

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ ИНФОРМАЦИОННОЙ БАЗЫ МЕНЕДЖМЕНТА ЗНАНИЙ

О. С. Щукин, В. Н. Нестеров

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 22 сентября 2010 г.

Аннотация: предлагается выделить четыре уровня информационной базы менеджмента знаний. Для структурирования знаний используется известный в менеджменте метод развертывания функции качества. Рассмотрены внешние и внутренние источники знания.

Ключевые слова: менеджмент знаний, база знаний, развертывание функции.

Abstract: it is offered to allocate four levels of the knowledge base of knowledge management. The quality management method (quality function deployment) is used for structurization of knowledge. External and internal sources of knowledge are considered.

Key words: knowledge management, knowledge base, quality function deployment.

Эффективный менеджмент знаний – важное условие достижения целей развития современных организаций. Одной из причин интереса к менеджменту знаний является развитие коммуникационных и информационных технологий. Эти технологии позволяют обмениваться огромными массивами информации независимо от географического положения участников процесса и реального времени. Поток информации настолько велик, что иногда даже возникают сомнения в необходимости создания новых знаний, поскольку не всегда удается справиться с управлением уже накопленных.

Общество страдает от избытка информации, несистематизированной, разбросанной по всему информационному пространству. Это сильно затрудняет поиск, идентификацию и использование необходимой информации для управления организацией. Проблема состоит в отсеке ненужной (на данный момент) и классификации той информации, которая необходима для различного, в том числе и коммерческого использования.

Интеллектуальный капитал становится основной составляющей не только товаров, услуг, процессов их создания и продвижения, но и менеджмента организации. Конкурентоспособность организации напрямую зависит от эффективного использования интеллектуальных активов как внутри организации, так и вне ее. Для эффективного использования интеллектуального капитала необходимо его постоянное обновление и приумножение. Организация проигрывает, если не использует

накопленный интеллектуальный потенциал для усиления конкурентных позиций [1].

В современной концепции менеджмент знаний объединяет два основных процесса: формирование знаний организацией и коммерциализация накопленного интеллектуального потенциала. Процессы эти неразрывны, и эффективность организации во многом определяется их сбалансированностью.

Первый из этих процессов – формирование знаний становится главенствующим. Хорошо структурированные, классифицированные, с выявленными логическими, семантическими и ассоциативными связями знания будут являться катализатором их коммерциализации.

Процесс формирования начинается с таких этапов, как определение и приобретение знаний. Формирование знаний включает также процессы их накопления и развития, которые подразумевают постоянное обновление знаний, превращение их из скрытых в явные, использование обучающих программ и других способов выявления новых знаний, внесение их в корпоративную память [2].

На практике основная масса знания не документирована, что затрудняет ее коммерциализацию. Многие исследователи отмечают, что только самая важная информация документируется, в то время как 40–50 % текущей информации, составляющих основу знания по непрерывному совершенствованию деятельности, не документируется и теряется [1].

Сформированные знания можно представить как теоретические и практические. К теоретическим относятся фундаментальные концепции, принципы, модели, научные гипотезы и т.п. Прак-

тические знания состоят из прикладных теорий, эмпирических правил, опыта использования рациональных моделей.

Знания, или интеллектуальные ресурсы, могут существовать в организации в явной и неявной форме. Однако не все знания можно и нужно представлять в формализованном виде и трансформировать в интеллектуальные активы компании. Особенно это относится к человеческому капиталу. Многие знания после формулирования или систематизации лишаются значительной части содержательных нюансов, основанных на индивидуальной интерпретации и опыте использования [2].

Однако неструктурированные, недокументированные знания создают информационный хаос. В нем невозможно отыскать необходимую информацию, он создает атмосферу неуверенности, растерянности персонала организации, что приводит к резкому снижению мотивации на совершенствование деятельности [3].

Источники формирования базы знаний можно разделить по отношению к организации на внешние и внутренние. «Как правило, «Глубокие знания» приходят в организацию извне» – отмечал У. Э. Деминг, который под «Глубокими знаниями»

понимал постоянно обновляющую их систему и соответствующую организацию [4].

Структуризацию знаний необходимо осуществлять согласованно с организационной системой. Можно выделить следующие организационные уровни базы знаний: стратегический; процессный; операционный; персональный.

Конкурентоспособность организации зависит от эффективного управления на данных уровнях, поэтому в соответствии с ними необходимо накапливать и структурировать знания. Необходимо отметить, кстати, и существующие взаимосвязи и взаимопроникновение информации между уровнями.

Для выстраивания структурированной базы знаний нами предлагается использовать эффективный инструмент менеджмента качества – развертывание функции качества (QFD) [5]. Метод QFD позволяет структурировать запросы потребителя в любой области по различным уровням. Представляется, в силу этого, что данный инструмент может быть отнесен к маркетинговым.

Схема процесса формирования базы знаний с использованием метода QFD по внутренним источникам показана на рис. 1, а по внешним источникам на рис. 2.

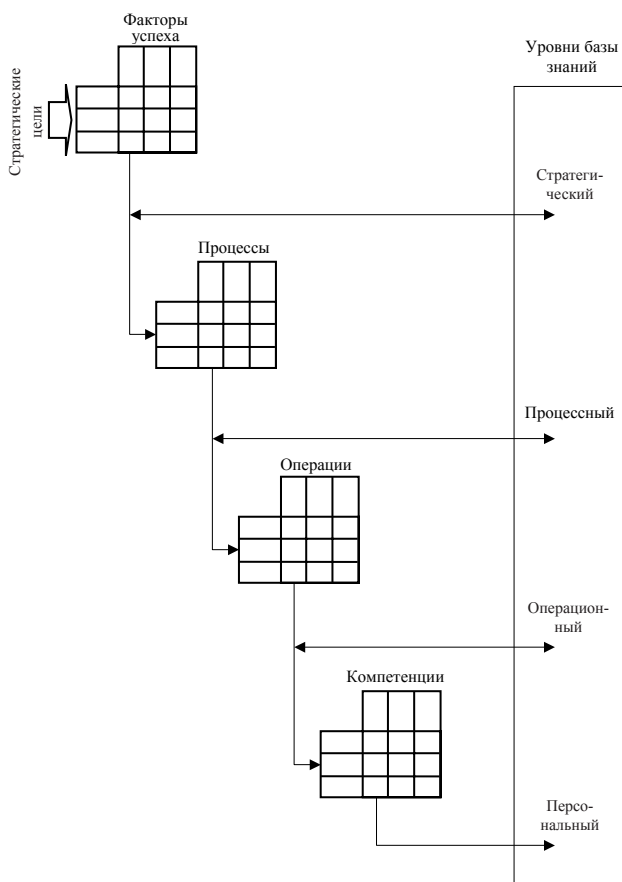


Рис. 1. Формирование базы знаний по внутренним источникам

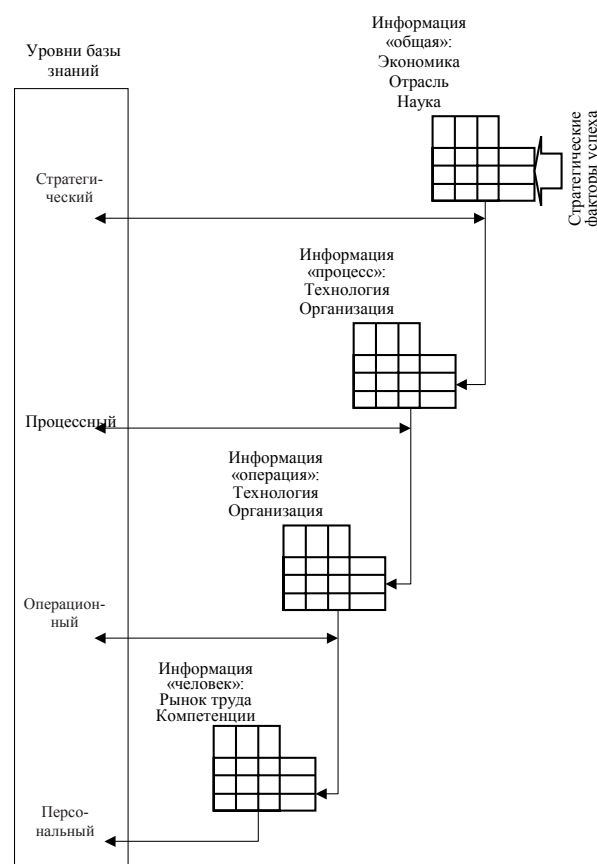


Рис. 2. Формирование базы знаний по внешним источникам

Полученная база знаний хорошо структурирована. Информация собрана в блоки, которые сформированы по основным стратегическим целям и процессам организации, что обеспечивает быстрый доступ. Пограничная информация, вызывающая спорные моменты в процессе структуризации, способствует инициации и разработке инновационных проектов. Разбиение знания на несколько хорошо согласованных и структурированных блоков позволяет частично исключить проблемы, связанные с индивидуальной интерпретацией и опытом использования, за счет изложения и размещения данного опыта по различным блокам. Наш подход позволяет отобразить индивидуальное восприятие конкретного знания с различных сторон, используя структуру блоков базы знания. Все это послужит катализатором коммерческого использования интеллектуального капитала организации.

Воронежский государственный университет

Шукин О. С., доктор экономических наук, профессор кафедры экономики труда и основ управления

E-mail: oschukin@yandex.ru

Нестеров В. Н., аспирант кафедры экономики труда и основ управления

E-mail: nesterovvladimir@mail.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Knowledge management practices in Indian information technology Companies / Abhilasha Singha and Ebrahim Soltani // Total Quality Management. – 2010. – Vol. 21, No. 2. – P. 145–157.

2. Wissensmanagement / Christian F. Olejnik // MEMOSYS-Centrum fur Systemische Erwachsenenpadagogik. Essen, 2010. – Februar. – 69 s.

3. Comparative study of TQM practices between Japanese and non-Japanese electrical and electronics companies in Malaysia: Survey results / Md. Fauzi Bin Ahmad and Sha'ri Mohd Yusof // Total Quality Management. – 2010. – Vol. 21, No. 1. – P. 11–20.

4. Деминг У. Э. Выход из кризиса / У. Э. Деминг. – Тверь : Альба, 1994. – 498 с.

5. Управление качеством. Инструменты и методы менеджмента качества : учеб. пособие / С. В. Пономарев, С. В. Мищенко, В. Я. Белобрагин и др. – М. : Стандарты и качество, 2005. – 248 с.

Voronezh State University

Schukin O. S., Doctor of Economics, Professor of the Labour Economics and Bases of Management Department

E-mail: oschukin@yandex.ru

Nesterov V. N., Post-graduate Student of the Labour Economics and Bases of Management Department

E-mail: nesterovvladimir@mail.ru