

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА ЗНАНИЙ КАК СРЕДСТВО МОБИЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

KNOWLEDGE MANAGEMENT SYSTEM AS MEANS OF MOBILIZATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

К. Б. Доброва, доктор экономических наук, профессор

Н. В. Кириченко, аспирант

В статье подчеркивается важность и актуальность проблемы внедрения Системы менеджмента знаний на авиационных предприятиях с целью повышения конкурентных преимуществ авиатехники. Их сохранению способствует Система менеджмента знаний (СМЗ), разработанная и утвержденная национальным стандартом Российской Федерации ГОСТ Р 53894-2010 «Менеджмент знаний. Термины и определения». Разработаны формулы для расчета некоторых показателей конкурентоспособности.

The article stresses the importance and urgency of implementing knowledge management systems for aviation enterprises to enhance the competitive advantages of aircraft. Conservation promotes knowledge management system (SMZ), developed and approved by the national standard of the Russian Federation GOST R 53894-2010 «Knowledge Management. Terms and definitions». A formula for the calculation of some indicators of competitiveness.

Ключевые слова: менеджмент знаний, знание, человеческий капитал, формализованные знания, неформализованные знания, интеллектуальный капитал, конкуренция, конкурентные преимущества, инновация.

Key words: knowledge management, knowledge, human capital, formalized knowledge, formalized knowledge, intellectual capital, competition, competitive advantage, innovation.

Развитие авиационной и ракетно-космической отрасли сегодня становится одной из приоритетных государственных задач. Конкретная проблема в данной области заключается в том, что, будучи в прошлом мировой державой в области создания авиационных, ракетных и космических систем, наша страна в настоящее время утрачивает свои конкурентные преимущества, особенно в авиационной отрасли. Если в прошлом был накоплен богатый опыт создания конкурентоспособной наукоемкой продукции, то сейчас наблюдается серьезное отставание российских производителей от ведущих мировых авиастроительных фирм. Одним из способов решения этой актуальной для российской авиационной промышленности проблемы является внедрение и использование Системы менеджмента знаний (СМЗ), которая позволяет сохранить и повысить весь тот богатый научно-технический и производственно-технологический потенциалы, которые были накоплены авиапромом. Базисное с точки зрения дальнейшего развития авиационной отрасли положение заключается в том, что необходимо повышать конкурентоспособность авиатехники и ее конкурентные преимущества. Внедрение СМЗ позволит не потерять тот богатый опыт, который был наработан в прошлом и который позволит улучшить положение с решением проблемы сохранения конкурентоспособности и конкурентных преимуществ российской авиатехники.

Внедрение комплекса стандартов в области менеджмента знаний преследует цели доведения до

сведения всех заинтересованных кругов основных идей СМЗ и предложения новых тенденций в ее использовании.

Для достижения успехов в конкурентной борьбе на мировом авиарынке следует использовать не только научно-технический и производственно-технологический потенциалы авиапредприятия, но и экологические, культурные и гуманитарные знания. Знания, как и другие нематериальные активы, следует рассматривать как фундамент успеха работы авиапредприятия в бизнесе, так как они возникают в любой части инновационной системы, не только в государственных исследовательских организациях, но и во многих социальных структурах.

Инновационная продукция в России сегодня набирает величину около 1%, этот же показатель в Финляндии – более 30%, в Италии, Португалии, Испании – от 10% до 20%. Доля России в мировом объеме торговли гражданской наукоемкой продукцией уже в течении ряда лет составляет около 0,5%. Для сравнения: доля США – 36%, Японии – 30%, Германии – 17%, Китая – 6%. Нынешняя ситуация в области научных знаний вызывает серьезное беспокойство. У ведущих стран Запада расходы на НИОКР составляют 2–3% ВВП в том числе у США – 2,7%, а у таких стран как Япония, Швеция, Израиль достигает 3,5–4,5%. У России этот показатель составляет менее 1% [1].

Рассмотрим основные положения данной системы, основной целью которой являются повышение

конкурентных преимуществ авиационного предприятия.

Под конкурентными преимуществами авторы понимают устойчивые во времени отличительные факторы, определяющие превосходство авиационных предприятий над конкурентами как в области высокотехнологичной продукции, так и оказания услуг, обеспечивающие длительную выгоду от их использования, заключающиеся в уникальной комбинации внутрифирменных ресурсов и способностей, которые не могут быть скопированы конкурентами. При этом основной акцент ставится на конкурентных преимуществах технологического плана, основанных на достигнутом уровне научно-технического и производственно-технологического потенциалов авиационной промышленности. В этом контексте система менеджмента знаний, представляет собой нематериальные активы авиационных предприятий, и она должна быть использована с максимальной эффективностью.

Оптимальное применение СМЗ вносит значительный вклад в организационную устойчивость и выживание авиационного предприятия в конкурентной среде. Использование знаний является ключевым фактором в внедрении инноваций и управлении предприятием. Распространению новых знаний в настоящее время уделяется недостаточное внимание и в основном оно сводится к распространению компьютерных средств. Одной из основных задач СМЗ является применение четких гостированных общепринятых терминов и определений, что приводит к повышению культуры производства и значительному экономическому эффекту.

Следует создавать на авиапредприятиях организационную структуру во главе с Главным специалистом СМЗ (Chief Knowledge Officer), который осуществляет общее руководство.

Различают менеджмент знаний как плановое или текущее проведение отдельных мероприятий или непрерывное управление процессами для улучшения использования существующих или создания новых индивидуальных или коллективных ресурсов знаний с целью повышения конкурентоспособности предприятия. В отличие от персональной СМЗ, которая сосредоточена на отдельном индивидууме, СМЗ организации зависит от стратегических установок целого предприятия, ставящего своей целью активный менеджмент знаний в контексте основных производственных процессов, инструментов и обслуживающего их персонала. Использование знаний приводит к накоплению ценных активов, улучшает способность действовать и принимать эффективные решения [2].

Различают формализованное знание и неформализованное. Оно также может быть индивидуальным

и коллективным. Формализованные знания кодируются объектами, словами, номерами, представляют в классической форме, в форме рисунков, спецификаций, учебников, процедур и т.п. Формализация знаний облегчает их восприятие. [2]. Неформализованное (неявное) знание включает теоретические модели, модели поведения, модели перспектив, основанных главным образом на опытных данных. Знания данного типа подлежат дальнейшей формализации и распространению [2].

Инвестирование в СМЗ приводит к большей отдаче от работающих. Трудовые навыки, квалификация и манера поведения людей одинаково важны в любой, в том числе авиационной отрасли. Для воспитания организационной структуры необходимо обучение сотрудников на всех уровнях работы на авиапредприятиях, особенно в отношении использования своих способностей, своего отношения с другими людьми при внедрении СМЗ, которая повышает культуру производства. Эти показатели, как и доверие, вера и организационная политика определяют успех или провал каждого мероприятия. Традиционные критерии – выживание и обеспечение непрерывности производственного процесса, получение прибыли, возвращение вложенного капитала, рост числа сотрудников и постоянных покупателей, совершенствование профессиональных навыков и повышение качества оказываемых услуг и т.п., все эти показатели, выраженные в стоимостной форме, образуют социально-экономический эффект от внедрения мероприятий в области СМЗ. Соотнеся величину социально-экономического эффекта к затратам, вызвавшим этот эффект, получим показатель социально-экономической эффективности, по которому можно судить об экономической целесообразности внедрения данного мероприятия.

К инструментам менеджмента знаний, которые способствуют его внедрению, относятся и информационные системы (базы данных, локальные компьютерные сети, порталы и т.п.), методологии, человеческие связи, например, инициативные группы для авиапредприятия, которые представляют собой неформальную самостоятельную группу людей, сложившуюся внутри одной или нескольких организаций, выполняющих родственную работу, имеющих одинаковые интересы и преследующих одни и те же цели. Если с течением времени выясняется полезность инициативной группы для авиапредприятия, то имеет смысл формализовать статус группы, т.е. выбрать ее название, установить порядок обмена разрешительными инструментами и т.п. Такая организация содружеств «по интересам» крайне важна для внедрения СМЗ [2]. Капитал заказчика как показатель СМЗ оценивается сетью клиентов, удовлетворенных работой авиапредприятия и лояльных к нему. Не инвестирующее

в знание авиапредприятие начинает ослабевать. Менеджерам следует вкладывать инвестиции в талантливых людей, соответствующих требованиям СМЗ, что оценивается расчетом коэффициента ROT, который характеризует успешность и конкурентные преимущества авиапредприятий в решении технологических, экологических, экономических, социальных, политических и других проблем.

Авиапредприятия давно используют в практике своей работы такие показатели как ROI (return of investment – рентабельность инвестиций) и ROA (return of assets – рентабельность активов). Предлагается также использовать такой коэффициент, который можно назвать ROT (return of talents – рентабельность талантов). Этот показатель следует рассчитывать как отношение генерированных знаний к инвестициям в таланты, т.е. данный показатель отражает отдачу от инвестиций в людей. Коэффициент показывает, нанимают ли менеджеры нужных людей и насколько эффективно менеджеры используют их для достижения делового успеха. ROT может быть количественным или качественным показателем в зависимости от желания руководителя, и он должен оценить в денежном выражении полученные знания на основе достигнутых результатов.

Авиационные предприятия накопили большие конкурентные преимущества, которые следует сохранять и преумножать в дальнейшем, используя СМЗ.

Авиапредприятиям следует создавать свои будущие конкурентные преимущества путем постоянного обучения сотрудников, использования приобретенных знаний, выработки способности адаптировать свою работу к изменяющимся обстоятельствам.

СМЗ решает проблему компетентности, которую можно охарактеризовать как проявленные личные качества и выраженная способность применять СМЗ на практике. Концепция компетентности распространяется на всех работающих в авиационной промышленности и представлена в общем виде на рис. 1.

Личные качества специалиста должны позволять им действовать в соответствии с принципами системы менеджмента знаний. Для внедрения системы менеджмента знаний необходимы инвестиции, величина которых может быть оценена различными способами.



Рис. 1. Концепция компетентности

Наиболее распространен затратный метод оценки интеллектуального капитала, который предполагает, что рыночная стоимость прав на объект интеллектуального капитала определяется его полезностью и предложением подобных объектов на рынке. Таким образом, затраты являются важным критерием в формировании рыночной стоимости, особенно при создании нового оригинального изделия.

В практической деятельности по управлению объектом интеллектуального капитала имеются случаи, когда оценка их стоимости, осуществляется через значительный промежуток времени после завершения их разработки. В этом случае целесообразно воспользоваться методом приведенных затрат, заключающимся в пересчете прошлых затрат в текущую стоимость с учетом изменения инфляции во времени. Внедрение системы менеджмента знаний как технология мобилизации конкурентных преимуществ имеет большое значение для сохранения и повышения конкурентных преимуществ продукции авиапредприятий и требует разработки специализированного инструментария управления его конкурентоспособностью.

Библиографический список

1. Рогов С.М. Будет ли Россия мировым интеллектуальным центром? // Независимая газета. – 22.01.2010.
2. Менеджмент знаний. Термины и определения. ГОСТ Р 53894-2010. М.: Стандартинформ, 2011. – С. 2–3.
3. Руководящие указания по проведению аудитов систем менеджмента качества и/или систем менеджмента окружающей среды, ГОСТ Р ИСО 19011-2003. М.: Госстандарт, 2003. – С. 10.

Доброва К. Б. – доктор экономических наук, профессор, Московский авиационный институт

Кириченко Н. В. – аспирант, Московский авиационный институт

e-mail: kdobrova@mail.ru