

ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОГО ОРГАНИЗАЦИОННОГО КАПИТАЛА КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ

Хизриев З.Х., Павин А.В.

В статье рассмотрен вопрос факторного содержания организационных основ корпоративной деятельности, приведены основания разграничения организационных условий и организационных факторов. Кратко рассмотрены процессы самостоятельного и автономного воспроизводства знаний и конечных продуктов в рамках социально-экономических «слоев» экономики знаний, а также проведен анализ структуры корпоративного организационного капитала.

Ключевые слова: экономика знаний, управление знаниями, организационный капитал, воспроизводство знаний, корпоративная деятельность.

UDC 330.16+658.3

FORMING CORPORATE ORGANIZATIONAL CAPITAL AS A BASIS FOR ENHANCING THE QUALITY OF KNOWLEDGE MANAGEMENT

Khizriev Z.Kh., Pavin A.V.

The article considers the matter of factor contents of organizational basis of corporate activity, provides basis for distinguishing between organizational conditions and organizational factors, briefly covers the processes of independent and autonomous reproduction of knowledge and end products in the framework of social and economic layers of knowledge economy, as well as performs analysis of the structure of corporate organizational capital.

Keywords: knowledge economy, knowledge management, organizational capital, reproduction of knowledge, corporate activity.

Анализ создания и функционирования организационных структур наукоемкого предприятия, действующего в экономике постоянно обновляющихся знаний, позволяет заключить, что организационные основания деятельности корпорации «перерастают» границы обычных условий и становятся организационными факторами когнитивного развития предприятия. При этом организационные элементы деятельности фирмы не теряют статус «условий»; просто часть этих условий все в большей степени выступает как «орга-

низационный фактор» воспроизводства новых знаний и повышения качества управления данным процессом. В чем же конкретно заключается факторное содержание организационных основ корпоративной деятельности, или как отличить организационные условия от организационных факторов? Ответ на этот ключевой вопрос кроется в самой специфике когнитивного процесса и общей логике непрерывности и масштабности требований к воспроизводственному циклу новейших знаний. О чем идет речь?

Во-первых, факторное содержание организационных условий детерминируется внутренней логикой производства новых знаний, генерации идей и их объективации посредством трансформации неявных знаний наиболее креативных сотрудников в знания явные, формализованные, которые впоследствии становятся достоянием всего корпоративного сообщества. Суть в том, что требуемая масштабность и непрерывность генерации новых идей и знаний возможна только в ситуации организационного «релятивизма», то есть непрерывной организационной изменчивости, предопределяемой открытостью и прозрачностью соответствующих сетевых групп. В самом деле, можно ли всерьез рассчитывать на высокую скорость и рентабельно ориентированную эффективность нового знания, если корпоративные сетевые сообщества не будут постоянно находиться в режиме постоянной «организационной самонастройки»?

Следовательно, факт непрерывной самонастройки сетевых сообществ, как микрокорпоративных организационных структур, на проектные требования каждой конкретной задачи может считаться самостоятельным фактором производства. Организационное построение творческих коллективов и функциональных сетевых сообществ каждый раз «перезагружает» структуру своей сетевой организации, добавляя или устраняя ненужные либо слабофункциональные элементы своей деятельности. Все это не означает, что организационный релятивизм давно стал организационным фактором в сфере воспроизводства новых знаний; очевидно, что предстоит долгий путь освоения форм и способов быстрых и адекватных организационных перестроений в

рамках деятельности корпоративных творчески-трудовых коллективов и различных рабочих команд. Но сегодня становится все более ясно, что однотипная организационная структура корпорации либо ее сетевых подгрупп едва ли годится для решения разных, порой даже весьма сходных воспроизводственных когнитивных задач.

Во-вторых, поскольку в экономике знаний велика роль неявного знания, которое в большей степени не формализуется и не оседает в базах знаний, а только «каким-то» образом трансформируется в конечный уникальный продукт, то критическое значение для деятельности наукоемкой корпорации имеет способность собственников уникального интеллектуального капитала осуществлять эндогенную самоорганизацию индивидуальной творческой деятельности. Суть в том, что уникальные и ценные неявные знания корпоративных интеллектуалов могут «обнаружить» себя лишь в том случае, если их автор и создатель будет самоорганизован на требуемом уровне, то есть на уровне, когда его собственный тайм-менеджмент, а также цели и планы деятельности не характеризуются различными организационными дисфункциями в форме, например, необязательности, опозданий на дискуссии, пропущенных брейнстормингов и т.д.

В условиях высочайшего динамизма в сфере производства и использования новых знаний качество внутренней самоорганизации действительно приобретает критическое значение, поскольку каждый участник корпоративной деятельности все в большей мере приобретает черты фрилансера, создающего по «своему графику» и в «удобное лично для него время». Все, что в перспективе сможет сделать корпорация, – это весьма осторожно мотивировать свой креативный персонал, предлагая ряд привлекательных альтернатив для соответствующей созидательной деятельности. Современная наукоемкая фирма все в большей мере представляет собой системно-синергетическое единение «развернутых личностей»; при этом каждая личность, живя и действуя в рамках стратегии и видения данной фирмы, приобретает черты «свернувшегося корпоративного сообщества». Очевидно, что

роль каждой личности, как члена корпоративного сообщества, будет неуклонно возрастать по мере роста интенсивности информационного и когнитивного экономического пространства. Это означает, что будет возрастать и роль индивидуальной внутренней самоорганизации, которая все в большей мере приобретает черты эндогенного фактора когнитивного воспроизводства, превращаясь в предмет наноэкономического анализа.

В-третьих, следуя общему пониманию как таковой экономической организации, представляющей собой определенную управляемую (либо самоуправляемую) группу людей, объединенных для достижения неких экономических целей и взаимодействующих между собой и с другими акторами в рамках неких правил. Своеобразие современного этапа когнитивного развития первичных хозяйственных звеньев экономики заключается в том, что здесь исчезают «организационные мелочи»; каждый, ранее несущественный элемент организационного построения фирмы, приобретает самостоятельное большое значение. Заметим, что в ситуации высочайшего экономического динамизма и бурного потока инновационных идей и знаний, в непрерывное движение приходят все ключевые составляющие явления «экономическая организация». Если видение и стратегия корпорации могут какое-то время оставаться неизменными хотя бы по форме, то ближайшие цели, состав собственников человеческого (интеллектуального) капитала, нормы и правила хозяйственных взаимодействий и, тем более, управленческие решения приобретают очертания «потока» и все более подходят под определение фактора производства.

В-четвертых, известно, что потребность в непрерывном и расширенном воспроизводстве новейших знаний предопределяет усиление интенсификации социально-экономических взаимодействий внутри наукоемкой экономической организации. Для того, чтобы «коэффициент трения» этих взаимодействий был наименьшим, следует сократить, прежде всего, издержки транзакций, а также социальные и трансформационные издержки. Важнейшим средством решения данной задачи является корпоративное доверие, которое мо-

жет быть межличностным и институциональным, внутренним и внешним, частичным либо наиболее (по возможности) полным. По сути, доверие предстает как динамический фактор организационного единства, что, в свою очередь, является фактором повышения эффективности управления воспроизводством корпоративных знаний, да и всей системы хозяйственных решений и действий. Можно, видимо, с некоторой долей условности говорить о «капитале доверия», что заключает в себе несколько большую созидательную силу, чем, например, термин «кредит доверия».

Анализ и характеристика объективных обстоятельств, предопределяющих превращение организационных оснований воспроизводства корпоративных знаний в постоянно действующий фактор производства, распространения и использования новых знаний, нацеливают на конституирование данных организационных оснований как корпоративного организационного капитала. Известно, что как таковое понятие «капитал» (капитальный, основной, несущий и т.д.) становится весьма «модным» в отечественной и зарубежной экономической литературе. Достаточно вспомнить такие категории, как человеческий и интеллектуальный капитал, управленческий капитал, структурный капитал, клиентский капитал, социальный капитал и некоторые другие. Не слишком ли «много» различных форм капитала стало появляться в рамках социально-экономических и иных исследований (в недавнем прошлом исследователи вполне обходились просто понятием «капитал», понимая под ним вполне определенный набор средств производства, именуемый производителем капиталом).

Очевидно, что масштабный и неуклонный переход национальных хозяйственных систем в постоянно уплотняющуюся информационную среду, где самостоятельно позиционируется экономика знаний (на всех уровнях социально-экономических отношений), вызывает к жизни качественно новые созидательные императивы и источники созидательной энергии. Если в период индустриальной экономики можно было обходиться без понятия «человеческий капитал», поскольку основой воспроизводственного цикла были

вещественные средства производства, то в современных условиях качественно изменилась роль человека. Именно новые, созидательные человеческие знания и компетенции, непрерывно обновляемые и масштабно используемые, в том числе и для постоянного совершенствования элементов вещественного капитала становятся «капитальным фундаментом» всей экономической деятельности. В когнитивной экономике факторной основой хозяйственной деятельности были и остаются человеческие знания и компетенции как органическое единство опыта, умений, навыков и способностей определенного экономического агента (по сути, компетенции есть «уплотненное» знание). И если непрерывное обновление этих знаний и компетенций становится ключевым императивом экономического роста, то едва ли являются «надуманными» различные диверсифицированные и специфицированные формы соответствующих капитальных благ.

Более того, нет противоречия и между человеческим и вещественным капиталом, например, корпорации; здесь нет даже какой-либо смены исследовательских парадигм, о чем иногда говорят экономисты-исследователи. Вещественный капитал есть всего лишь овеществленное человеческое знание о том, какие нам сегодня необходимы средства творчески-трудовой деятельности (станки с числовым программным управлением или компьютеры, мощные рефрижераторы или большегрузные прицепы) и как эти средства создавать. Другими словами, в экономике знаний хозяйственная действительность не ограничивается только функциональным уровнем, где действуют лишь вещественные элементы производительного капитала. Экономика знаний включает несколько «слоев» социально-экономических и в целом хозяйственных отношений, в рамках которых происходят вполне самостоятельные и даже автономные процессы воспроизводства знаний и конечных продуктов.

Первый «слой» – это уровень знаний о том, как создавать новые знания, или когнитивный уровень, который отнюдь не всегда учитывается теоретиками и практиками организации корпоративного воспроизводства;

обычно предполагается, что экономическая когнитивистика является сферой сугубо академических аспектов воспроизводства знаний. Второй уровень движения знаний представлен известными разработками и концепциями, характеризующими ту традиционную часть Stage-Gate процесса, в рамках которой осуществляется генерация новых идей и знаний с последующей их модификацией в готовые проекты и патенты; здесь воспроизводятся знания о том, какие продукты и как создавать, в том числе и традиционные средства производства. Третий уровень воспроизводства новых знаний связан с целостностью, или системностью знаний, материализованных (объективированных) в конечном продукте, а также с системой знаний, способствующих продвижению данного продукта к конечному потребителю со всем комплексом последующего мониторинга; постпроизводственные продуктовые знания (чаще всего, их отождествляют с маркетинговыми знаниями) являются источником для последующих улучшающих продуктовых модификаций и создания качественно новых образцов товаров и услуг.

Итак, глубинными источником всякого процесса товарного производства является когнитивный уровень общего воспроизводственного цикла нового знания (фактор производства первого, онтологического уровня). На этом уровне в «чистом виде» взаимодействуют человеческая энергия творчества и ранее приобретенное знание, чаще всего выступающее в неявном виде (например, как личностный или групповой менталитет, ценностные модели, неформальные нормы и так далее). Здесь действуют, по-видимому, два онтологических «подсистемных» фактора производства, а именно: мыслительная энергия в форме каузального, или сущностного типа мышления и ранее приобретенные либо сформированные самостоятельно из внешней контекстной информации неявные знания субъекта. Полезность, или потенциальная доходная ценность рассматриваемого уровня воспроизводственного цикла нового знания вполне очевидна: не владея знаниями о том, как, с помощью каких методик и инструментов производить новые знания, невозможно всерьез рассчитывать на быстрый рост корпоративных инноваций. Процветающая

компания не может и не должна успешно существовать исключительно за счет аутсорсинга и консалтинга, бенчмаркинга и покупок патентов на производство новых продуктов. В экономике знаний на ее глубинном уровне формируется и действует, если вести речь о первичных звеньях экономики, корпоративный когнитивный капитал, представляющий собой ценность в форме реальной способности определенных субъектов воссоздавать механизм расширенного воспроизводства знаний о том, как создавать новые знания.

Непосредственным источником производства товарной продукции являются соответствующие «продуктово-процессные» знания, подробно рассматриваемые многими отечественными и зарубежными авторами; в данном случае речь идет о факторе производства второго, феноменологического уровня. Применительно к данному уровню есть немало цельных, системных разработок, использование которых вполне позволяет обосновать современную логику инновационного цикла; недостатком является лишь меньший «удельный вес» исследовательского внимания, направленный на анализ именно процессного знания, изучения того, как объективировать проектное знание в конечный продукт потребления. Возвращаясь к «продуктово-процессному» уровню знания, следует заметить, что здесь действуют, как минимум, три «подсистемных» ключевых фактора производства, а именно: энергия человеческого полноценного (сущностного, причинно-следственного) мышления; преимущественно формализованные знания в различных модифицированных формах; различные элементы вещественного капитала, известные как средства производства. В общем плане речь здесь идет о корпоративном капитале «продуктовых» знаний, или о корпоративном «знаниево-продуктовом» капитале. Полезность, или доходная ценность знаний о том, как и какой создавать продукт, вполне очевидны; без новых знаний, объективированных в новых продуктах, нет речи о прибыли, о доходах менеджеров и персонала и т.д.

В контексте отмеченных положений, касающихся феноменологического уровня воспроизводства корпоративных знаний, резонно было бы отгра-

ничить знания, связанные с разработкой конкретного продукта, то есть созданием некоего проекта (эту часть движения знаний можно было бы назвать феноменологическим уровнем первого порядка), от знаний, используемых для превращения проекта в реальный продукт, готовый для конечного потребления (эту часть движения знаний резонно считать феноменологическим уровнем второго порядка). В первом случае речь идет о проектном знании, или о проектном «срезе» корпоративного человеческого капитала; во втором, – о процессном аспекте общих корпоративных знаний. Промежуточное состояние движения нового знания от проекта к реальному процессному применению может быть определено как трансформационное феноменологическое знание, которое органически увязывается, как с проектным, так и с процессным корпоративным знанием. Но именно это трансформационное знание является наиболее сложным элементом в системе общего корпоративного человеческого или интеллектуального капитала.

Наконец, функциональным способом обеспечения коммерческого успеха деятельности корпорации в экономике знаний является маркетинговое знание, призванное показать «товар лицом» всем реальным и потенциальным покупателям. Доходная ценность, или полезность маркетингового знания состоит в том, что именно данное знание приводит, в конечном счете, к ожидаемому результату хозяйствования, то есть к получению экономической прибыли. В связи с этим действительно ценное маркетинговое знание резонно характеризовать как фактор производства третьего, праксиологического уровня, обеспечивающий приобретение созданным продуктом общественной формы, то есть показывающий и доказывающий субъектам рынка его полезность и надлежащее качество. Возможно, что не полностью, но в существенной степени прибыль корпорации является функцией маркетингового знания, и именно в этой связи резонно вести речь о капитале маркетинговых знаний, или о маркетинговом капитале как самостоятельном факторе производства (только в данном случае производится не продукт, а прибыль). При этом маркетинговый капитал также может быть подразделен на ряд подсистемных

факторов производства, включающих ценные формализованные знания маркетологов, а также их творчески-трудовую энергию; кроме того, сюда следовало бы включить такие факторы производства прибыли, как экзогенный социальный и институциональный капитал, обеспечивающие доверие потребителей к данной корпорации и, следовательно, всем тем продуктам, которые данная фирма предлагает рынку.

Таким образом, общий генетический ракурс воспроизводственного цикла новых знаний, рассматриваемый в контексте реального доходобразующего созидания, включает онтологический, феноменологический и праксиологический этапы капиталообразования. Генетический ракурс не следует смешивать с функциональным ракурсом, в соответствии с которым корпоративные знания подразделяются на ментальные, культурные (в узком смысле), институциональные, социально-экономические, управленческие, финансово-экономические, технико-технологические, поведенческие и некоторые другие. В совокупности эти знания образуют функциональный корпоративный человеческий капитал, который принимает форму интеллектуального капитала в том случае, если нацелен на воспроизводство именно созидательных знаний и продуктовых инноваций. При этом отмеченные функциональные элементы корпоративного интеллектуального капитала принимают форму «подсистемных» капиталов: ментального, ценностно-смыслового, институционального, социального и т.д.

Диалектика генетических и функциональных форм капитала весьма интересна; здесь каждый «горизонтальный» элемент, например, институциональный капитал, имеет свою генетическую «вертикаль», а именно: когнитивную онтологию, продуктово-процессную феноменологию и эндогенную транзакционную праксиологию (в данном случае маркетинговый уровень модифицируется в анализ внутрифирменных «прибылей» и «убытков», возникающих в процессе и в результате внедрения тех или иных соответствующих инноваций). Здесь маркетинговый капитал принимает специфическую форму транзакционного, именно обменного капитала, представляющего со-

бой ценные знания о том, как «продвигать» в систему внутрифирменный взаимодействий, например, новые ментальные модели или ценностные ориентиры, новые неформальные институты или сетевые формы общения и т.д.

Теперь наступил ключевой этап исследования, связанный с модификацией отмеченных выше положений и выводов применительно к такому корпоративному явлению, как организация и соответствующее организационное знание. Поскольку «факторная мощность» элементов корпоративной организации считается доказанной и всесторонне обоснованной, то поток этих факторных переменных, как отмечалось, и образует такое явление, как организационный капитал, который можно определить как ценность, представленную единством определенных структурных элементов организационного построения корпорации, обеспечивающих такое качество управления воспроизводством знаний, которое непосредственно результируется в устойчивой прибыльной деятельности фирмы. В данной трактовке организационного капитала понятие «ценность» следует понимать, прежде всего, как систему специальных знаний о формировании соответствующих организационных элементов. Теперь, следуя общей логике исследования воспроизводства корпоративных знаний, можно сделать следующие умозаключения.

Первое. С генетической точки зрения организационный капитал корпорации следует подразделить на три последовательно «восходящих» уровня. Во-первых, – это уровень когнитивного организационного знания, то есть уровень корпоративных знаний и компетенций о том, как создавать новые знания в сфере организационного обустройства современной наукоемкой корпорации. Данному уровню рассматриваемого знания соответствует когнитивный организационный капитал, или корпоративный организационный капитал когнитивного уровня. Во-вторых, – это уровень проектного организационного знания, то есть уровень корпоративных знаний и компетенций о том, как проектировать новое организационное строение фирмы, которое адекватно требованиям современной рыночной динамики. Этому уровню исследуемого знания соответствует проектный организационный капитал, или

корпоративный организационный капитал проектного уровня. В-третьих, – это уровень процессного организационного знания, то есть уровень корпоративных знаний и компетенций о том, как процессуально (поэтапно, шаг за шагом) трансформировать проект организации в организационную реальность. Соответственно, этому уровню анализируемого знания соответствует процессный организационный капитал, или корпоративный организационный капитал процессного уровня. Очевидно, что здесь имеется в виду реальная творчески-трудовая деятельность субъекта (субъектов) управления по практическому осуществлению проектного замысла создания новой организационной структуры, привлечения новых сотрудников, инвестиций в создание системы доверительных отношений, разъяснение стратегии, миссии, видения воссоздаваемой корпорации, детализация системы мотивационных взаимодействий и многое другое.

Второе. С функциональной точки зрения необходимо выделить уровень функционального организационного знания, то есть уровень корпоративных знаний и компетенций о том, обеспечить высокоэффективное функционирование новой организационной структуры. В этом плане речь идет о таких известных организационных элементах, как планирование, применение различных форм и способов мотивации персонала, оперативное изменение некоторых производственных задач, обеспечение качества функционирования сетевых подгрупп, апробация новых институциональных форм, мониторинг деятельности организации как единого социально-экономического сообщества и т.д. Очевидно, что функциональные организационные знания можно определить как функциональный организационный капитал, или корпоративный организационный капитал функционального уровня. Здесь резонно вести речь о путях, формах и способах наиболее эффективного приведения в движение всех элементов ранее спроектированной и созданной организационной структуры.

Проведенный анализ структуры корпоративного организационного капитала позволяет сделать, как минимум, следующие умозаключения. Во-

первых, каждый структурный элемент генетического и функционального уровня данного капитала является сферой специфического одноименного менеджмента. Менеджмент генетического организационного капитала корпорации есть управление процессом производства, распространения и применения когнитивных, проектных и процессных организационных знаний; при этом все отмеченные виды рассматриваемого знания должны быть тесно и оптимально увязаны в рамках общего инвестиционного решения. Другими словами, затраты творчески-трудовой энергии, например, на генерацию методов воспроизводства организационных знаний, не должны осуществляться за счет «бюджета» затрат на разработку организационного проекта либо на его материализацию в реальную организационную структуру корпорации. В равной мере инвестиции факторов производства (в данном случае затраты интеллектуального капитала соответствующего субъекта управления) в создание проекта организации не должны поглощать весь запас соответствующих ресурсов, поскольку без генерации новых организационных идей и знаний проектный уровень может быстро остаться на «голодном» творческом «пайке». Все приводимые суждения имеют непосредственное отношение и к менеджменту функционального организационного капитала корпорации, обеспечивающего разработку и использование знания о том, как реально «организовать дело», как привести в движение корпоративную «организационную машину» в целом.

Во-вторых, как показывает общая практика деятельности в сфере расширенного воспроизводства корпоративных знаний, ключевую роль в деле формирования и развития организационного капитала фирмы будет играть способность субъекта управления трансформировать неявные организационные знания – в знания явные, формализованные и, далее, в знания социализированные, то есть ставшие достоянием всего корпоративного сообщества. По сути, речь идет о различных формах обсуждений, нацеленных на разработку принципиальных подходов и примерных контуров будущей организационной модели предприятия. Очевидно, что здесь требуются определенные

проектные группы (возможно, временные), специально предназначенные для тематических брейнстормингов, где будут анализироваться различные полезные модели организационного построения предприятия. Несмотря на многократно упоминавшиеся в современной литературе преимущества сетевых форм организации корпораций, в «чистом» виде таких форм нет и, скорее всего, не будет, поскольку современная фирма функционирует в режиме вертикально-горизонтальных сетевых взаимодействий с различными параметрами властных полномочий и объемами задач в каждом конкретном случае. Отсюда и проистекает необходимость непрерывного совершенствования организационного проектного знания как функции трансформации неявного знания – в явное организационное знание фирмы.

В-третьих, ключевая задача корпоративного организационного капитала в современной экономике знаний заключается в том, чтобы обеспечить высокое качество управления процессом расширенного воспроизводства этих знаний в рамках, прежде всего, наукоемкой корпорации. Для этого следует, прежде всего, обеспечить высокий уровень управления самим организационным капиталом фирмы, осуществив соответствующую спецификацию, взяв за основу единство генетического и функционального уровней движения организационного знания. Отмеченная управленческая спецификация предполагает следующее: а) осуществить менеджмент в сфере когнитивного организационного знания, что позволит повысить уровень методических основ производства знаний о том, как создавать новые организационные знания; б) осуществить менеджмент проектного организационного знания, что позволит рассчитывать на высокое качество проектирования новых организационных элементов корпорации; в) ввести управление производством и применением процессного организационного знания, что обеспечит минимизацию транзакционных и других издержек в ходе «перехода» от проекта новой организации к ее реальной форме; г) осуществить управление функциональными организационными знаниями, что позволит быстро адаптировать новую

структуру фирмы к реалиям рыночной среды, а также быстро применять организационные инновации, возникающие за пределами данной корпорации.