

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И НЕОБХОДИМОСТЬ НОВОГО КАЧЕСТВА МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ

*Салихова И.С., кандидат экономических наук, доцент
Окорокров И.В., соискатель ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»*

В статье рассмотрена проблема совершенствования методов управления знаниями в условиях новой инновационной экономики. Показано, что синергетический процесс роста корпоративного знания зависит как от эффективности использования когнитивных преимуществ отдельных сотрудников, так и от методов организации их совместной работы. Предложены варианты повышения эффективности методов организации сотрудничества в поисковых научно-исследовательских командах на базе брейнсторминга и ролевых методов выявления и учета индивидуальных компетенций.

Ключевые слова: компетенции, корпоративное знание, инновации, командное взаимодействие.

UDC 330.54

INNOVATION ECONOMY AND THE NECESSITY OF NEW QUALITY OF KNOWLEDGE MANAGEMENT METHODS

*Salikhova I.S., candidate degree of economic sciences, associate professor
Okorokov I.V., seeker of candidate of economic sciences at
FSUE «STANDARTINFORM»*

The article overviews the matter of improving of knowledge management methods in the conditions of new innovation economy. It is being shown that a synergy growth process of corporate knowledge depends on effectiveness of using cognitive advantages of particular employees as well as methods of organization of their mutual cooperation. The article provides approaches for improvement of methods of organization of mutual cooperation in research and development teams on the basis of brainstorming and role methods of revealing and accounting of individual competences.

Keywords: competences, corporate knowledge, innovation, team impact.

Известно, что основой любых продуктовых экономических инноваций являются новейшие знания, последовательная объективация которых, по сути, и есть создание определенного нового блага. Производство новых знаний,

в свою очередь, требует не только «знаний о том, как создавать новые знания», но и релевантных методов управления данным производством, причем чем выше уровень методического потенциала экономического агента, тем выше качество производимых новых экономических знаний и, следовательно, продуктовых инноваций.

В самом общем плане под методом принято понимать некий прием или способ решения определенной задачи; в то же время, всякий метод есть также и «путь исследования, теория, учение» [1, с. 476]. Это означает, что разработка того или иного методического новшества или просто метода непосредственно связана с созданием определенного учения, формулированием и постулированием неких теоретических положений, раскрывающих причинно-следственные связи того или иного явления действительности. Здесь же подчеркнем, что и использование метода не следует сводить к формализованному инструментализму со стандартным набором способов или приемов поведения субъекта, стремящегося решить, например, творческую задачу. Создание новой теории всегда есть одновременно создание нового метода исследования; чем выше качественные характеристики теории, тем выше уровень ее «инструментальной» эффективности.

Итак, с одной стороны, разрабатывая новый либо совершенствуя действующий метод, мы используем в качестве некоего приема уже созданный ранее исследовательский алгоритм, то есть существующую теорию или учение. С другой стороны, в ходе применения в исследовательской практике ранее разработанные методы анализа происходит обогащение действующей теории, и даже ее качественное изменение с возможным последующим формированием новой научной парадигмы и дисциплинарной матрицы. В самом деле, «нет ничего практичней хорошей теории», и наоборот: ничто так не обогащает теорию, как заключающийся в ней же самой и используемый методический инструментарий исследования действительности. Не случайно в современной философской литературе подчеркивается, что всякий метод

«имеет несколько аспектов: а) объективно-содержательный; б) операциональный; в) праксиологический» [2, с. 219].

Прежде всего, объективное содержание любого метода определяется самим предметом исследования, то есть детерминируется логикой и направленностью движения самой реальности. Сказанное, однако, не означает, что некая реальность лишь предъявляет требования к инструментарию собственного эндогенного исследования. Суть заключается в том, что само знание о структуре, свойствах и внутренних противоречиях предмета предполагаемого методического воздействия, то есть сама теория, описывающая данный предмет, уже заключает в себе в «снятом» виде релевантный инструментальный механизм предполагаемого методического воздействия, либо содержит некие способы и приемы, предопределяющие разработку и последующее функционирование соответствующих методов. Качественная определенность объективно-содержательного аспекта как такового метода заключается в том, что спецификация создания и границы применения метода всегда объективированы субстанциальной основой соответствующего предмета.

Операциональный аспект любого метода познания, исследования или управления всегда характеризуется определенным набором или системой принципов, требований, норм, приемов и способов, которыми руководствуется соответствующий субъект, осуществляющий конкретное инструментальное воздействие. Следует подчеркнуть, что субъективно-операциональный аспект всякого метода определяется отнюдь не только профессиональными знаниями и умениями субъекта, но и всем объемом его качеств и свойств, о какой бы разновидности экономического агента не шла речь: об индивидуальном предпринимателе или о целостном корпоративном сообществе. Однако речь здесь идет не о каком-либо «механическом соединении» уже «готовых» методов исследования или управления с уже «готовыми» качествами субъекта. Проблема гораздо глубже и сложнее, и она характеризуется следующими ключевыми положениями.

Во-первых, система определенных знаний, профессиональных качеств и компетенций субъекта может и не привести к обнаружению методического потенциала теории данного предмета, и, следовательно, к выявлению наиболее релевантных способов и приемов соответствующих методических воздействий. Во-вторых, выявление и адекватная интерпретация выявленных методических основ исследования данного предмета отнюдь не гарантирует субъективной способности правильного процессного использования разработанных методик, то есть у субъекта может не оказаться «в наличии» требуемой системы процессного знания. В-третьих, даже при высоком уровне профессиональных компетенций и наличии релевантных методов соответствующих воздействий, определенные недостатки в системе ценностно-смысловых ориентиров, а также специфика ментальной модели субъекта могут не обеспечить ожидаемого высокого социально-экономического результата его методической деятельности.

Наконец, праксиологический аспект характеристики любого метода непосредственно увязывается с проблематикой эффективности его созидательного применения, то есть с такой комбинацией определенных приемов и способов соответствующего воздействия субъекта на некий предмет, когда обеспечивается ожидаемый высокий результат, выступающий в той или иной объективированной форме. Отсюда сущность праксиологического аспекта в рамках теории и практики создания и использования метода как такового заключается в сознательном выборе и рациональной комбинации существующих методов, обеспечивающих наивысший эффект в рамках определенных субъективных действий, направленных на преобразование конкретного предмета. Здесь праксиология выступает как некий интегратор объективно-содержательного и субъективно-операционального аспектов метода как такового. Эффективность методической деятельности есть функция «качественного сцепления» отмеченных аспектов.

Вслед за общей концептуальной характеристикой метода как такового, резонно перейти к выявлению специфики методов управления, трактуемых,

если иметь в виду социально-экономическую действительность, как «способы воздействия на коллективы и отдельных работников для достижения поставленной цели». При этом «различают методы управления и методы процесса управления. Методы управления характеризуют законченный акт воздействия на объект управления, с помощью методов процесса управления выполняются лишь отдельные работы» [1, с. 487]. Не вдаваясь в содержательные аспекты общей теории методов управления в сфере социально-экономической действительности, отметим лишь некоторые особенности данных методов, имеющих большое значение для исследования путей повышения эффективности управления современной экономикой знаний. Рассмотрим кратко эти особенности, учитывая то ключевое обстоятельство, что именно человеческий капитал, как система знаний, используемых при создании экономических благ, а не традиционный вещественный капитал является сегодня базисным интегрирующим фактором производства.

Во-первых, ключевым методическим императивом в сфере управления корпоративными знаниями является последовательная актуализация методов косвенного управления. Известно, что методы прямого управления направлены непосредственно на экономического агента с явным ожиданием тех или иных его решений и действий. В свою очередь, методы косвенного управления способствуют лишь созданию условий для экономического агента, в рамках которых он должен сам принять релевантное экономическое решение. Очевидно, что в условиях масштабной когнитивизации экономической действительности едва ли высокоэффективными видятся методы прямого управления, почти не оставляющие субъектам экономики возможности для самостоятельности и творческих действий. Следует подчеркнуть, что актуализация методов косвенного управления здесь должна непосредственно увязываться с качественным обновлением системы интеллектуальной собственности как на функционирующий интеллектуальный капитал субъектов, так и на создаваемый ими интеллектуальный продукт.

Во-вторых, закономерно актуализируется приоритет неформальных методов управления знаниями и в целом социально-экономическими процессами. По сути, речь идет о «расширенном воспроизводстве» методических импровизаций, что обуславливается высокой скоростью изменений и растущими требованиями постоянного поиска неординарных форм и способов воздействия на индивидов и творчески-трудолюбивые коллективы. Как правило, формальные методы управления фиксируются в соответствующих документах, то есть формализуются и являются предметом рассмотрения и изучения в учебных заведениях и непосредственно на предприятиях. Этим методам соответствуют формальные институты; при этом очевидно, что неформальные институты (в инструментальном смысле) и есть неформальные методы управления, в том числе экономическими знаниями.

Неформальные методы управления социально-экономическими процессами есть методические новшества, которых становится все больше в ходе когнитивизации хозяйственных трансакций и развития всех форм соответствующих взаимодействий, причем эти методические новшества и импровизации могут возникать в рамках формальных методов управления (например, в рамках такого известного и методически апробированного метода управления производством новых знаний, каким является брейнсторминг, могут возникать неформальные методические импровизации в форме, например, сознательных «эмоциональных взрывов» фасилитатора, разбора примеров из области, не связанной с рассматриваемой экономической проблемой, в виде целенаправленных попыток соотнести результаты дискурса с известными естественнонаучными законами и др.).

Неформальные методы управления знаниями, особенно в условиях растущих требований гуманизации хозяйственной действительности, становятся все более приоритетными и функциональными относительно формальных «методов-стационаров». Методические неформальные импровизации приобретают все большую ценность по отношению к методическим формальным правилам. Даже можно отметить, что в условиях высокого трансформацион-

ного экономического динамизма управленческие цели все чаще достигаются не благодаря, а вопреки использованию формально принятых инструментов управления.

Например, метод комплектования творческих исследовательских групп в рамках корпорации по принципу «соответствия профессиональных интересов» в ряде случаев может и должен уступить место противоположному принципу «многообразия профессиональных предпочтений» либо принципу «междисциплинарной диверсификации» и т.д. В современных условиях креативный результат может инициироваться не столько группой глубоких профессионалов, сколько «перекрестным опылением» интеллекта специалистов разного профиля и даже уровня. Если уж наступила эпоха «бизнеса со скоростью мысли», то не меньшую скорость должны приобрести и методические инновации; при этом адекватной формой методических инноваций в условиях такого «скоростного бизнеса» являются неформальные (часто попросту не формализуемые) методические импровизации, составляющие основу методического неявного знания.

В-третьих, постоянно расширяется и диверсифицируется спектр неэкономических методических приемов и способов управления знаниями, что обуславливается новой ролью и растущим значением человека в хозяйственной динамике. Превращение человека одновременно в цель, условие и фактор современного социально-экономического прогресса нацеливает на наиболее полную мобилизацию его творчески-трудовой энергии при решении всего комплекса созидательных задач. Безусловный приоритет человеческого капитала по отношению к вещественному капиталу в производстве означает безусловность приоритета расширенного воспроизводства новейших знаний по отношению к продуктам конечного потребления.

Среди неэкономических методов управления персоналом фирм ключевое значение приобретают социокультурные методы, или инструменты социокультурного воздействия на участников воспроизводства новых знаний. Все субъекты современного творчески-трудового процесса должны иметь схо-

жие, именно созидательные ценностные ориентиры своей деятельности, что позволит избежать «ценностных диссонансов» и соответствующих противоречий. Важнейшим и, конечно же, весьма специфическим социокультурным методом управления знаниями является система ценностных установок личности ключевого руководителя, например, лица, принимающего основные решения.

Возрастает роль социально-психологических методов управления современной экономикой знаний, понимая под этой экономикой, прежде всего, область «соприкосновений» человеческих индивидуальных и коллективных характеров, волевых устремлений, типов и форм индивидуального и коллективного мышления, ментальных карт и моделей, психогенетических особенностей различных участников социально-экономических взаимодействий и т.д. Для развития предпринимательского мышления и одноименных способностей резонно использовать методы моделирования будущего с «набором» слабо предсказуемых экономических трансформаций, развивать приемы искусственного создания сложных ситуаций, применять методы возложения «груза ответственности» путем наделения дополнительными полномочиями и доверием «целевых» исполнителей при решении сложных хозяйственных задач.

Большое значение здесь имеют широко известные ролевые игры, позволяющие выявить людей, обладающих скрытыми способностями организатора, модератора или фасилитатора, креативного лидера либо высокоэффективного исполнителя, экономического «фантазера» или не менее полезного для организации педантичного «рутинера». Выявление социально-психологического портрета, например, современной наукоемкой фирмы позволит избежать конфликтных ситуаций и осуществить профилактику психологических несоответствий. Важно избежать управленческие «провалы», когда творческие задания получают те субъекты, которые, помимо обладания необходимыми профессиональными компетенциями, демонстрируют еще и необходимые психологические качества, в форме, например, уверенности в

себе, лидерства, настойчивости, творческого воображения, умения сплотить коллектив и др.

Необходимо также выделить социологические методы управления знаниями, под которыми следует понимать приемы и способы формирования различных социально-экономических сообществ и групп, а также организацию соответствующих взаимодействий. Эти методы играют большую роль в деятельности наукоемких корпораций, в рамках которых существует благоприятная ценностно-культурная и институциональная обстановка для создания различных творческих групп и трудовых сообществ, кружков качества и новаторских временных коллективов. Воспроизводственная роль социологических методов управления знаниями заключается в создании добавленной стоимости за счет умелой и «точечной» комбинации собственников человеческого капитала, способных наиболее эффективно решить те или иные созидательные задачи. Социологический аспект, возникающий в сфере методических инноваций, заключается, таким образом, в том, чтобы формировать и совершенствовать корпоративные и иные социально-экономические сети, в рамках которых обеспечивается наивысшая результативность использования знаний и компетенций сотрудников.

Важно подчеркнуть, что социологические методы управления корпоративными сообществами отнюдь не ограничиваются созданием целевых сетевых групп, что само по себе уже является фактором роста эффективности индивидуального воспроизводства. Главное в системе социологического инструментария управления различными сообществами и группами участников экономической деятельности является организация и осуществление требуемых взаимодействий, то есть коммуникаций, в ходе которых осуществляется развивающий друг друга обмен-общение, происходит генерация новых идей и знаний, оптимизируются творческие интенции и экономические интересы, обнаруживаются наиболее приемлемые альтернативы экономической деятельности.

Коммуникации, как способ осуществления социально-экономических взаимодействий, настолько актуальны и высокопроизводительны, что резонно вести речь и формировании коммуникационного менеджмента в рамках общей экономической социологии управления знаниями. Отмеченные обстоятельства позволяют актуализировать собственно коммуникационные методы управления экономикой и ее соответствующими субъектами. Речь идет о самостоятельном исследовательском и научно-практическом пространстве, где следует разработать и внедрить в хозяйственную действительность множество новых форм, способов и приемов коммуникативного общения и «уплотняющегося» взаимодействия, обеспечивающего кумулятивную эффективность и синергию в создании новых идей и продуктов.

Таким образом, знание метода решения той или иной исследовательской, управленческой и любой другой задачи, а также обладание соответствующими компетенциями становится важным фактором развития общества в целом и его экономики. Инновации в сфере методического воспроизводства не менее важны, чем в любой другой сфере человеческой деятельности. Следовательно, можно обоснованно утверждать, что востребованные методические знания и компетенции субъекта являются важнейшим элементом его созидательного капитала. В условиях растущей потребности в масштабных экономических инновациях актуализируется феномен методического предпринимательства, представляющего собой деятельность определенного субъекта в сфере разработки, внедрения, мониторинга и развития методических инноваций. Методическое предпринимательство как специфическая объективация определенных качеств субъекта-методиста, основывается на следующих ключевых элементах: во-первых, – это глубокое знание рассматриваемого предмета, что предполагает выявление закономерностей его развития и понимание внутренних причинно-следственных зависимостей; во-вторых, – это наличие определенных психологических свойств участников методического процесса, среди которых обязательным атрибутом является способность к системному мышлению; в-третьих, – это обладание набором совре-

менных профессиональных компетенций, позволяющих адекватно отражать динамику рассматриваемого предмета.

В заключение подчеркнем, что методические инновации в сфере расширенного воспроизводства корпоративных знаний детерминируются новой ролью человека в современной экономике и превращением предприятий в ключевое звено общего когнитивного воспроизводства. Учитывая возрастающие роли и значения субъективного фактора в осуществлении методической деятельности, особое внимание следует уделить ментально-смысловым, социокультурным, психолого-экономическим и другим методическим инновациям.

Список использованной литературы

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002.
2. Краткий философский словарь / Под ред. А.П. Алексеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК «Велби», Изд-во «Проспект», 2007.
3. Кун Т. Структура научных революций. – М.: АСТ: АСТ Москва, 2009. – Главы 5-8.
4. Макаров В.Л. Микроэкономика знаний / В.Л. Макаров, Г.Б. Клейнер; Отд. обществ. наук РАН, Центр. экон.-мат. ин-т. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. – Главы 3-4.
5. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал. – М.: Эксмо, 2008.
6. Мильнер Б.З., Румянцева З.П., Смирнова В.Г., Блинникова А.В. Управление знаниями в корпорациях / Под ред. Б.З. Мильнера. – М.: Дело, 2006.
7. Экономика знаний: Коллективная монография / Отв. ред. В.П. Колесова. – М.: МНФРА-М, 2008.
8. Дресвянников В.А. Построение системы управления знаниями на предприятии. – М.: КНОРУС, 2008.