



ХАЛЫҚАРАЛЫҚ
БИЗНЕС
АКАДЕМИЯСЫ



Международная
Академия
Бизнеса

ЦЕНТР ИССЛЕДОВАНИЙ И РАЗВИТИЯ

**«Бизнес білім беру – даму векторы.
Инновациялық экономика және кәсіпкерлікті дамытуға арналған
қолданбалы зерттеулер»**

ҒЫЛЫМИ-ТӘЖІРИБЕЛІК КОНФЕРЕНЦИЯ МАТЕРИАЛДАРЫ

Алматы, 2010 жыл 24 желтоқсан

**«Бизнес - образование – вектор развития.
Прикладные исследования для инновационной экономики и развития
предпринимательства»**

МАТЕРИАЛЫ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

Алматы, 24 декабря 2010 года

**“Business Education – Development Trends.
Applied Research for Innovation Economy
and Entrepreneurship Development”**

RESEARCH-TO-PRACTICE CONFERENCE PROCEEDINGS

Алматы, December 24, 2010

сборник издан в электронном виде

Алматы
Международная академия бизнеса
2010

УДК 378
ББК 74.58
Б 59

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

- Куатбаев А.К. – *председатель организационного комитета конференции, проректор по науке и развитию НОУ «МАН», д.т.н.*
- Абдрахманов Б.К. – *заместитель председателя организационного комитета конференции, директор Департамента докторских и исследовательских программ, д.т.н.*
- Куатбаева Г.К. – *директор Центра исследований и развития, д.э.н.*
- Карибджанов Е.С. – *декан Департамента МВА, д.э.н.*
- Утепбергенов И.Т. – *заведующий кафедрой «Информационные технологии», д.т.н.*
- Исахова П.Б. – *заведующая кафедрой «Финансы», д.э.н.*
- Баяхметова А.Т. – *д.э.н., профессор кафедры «Оценка, учет и аудит»*
- Никифорова Н.В. – *д.э.н., профессор кафедры «Менеджмент и маркетинг»*
- Косолапов Г.В. – *к.э.н., доцент кафедры «Финансы»*
- Досалиев Б.А. – *к.э.н., доцент кафедры «Экономика и логистика»*
- Осколков В.С. – *к.и.н., доцент кафедры «Общественные дисциплины»*
- Смыкова М.Р. – *к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»*
- Оспанов С.С. – *к.т.н., доцент кафедры «Информационные технологии»*
- Искаков Е.Н. – *секретарь оргкомитета конференции, главный специалист Центра исследований и развития*

Бизнес - образование – вектор развития. Прикладные исследования для инновационной экономики и развития предпринимательства. Материалы научно-практической конференции. – Алматы: Международная академия бизнеса, 2010.

ISBN 978-601-80046-7-4

В сборник включены статьи участников, а также тезисы докладов, представленные на пленарном заседании научно-практической конференции Международной академии бизнеса «Бизнес - образование – вектор развития. Прикладные исследования для инновационной экономики и развития предпринимательства», состоявшейся 24 декабря 2010 года в г.Алматы. Материалы посвящены наиболее актуальным вопросам современного бизнес-образования и исследованиям проблем инновационного развития экономики Республики Казахстан.

сборник издан в электронном виде

ISBN 978-601-80046-7-4

Утебаева А.Б., Сексембаева В.	<i>Оптимизация деятельности институтов развития, оказывающих инновационную поддержку.....</i>	305
Халанская Е.Н.	<i>Инновационные подходы в логистике развитых стран.....</i>	308
Чернышова О.Б.	<i>Инновации в современном маркетинге: бенчмаркинг.....</i>	315

Секция 5. Современные информационные технологии в образовании и бизнесе

Абдрахманов Б.К.	<i>Управление знаниями в компании - как область исследований....</i>	321
Дюсембаева Г.С., Дайрабаева А.К.	<i>О некоторых вопросах продвижения образовательных услуг дистанционного курса с помощью маркетинговых коммуникаций.....</i>	325
Залучёнова О.М.	<i>Дистанционное образование – одна из форм инновационных технологий в бизнес-образовании.....</i>	328
Кожаметов А.Б., Утепбергенов И.Т.	<i>Анализ состояния информатизации НОУ МАБ с точки зрения информационного менеджмента.....</i>	331
Коржаспаев А.Е.	<i>Разработка автоматизированной системы управления «Учебно-методический комплекс дисциплин».....</i>	335
Оспанов С.С.	<i>Процедура принятия решения на основе байесовского классификатора, сводящаяся к вычислению отношения правдоподобия.....</i>	337
Рамазанов Е.Т., Кайдаш И.Н.	<i>Инжиниринг знаний: подход к внедрению.....</i>	342
Рамазанов Е.Т., Кайдаш И.Н.	<i>О аналитических лабораториях по управлению информацией....</i>	345
Сидоренко С.А.	<i>Развитие мобильных телекоммуникаций в Казахстане.....</i>	347
Утепбергенов И.Т., Корорлева Н.В., Коржаспаев А.Е.	<i>Концепция информатизации Международной академии бизнеса</i>	351
Утепбергенов И.Т., Корорлева Н.В.	<i>Метод проектов в ИТ-образовании.....</i>	354

Рекомендации участников конференции	357
--	-----

ИНЖИНИРИНГ ЗНАНИЙ: ПОДХОД К ВНЕДРЕНИЮ

Сегодня, в обстановке острой конкурентной борьбы, чтобы принимать адекватные решения, важно четко знать, какой суммой знаний располагает организация. Сейчас это необходимое условие выживания. Обладание доступом к важнейшему ресурсу – возможный путь создания конкурентного преимущества фирмы. Знания могут составлять наиболее важный ресурс, а способность получать, интегрировать, накапливать, сохранять и применять их есть наиболее важный способ создания конкурентного преимущества. Знания, особенно полученные в результате специфического опыта фирмы, имеют тенденцию к уникальности и трудны для имитации.

Новые знания интегрируются с существующими в организации для разработки уникального видения и создания, новых более значимых знаний.

Если организация может идентифицировать те области деятельности, где ее знания делают ей преимущество в конкуренции, и если эти уникальные знания способны обеспечить прибыль, то может возникнуть мощное и существенное конкурентное преимущество фирмы в выделенных областях.

К счастью, почти все компании обладают огромным исходным багажом данных и практического опыта. Пока эта информация рассредоточена в базах данных, хранилищах документов, сообщениях электронной почты, отчетах о продажах и, разумеется, в головах сотрудников. Проблема в том, чтобы организовать доступ к этим данным, придав им удобную для использования форму. Это не всегда просто, а когда требуется к тому же решить обе задачи быстро, так, чтобы принять на основе анализа информации неотложное решение, задача может оказаться практически невыполнимой — если не располагать системой управления этой информацией.

Концепция управления знаниями относится к числу тех расплывчатых понятий, которые могут одновременно казаться как всеобъемлющими, так и не означающими ничего конкретного. За последние годы эту концепцию отождествляли то с управлением документами, то с информационными системами для бизнеса, то со средствами коллективной работы, то с корпоративными порталами и многими другими модными новинками. Но система управления знаниями - это не просто отдельно взятый продукт. Речь скорее идет о всеохватывающей стратегии предприятия, цель которой - выявить и обратить на пользу фирме всю имеющуюся у нее информацию, опыт и квалификацию сотрудников, с тем, чтобы повысить качество обслуживания клиентов и сократить время реакции на меняющиеся рыночные условия

В мировой практике управление знаниями используется для достижения нескольких целей, в частности для улучшения взаимодействия между подразделениями компании, сохранения знаний сотрудников, улучшения производственных показателей, расширения бизнеса и инноваций, улучшения качества услуг клиентам, более эффективного принятия решений, а чаще всего для решения одновременно нескольких задач. Если цели управления знаниями будут соответствовать стратегическим задачам компании, тогда эффект будет весьма впечатляющим

Управление знаниями - это организация управленческих действий на базе всех информационных ресурсов фирмы. Систематический мониторинг, категоризация и

бенчмаркинг знаний обеспечат доступность знаний в организации. И конечно, для использования этих ресурсов требуется набор специализированных продуктов и платформ.

Оценки позиции в знаниях фирмы требуют классификации существующих интеллектуальных ресурсов для создания того, что обычно называется картой знаний. Знания в нашем случае могут классифицироваться на [1]: декларативные (знание - ноль); процедурные (знаю – как); причинные (знаю – почему); условий (знаю – когда); отношений (знаю с).

Эти различия полезны для картографирования и управления знаниями в процессе формирования стратегии знаний. Классификацию или описание того, что фирма знает и должна знать о своей отрасли или конкурентной позиции, нелегко выполнить. Каждая компания разрабатывает собственные подходы к описанию и классификации стратегических и конкурентных знаний, проводит их тщательный и глубокий анализ. И здесь не обойтись без самого главного - информационно-аналитической системы для бизнеса. Такая система содержит всё необходимое для подготовки отчетов разной степени детализации - от обобщенных до самых подробных. Кроме того, с помощью средств системы можно тщательно изучить основные корпоративные источники информации в поисках нужных сведений. Этот процесс известен также и под названиями «добыча данных» (data mining) и «компьютерный логический анализ» (e-analytics). Результатом такого анализа является выявление ряда потенциальных брешей знаний.

Фундаментом для любой аналитической системы служит комплекс мощных баз данных с хорошо продуманной структурой. Такие комплексы (хранилища данных), в сущности - это семейства баз данных, содержащих взаимосвязанную информацию. Кроме того, в арсенале средств анализа коммерческой информации всегда содержатся программы подготовки отчетов и специализированные средства формирования нерегламентированных запросов, реализованных, как правило, на основе технологии OLAP (online analytical processing). К тому же с появлением новых, Web-ориентированных программ анализа коммерческой информации «добыча» и анализ данных превращаются в услуги, предоставляемые клиентам.

Наряду с программами анализа внутрифирменной коммерческой информации - такими, как пакет Impromptu фирмы Cognos и программный комплекс компании Business Objects, носящий ее имя, - ведущие поставщики предлагают решения, предназначенные для передачи отчетов по глобальной сети и оперативного формирования запросов через Интернет. Их очевидное достоинство состоит в том, что, где бы ни находились сотрудники предприятия, они всегда могут получить доступ к информации [2].

Для анализа важны не только показатели в виде окончательных цифр, взятые, например, из отчетов о продажах, но и информация, разбросанная по текстовым документам, электронным таблицам, страницам Web и даже сообщениям электронной почты. Чтобы обеспечить управление подобными файлами и извлечь максимум пользы из содержащейся в них информации, предлагается целый ряд решений.

Первыми в ряду такого рода продуктов стали - системы документооборота. Как правило, системы документооборота имеют двух- или трехуровневую архитектуру, а их главное назначение - обеспечить целостность документов и их четкую классификацию. Всё это требуется для того, чтобы пользователь мог без труда найти нужный документ.

Под документированными знаниями понимаются знания, приобретаемые из внешней и внутренней информации, находящейся в документообороте и идентифицированной и зарегистрированной по принятым в организации правилам. Они могут быть легко сформированы из электронных источников или вводиться путем сканирования с печатных текстов. Основная трудность — разработка и применение правил кодификации и декодификации, выполнение которых требуют специального обучения и опыта в сфере действия вводимого документа.

На первом этапе внедрения системы знаний требуется ревизия существующих архивов и отбор информации для включения ее в систему знаний. Самым сложным остается вопрос, куда пойдут документы, и кто будет осуществлять окончательный ввод информации.

Отсутствие достаточной мотивации, сложность процедуры принятия решений или ввода знаний могут привести к тому, что они просто не будут вводиться и система перестанет работать. Поэтому необходимо создать защитный механизм в виде выборочного мониторинга или формализованного рассмотрения состояния дел с введением знаний. Главным при этом должно быть назначение владельца процесса, который должен нести ответственность за конструирование такого механизма и оценку эффективности рассмотрения и поступления данных.

Недокументированные знания, как правило, имеют самую большую ценность для системы знаний предприятия, и в то же время они наименее доступны для коллективного использования и включения в систему знаний.

Недокументированные знания составляют страховой фонд работника организации, который он тщательно оберегает и никогда не отдаст в коллективное пользование. Правила ввода недокументированных знаний могут быть мотивированные и принудительные. К мотивированным правилам относятся способы мотивации, которые способствуют признанию и самовыражению. И первым в их ряду должно быть такое мощное мотивационное средство как развитие персонала, которое предполагает желание делиться полученными знаниями, достигая синергетического эффекта, и, следовательно, требует более высокого уровня мотивации, чем просто денежное вознаграждение. Использование личных знаний должно гарантировано вознаграждаться и при необходимости патентоваться или приобретаться у сотрудника по специальному соглашению [3].

Под принудительными правилами понимаются установленные процедурами или распорядительной документацией действия по документированию получаемых данных и вводу их в соответствующие базы знаний. К ним можно, например, отнести: обязательную отчетность (конференции, выставки, контакты с заказчиком); определение ответственности за пополнение базы знаний и ее мониторинг; обязательную регистрацию оригинальных расчетных методик и программ, используемых при проектировании и изготовлении; регистрацию переписки с заказчиком.

Еще один источник информации - электронная почта. Те знания, что накапливаются в головах сотрудников, не разместишь на сервере, зато они свободно циркулируют по фирме в виде многочисленных сообщений электронной почты. Из многочисленных посланий, которыми обмениваются сотрудники организации, можно почерпнуть массу ценнейших сведений. С помощью специализированных программ можно сортировать и архивировать сообщения электронной почты по категориям в соответствии с ключевыми словами, содержащимися в них.

Знания, генерированные внутри фирмы особенно значимы, так как они имеют большую степень уникальности и закрытости. Знания извне фирмы обычно более абстрактны, дороги и общедоступны, в том числе и конкурентам. Знания является новым вектором в управленческой деятельности организаций, нацелены на накопление и эффективное использование интеллектуального капитала, они должны стать одним из главных инструментов повышения конкурентоспособности организации.

Литература

1. Гольдштейн Г.Я. Стратегический менеджмент. – Таганрог: ТРТУ, 2005.
2. Ковалев Г.Д. Инновационные коммуникации. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
3. Гольдштейн Г.Я. Стратегический инновационный менеджмент – системный фактор глобальной конкуренции, 2007.