

УДК 004.822 +005 + 658.5.011

О.Н. Гуца, А.Е. Ель Мутахид

Харьковский национальный университет радиоэлектроники, Харьков

РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА И ПРОГРАММ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ В ФАРМАЦИИ

В данной статье рассматривается значение интеллектуального капитала и программ управления знаниями, которые являются наиболее эффективными инструментами управления организациями и повышения их конкурентоспособности. С увеличением количества пользователей Интернета, доступности социальных сетей данные инструменты приобретают ещё больший вес и значимость в работе организаций. Также в статье анализируются пути повышения эффективности работы фармацевтических предприятий на основе развития интеллектуального капитала и программ управления знаниями на примерах подобного опыта некоторых фармацевтических компаний.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, управление знаниями, фармацевция.

Постановка проблемы

Общество XXI века – это общество знаний и их роль в развитии человечества неопределима. В необратимом развитии научного знания, ещё В.И. Вернадский в своём учении о ноосфере [1], видел единственное доказательство существования прогресса.

В современных условиях роль знаний только возрастает, что подтверждает передовой опыт многих, в том числе и международных компаний, которые в своей практике используют такой вид менеджмента как управление знаниями или европейский аналог – knowledge management.

Понятие «управление знаниями» возникло около 30 лет назад, хотя предпосылки его возникновения были и в середине XX века. Ведь именно в это время начинают формироваться основные представления о постиндустриальном обществе и новом типе работников – работников знаний. Одним из факторов, побудивших крупные корпорации обратить внимание на данные тенденции, оказались проблемы обработки информации, которые уже к середине 90-х годов приобрели особую остроту, став критическими.

Менеджмент знаний – это новое направление управленческой деятельности организации, которое базируется на ключевых аспектах её работы: маркетинге, производстве, инжиниринге, бенчмаркинге, менеджменте качества и управлении персоналом. Кроме того, менеджмент знаний является одним из прогрессивных методов распространения профессионального передового опыта и знаний среди сотрудников.

Акцент ставится на протекания процессов познавательной деятельности внутри организации и, в меньшей степени, на содержании и запасе знаний. Интеграция знаний позволяет решать новые задачи, опираясь на предварительно накопленный опыт, избегая повторения ошибок.

Управление знаниями в условиях современной экономики – задача жизненно важная. Сегодня эффективность производства во многом зависит от скорости и качества обработки знаний, накопленных и зафиксированных специалистами компании. Ведь знание, которое не используется и не возрастает – устаревает и становится бесполезным, в свою очередь, знание, которое распространяется, приобретается и обменивается, наоборот, генерирует новое знание.

Многие современные компании, которые достигли успеха и завоевали значительный процент рынка, уже признали тот факт, что именно знания, умения ими правильно пользоваться и производить новое знания – это секрет их успеха.

На этот счёт однажды директор корпорации Hewlett-Packard Лью Плата сказал следующее: «Если бы только компания HP знала, что именно она знает, то мы бы были в три раза удачливее».

Следующий пример понимания важности развития собственного интеллектуального капитала и программ управления знаниями в фармацевции, благодаря которым достигается более высокая динамичность инноваций, продемонстрировал фармацевтический гигант Roche Holding, который по исследованиям «Глобальные Лидеры Инноваций» от Booz & Company [2] стал лидером по уровню инвестиций в инновации в 2010 году, вложив в научные разработки около 9,1 млрд. долл., что значительно больше размеров подобных инвестиций в Украине в целом.

В работе [3] признанные лидеры в области управления знаниями Т. Кулопулос и К. Фраппаоло писали, что управление знаниями позволяет активизировать использование наиболее ценные активы компании: идей, таланта и опыта всего коллектива. Без концентрации внимания на этих аспектах невозможно урегулировать проблемы и воспользоваться возможностями, которые несёт с собой новая бизнес-среда.

Накопление и управление знаниями как часть функций современного менеджмента во многом определяет формирование систем управления как таковых, что описано в работе [4].

Подобные тенденции и трансформации особенно внимательно следует учитывать, когда речь идёт об отрасли фармации, прогресс в которой, зачастую, зависит от длительных исследований и клинических испытаний. В условиях, когда исследования являются итерационными, формирование, например, баз знаний, в которых можно фиксировать опыт, промежуточные результаты, полученные на различных этапах исследований с учётом особенностей их протекания, значительно повышает эффективность и скорость исследований, что, в конечном итоге, определяет и экономические выгоды для субъектов фармации.

В настоящее время в условиях рыночной экономики всевозможные торговые и производственные фармацевтические предприятия, заводы и фабрики остро нуждаются в оперативном получении информации, её обработке и использовании результатов анализа, или так называемого «intelligence», т.е. некоторых знаний, полученных в процессе своей деятельности.

Отсутствие целостной концепции по решению проблемы развития интеллектуального капитала и программ управления знаниями стала существенной причиной слишком низкой результативности управленческих решений и действий в украинском бизнесе в условиях становления рыночных отношений, а особенно в сложных кризисных условиях.

Помимо видимых потрясений и обесценивания, есть невидимая сторона потерь – это изменения, которые происходят с нематериальными активами компаний, их интеллектуальным капиталом, а особенно это ощутимо в научно- и интеллектуальноёмком бизнесе или производстве, к которому можно отнести отрасль фармации. Изменения в интеллектуальном капитале ведут к изменению движущих сил, которые поддерживают производительность предприятий, возможностей формировать новое интеллектуальное пространство, основанное на новейших передовых технологиях. Интеллектуальный капитал и программы по управлению знаниями становятся движущей силой перемен и прогресса, что особенно актуально в период спада производства (рецессии) и роста безработицы и инфляции (стагнации), когда необходимо сокращать штат сотрудников, являющихся носителями профессиональных знаний, интеллектуального капитала и инсайдерской информации субъекта хозяйствования.

Разработка полноценной системы управления информационными потоками и знаниями в частности, для фармацевтических предприятий представляет собой ключевой шаг к выводу производства на

новый качественный уровень международных стандартов, что чрезвычайно важно и актуально для украинской фармацевтической отрасли, реформирование которой в Украине только начинается.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам теории интеллектуального капитала и управления знаниями посвящены труды многих зарубежных и отечественных исследователей, среди которых можно выделить следующих авторов: П. Друкер, Д. Энгельбарт, И. Нонака, А. Гапоненко, Б. Леонтьев, Е. Козлова, Л. Точилов, Д. Кудрявцев, Т. Гаврилова, Л. Григорьев и др.

Среди авторов, в трудах которых описаны практические аспекты использования технологий менеджмента знаний, можно выделить Б. Гейтса, Д. Скирма, Р. Уотермена, Г. Хэмела, Э. Хиппеля, Г. Чесбро, Т. Гросфелда, С. Прахалада, А. Дубовика, М. Бочарову, М. Проскурню и др.

Формулирование цели статьи. С учётом изложенного, можно сделать вывод, что одной из актуальных практических задач современной фармации является разработка инструментов и механизмов повышения эффективности работы фармацевтических предприятий на основе развития их интеллектуального капитала и программ управления знаниями.

В связи с этим целью статьи является анализ роли интеллектуального капитала и программ управления знаниями в повышении эффективности работы субъектов фармации.

Изложение основного материала

Менеджмент знаний позволяет управлять знаниями и является одной из основных концепций управления, влияющих на современные тенденции совершенствования и реинжиниринга различных процессов.

Современные информационные технологии сегодня становятся неотделимым элементом управления, анализа и распространения опыта в различных областях деятельности человека. Особенно они важны в интеллектуальноёмких сферах, где преобладает работа с большими объёмами информации, сложными техническими устройствами её сбора и анализа, а также сложными технологиями. В этой связи накопление опыта и статистической информации с последующим их анализом, систематизацией, моделированием и созданием условий быстрого доступа к структурированной и упорядоченной информации, а также знаниям в данной сфере деятельности, является залогом успешного решения поставленных задач, а в случае с отраслью фармации зачастую и фактором спасения человеческих жизней.

Осознание этих простых истин привело, например, к тому, что многие компании стали поощрять свободный обмен корпоративными знаниями

ми, создавая для этого специальные порталы и внутрикорпоративные сети.

Так, швейцарская фармацевтическая компания Hoffmann-LaRoche [5], которая одной из первых среди международных фармацевтических компаний внедрила корпоративный информационный портал в 1993–1994 годах. Основываясь на корпоративной инициативе по управлению знаниями, в компании были разработаны процедуры утверждения новых лекарственных средств государственными и международными инстанциями. Эта практика получила название – «Программа удачного первого раза» (Right first time programme, RFTP). В результате внедрения этих процедур целый ряд новых продуктов компании был выведен на рынок существенно ранее обычного срока. Каждый сэкономленный день позволил компании сохранить порядка 1 млн. дол. и получить дополнительную прибыль. По сути, с помощью подобных инструментов по управлению знаниями, осуществляется системный анализ декларативных знаний и формирование процедурных знаний.

Благодаря подобным инициативам можно повысить и эффективность работы сотрудников. Например, на внутрикорпоративном портале можно фиксировать полезный опыт и информацию о каких-либо проектах, исследованиях, которые проводились в компании. Благодаря такой практике можно значительно снизить время и затраты на поиск нужной информации или опыта тех сотрудников, которые уже работали по данному направлению и зафиксировали определённые знания. Данная практика сегодня реализуется и миллионами пользователей Интернета, которые при возникновении вопроса «Что делать?», в-первую очередь, обращаются к поисковым системам, чтобы узнать, кто и как решал данную проблему.

Функционирование подобных корпоративных порталов, являющихся центрами накопления передового опыта, значительно ускоряет эволюционный процесс формирования метазнания, способствуя развитию интеллектуального капитала компаний и вместе с ним саморазвивающейся системы знаний.

Использование менеджмента знаний носит стратегический характер. Его развитие и внедрение в рамках функционирования организации создаёт уникальную культуру, способствует систематизации информации и обеспечению единого процесса ведения бизнеса.

Менеджмент знаний выступает в роли катализатора инноваций и творческого подхода в деятельности компании.

Создание эффективных корпоративных систем менеджмента знаний способствует сохранению знаний внутри организации и обеспечению доступа к ним в любое время. Открытость подобных систем к

обновлению даёт возможность каждому пользователю внести собственный опыт, интересные идеи, поднять вопрос на рассмотрение или почерпнуть недостающие знания. При этом сокращается время поиска необходимой информации и время принятия решений при повышении их качества.

Однако в процессе постановки системы менеджмента знаний, многие украинские компании сталкиваются с рядом трудностей. Основным препятствием при внедрении менеджмента знаний в украинских условиях являются низкий уровень развития корпоративной культуры украинских организаций и недостаточно высокий уровень использования информационных технологий. Кроме этого, на сегодняшний день степень осведомлённости украинского менеджмента об управлении знаниями минимальна. Однако в последнее время все больше консалтинговых компаний в Украине предлагают тренинги [6] для персонала в области технологий менеджмента знаний, а в научных изданиях все чаще появляются статьи, посвящённые этой тематике, что указывает на растущий интерес к данной технологии.

При более детальном рассмотрении фармацевтической отрасли необходимо отметить, что представленные в ней многие современные предприятия и компании зачастую имеют разветвлённую сеть филиалов, представительств и отделений, в том числе и международных. В таких условиях оперативное распространение передового опыта и технологий между структурными единицами фармакологических предприятий значительно усложняется без использования технологий менеджмента знаний.

Удачным примером решения такой проблемы можно назвать опыт крупнейшей американской компании Johnson&Johnson [7], выпускающей косметические и санитарно-гигиенические товары и имеющей децентрализованную структуру в 50 странах.

По инициативе компании были созданы практические сообщества для разных продуктовых направлений, что позволило сотрудникам, разделённым большими расстояниями, сформировать единую терминологию для эффективного обмена знаниями, добиться высокой степени взаимного доверия и объединить усилия при работе над проектами.

Правильно поставленная система накопления, систематизации и распространения знаний в фармацевтической отрасли способна сэкономить немалые денежные ресурсы, которые можно использовать по назначению, а также ускорить развитие отрасли в целом.

Все вышесказанное представляет по своей сути определённую технологию, на основе которой можно составлять своеобразную технологическую до-

рожную карту научного поиска, иллюстрирующую методично целесообразную последовательность описания результатов научно-прикладных исследований компании.

С помощью менеджмента знаний в фармации можно уменьшать и риск возникновения брака при производстве лекарственных средств, возникающего в результате ошибок, допущенных персоналом. В фармации это очень важный аспект, т.к. малейшее нарушение технологии изготавливаемой продукции может привести к трагическим последствиям.

Многие инновационные компании давно признали ценность знаний в процессе улучшения своих продуктов и обслуживания клиентов. В связи с чем, значительно вырос уровень интереса к комплексному управлению качеством (Total Quality Management), реинжинирингу бизнес-процессов (Business Process Reengineering), и аналогичным инициативам, которые уже помогли многим компаниям повысить эффективность своей работы.

Выводы

Основываясь на изложенном материале и идеи о том, что знания становятся решающим фактором в современной экономике, а управление знаниями – одной из наиболее часто используемых систем стратегического управления, особенно в компаниях с высокотехнологическим производством, можно сделать вывод, что интерес к технологиям менеджмента знаний будет только возрастать.

Использование этих технологий современными фармацевтическими компаниями, которые ощутили положительный эффект повышения качества знаний своих сотрудников и в связи с этим рост числа ин-

новационных решений, улучшение показателей ключевых бизнес-процессов и ряда других аспектов их деятельности, несомненно, будет способствовать развитию технологий менеджмента знаний в фармации, а опыт их применения станет более необходимым.

Список литературы

1. Вернадский, В.И. *Научная мысль как планетное явление [Текст] / В.И. Владимир – М.: Наука, 1991. – 271с.*
2. *Официальный сайт компании Booz & Company [Электронный ресурс] – Режим доступа: \www/ URL: http://www.booz.com – 25.12.2012 г. – Загл. с экрана.*
3. Коулопоулос Томас М, Карл Фрапполо. *Управление знаниями / Т. Коулопоулос. – Издательство: Эксмо. – 2008. – 120 с.*
4. Гапоненко, А.Л. *Управление знаниями [Текст] / Гапоненко, А.Л. – М.: ИПК Госслужбы, 2001.*
5. *Официальный сайт компании Hoffmann-LaRoche [Электронный ресурс] – Режим доступа: \www/ URL: http://www.roche.com/index-bio.htm – 25.12.2012 г. – Загл. с экрана.*
6. *Официальный сайт «Общество аналитиков и профессионалов конкурентной разведки» [Электронный ресурс] – Режим доступа: \www/ URL: http://www.scip.org.ua/2010/02/25/услуги – 23.12.2012 г. – Загл. с экрана.*
7. *Официальный сайт компании Jhonson&Jhonson [Электронный ресурс] – Режим доступа: \www/ URL: http://www.jnj.com/connect/ – 23.12.2012 г. – Загл. с экрана.*

Поступила в редколлегию 28.12.2012

Рецензент: д-р техн. наук, проф. В.Н. Гуринов, Харьковский национальный университет радиоэлектроники, Харьков.

РОЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ТА ПРОГРАМ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В ФАРМАЦІЇ

О.М. Гуца, А.Є. Єль Мутахід

У даній статті розглядається значення інтелектуального капіталу та програм управління знаннями, які є найбільш ефективними інструментами управління організаціями та підвищення їх конкурентоспроможності. Зі збільшенням числа користувачів Інтернет, доступності соціальних мереж дані інструменти набувають ще більшої ваги та значення в роботі організацій. Також в статті аналізуються шляхи підвищення ефективності роботи фармацевтичних підприємств на основі розвитку інтелектуального капіталу та програм управління знаннями на прикладах подібного досвіду деяких фармацевтичних компаній.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, управління знаннями, фармація.

ROLE OF INTELLECTUAL CAPITAL AND KNOWLEDGE MANAGEMENT PROGRAMS IN PHARMACY

O. Gutsa, A. El Moutahid

In this article discusses the importance of intellectual capital and knowledge management programs, which are the most effective tools for the management of organizations and improve their competitiveness. As the number of Internet users, access to social networks, these instruments become even more weight and importance in the organization. Also in the article explores ways to improve the efficiency of pharmaceutical companies in the development of intellectual capital and knowledge management program, with examples like the experience of some pharmaceutical companies.

Keywords: intellectual capital, knowledge management, pharmacy.