

2. Довгий А Ринок телекомунікацій //Нова політика – 2001 – № 3 – С. 56-57.
3. Кінах А. Ефективна конкурентна політика – основа розвитку цивілізованого підприємництва // Конкуренція. – 2004. – №2. – С.28-32.
4. Лозова Т. Вплив глобалізації на формування конкурентного середовища в Україні // Конкуренція. – 2003. – №1.-С. 25-28.

Annotation: *this publication is devoted to the problem of adjusting of activity of operators of telecommunication market by the certain certain system of factors.*

Key words: *telecommunications, competition, operators, competition relations, factors of the regulator influencing.*

УДК 331.108(045)

О.І. Бабчинська, к.е.н.,

Л.В. Бондарчук,

Т.Д. Мамчур *Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.*

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ

В статті розглядається основні необхідності створення стратегії управління знаннями. Сформовані основні умови для її створення. Видокремлені початкові необхідні етапи створення.

Ключові слова: *знання та інформація, стратегія управління знаннями, корпоративні знання.*

Сьогодні знання та інформація – "рульові" життя підприємства у більшій мірі ніж земля, капітал або труд. Зростаюча важливість знань є не просто ще одним чинником в процесі виробництва товарів: вона значно змінює правила гри. Здатність керувати інтелектом, який оснований на знаннях – важлива особливість сучасних менеджерів [5, с.147]. Знання та інформації постійно зростають і можуть виступити вагомими факторами, які зумовлюють конкурентоспроможність організації. Управління знаннями дозволяє трансформувати хаотичну інформацію у високоінтелектуальну матерію, яка дозволить розробити шляхи покращення виробництва, його ефективності, підвищення конкурентоспроможності продукції. На даному етапі розвитку суспільства надзвичайно актуальною є проблема: сучасний менеджер має ефективно організувати процес управління знаннями в умовах їх постійного збільшення та хаотичного розвитку.

Концепція управління знаннями з'явилась нещодавно, її основи викладені в роботах Майкла Ерла, професора інноваційного менеджменту з Лондонської школи, який виділив три основні школи управління знаннями, викрив відокремленість понять "знання" та "інформація". І.Нонака та Х.Такеучі в книзі "Компанія – создатель знания" описали основну чотирихфазну модель управління знаннями. Д.Ж.Скирме вважає, що управління знаннями – це чітко окреслене і систематичне управління важливими для організації знаннями та пов'язаними з ними процесами управління, збирання, організації, дифузії, застосування та експлуатації з метою досягнення цілей організації [3, с.48]. В останніх публікаціях вітчизняних вчених розкриваються особливості управління знаннями в сучасних умовах. У праці Н.Сичової велику увагу приділяється організації, яка самонавчається. А.Е.Воронкова та Р.Вечеровски розглядають проблему створення моделі управління знаннями підприємства, формують концепцію та принципи створення. Науковий співробітник МНУЦ інформаційних технологій та систем Т.Андрусенко обґрунтовує необхідність для підприємства стратегії управління знаннями та вигоди від неї.

Мета дослідження – виявити та проаналізувати основні аспекти створення та впровадження стратегії управління знаннями на підприємстві.

Процес управління знаннями необхідно підтримувати коли ми хочемо підтримати певну галузь, вид діяльності. Знання є основою інноваційної діяльності, вони мають цінність лише тоді, коли мають здатність накопичуватись, зберігатись, а в необхідний момент часу передаватись та використовуватись в певному напрямку. Якщо знання не використовувати – вони знецінюються. Існує далеко не один метод пошуку необхідної інформації, де предметом виступають як зареєстровані бази даних, так і ще невикористані можливості працівників. За оцінками американських вчених близько 40 % знань компанії зберігаються у мозку персоналу і не зафіксовані на матеріальних носіях. Підхід до використання знань викладені та обґрунтовані ще у працях Платона, Аристотеля та Рене Декарта в розрізі раціоналізму та емпіризму. Сьогодні більшість компаній використовують власні стратегії управління знаннями персоналу, адже кількість інформації, яку їм постійно доводиться обробляти, викликає низку труднощів.

Знання та механізм організаційної структури – це перетворена інформація в результаті тісної взаємодії усього колективу, сукупність досвіду та навичок кожного співробітника, що в кінцевому результаті створює потужну силу для підтримки високого рівня організації, її конкурентоспроможності, а також для швидкого та адекватного реагування на зовнішні чинники. В команді знання створюються

кожним робітником, службовцем, спеціалістом, керівником. Виконавці добре орієнтуються в повсякденних справах виконання, виробництва; вони безпосередньо прикладають свої знання та вміння для створення товару або послуги. Зазвичай ці люди просто виконують свою роботу і не виявляють потужної ініціативи в розвитку інноваційних процесів, хоча і володіють достатнім об'ємом необхідної інформації. Але навіть якщо у робітника і з'явиться ідея, він все одно відчуває складність у перетворенні отриманої інформації у належне знання та не завжди можуть довести корисність свого винаходу. З іншого боку їм постійно протистоїть вагома сила – така собі ідеологія. Це безпосередні керівники компанії, які управляють процесом створення знань на всіх рівнях підприємства, вирішують яким чином повинно розвиватись виробництво товару або надання послуг. Часто методом такого управління є "ходіння в народ" для найбільш повного дослідження сфери та впровадження інновацій. Проте досить часто ідейні здогадки та бажання керівної ланки не збігаються з можливостями. Для того, щоб впорядкувати ці непорозуміння та віднайти вірне рішення існують посередники – менеджери. Як підкреслює В. Баранчев "Він відіграє роль посередника між запаморочливими ідеалами керівництва та хаотичними переконаннями звичайних робітників. Створенням середньомасштабних ділових та виробничих концепцій вони створюють між тим "що є", і тим, що "має бути". Вони вимірюють реальність або організовують нове знання у зв'язку з потребою компанії." [2,с.53]. Отже, менеджери так званої середньої ланки, синтезують реформовані знання, яке формується на лавах виробництва та у головах керівництва. формують його та втілюють у нові технології.

Організація Р процесі створення організаційного знання не тільки безпосередньо приймає участь в створення та накопиченні індивідуального та колективного знання, але й забезпечує умови, необхідні для індивідуальної групової діяльності. Відповідно до концепції І.Нонака та Х.Такучі необхідні 5 умов для створення знань[2,с.55]:

- **Намір.** Необхідно показати співробітникам прагнення до поставленої мсти, що допоможе акумулювати, передавати та оновлювати свої знання;

- **Автономія.** Використовується принцип саморегуляції – суть само відтворення. Автономна команда може виконати набагато більше функцій, використовуючи перспективи окремих людей і переводити їх" на більш високий рівень;

- **Струс і творчий хаос.** Під час струсу та хаосу співробітники починають міняти звички, сталі схеми дій в організації, спрацьовує неординарне мислення, що дозволяє виявити нові резерви розумової діяльності;

- **Надлишок інформації.** Дуже вагому роль цей чинник відіграє на початку розробки концепції, коли необхідно віднайти певний образ. Надлишок інформації дозволяє самонавчатися. Проте варто зазначити, що передбачається достатність інформації, адже на думку багатьох вчених і практиків, надлишок – не даремно втрачений час. За підсумками ЮНЕСКО у 2002 році 74% європейських спеціалістів страждають на інфофобію, яка являє собою інформаційну виснаженість.

- **Різноманітність інформації.** Цей фактор відкриває перед працівниками багато можливостей, кожен з яких має забезпечувати належним доступом до необхідної інформації.

Питанням як організувати ефективно управління знаннями переймались досить багато вчених-практиків. Серед найбільш відомих моделей необхідно виділити "чотирьохфазну модель СЕКИ" І.Нонака; модель Майкла Ерла, в якій знання він поділяє на три категорії – прийняте, здійснене, потенційне; модель Е. Караяніса, що складається з матриці (2*2)в послідовних циклах знання. На увагу також заслуговують моделі Карла Віта, Лейфа Едвінсона, Девіза Сноудена, Ендрю Інкпена та Адва Дінура, Вана Бурена та інших.

Існує багато різноманітних способів та прийомів документів, які відображають шляхи використання управління знаннями відповідно до основних цілей. Проте для їх ефективного здійснення необхідно пройти декілька етапів:

- **Визначити цілі організації.** На цьому етапі слід обговорити з провідними спеціалістами напрямки використання стратегії управління, переваги її введення, визначити напрямки діяльності усіх відділів та шляхи удосконалення їхньої роботи.

- **Провести аудит знань.** Він допоможе конкретизувати потреби підприємства, визначити сильні та слабкі сторони в організації руху знань, ризик втрати знань, а також шляхи підвищення управління.

- **Обговорення аспектів, пов'язаних з людьми, процесами та технологіями.** Потрібно виділити декілька ключових принципів, за якими одразу потрібно виконати перетворення та поступово переходити до виконання довгострокових цілей. Необхідно не лише правильно створити стратегію, але і у відповідно донести її до виконавців. Дін Роденбург, директор корпоративних комунікацій компанії Наітагк, підкреслює, що в багатьох питаннях розробники не усвідомлені про бізнес-оточення підприємства. Будь-яка чудова стратегія може провалитися, якщо люди не зрозуміють, чому відбуваються зміни і які це може дати результати [1, с.12].

- **Розробка та реалізація попереднього проекту.** Під час дію цього проекту відслідковується механізм дії, проводиться аналіз над помилками та вносяться зміни до основного проекту.

Отже, в сучасному світі більшість організацій просто потребують введення стратегії управління знаннями, яка виконує функцію каталізатора процесу взаємодії знаннями, допомагає швидко та ефективно приймати управлінські рішення в умовах жорсткої конкуренції. Для виконання цих функцій необхідно створити умови для реалізації відповідної стратегії, розробити основні напрямки та положення, провести моніторинг бізнес-середовища та визначити відповідні особливості. Недостатньо лише втілювати стратегію управління в життя, для її ефективного використання необхідно трансформувати положення під особливості організації на основі проведених досліджень та попередніх розробок.

Список використаних джерел:

1. Андрусенко Т. Стратегія управління знаннями підприємства // Корпоративные системы. -2007--№3.-С. 10-13
2. Баранчев В.П. Управление знаниями: Учебное пособие,-М: Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2005.-С.3-124
3. Воранкова А.Е., Вечерковаси Р. Построение модели управления знаниями предприятием // Актуальні проблеми економіки. -2005-№1,-с. 147-153
4. КомовС.Л. Корпоративные знания – как ими управлять? // Корпоративные системы,-2005,-№3. – с. 69-74
5. Сичова Н. Стратегія управління знаннями як запорука успіху організації // Економіст. – 2006.-м2.-с. 48-51

Annotation. In the article is examined creations of strategy of management by knowledge basic to the necessity. Formed basic terms for its creation. Separated initial necessary stages of creation.

Key words: knowledge and information, strategy of management by knowledge, corporate knowledge.

УДК 33(091) (075.8)

Ж.А. Шевчук, к.і.н. Подільського державного аграрно-технічного університету.

ІСТОРІЯ ПОДАТКІВ ЯК ІСТОРІЯ ЦИВІЛІЗАЦІЙ (НАРИС З ІСТОРІЇ ЕКОНОМІКИ)

Цивілізований розвиток нашої країни потребує масштабних реформ. Серед них і податкова реформа. Та для того, щоб не повторювати помилки, потрібно використовувати як сучасні технології і дослідження, так і знання, даровані нам минулими поколіннями. Наші знання – це наша культура, наше бачення майбутнього, наш рівень життя, тому вивчаючи економічну історію, ми обираємо для себе кращі шляхи досягнення добробуту.

Ключові слова: системи державних зборів, система оподаткування. ПДВ, податкові конфлікти, дохід, прями податки., господарські податки.

Історія податків та історія цивілізації – нероздільні. Розвиток держави безпосередньо пов'язаний з розвитком специфічної системи державних зборів і, навпаки, складна система оподаткування завжди свідчить про перетворення і зміни у державі.

Багато подій, які надалі мали вплив на хід історії тієї чи іншої країни, починалися зі звичайних податкових конфліктів. "Налоги, или, определительней сказать, дурные системы налогов, были одною из причин как видно из истории, что нидерландцы сделали независимыми от Испании, швейцарцы от Австрии, фрисландцы от Дании и, наконец, козаки от Польни..." (М. І. Тургенев

Так, наприклад, боротьба північноамериканських колоній Англії за незалежність (1775 – 1783 рр.) багато в чому була обумовлена прийняттям англійським парламентом закону про гербовий збір (1763 р.). Початок безпосередніх воєнних дій повсталих історички відносять до епізоду так званого Бостонського чаювання (1773 р.), коли англійський уряд надав Ост-Індській компанії право безмитного ввезення чаю до північноамериканських колоній. Митні пільги фактично поставили цю компанію поза конкуренцією і завдали серйозного удару по позиціях місцевих торгівців.

Метою дослідження даної статті є сучасний погляд на історію виникнення податку і податкової системи, їх розвиток і функціонування в різні часи.

Термін "податок" означає – державний збір, процес, вилучення коштів у дохід держави. Багато грошей витекло з державних скарбниць, доки способи й види справляння податків не стали основними джерелами доходу держави. Науковці вважають, що податки, як і інші економічні категорії, пройшли ряд етапів розвитку:

Перший етап: прями податки. Витоки оподаткування можна побачити і в стародавніх жертвопринесеннях, і в християнських віруваннях. "И всяка десятина на землі з насіння, землі і з плодів дерева належить Господові: це святиня Господня" (П'ятикнижжя Мойсея. Левіт, 27, строфа 30).