

Kursus i Videnledelse

Det Samfundsvidenskabelige Fakultet, Syddansk Universitet

15.04.2004



Kursus i Videnledelse: Program

17:00-17:10 Introduktion og velkomst

17:10-17:50 Bo Eriksen: Strategisk videnledelse

17:50-18:20 Sandwich og sodavand

18:20-19:00 Kent Wickstrøm Jensen: Videndeling og projektledelse

19:00-19:40 Pernille Dissing Sørensen: Virksomhedens videndelingskultur

19:40-20:00 Afrunding



Introduktion

- **Aktuel forskningsprofil på Institut for Organisation og Ledelse**
- **Knowledge Management aktiviteter på Institut for Organisation og Ledelse**
- **Erhvervssamarbejde inden for rammerne af Knowledge Lab DK**
- **Hvem er Bo, Kent og Pernille?**



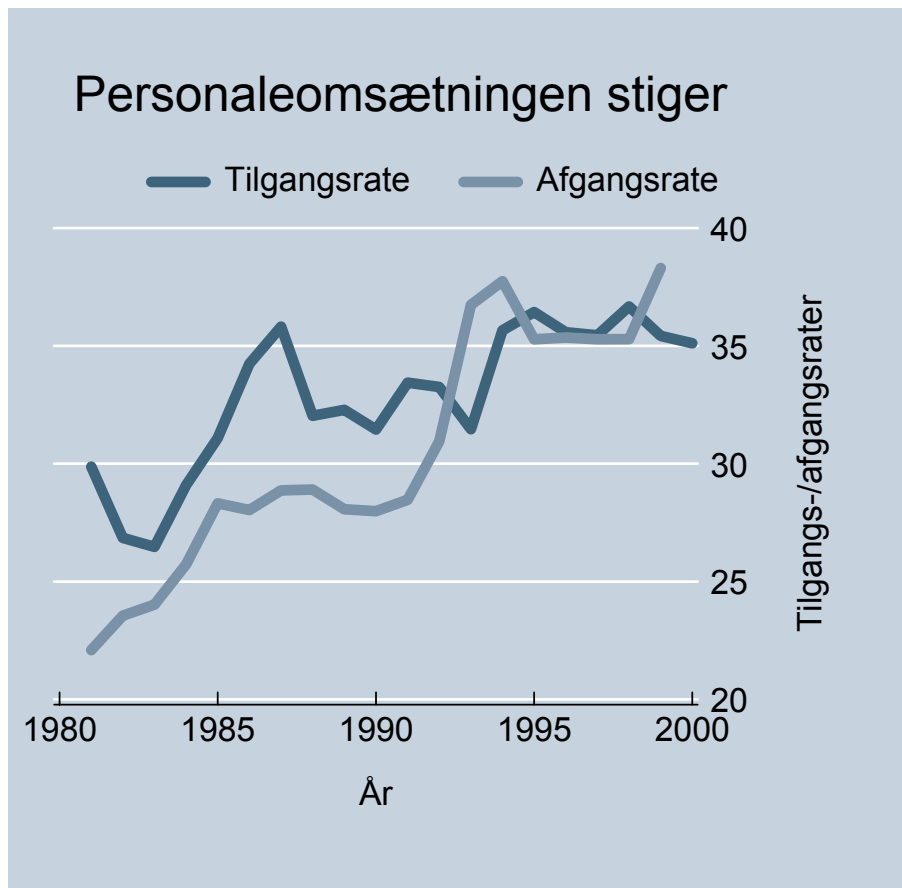
Vi bevæger os mod et vidensamfund

Branchestrukturer ændres

- Stigende betydning af den tertiære sektor
- Konkurrencemiljøet bliver mere turbulent og internationaliseret

Arbejdsstyrkens uddannelsesniveau stiger

Ansættelser bliver mere kortvarige



Problemstillinger:

Det bliver vigtigere at skabe ny viden pga. konkurrenceforholdene

Det er svært at fastholde personlig viden

Det er svært at dele og dermed nyttiggøre viden



Vidensbaserede strategimodeller

1980'erne: Fokus på markedsbaserede strategimodeller

1990'erne: Fokus på kompetence- og ressourcebaserede strategimodeller, dvs.

- De særlige ressourcer, der adskiller virksomheden fra konkurrenterne
- De særlige kompetencer, der adskiller virksomheden fra konkurrenterne – m.a.o.: Det er det virksomheden ved, der adskiller den fra sine konkurrenter



Videnstrategier 1

Kodificering af viden gennem formel repræsentation i f.eks. dokumenter og systemer. Kodificering muliggør genbrug af viden og dermed en økonomisering med virksomhedens ressourcer.

Personalisering af viden, det vil sige en slags ekspertorganisation, hvor det er evnen til at koble eksperter sammen på tværs af opgaver og personer, der er afgørende. Personaliseringsstrategier er baseret på, at det er individerne i organisationen, der tilegner sig og er bærer af virksomhedens viden.

Socialisering af viden, hvorigennem organisationen overfører en fælles referenceramme til den enkelte medarbejder og hjælper ham til at agere i organisationen. En fokuseret socialiseringsindsats kan sprede praksisser internt, det vil sige, i en given situation ved en medarbejder, hvad han skal gøre, fordi han lært at gøre sådan.

Videnstrategier 2

Kodificeringsstrategier understøtter bestræbelserne på at genbruge viden

- Vanskeliggør udnyttelse af den tavs viden
- Kræver standardisering og understøtter virksomhedens nuværende kompetencer

Personaliseringsstrategien understøtter udviklingen af nye kompetencer

- Tavs viden er personlig når den opstår
- Er vanskelig at overføre til andre og kommunikeres bedst mellem eksperter
- Rene personaliseringsstrategier lider under mangel på redundans i viden

Socialiseringsstrategien er velegnet til overførsel og bevarelse af virksomhedens tavse viden



Koblinger: Strategi og vidensstrategi

TABEL 1. SAMMENHÆNGE MELLEM OVERORDNET STRATEGI OG VIDENSSTRATEGI

<i>Grundlag for overordnet strategi</i>	<i>Grundlag for vidensstrategi</i>
Hvilke er virksomhedens kernekompetencer?	Hvad er det virksomheden ved noget om?
Hvilke nøgleressourcer understøtter virksomhedens kernekompetencer?	Hvor er virksomhedens viden lokaliseret? (Personer, systemer, dokumenter, værdier mv.)
Hvilke strukturer, systemer og processer understøtter virksomhedens kompetencer?	Hvordan er der vi ved noget om indlejret i virksomhedens formelle strukturer, systemer og processer?
Er virksomhedens strategier indarbejdet i virksomhedens værdigrundlag?	Hvordan er der vi ved noget om indlejret i virksomhedens værdigrundlag?

Dilemmaer

Skal virksomheden fastholde og udnytte sine eksisterende kernekompetencer eller udvikle nye?

- En kodificeringsstrategi er ofte bedst, når eksisterende viden skal udnyttes bedre
- Personaliseringsstrategien ofte er bedst, når der skal udvikles ny viden
- Socialiseringsstrategien kan understøtte udnyttelsen af eksisterende kernekompetencer eller udvikling af nye kernekompetencer

