

味全知識管理創造高效益

■ 李玉敏 編撰

味全公司從成立至今五十年載，是你我生活中相當熟悉的公司，其產品線廣泛，從乳品、飲品、點心到營養食品，商品相當多元。

然而，一個如此傳統的公司在今日競爭的市場中，如何走出自己的路，創造屬於自己的方向並遵循公司的理念，對味全公司而言，創新研發顯得相當重要，而知識管理則是一個方法，讓味全可以保留過去的寶貴經驗，並且可以藉此不斷的研發新產品。

味全公司會意識到知識管理的重要，主要是因為數年前汐止東方科學園區的一場大火，味全四十多年來的重要資料在此次火災中付之一炬，由於災後重建工作的困難，讓味全意識到知識管理的重要，如此才可將公司的經驗與研發資料傳承下去。

味全在決定推動知識管理之後，開始有計畫的展開動作。首先，先組成「知識管理推動評估小組」，進行相關資料收集，接著開始建置知識管理平台，並尋找顧問公司協助整個知識管理的導入。

對味全而言，產品的創新與研發相當重要，也是公司的核心部門，因此，在導入初期，味全以專門負責研發的中央研究所作為知識管理的先導單位，待見到中央研究所建置知識管理的成績並且建立了示範模型之後，再慢慢擴及公司其他部門。

味全公司將整個知識管理的推動，規劃成為期四年，共四個階段的計畫：第一階段是以中央研究所作為知識管理的先導單位；第二階段導入的對象則為味全總公司；第三階段則是以味全全公司為導入對象；第四階段，也就是最後階段便是整合時期，故導入的單位為味全公司以及關係企業。

味全公司的知識管理導入一段時間之後，已見到令人激賞的成果，未來若能全面整合四階段的各單位，相信可以展現更大效益。



案例探討

參考資料：

- 味全公司
<http://www.weichuan.com.tw/index.asp>
- i-Bench，味全集團的知識管理，20070212
<http://blog.yam.com/ibench/article/7906588>