

КОРПОРАТИВНАЯ БАЗА ЗНАНИЙ: АКТУАЛЬНОСТЬ И ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ

Унтерберг В. А.

Научный руководитель Бояришинова О. А.

В любой организации или компании имеется некоторый объем знаний и информации в сфере, связанной с ее основной деятельностью. Не имея такой базы знаний и информации, невозможно быть успешным в бизнесе и конкурировать с другими компаниями. Однако далеко не каждая компания данную базу знаний систематизирует и приводит в пригодный для использования вид. На сегодняшний день существует значительное количество инструментов и решений, позволяющих создавать базы знаний компаний. Одним из таких решений является корпоративный (информационный) портал, в котором размещают информацию необходимую для успешного функционирования компании, и который обеспечивает быстрый доступ сотрудников к данной информации.

Обращаться с деловой документацией и иной информацией, которая ежедневно необходима в работе, можно двумя основными способами – хаотично или упорядоченно.

В первом случае нет единого хранилища, где бы по полочкам (реальным или виртуальным) была разложена вся служебная информация от должностных инструкций до сценариев корпоративных мероприятий. В данном случае существенно возрастает негативное влияние так называемого человеческого фактора, а именно: поиск необходимого документа начинается с определения сотрудника или отдела, где бы он мог находиться. Может оказаться что носителем информации является сам сотрудник и в случае его отсутствия или занятости доступ к информации оказывается невозможным. Кроме того, при увольнении или выходе на заслуженный отдых важная для компании информация будет более недоступна.

Другим примером неудобства такого подхода является обучение нового сотрудника. Эта роль во многом ложится на коллег и отнимает у них время на то, чтобы рассказать правила внутреннего распорядка (а, возможно, и не один раз), показать, как пользоваться оборудованием, подсказать, как решить ту или иную задачу. Кроме того, существует риск что-то упустить. Существует также проблема нежелания обучать новых сотрудников опытными специалистами, так как фактически это приведет к наличию конкуренции и ставит в невыгодное положение обучающихся.

Второй вариант – когда в некоем хранилище (в облаке или на локальных компьютерах) собрана вся служебная информация, с которой новый сотрудник может легко ознакомиться самостоятельно. Это касается всех повторяющихся бизнес-процессов. База знаний создается однократно, а потом только корректируется и дополняется. Само ее существование сокращает временные ресурсы на всевозможные объяснения.

У каждого отдела в компании – от HR-отдела до отдела продаж и руководства компании имеется своя специфическая информация, которая должна быть зафиксирована. Ценность такой фиксации состоит в том, что знания не завязываются на отдельных сотрудниках, а принадлежат компании, могут накапливаться и передаваться. При этом они могут предназначаться для всех или только для части персонала.

Создавая базу знаний, каждый преследует свои цели и решает свои проектные задачи, использует свои инструменты и программные средства. Однако, для чего бы и с помощью чего бы ни создавалась база знаний, она обязательно должна приносить компании максимальную пользу. Здесь следует отметить, что универсального сценария для создания корпоративной базы знаний, который бы подходил всем и всегда, нет. Обусловлено это как разными подходами к организации баз, так и разными инструментами.

Существует три основных принципа, лежащих в основе любой успешной базы знаний. Она должна быть: понятной, актуальной, доступной.

На создание корпоративной базы знаний компании придется потратить довольно много времени: собрать, описать и разместить все накопленные знания команды. Далее требуется лишь обновлять страницы и добавлять по мере необходимости свежие сведения. Впоследствии база знаний сэкономит много рабочих часов, которые могут пойти на новые проекты и необычные идеи.

Существует два варианта создания базы знаний компании:

1. Неспециализированный софт. В упрощенном виде база знаний может представлять собой некоторое количество общедоступных документов, которые могут создаваться и храниться внутри сервисов, которыми компании и так уже пользуются. Например:

– Google Drive. Понятные и известные многим документы Google: презентации, текстовые документы, таблицы и т. д.

– Dropbox. Облачное хранилище, где можно структурировать и хранить документы по проектам: от актов и макетов до обучающих материалов для сотрудников.

– Basecamp. Изначально сервис создавался именно для ведения проектов, но за счет того, что внутри можно прикреплять и хранить массу документов, некоторые компании используют его и как корпоративную базу знаний.

– Evernote. Сервис для создания заметок легко превратить в базу знаний за счет совместного доступа и возможности объединять документы в тематические блокноты.

– Мегаплан. Внутри CRM-системы есть раздел с документами, где вполне возможно создать библиотеку из шаблонов, инструкций и полезных материалов.

2. Специальные сервисы. С их помощью можно коллективно создавать функциональные базы знаний без владения HTML.

Платформы для создания баз знаний могут быть отдельными платными программами. Обычно у них дорогие тарифы, множество настроек и приятный удобный интерфейс. Самый известный продукт этого типа – Atlassian Confluence.

Нередко бывает, что такие сервисы встраиваются в другие корпоративные порталы и системы. Например, они могут быть частью 1С-Битрикс, Zendesk или Redmine. Такие решения обой-

дуются дешевле (или бесплатно, бонусом к основному продукту), но часто им не хватает гибкости. С другой стороны, тесная интеграция информационных статей в систему управления проектами позволяет мгновенно делиться знаниями с коллегами и клиентами.

Третий вид платформ – открытые и бесплатные продукты. Им присущи многие недостатки любых open-source сервисов: устаревший и сложный интерфейс, необходимость подгонки и долгой настройки. Сюда можно отнести технологию MediaWiki, на которой базируется Википедия [1]. Еще пример – DokuWiki.

Стандартом программного обеспечения для базы знаний является Atlassian Confluence. Confluence – тиражируемая вики-система, которую организации используют для создания общей базы знаний [2]. Стоит недешево, но при этом предлагает богатые возможности. С ней можно работать как облачно, так и на собственном сервере (рис. 1).



Рис. 1. Сайт инструмента Atlassian Confluence

Преимущества:

- публикации на Confluence – это не просто текст. Статья может стать яркой и красивой веб-страницей с множеством графических элементов;
- поддерживается добавление таблиц, карт, событий календаря, ссылок на сотрудников и прочее;
- программа содержит настраиваемые шаблоны страниц;
- имеется многофункциональный поиск с удобными фильтрами;

- существует обсуждение публикации во встроенном чате, который поддерживает смайлы;
- при облачном использовании, в случае сбоев все данные восстановятся в аварийном режиме;
- существует мобильное приложение для удаленной работы с базой;
- функционал программы можно увеличивать, устанавливая необходимые приложения с магазина Atlassian;
- для ознакомления с программой можно посмотреть вебинар (на английском языке).

Недостатки:

- отсутствие русского языка.
- программа платная и стоит недешево. Ежемесячную стоимость можно рассчитать на сайте разработчиков. Облачный тариф зависит от количества подключенных сотрудников.

Достойны упоминания Битрикс24, Яндекс.Вики. Основными преимуществами перед Atlassian Confluence является наличие бесплатной версии, хоть и с урезанным функционалом, а также наличие русского языка.

В связи с имеющейся необходимостью реализован информационный портал для внутреннего использования с аутентификацией и авторизацией через Microsoft Azure. Веб-сайт используется во внутренней сети (интранете) компании и служит для хранения и распространения информации различного плана: от должностных инструкции и внутренних правил компании (рис. 2) до новостей компании (рис. 3).

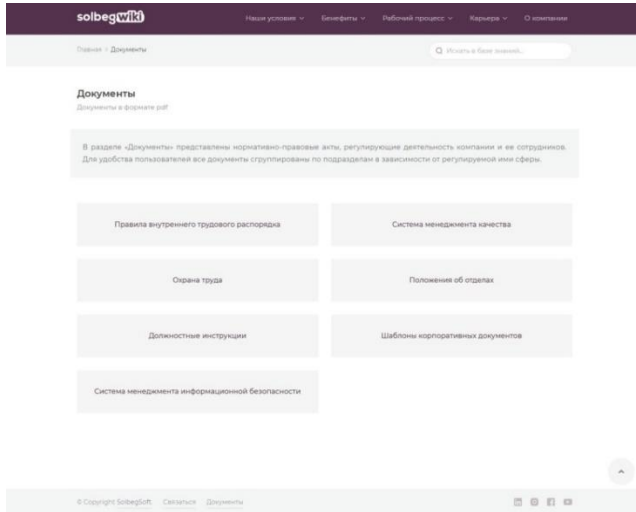


Рис. 2. Раздел «Документы»

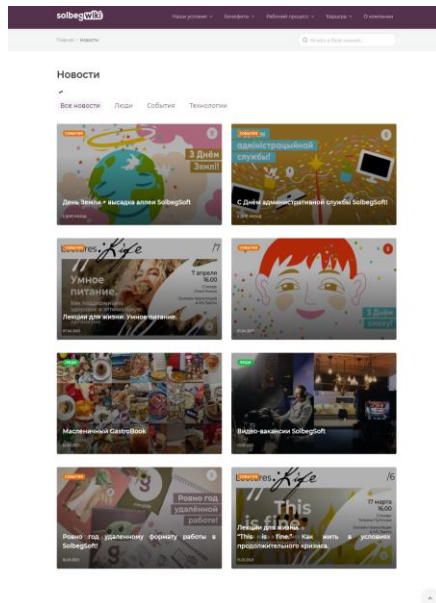


Рис. 3. Раздел «Новости»

Список литературы:

1. Калитин, С. В. Компьютерные технологии в науке: Учебное пособие для самостоятельной работы. – Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2013 – 104 с.
2. Миронов, В. Профессия «бизнес-аналитик». Краткое пособие для начинающих. – М.: Олимп-Бизнес, 2021 – 192 с.