

ȘTIINȚA MANAGEMENTULUI BAZAT PE CUNOȘTIȚE

**Autori: conf. univ. dr. șt. econ. Tudor ALCAZ,
lector sup. Alexandra HOTINEANU**

Universitatea Tehnică a Moldovei

Motto: „Knowledge is our currency”

Lewis Platt, director executiv al firmei HP(1)

Abstract: În societatea actuală, în care accesul la date și informații este tot mai ușor de realizat grație ritmului de dezvoltare a tehnologiilor informației și telecomunicațiilor, se pune problema de a cunoaște tot mai mult, de a ști cum să folosești imensitatea de informații pe care o poți avea la un moment dat.

Capacitatea organizațiilor de a se adapta la cerințele economiei viitorului depinde, în mare măsură, de dezvoltarea unui nou tip de management, un management centrat pe valorile cunoașterii și ale creației științifice. În opinia multor specialiști economia viitorului, organizația și managementul acesteia ar trebui denumite Economia, Organizația și Managementul bazate pe cunoștințe. Aceste noi concepte sunt operaționale în acest început de secol, a cărui bogăție și putere „vor decurge, cu prioritate, din resursele intangibile, din capitalul de cunoștințe” (Nicolescu, O.)

Cuvinte cheie: cunoștințe, managementul cunoștințelor, organizație, economie bazată pe cunoștințe.

1. Introducere

Am ajuns într-un moment istoric în care din aproape orice loc se poate accede volum imens de informații pe care nici o ființă umană sau grup de oameni nu ar fi capabili să le rețină. Dar, numai informațiile nu sunt suficiente. De exemplu, pentru a putea dispune de datele furnizate prin Internet, nu este suficient să fii conectat la Internet, ci trebuie să și știi să folosești computerul, deci să posezi anumite cunoștințe.

Așadar mai întâi apar **datele** (care reprezintă o serie de observații, măsurători sau fapte), apoi urmează **informațiile** (actul de informare sau condiția de a fi informat), iar **cunoștințele** (fapte sau experimente cunoscute de o persoană sau un grup de persoane; cunoașterea sau înțelegerea acumulate (caștigate) prin experiență sau învățare) sunt pe o treaptă superioară celor precedente.

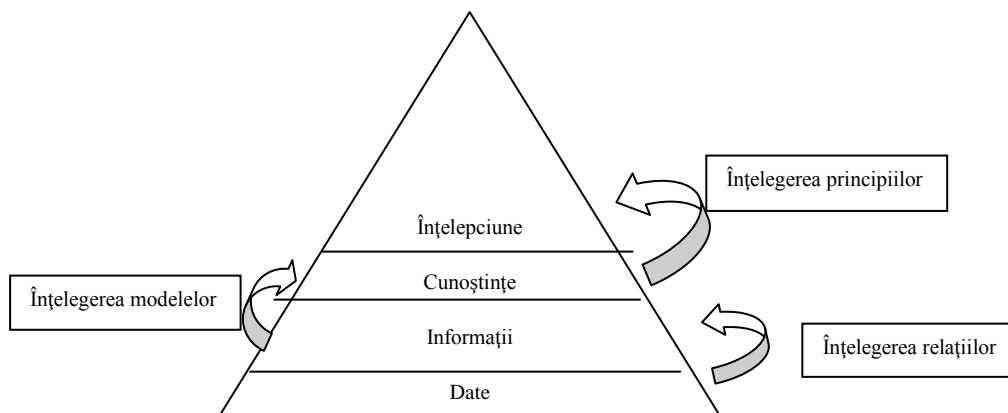


Fig.1 Piramida elementelor ce stau la baza managementului bazat pe cunoștințe și interdependența acestora

2. Factorii care impulsionează apariția și dezvoltarea managementului bazat pe cunoștințe

Există o mulțime de factori care argumentează necesitatea managementului bazat pe cunoștințe, mai jos va fi prezentată schema privind tratarea care abordează această necesitate în viziunea pieței (fig.2):

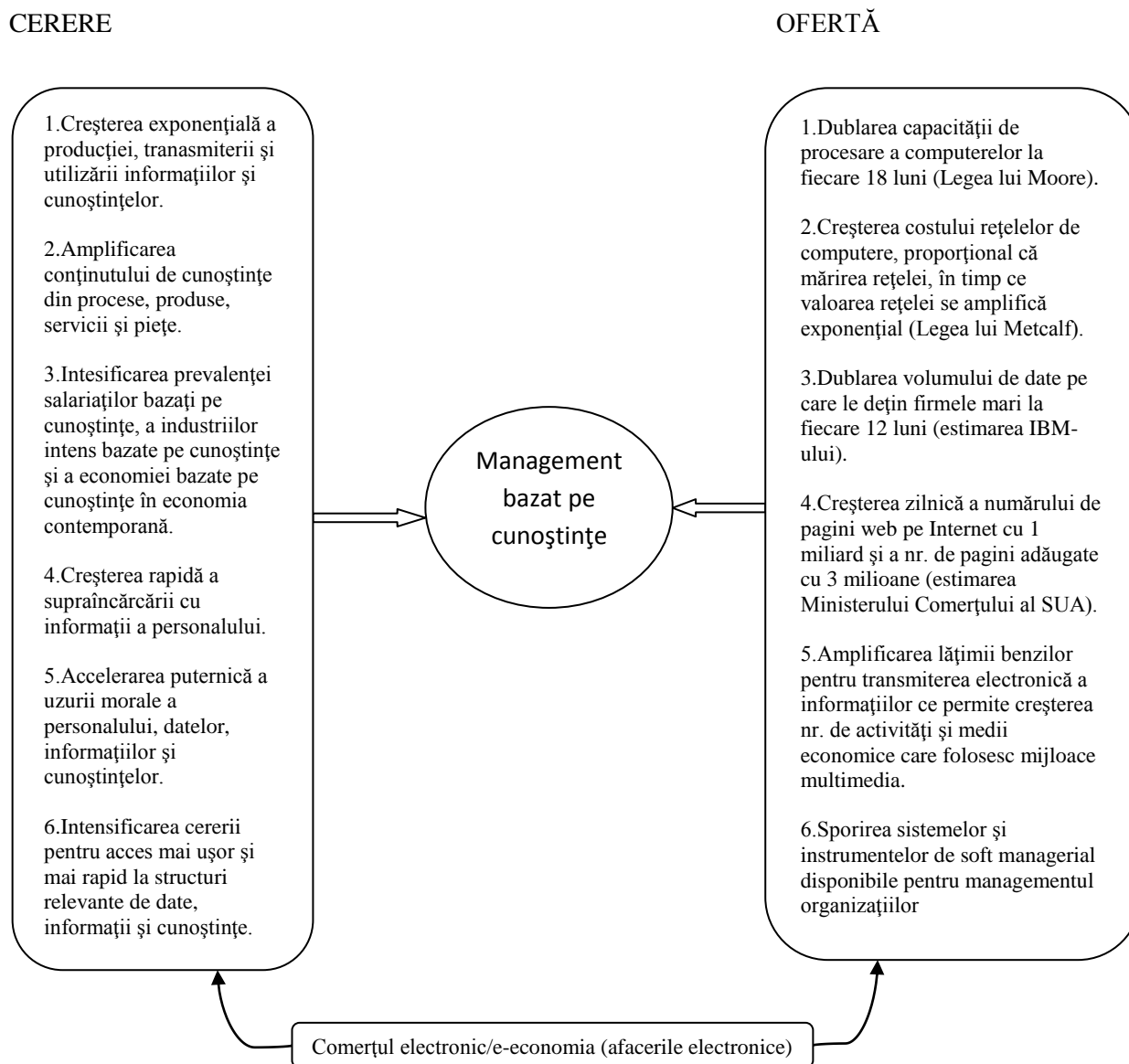


Fig.2 Forțele care impulsionează managementul bazat pe cunoștințe

Totodată mai trebuie de luat în considerare și factorul uman ce are un rol decisiv în conturarea managementului bazat pe cunoștințe, deci trebuie de accentuate și următoarele elemente:

1. Perfecționarea puternică a învățământului, în special prin folosirea metodelor active de pregătire și tehnicii informaționale, ceea ce determină apariția de absolvenți posesori cu un volum mai mare de cunoștințe moderne.
2. Creșterea nivelului de informare, pregătire generală și de specialitate a populației, ca urmare a proliferării învățării continue și a mijloacelor de mass-media.

3. Modificarea parțială a culturii populației mai ales în țările dezvoltate, în sensul creșterii receptivității față de nou, ceea ce favorizează producerea, transmiterea și utilizarea noilor cunoștințe.
4. Proliferarea abordărilor, metodelor, tehnicilor etc. inovaționale în organizații, cu efecte pozitive în capacitatea inovațională a salariaților din cadrul lor, ceea ce determină un potențial superior de generare de noi cunoștințe.

3. Știința managementului bazat pe cunoștințe

Managementul cunoștințelor reprezintă un tip sistematic de management. Acesta este un proces de acumulare, utilizare și reutilizare a informațiilor, cunoștințelor explicite, experienței, și expertizei pentru dobândirea unui beneficiu special de afaceri, îndeplinirea unui țel, sau obiectiv care să sporească profitabilitatea și competitivitatea organizației.

Prin intermediul acestui proces, o organizație generează valoare pornind de la bunurile intelectuale și bazate pe cunoștințe. Managementul cunoștințelor este un bun catalizator pentru inovație și învățare.

Soluțiile de management al cunoștințelor au datoria de a umple golul dintre cunoștințele explicite și cele tacite. Aceste soluții pun în aplicare tehnologii de conținut care sprijină captarea și managementul informațiilor explicite, precum și tehnologii de colaborare care le permit indivizilor și comunităților să creeze, distribuie, și să facă publice informațiile pentru a întâmpina obiectivele specifice pentru afacere.

- Cunoștințele explicite, care constau în forme ale informației, expertizei, sau experienței care pot fi exprimate în detaliu, arhivate, codificate, și de natură durabilă, și pot fi distribuite cu ajutorul IT. Cunoștințele explicite pot lua forma unei baze de date, unui document, desen, formule, brevet, înregistrări video, sau prezentări.
- Cunoștințele tacite, sau știința intrinsecă, pricepera pe care o posedă un individ, reprezintă un sistem comun, neexprimat de valori, viziuni, scopuri, și comportamente care direcționează activitățile unei organizații. Cunoștințele tacite derivă din experiența acumulată. Principalul obstacol pentru majoritatea organizațiilor este identificarea acestui sistem de cunoștințe tacite.

Comparativ cu managementul clasic cel bazat pe cunoștințe acordă o pondere mult mai mare cunoștințelor - devenite materie primă esențială a organizației și evident și a managementului, trecând datele și informațiile în planul secund.

O altă deosebire de esență se referă la centrarea într-o măsură superioară perioadei precedente pe resurse umane. În plus, resursa umană a organizației este abordată prioritar din perspectiva tratării cunoștințelor, atât explicite cât și implicite.

4. Importanța managementului cunoștințelor

În climatul economic de astăzi, în care se pune foarte mare accent pe informație, organizațiile obțin cea mai mare valoare mai degrabă din bunurile lor intelectuale decât din cele de ordin fizic. Managementul cunoștințelor ajută la menținerea cunoștințelor care trebuie distribuite pentru punerea bazelor colaborării. În plus, managementul cunoștințelor ajută organizațiile în următoarele aspecte:

Susținerea inovației. Managementul cunoștințelor furnizează o infrastructură pentru rețelele electronice și sociale, astfel încât acestea să poată dezvolta noi produse sau servicii; acesta susține și furnizează accesul către sursele de idei, pentru ca acestea să poată fi transformate în capital.

Susținerea colaborării. Managementul cunoștințelor sporește oportunitățile de colaborare; acesta îmbogățește schimbul de cunoștințe tacite și explicite între oameni; și încurajează fluxul liber de idei.

Încurajarea și folosirea învățării. Managementul cunoștințelor facilitează și accelerează procesul de învățare; acesta creează pentru indivizi și grupuri posibilitățile de a pune în aplicare noi cunoștințe; el exploatează cunoștințele organizaționale și aduce cunoștințele potrivite la îndemâna oamenilor potriviți, într-

un context inteligibil care să explice noile provocări; el valorifică învățarea individuală prin recompensarea și specularea avantajului dobândit la nivelul întregii organizații.

Dezvoltarea capitalului social. Managementul cunoștințelor intensifică transferul de cunoștințe individuale în cadrul organizației; el sprijină schimbul în afara granițelor organizaționale, a timpului și spațiului; și pune la un loc oamenii care dețin necesarul de cunoștințe tacite și explicite cu oamenii care au nevoie de aceste cunoștințe pentru a-și desfășura munca.

Atragerea și menținerea capitalului uman. Managementul cunoștințelor sporește ratele de păstrare în funcție a angajaților prin recunoașterea valorii cunoștințelor fiecărui angajat și răsplătindu-l pentru acest bagaj de cunoștințe; captează și valorifică ceea ce cunosc oamenii – acel ‘știu să’ și ‘știu ce’; promovează dezvoltarea carierei.

Crearea și utilizarea capitalului structural. Managementul cunoștințelor transformă capitalul intelectual în capital structural; și direcționează gândirea strategică înspre capitalizarea cunoștințelor mai presus de concentrarea pe problemele legate de buget.

Crearea oportunității online. Managementul cunoștințelor furnizează o bază informațională înlesnită de domeniul IT în scopul de a le permite cetățenilor și clienților să acceseze informațiile și serviciile de care au nevoie; el stabilește o rețea de angajați bine instruiți care să poată crește valoarea pentru solicitările cetățenilor și clienților.

Creșterea productivității. Managementul cunoștințelor fluidizează operațiunile și reduce costurile, riscurile, curbele de învățare și timpii de inițializare prin eliminarea proceselor redundante sau neneesare; acesta contribuie la scopurile fundamentale/ pentru misiune.

Schimbul de bune practici/procese. Managementul cunoștințelor distribuie bunele practici în întreg cadrul organizației; acesta învață din eforturile eșuate; furnizează o platformă pentru inovația și reutilizarea cunoștințelor; stabilește punctele de referință pentru performanța internă și externă a indivizilor și echipelor; și îi ajută pe angajații noi să se familiarizeze mai repede cu cultura organizației.

Furnizarea de autoritate de conducere și capacitate decizională. Managementul cunoștințelor furnizează informațiile potrivite într-un context care susține luarea deciziilor.

Sporirea satisfacției clienților. Managementul cunoștințelor îmbunătățește serviciile pentru clienți prin fluidizarea timpilor de răspuns; acesta se concentrează asupra cunoștințelor nevoilor clienților în vederea antrenării eforturilor unei organizații; și îmbunătățește experiențele și rezultatele clienților în ceea ce privește serviciile care le sunt puse la dispoziție.

Stabilirea unei diferențieri între avantajul competitiv și piața de afaceri. Managementul cunoștințelor ajută în asigurarea superiorității cunoștințelor; atunci când ia forma unei propuneri de afaceri, produse sau servicii, acesta modifică propunerea de valorificare de la furnizarea de bunuri și servicii la furnizarea de cunoștințe și expertiză pentru aceste bunuri și servicii; și concentrează rațiunea colectivă organizațională pe nevoile clienților pentru a întâmpina scopurile pentru afacere /misiune.

Bibliografie:

1. Ovidiu Nicolescu, Ciprian Nicolescu , *Organizația și managementul bazate pe cunoștințe*, Editura Pro Universitaria, București 2011, 644 pag.;
2. Conf.dr. Mihaela Muntean, conf.dr. Doina Danaiata, asist. Camelia Margea, *Managementul cunoștințelor în societatea bazată pe cunoaștere*, Universitatea de Vest din Timișoara, Revista Informatica Economică, nr. 2 (18)/2001, pag. 13;
3. <http://unpan1.un.org/>