

**А. Аверьянова**

### МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНИЙ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ГИПЕРТУРБУЛЕНТНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Менеджмент знаний (Knowledge Management, или КМ) – относительно новое понятие, зародившееся в 1986 г., поэтому существует множество подходов к определению сущности этого явления, относящихся к различным сферам и направлениям научной и практической управленческой деятельности. С точки зрения управленческой деятельности – это централизованный комплексный подход к созданию, упорядочиванию, доступу и использованию интеллектуальных активов компании. С точки зрения технологии, менеджмент знаний представляет собой процесс, посредством которого простая информация превращается в применяемые знания, которые можно использовать в любое время и без особых усилий при помощи набора разнообразных стратегий, средств и методов.

Менеджмент знаний И. Нонака определял как перевоплощение накопленного личного опыта в опыт компании. В условиях сложной, подвижной, неопределенной внешней среды его применение является одним из ключевых факторов успеха компаний независимо от сферы деятельности. Выделяют два подхода к управлению знаниями: подход первого и второго поколения. Подход первого поколения – ценные знания в организации уже существуют, и все, что требуется сделать, – это должным образом зафиксировать их, закодировать и распространить. Целью является не совершенствование процесса производства знания, а лишь его использование в практической деятельности. Подход второго поколения – знания не существуют в готовом виде, они производятся в процессе обработки знаний. Использование знаний в бизнес-процессах проверяет знания и выявляет новые проблемы, формируя спрос на новые знания и его удовлетворение.

Система менеджмента знаний за рубежом опирается на сознательно сформированную стратегию, которая направлена на развитие следующих базовых элементов и процессов: сбор знаний (методы и процессы для выявления и фиксирования как явных, так и негласных знаний); передача знаний: консолидация множества источников в различных формах; сохранение знаний: сохранение корпоративных знаний, особенно в периоды кадрового или организационного изменения; управление контентом (эффективное управление и поддержание корпоративной базы знаний); капитал знаний (политика измерения и развития фондов государственного и социального капитала правительства); подключение сообществ (выявление, продвижение и поддержка сообщества, основанного на знаниях); культура знаний (разработка и внедрение необходимых культурных изменений в бизнес-

среде); партнерство в области знаний (выявление, поощрение и поддержка партнерских отношений между менеджерами высшего звена и ключевыми партнерами, включая местные органы власти); бенчмаркинг (сопоставление собственных накопленных знаний, а также практики знаний с компаниями-конкурентами на национальном и международном уровнях).

## **В. Амелянович**

### **ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕМЕСЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ**

Ремесленные предприятия существуют во всем мире и являются существенным элементом национальных хозяйственных систем, обеспечивая увеличение объемов производства, диверсификацию и рост экспорта, создание дополнительных рабочих мест. Вопросы развития ремесленной сферы находят отражение в государственных программах, программах занятости населения и социального развития. Годовые темпы роста отраслевого рынка, в начале 2000-х гг. составлявшие 5,1 %, в настоящее время возросли более чем в 2 раза – до 12 % в год. В десятку крупнейших рынков, лидирующих по объемам продаж ремесленной продукции, входят такие страны, как США, Германия, Великобритания, Япония, Франция, Канада, формирующие более 77 % мирового импорта продукции ремесел. Ремесло, таким образом, уже не воспринимается как архаичная дорыночная форма хозяйственной деятельности, утратившая роль значимой или основной формы организации производства, а важный элемент рыночной экономики с индустриальной и постиндустриальной отраслевой структурой.

За рубежом ремесленную деятельность рассматривают как разновидность малого предпринимательства, а также как самостоятельный тип хозяйственной деятельности в рамках неформального сектора экономики. В Беларуси под ремесленной деятельностью понимается не являющаяся предпринимательской деятельностью физических лиц по изготовлению и реализации товаров, выполнению работ, оказанию услуг с применением ручного труда и инструмента, осуществляемая самостоятельно без привлечения иных физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам. Ремесленная деятельность в Республике Беларусь существовала и до обретения независимости, но с 1991 по 2017 год она не выделялась как самостоятельная позиция в статистике и перестала относиться к малому предпринимательству лишь с вступлением в силу Указа № 364 от 09.10.2017.

Интерес физических лиц к ремесленной деятельности активизировался за счет упрощения процедуры взимания и снижения величины налогового сбора (24,5 руб в год). В результате этих мер сформировалась выраженная тенденция к активизации ремесленников: если в 2016 г. в Беларуси было зарегистрировано более 4 100 физических лиц, осуществляющих ремесленную деятельность, то в 2017 г. их число возросло до 6 700 (субъектов малого