Kilka refleksji o zarządzaniu wiedzą

Posługując się analogią cyklu życia można sądzić, że zainteresowanie wiedzą okres wzrostu ma już za sobą. Zarządzanie wiedzą aktualnie jest jednak nadal bardzo popularną koncepcją. Świadczy o tym fakt, iż jest przedmiotem zainteresowania na gruncie różnych obszarów: od informatyki, zarządzania do, w szczególności, zarządzania kadrami i zarządzania strategicznego. Jako specyficzne podejście do problematyki zarządzania zarządzanie wiedzą koncentruje się na podstawowym zasobie niematerialnym jakim jest wiedza, traktując ten zasób jako rodzaj aktywów strategicznych. Popularność tej koncepcja skłania do prowadzenia ciągłej eksploracji badań w tym obszarze.

Powszechny jest pogląd mówiący o tym, że wartość wiedzy wzrasta wraz ze wzrostem intensywności jej wykorzystania. Ten wzrost intensywności może nastąpić wyłącznie wówczas, gdy wiedza jest dostępna maksymalnie szerokiemu gronu współpracowników

Studia dotychczasowych badań z zakresu zarządzania wiedzą skłaniają do twierdzenia, że największym problemem dla skutecznego wykorzystania wiedzy wydaje się być dyfuzja wiedzy często utożsamiana z dzieleniem się wiedzą. Dyfuzja rozumiana jest jako samorzutne rozpraszanie się wiedzy w organizacji. Autorzy zajmujący się problematyką procesów związanych z wiedzą używają takich sformułowań jak: dzielenie się wiedzą, rozpowszechnianie wiedzy, podział wiedzy i podobne. Tutaj konsekwentnie używana będzie kategoria dyfuzji wiedzy, która zawiera w sobie zarówno dzielenie się jak i rozpowszechnianie wiedzy.

Można pokusić się o stwierdzenie, że zarządzanie wiedzą jest w dotychczasowym wydaniu tylko ogólną kategorią określającą właśnie dyfuzję wiedzy. Mimo, że badania procesów związanych z wiedzą to przede wszystkim problemy identyfikacji tych procesów to poczynione obserwacje oraz wyniki badań prowadzonych na całym świecie, pozwalają postawić tezę mówiącą o tym, że procesy dyfuzji wiedzy ograniczone są barierami między grupami społecznymi w organizacji. Z badań tych wynika, że procesy dyfuzji wiedzy najintensywniej zachodzą w obrębie jednorodnych grup społecznych w organizacji. Można zatem sądzić, że przynależność do określonej grupy społecznej w organizacji powoduje tworzenie się swoistego rodzaju więzi informacyjnej ukierunkowanej wyłącznie na procesy dyfuzji zachodzące wewnątrz tej grupy. Powoduje to w konsekwencji tworzenie się barier dyfuzji wiedzy.

Wiedza organizacji tworzona jest, między innymi, przez uczestników tej organizacji, którzy zasoby własnej wiedzy udostępniają i przekształcają w zasoby wiedzy dostępne i pozostające w dyspozycji organizacji.

Sprzyjać temu może chociażby idea wewnętrznego rynku wiedzy wywodząca się z dorobku ekonomii, która jest alternatywą tworzenia warunków do dzielenia się wiedzą. Zarządzanie wewnętrznym rynkiem wiedzy to identyfikowanie obecnego stanu wiedzy, z punktu widzenia jej rodzajów. To także identyfikowanie pożądanego stanu wiedzy w przekroju jej rodzajów. Konwencjonalnie rzecz ujmując to identyfikowanie rozbieżności czy po prostu luk, które występują w różnych przekrojach wiedzy. Ostatecznie to kształtowanie takich rozwiązań organizacyjnych, które potencjalnie doprowadzą organizację do stanu pożądanego.

We współczesnym świecie relacje między organizacją, a jednostką przyjmują szczególny charakter. Charakter ten kształtowany jest poprzez nowe warunki funkcjonowania. Umiejętności pracowników, wiedza i sposoby działania nie pozostają w wyłącznej dyspozycji przedsiębiorstwa, zwiększona jest mobilność umiejętności i wiedzy, funkcjonuje wtórny rynek kadr. W takich warunkach organizacja musi liczyć się z faktem, że zainwestowane w pracowników środki, nie zawsze pozwolą na czerpanie wszystkich korzyści. Z jednej strony wysoki poziom mobilności pracowników, zaś z drugiej bariery dzielenia się wiedzą potencjalnie kształtują dysfunkcjonalność czerpania korzyści z wiedzy przez organizację. Z tego względu w procesach formułowania i realizacji strategii organizacji konieczne jest uwzględnianie kwestii zasobów wiedzy.

\*\*\*

Wdrażanie i stosowanie koncepcji zarządzania wiedzą jest wartościowym rozwiązaniem, które sprzyjać może w szczególności aktywizacji osób z grupy 50+, a umiejętności, wiedza, cechy i doświadczenie posiadane przez te osoby, otwierać może perspektywy do pełnienia przez te osoby kluczowych funkcji w organizacji.

Z jednej strony, zarządzanie wiedzą tworzy więc płaszczyznę aktywizowania osób w grupie wiekowej 50+, z drugiej strony, doświadczone osoby wspomagają funkcjonowanie i stymulują rozwój przedsiębiorstwa.

Aktywizacji zawodowej pracowników 50+ może w konsekwencji sprzyjać wykorzystywanie narzędzi zarządzania wiedzą. Uwzględniając, jak wskazują badania, że 42% wiedzy jest przechowywana w umysłach pracowników, nie do przecenienia jest wiedza posiadana przez osoby 50+. Z tego względu kreowanie mechanizmów przede wszystkim stymulujących dzielenie się doświadczeniami i umiejętnościami między pracownikami szczególnie z różnych grup wiekowych może być szczególną wartością dla przedsiębiorstwa.

Zatem z przekonaniem można wnosić, że systemowa koncepcja zarządzania wiedzą w organizacji tworzy także podwaliny aktywizacji osób z grupy wiekowej 50+ i efektywnego wykorzystania ich unikatowych cech, potencjału i doświadczenia.

*Ewa Stańczyk - Hugiet*