виявити переваги маркетингової діяльності:

- постійна ідентифікація можливостей і загроз;
- готовність підприємства до змін;
- визначення та уточнення конкурентних переваг;
- покращення взаємодії між керівниками;
- зменшення конфліктів між індивідами та відділами;
- участь всіх рівней керівництва в маркетинговому плануванні;
- раціональне розподілення недостатніх ресурсів; орієнтація на ринок не лише підприємства, але й всіх його відділів.

Отже, підприємство повинне мати такий маркетинговий план, який дозволив підприємству максимально точно організовувати свою роботу та її вдосконалювати. А також повинна орієнтуватись на задоволені потреб споживачів, вчасно реагувати а зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Використані джерела

1. Маркетинг: посібник / Г.Л. Багієв, В.М. Тарасевич, Х. Анн. – 2-е вид., – М.: «Економіка», 2001. – 718 с.
2. Маркетингове планування діяльності підприємств / С.Семенюк // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 1(26). – С. 84-92.
3. Маркетинг: Підручник / В.Руделіус, О.М.Азарян, Н.О.Бабенко та ін.. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с.
4. Планування маркетингу : навч.посіб. / [О.А. Овечкіна, Д.В. Солоха, К.В. Іванова та ін.]. – 2-ге вид. перероб. та доп. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 352с.

Ксеняк Наталія

(науковий керівник: к.е.н., ст. викладач кафедри економіки підприємств і корпорацій Бабій П. С.)

УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ЯК КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ

Протягом всієї історії людства знання були найважливішим фактором його економічного та інтелектуального розвитку. Особливо в умовах ХХІ століття, століття глобалізації, знання стають "перепусткою в лідери" для країн, регіонів та організацій. Більшість провідних компаній світу звертають свою увагу на знання у пошуках нових конкурентних переваг. Змінюються фактори розвитку країн і регіонів, все більшу увагу серед них набувають фактори інновацій і розповсюдження нових знань.

Помітний внесок в розробку наукового пізнання та практичного

застосування результатів дослідження управління знаннями набули у XX столітті завдяки працям Дж.Гелбрейта, П.Дракера, К.Свейбі, Т.Стюарта, Е.Тоффлера, І.Нонака та Х.Ітамі й інших[5, с. 218].

XXI століття називають століттям глобального інформаційного суспільства. У цьому відбивається значення інформації в розвитку економіки та суспільства. Впровадження сучасних комп'ютерних і телекомунікаційних засобів практично у всі сфери діяльності призвело до зміни ділового середовища. В останні роки широке поширення набув термін "знання", при цьому ряд фахівців дають різні визначення понять "знання" і "інформація".

Поява теорії управління знаннями та теорії "економіки знань" (іншими словами – "економіки, заснованої на знаннях") стало розвитком теорій нематеріальних активів та інтелектуального капіталу організації. Поняття "управління знаннями" прийшло в російську мову з зарубіжної науково-практичної літератури як переклад терміну «knowledge management» [8, с. 18]. Сучасна школа менеджменту трактує управління знаннями як "систематичне формування, оновлення і застосування знань з метою максимізації ефективності підприємств" і визнає авторство такого визначення за Карлом Віггом .

Що стосується часу появи терміну "управління знаннями" і самої концепції управління знаннями, то різні джерела називають різні терміни. Так, стверджується, що "поняття" управління знаннями "... народилося в середині 1990-х рр. У великих корпораціях, де проблеми обробки інформації набули особливої гостроти, ставши критичними". Також згадується ряд виступів Карла Вігг в середині 1980-х рр. про концепцію управління знаннями в організації. Однією з причин зростання інтересу до управління знаннями є розвиток комунікаційних та інформаційних технологій.

Знання можуть складати найбільш важливий ресурс, а здатність отримувати, інтегрувати, накопичувати, зберігати та застосовувати їх є найбільш важливим способом створення конкурентних переваг[2, с. 21].

Термін "управління знаннями" з'явився у літературі, присвяченій менеджменту в організаціях на початку 90-х років XX століття. Часом зародження цього напрямку вважають 1993 рік, коли відбулася перша конференція в Бостоні, присвячена проблематиці управління знаннями в компанії й організаціях.

На заході бум у сфері управління знаннями доводиться на 1990-і роки. Основна увага тут була присвячена двом аспектам: виміру знань й управлінню ними[4, с. 28].

Управління знаннями є процесом, за допомогою якого організація накопичує багатство, опираючись на свої інтелектуальні чи засновані на знаннях організаційні активи (В.Р.Буковіц та Р.Л.Уільямс).

Управління знаннями – це чітко окреслене й систематичне управління важливими для організації знаннями і пов'язаними з ними процесами

управління, збирання, організації, дифузії, застосування і експлуатації з метою досягнення цілей організації (Д.Ж.Скирме).

Управління знаннями може бути визначене як підхід до збільшення або створення цінності шляхом активнішої підтримки досвіду, пов'язаного з ноу-хау та знанням, що і як робити, які існують однаковою мірою як у межах організації, так і поза нею. (Р.Руглес).

Складовими успіху підприємства є: місія, корпоративний кодекс, ноу-хау, стратегія розвитку і підтримувальні стратегії. Ключовими складовими підприємства, що самонавчається (мудрої організації), є: інформація, аналіз, знання, комунікація, що слугує припливу і доступності знань, партнерство, що розуміється як взаємне навчання і розвиток знань, синергія, тобто додана вартість колективного знання, а також культура знань, тобто система, що підтримує безперервне примножування і вдосконалення інтелектуального капіталу підприємства.

Підприємство, що самонавчається, повинно реалізувати такі цілі: забезпечення постійного розвитку та вдосконалення працівників, зростання використання, а також вартості інтелектуального капіталу, отримання конкурентної переваги, досягнення очікуваних господарських результатів.

Використані джерела

1. Босак А. О. Теоретичні аспекти формування систем управління знаннями машинобудівних підприємств / А. О. Босак // Вісник НТУ «ХПІ». – 2010. – № 8. – С. 37 – 42. – Режим доступу : http://library.kpi.kharkov.ua/Vestnik/2010_8/stati/Bosak.pdf.
2. Доскуч Л. В. Концепція менеджменту знань як інноваційний елемент системи управління кадровим потенціалом промислового підприємства / Л. В. Доскуч // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11032/1/21.pdf>.
3. Захарова Я. О. Сутність, підходи та інструменти управління знаннями / Я. О. Захарова, С. Є. Захаров // Економіка будівництва і міського господарства. – 2011. – Том 7. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/EkBud/2011_2/st-09.pdf.
4. Маматова Т. В. Розвиток професійних компетентностей державних службовців з використанням інструментів управління знаннями / Маматова Т. В. // Теорія та практика державної служби: напрями модернізації : матеріали наук.-практ. конф., Дніпропетровськ, 11–12 лист. 2011 р. / за заг. ред. С. М. Серьогіна. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2011. – С. 257 – 259.
5. Маматова Т. В. Управління знаннями як складова професійної підготовки державних службовців і посадових осіб органів місцевого самоврядування / Т. В. Маматова.
6. Маматова Т. В. Упровадження управління знаннями як складова професіоналізації органів місцевого самоврядування / Маматова Т. В. // Державна політика щодо місцевого самоврядування: стан, проблеми та перспективи.
7. Мандзюк О. М. Концепція управління знаннями в сучасній організації / Мандзюк О. М., Єременко І. О. // Вісник Нац. ун-ту водного госп-ва та природокористування. – 2009. – Вип. 3 (47). – Част. І. – С. 465–470 (Секція «Економіка»).
8. Міжрегіональна інформаційно-освітня мережа «Ефективна держава». – Режим доступу : <http://derzhava.in.ua>.