

с широкой кооперацией и специализацией трех стран, создавших единое экономическое пространство».

Третья идея – стандартная для рыночной экономики: «Для персонифицированного собственника существует минимальная норма прибыли (рентабельность инвестиций), способная обеспечить нормальную прибыль и тем самым привлечь инвестиции и предпринимательские способности в бизнес. Разность между фактической и нормальной прибылью (сверхприбыль) делится между собственником и работниками. Она обеспечивает дополнительные материальные стимулы для персонала предприятия».

Четвертая идея: сверхприбыль по своей природе и величине существенно отличается на прединвестиционной, инвестиционной, эксплуатационной стадиях бизнеса. Соответственно, необходимо планирование средств, направляемых на материальное поощрение с дифференциацией, обеспечивающей Парето-эффективность руководителей, специалистов, рядовых работников и инвестора.

Пятая идея: сверхприбыль бизнеса создает синергетический эффект работы. В любом коллективе есть люди, занимающие высокие и незначительные должности, представляющие для компании большую ценность. Это неформальные лидеры, или «генераторы идей». Им надо платить больше, чем остальным, принимая во внимание их действительную ценность.

Учитывая уникальное географическое и геополитическое положение, Беларусь может стать полигоном для проверки и освоения технологий развитых стран. Для этого необходим грамотный подход к материальной мотивации работников предприятия.

УДК 65.0; 005.94

### **Intranet в системе управления знаниями**

Ковалёв А.В.

Белорусский национальный технический университет

Управление знаниями в организации в условиях перехода к «экономике знаний» превращается в одно из наиболее важных направлений организационного менеджмента, которое может стать источником долгосрочного конкурентного преимущества. Управление знаниями представляет собой распространение данных, информации и опыта в среде связанных между собой людей или групп, ведущее к взаимному обогащению идеями, решениями и т.д. Идеалом современной организации выступает научающаяся организация, одним из признаков которой является производство новых знаний и решений.

Управление знаниями осуществляется через существующую у компаний инфраструктуру, развитие которой выступает необходимым условием для эффективного использования запаса знаний. Одной из технологий системы управления знаниями является внутренний корпоративный интернет-портал, или Intranet.

Концептуально внутренний портал включает внешние и корпоративные информационные системы, хранилища данных (в последнее десятилетие трансформирующиеся в систему «корпоративной памяти»), инструменты взаимодействия сотрудников и групп сотрудников. В целях облегчения доступа к общей системе на порталах организуется «карта знаний», представляющая собой ответы на вопросы что-, где- и кто-знания в визуальной форме, обеспечивая тем самым ясность, наглядность и доступность.

Карта знаний – удобный навигационный инструмент для поиска источников знаний (людей или документов), изучения потоков знаний и понимания границ знания организации. Не менее важным представляется и такой элемент портала, как организация совместной работы групп. Для данного направления используются программные продукты, поддерживающие коммуникации (чат, голосовая связь, видеоконференции) и продукты, предоставляющие единую виртуальную рабочую среду (совместная работа с документами – аналог google docs, рабочие доски, совместный календарь, совместные разработки отчетов и планов).

Формированию корпоративной культуры с низкой удаленностью власти способствует такая форма, как совместное обсуждение-планирование корпоративных мероприятий, доступ к персональным профилям сотрудников с описанием как профессиональных компетенций, так и личных интересов.

Использование внутренних порталов рядом белорусских бизнес-организаций показала эффективность такой формы управления знаниями.