

Салихова И.С. Качественная целостность самообучающихся организаций в когнитивной экономике [Электронный ресурс] // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования: Научный интернет-журнал. 2014. – № 6(22).
Режим доступа http://iea.gostinfo.ru/files/2014_06/2014_06_01.pdf

УДК 658

КАЧЕСТВЕННАЯ ЦЕЛОСТНОСТЬ САМООБУЧАЮЩИХСЯ ОРГАНИЗАЦИЙ В КОГНИТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Салихова И.С., кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и налогообложения Московского университета имени С.Ю. Витте
E-mail: irinasalikhova@yandex.ru

***Аннотация.** Предметом данной статьи является исследование сущности и качественных свойств феномена корпоративного самообучения, а также анализ основных форм самообучающихся организаций в современной экономике. Методологическим основанием исследования являются ключевые положения поведенческой экономики и системной парадигмы. Научная новизна статьи заключается в характеристике «качественной целостности» самообучающейся организации, а также в сравнительном анализе ее ключевых форм в экономике знаний. Положения статьи могут быть использованы при формировании научно-практических парадигм в сфере дальнейшего социально-экономического анализа самообучающихся организаций в условиях когнитивизации современной экономики.*

Ключевые слова: самообучающаяся организация; когнитивная экономика; ключевые компетенции; качество самообучающейся организации; предпринимательские университеты; интегрированный интеллектуальный капитал, технологизация образовательной деятельности.

UDC 658

QUALITY INTEGRITY OF SELF-LEARNING ORGANIZATIONS IN COGNITIVE ECONOMY

Salihova I.S., PhD, Associate Professor of accounting and taxation department of Moscow University named S.Y. Vitte
E-mail: irinasalikhova@yandex.ru

***Abstract.** Analytical problems of the article are: to identify the nature and quality properties of the phenomenon of corporate self-study; analysis of the main forms of self-learning organizations in the modern economy. The methodological bases of the study are the key provisions of behavioral economics and the system*

paradigm. Scientific novelty of the article is to characterize the «quality of integrity» of self-learning organization, as well as a comparative analysis of its key forms in the knowledge economy. Article may be used in the formation of scientific and practical paradigm in further socio-economic analysis of self-learning organizations in modern economy.

Keywords: self-learning organization; cognitive economics; core competencies; quality of self-learning organization; entrepreneurial universities; integrated intellectual capital; technologization of educational activities.

В современных условиях основным источником конкурентных преимуществ организации (корпорации, фирмы) является качество ее когнитивного сектора, в рамках которого производятся и используются «знания о познании», или знания о том, как воспроизводить новые знания и компетенции. В связи с этим, отчетливо высвечивается потребность в ускоренной когнитивизации деятельности экономических организаций, призванных самостоятельно осуществлять весь инновационный цикл. Отсюда *цель данной статьи* заключается в выявлении и социально-экономической характеристике качественных свойств самообучающихся организаций как релевантной формы корпорации в современной экономике знаний. Достижение поставленной цели предопределяет решение следующих задач: *во-первых*, необходимо определить сущность, а также выявить классификационные признаки и качественные свойства самообучающихся организаций и, *во-вторых*, рассмотреть основные формы данных организаций в современной экономике знаний.

Известно, что в основе всякой продуктовой инновации лежит система неявных и явных знаний, то требования динамики внешней и внутренней экономической среды не могут не касаться именно сферы управления воспроизводством корпоративных знаний и обеспечения их требуемого качества. При этом все отчетливей вырисовывается потребность в корпоративном самообучении как скоростном и высокоэффективном методе и способе воспроизводства именно неявных знаний, творчески-трудовых компетенций и конечных продуктов. Конкретная взаимосвязь динамики экономической среды и требо-

ваний корпоративного самообучения характеризуется следующими положениями.

Во-первых, императив корпоративного самообучения непосредственно связан с необходимостью быстрого обновления конечной продукции, что детерминировано растущей конкуренцией не столько конечных продуктов, сколько ключевых корпоративных компетенций. Это обстоятельство является, по сути, ключевым для понимания необходимости масштабного корпоративного самообучения: «успеть» за скоростью обновления продукции и обеспечить организации высокий уровень социально-экономической устойчивости можно лишь в том случае, если «наладить» собственное расширенное воспроизводство новых знаний и *ключевых продуктовых компетенций*. Данное положение еще более актуализируется тем, что приобретение новых знаний и компетенций «на стороне» становится делом весьма дорогостоящим.

Во-вторых, важнейшей потребностью, нацеливающей современные организации к самообучению, является ускоренная актуализация корпоративных систем неявного непередаваемого знания, конституирующего рыночную уникальность организации и требуемое качество всего «набора» базовых и ключевых компетенций. Непрерывное ускорение рыночной динамики оставляет все меньше шансов тем экономическим структурам, кто «питается» преимущественно явными знаниями, получаемыми из внешних источников. Не отрицая большого значения рынка формализованных знаний и его роли в развитии современных инноваций, тем не менее, отметим, что *стратегическая рыночная устойчивость* возникает у тех фирм, которые не покупают, а сами производят новые знания, трансформируя их в ключевые компетенции [2, 10].

В-третьих, самообучающиеся организации являются естественной формой бытия для собственников индивидуальных интеллектуальных капиталов, стремящихся к высокоэффективной самореализации. В рамках концепции «образования через всю жизнь» сотрудники и руководители современных предприятий могут и хотят повышать уровень своих знаний и творчески-трудовых, а также управленческих компетенций именно в рамках действующей

щих организаций. Конечно, это требует создания собственных корпоративных баз знаний, формирования и развития специального когнитивного сектора, производящего новые знания и компетенции, привлечения требуемых «работников знания» (директоров по управлению знаниями, инженеров и технологов знания, специалистов в области разработки компьютерных программ и др.).

Очевидно, что термин «самообучение» наиболее полно отражает императив профессионального роста сотрудников организации, чем понятие «обучение». Самообучение нацеливает на актуализацию именно внутренних, собственных условий, факторов, механизмов и инструментов когнитивного развития конкретной экономической организации. Качественное отличие самообучения от обучения заключается в рамках самообучающейся организации основным источником полезных знаний и компетенций сотрудников является собственный когнитивный сектор предприятия. Следовательно, *самообучающуюся организацию можно трактовать как организацию, обеспечивающую самостоятельное расширенное воспроизводство новых знаний и ключевых компетенций, обеспечивающих ей высокий уровень конкурентоспособности и экономической устойчивости.* Важнейшие классификационные признаки самообучающейся организации, вытекающие из анализа релевантной литературы [1, 3, 7], показаны на рисунке 1.

Сформулированные классификационные признаки самообучающейся организации позволяют сделать ряд обобщений и предложить соответствующие параметры ее качества. *Во-первых*, исходным критерием самообучающегося эффекта является воспроизводство инноваций преимущественно, например, две трети их общего объема, на основе собственного исследовательского и образовательно-методического капитала. *Во-вторых*, интегральным показателем качества эффекта самообучения является воспроизводство в рамках собственного когнитивного сектора ключевых компетенций, обеспечивающих организации высокую степень экономической устойчивости и интеллектуальной безопасности. *В-третьих*, параметром качества самообучающейся организации является рост удельного веса дохода от консалтинговой деятельности

и аутсорсинга. В-четвертых, важным критерием наличия эффекта самообучения является создание и развитие такого интеллектуального актива, как бренд самообучающейся корпорации. Косвенным показателем действенности данного бренда может служить «поток» креативных сотрудников, желающих прийти в данную организацию.

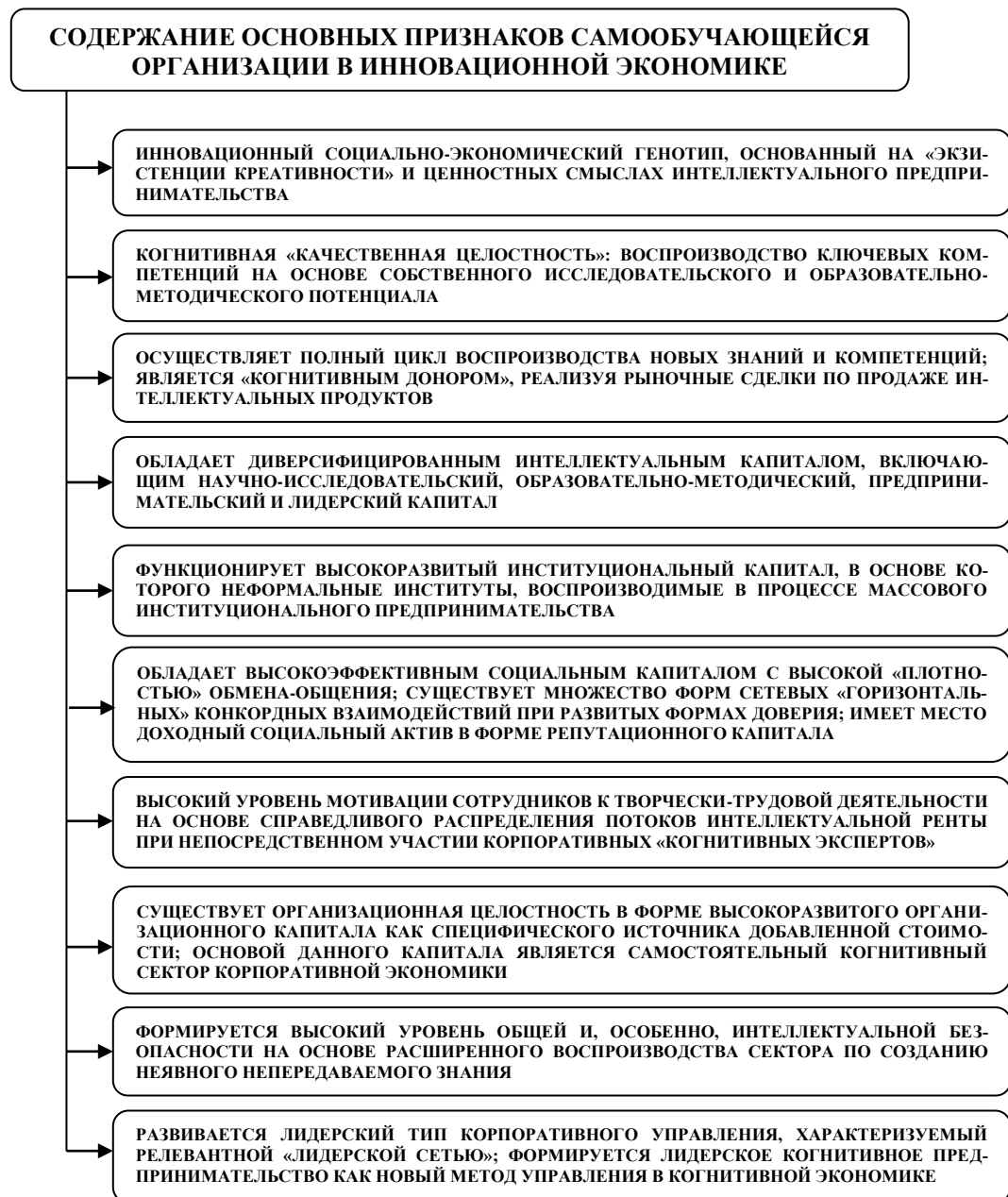


Рис. 1. Основные классификационные признаки самообучающейся организации в инновационной экономике

Особенности становления и последующего совершенствования самообучающихся организаций в современной российской экономике в немалой

степени проистекают от общего понимания конкретных форм таких организаций в принципе. *Первой и наиболее развитой формой самообучающихся организаций являются предпринимательские университеты*, о которых с недавних пор идет речь в отечественной и зарубежной литературе. Тезис о «наиболее развитой форме» связан с тем, что современные университеты призваны формировать систему таких компетенций у своих выпускников, которые позволят им осуществлять расширенное воспроизводство собственных интеллектуальных капиталов в течение всей творчески-трудовой деятельности. Другими словами, критическая роль современных высших учебных заведений заключается в том, чтобы формировать у студентов так называемые «компетенции о компетенциях». Суть этого тезиса состоит в том, что студенты и выпускники вузов должны уметь самостоятельно воспроизводить новые знания и развивать свои компетенции в той сфере деятельности, где они обнаруживают потребность быть использованными как собственники уникальных интеллектуальных капиталов и обеспечивать ожидаемую высокую результативность.

Итак, содержательное качество предпринимательских университетов, как самообучающихся организаций, заключается в следующих обобщающих ключевых суждениях [3, 6, 8, 9]. *Во-первых*, в рамках данных научно-учебных и, одновременно, образовательно-прикладных структур осуществляется полный цикл воспроизводства нового знания: от исследовательских способов генерации новых идей и производства неявных знаний, до создания опытных образцов продуктовых инноваций с последующим их рыночным тестированием. Очевидно, интеллектуальный капитал сотрудников и персонала (постоянного и переменного состава) такого университета должен обладать интеллектуальным капиталом такого качества, которое позволило бы «замкнуть» названный ранее воспроизводственный цикл инноваций на уровне ожидаемых параметров не только компетенций выпускников, но и продуктов конечного потребления. Это означает, что рассматриваемый системный интеллектуальный капитал предпринимательского вуза должен иметь в своем «качественном арсенале» специфический, содержательно выраженный *интеллектуальный*

предпринимательский капитал, призванный доводить до конечной продуктовой формы все исследовательские и образовательные решения и результаты.

Во-вторых, предпринимательские университеты, в отличие от традиционных вузов, ставят задачу формирования не столько «прочных знаний», сколько «креативных компетенций», или *прочных знаний о том, как самостоятельно воспроизводить новые знания и компетенции*. Это означает, что весь научно-образовательный и предпринимательский цикл обучения и воспитания выпускников нацелен не на получение прибыли в традиционном понимании, а на создание потенциала добавленной стоимости в форме базовых и ключевых компетенций всех участников научно-образовательной деятельности. Другими словами, результатом предпринимательской деятельности современного университета, как самообучающейся организации, является не денежная форма прибыли, а система ключевых когнитивных компетенций выпускника высшего учебного заведения третьего тысячелетия. Связь вуза с реальным производственным процессом, либо налаживание такового в рамках самого учебного заведения имеет задачу формировать у студентов инновационное экономическое мышление и соответствующий созидательный ментально-ценностный генотип, что и является специфической формой «интеллектуальной прибыли» университета. Данная прибыль впоследствии конвертируется в соответствующий *университетский бренд*, характеризующий вуз как «инкубатор» ключевых компетенций, обеспечивающих выпускнику творчески-трудоуспех в течение всего периода его созидательной деятельности.

В-третьих, предпринимательские университеты имеют релевантную организационную структуру, отражающую и характеризующую именно прикладную, «компетентностную» направленность своей деятельности. Другими словами, специфика организационного капитала данной самообучающейся структуры заключается в формировании и развитии специальных подразделений, где собственники интеллектуальных капиталов могут и должны «прессовать» свои теоретические знания в реальные практические умения, то есть компетенции. Организационный капитал предпринимательского университета

должен включать не только специальные научно-исследовательские подразделения, но и собственные венчурные микрофирмы, консалтинговые структуры, а также иметь собственную опытно-экспериментальную базу в рамках ведущих наукоемких предприятий и корпоративных сообществ. Не столько «модным», сколько необходимым является *формирование научно-учебных кафедр* непосредственно на предприятиях, где и предполагается проведение соответствующих занятий, как со студентами, так и с работниками самого предприятия. Кроме того, предпринимательские университеты призваны становиться научно-исследовательской и образовательной основой территориальных (региональных) *производственных кластеров*, в рамках которых обеспечивается минимизация трансформационных, транзакционных и других воспроизводственных издержек.

В-четвертых, предпринимательские университеты характеризуются *высокой динамикой изменений образовательных стандартов*, что вполне соответствует требованиям ускоренного воспроизводства масштабных и непрерывных экономических и иных инноваций. Кибернетическая связь науки, образования и производства может, с одной стороны, поддерживаться и развиваться, а с другой стороны, все в большей степени способствовать дальнейшему развитию предпринимательского университета как сложной, именно кибернетической системы только в ситуации *«стандартного релятивизма»*. Стандарты качества научно-исследовательской и образовательно-методической деятельности являются функцией постоянно меняющихся требований к продуктовым и другим инновациям. Поскольку разработкой и развитием стандартов занимаются институциональные предприниматели, то отсюда следует, что важнейшим качественным свойством предпринимательского университета является высокий уровень институционального предпринимательства. Очевидно, что специфическим стандартным требованием является смена самих стандартов, или *«стандарт на динамику стандартов»*. Институциональные предприниматели, действующие в рамках рассматриваемых университетов, должны обладать инновационным типом экономического менталите-

та, поскольку лишь в этом случае можно всерьез рассчитывать на высокое качество разработки и внедрения новых и прогрессивных научно-образовательных стандартов, то есть институтов.

В-пятых, предпринимательские университеты имеют ярко выраженную децентрализованную систему управления научно-образовательной и производственно-предпринимательской деятельностью. Не умаляя критической роли и большого значения руководителя-лидера, управленческий смысл, тем не менее, заключается в формировании и развитии известной «лидерской сети», призванной обеспечить пассионарность и инновационное мышление сотрудников на всех участках деятельности высшего учебного заведения. Лидерский стиль управления и в целом система лидерства становится ключевым императивом, обеспечивающим высокое качество научно-образовательной и производственной деятельности вуза. Предпринимательский университет должен готовить выпускников, обладающих *лидерскими компетенциями*, но такой результат возможен лишь в том случае, если сам университет будет обладать лидерским брендом. Другими словами, компетенции лидера объективно не могут быть сформированы у выпускника, если он в процессе обучения в вузе постоянно не испытывал на себе лидерских форм воздействия; только лидерский, неординарный, инновационный стиль самого обучения может формировать пассионарных лидеров. Сказанное означает, что научно-учебные и иные подразделения предпринимательского университета должны обладать таким уровнем самостоятельности, которого было бы достаточно для реализации (без «оглядки» на руководство) самых смелых (междисциплинарных, перспективных, гипотетических и др.) научно-исследовательских, образовательных и производственно-венчурных планов и проектов.

В-шестых, следуя логике развития современных масштабных и непрерывных инноваций, предпринимательский университет должен быть не только «инкубатором» креативных лидеров, но и «центром притяжения» для всех тех, кто учился в нем раньше либо только собирается стать студентом или слушателем данного вуза. Правильные инновационные научно-образовательные ре-

шения предпринимательского университета должны «тестироваться» четко отлаженным механизмом обратной связи всех поколений выпускников с действующим вузом сегодня, «здесь и сейчас». Современные средства связи и коммуникации позволяют формировать и постоянно поддерживать *живую связь с лучшими практиками выпускников* университета, что является абсолютно необходимым условием его развития как центра креативных исследовательских, методических и производственных технологий и форм деятельности. Формами и способами рассматриваемой кибернетической сложной системы взаимосвязи действующего вуза и «всех поколений» его выпускников могут быть, например, тематические традиционные и видеоконференции, сетевые дискурсы в форме вебинаров и «живых» брейнстормингов, наставничество, непрерывно возобновляемые базы знаний, фиксирующие лучший опыт выпускников и многое другое.

С точки зрения требований воспроизводственного цикла инноваций, предпринимательские университеты могут заключать в себе определенные недостатки. В частности, несмотря на выраженную прикладную нацеленность, здесь всегда будет *преобладать академизм в проведении исследований*, что связано с естественной спецификой университетской деятельности в принципе. Это означает, что в рамках такого вуза всегда будет очень высоким удельный вес «мертворожденных идей», которые не будут находить своего логического завершения в форме создания новых продуктовых, конечных инноваций. Кроме того, собственно предпринимательский ракурс университетской деятельности является, по сути, *«несколько аномальным»* для современного высшего учебного заведения, где прибыльность деятельности должна «исчисляться» не в рублевом эквиваленте, а в наборе ожидаемых и требуемых ключевых компетенций. В связи с этим, есть определенная угроза того, что в общей концепции предпринимательского университета все больше будет именно «предпринимательского», а не «университетского». Наконец, в деятельности рассматриваемой формы университета могут возникать и воспроизводиться различного рода *управленческие и иные диссонансы*, связанные со стремлени-

ем определенных структур управления вузом расширить «рыночную составляющую» университетской практики в ущерб собственно когнитивной и исследовательской деятельности.

Второй формой самообучающихся организаций являются предприятия, имеющие в рамках своей общей организационной структуры корпоративные университеты. Очевидно, что сам факт появления и развития корпоративных университетов свидетельствует о том, что руководство предприятия стремится к постоянному обновлению знаний и компетенций своих сотрудников, которые далеко не всегда могут делать это самостоятельно. Более того, наметилось, особенно в отечественной экономике, постоянное отставание знаний и компетенций выпускников вузов и других образовательных организаций от требований современного производства. Исследователи отмечают, что «именно «кадровый голод» оказался главной побудительной причиной появления в России такой формы организации учебного заведения, как создаваемые отдельными крупными фирмами *корпоративные университеты*». Причем, если в развитых странах «корпоративные университеты создаются главным образом для того, чтобы привить сотрудникам понимание цели, миссии и ценности компании, разнообразить бизнес новыми стратегиями, сформировать и укрепить корпоративную культуру, то в некоторых регионах России это пока единственный способ предотвратить кадровую катастрофу» [3, с. 394].

В современных условиях растущее внимание к теоретическим аспектам и практике формирования и развития корпоративных университетов обуславливается рядом обстоятельств, непосредственно связанных с замыслом создания и спецификой функционирования данных научно-образовательных структур. Более того, эти обстоятельства фиксируют существенные преимущества корпоративных университетов как специфических, хотя и неявных, «интеллектуальных центров прибыли», поскольку воспроизводство системы неявных знаний, как отмечалось ранее, является ключевым фактором развития масштабных и непрерывных инноваций. Конкретные и несомненные преимуще-

ства корпоративных университетов в системе общего пространства организационного самообучения характеризуются следующими положениями.

Во-первых, несомненный «взрывной» эффект имеет место в системе воспроизводства неявного непередаваемого и передаваемого знания, причем именно в контексте потребностей данной корпорации. Другими словами, качество воспроизводимой «когнитивной эссенции» непосредственно определяется качеством инновационной политики предприятия. Это позволяет повысить эффективность когнитивных инвестиций в разработку новых идей и знаний, имеющих *реальное прикладное применение*, что означает минимизацию «смертности» этих идей и знаний. Отмеченная эффективность возрастает также за счет углубленной специализации когнитивного сектора общей корпоративной экономики, так как здесь минимизируются транзакционные издержки согласования и координации при решении всего комплекса научно-исследовательских задач.

Во-вторых, в рамках корпоративного университета может осуществляться «точечная» подготовка и переподготовка персонала организации. В современных условиях концепция различных стажировок и командировок с целью приобретения опыта и новых знаний все в большей степени должна уступать место *собственному воспроизводству знаний и компетенций*. Речь не идет о том, чтобы полностью исключить обмен опытом деятельности и знаний, накопленных в различных организациях и в ценности которых никто не сомневается; имеется в виду лишь постепенное смещение «центра тяжести» в пользу собственных интеллектуальных когнитивных продуктов в форме «домашнего производства» востребованных знаний и компетенций.

В-третьих, исходя из стратегии развития корпорации, разрабатывается и внедряется в воспроизводственный процесс *единый план научно-образовательной деятельности* университета, исходя из логики разработки и решения созидательных задач данного предприятия. Кибернетическая связь когнитивной стратегии фирмы с ее продуктовой стратегией позволяют минимизировать инвестиционные издержки, рационально использовать челове-

ский капитал и другие ценные ресурсы. Кроме того, в рамках корпоративного университета обеспечивается *непрерывность и системность образовательнометодической деятельности*, что вкупе с ранее отмеченным единым планом образования и переподготовки персонала также может обеспечить синергию теперь уже научно-исследовательских и образовательных взаимодействий.

В-четвертых, ожидаемая высокая результативность корпоративных университетов детерминруется тем, что здесь образовательный процесс организуется, исходя из потребностей корпорации, и осуществляется *на примерах самого предприятия*. Обучение на основе собственных «кейсов» и примеров из экономической истории предприятия имеет не только собственно образовательный эффект, но еще и мощное воспитательное, ментально-ценностное значение. Отсюда и результаты, имеющие соответствующую созидательную направленность: все научные исследования и, особенно, выпускные работы представляют собой целевые разработки реальных проблем предприятия, которые объективируются в качественно обновленные бизнес-планы и новые бизнес-модели, готовые к непосредственному внедрению в творчески-трудовой процесс.

В-пятых, профессорско-преподавательский состав корпоративного университета, как правило, является непосредственным участником, как научно-образовательной, так и производственной корпоративной деятельности. Фактором высокой эффективности функционирования рассматриваемых университетов является то, что наставники и преподаватели сами являются «носителями» духа и ценностей корпоративного сообщества, совмещая научно-исследовательскую и предпринимательскую деятельность. Ценность такого совмещения заключается в том, что наставники и преподаватели университета могут курировать конкретный научно-практический проект от его зарождения, генерации новых идей, производства знаний и их формализации и далее вплоть до создания рыночного апробации конечного инновационного продукта.

В-шестых, синергетический образовательный эффект от деятельности корпоративного университета может быть получен в результате использования *единых, но при этом, самых современных научно-исследовательских и образовательных технологий*, релевантных требованиях именно тех знаний и компетенций, которые ожидает корпорация получить в результате подготовки или переподготовки специалистов. Унификация образовательных технологий означает, что взаимодействие исследователей, преподавателей и обучающихся осуществляется на понятном методическом и технологическом «языке». Действительно, уровень знаний и компетенций будет существенно выше, если субъекты обучения и воспитания сотрудников предприятия будут использовать междисциплинарные способы «добычи» нового знания, применять новейшие компьютерные технологии, использовать различные сетевые формы развивающего обмена-общения, формировать группы по интересам и т.д.

В-седьмых, важнейшим фактором роста эффективности деятельности корпоративного университета и увеличения его вклада в добавленную стоимость является *быстрая реакция на динамику внешней и внутренней среды*. Высокая плотность организационных трансакций позволяет быстро настроить научно-образовательный процесс на решение «домашних» задач самореализации сотрудников предприятия, а также на демонстрацию им наиболее прогрессивных исследовательских и образовательных инноваций для осуществления самообразования. Кроме того, структуры корпоративного университета всегда максимально приближены и, следовательно, рефлексивны по отношению к динамике внешней среды. Это позволяет быстро реагировать на потребности рынка и воспроизводить требуемый и ожидаемый по качественным и количественным характеристикам объем новейших знаний и творчески-трудовых компетенций. Добавим, что способность адекватно и быстро реагировать на динамику внутренней и внешней среды позволяет корпоративному университету создавать и развивать *собственный рыночно ориентированный предпринимательский сектор* в форме консалтинговых микрофирм и выполнения заказов по аутсорсингу.

Третьей формой самообучающейся организации является интеллектуальная корпорация, в рамках которой осуществляется полный инновационный цикл: от генерации идей до создания и рыночной реализации конечного ценного продукта. Очевидно, что здесь все исследовательские, образовательные, методические, технико-технологические, опытно-конструкторские, маркетинговые и иные процессы осуществляются в рамках единого творчески-трудового пространства, что позволяет говорить о том, что именно данная форма самообучающейся организации призвана стать наиболее результативной. Такая результативность предопределяется, как минимум, следующими ключевыми обстоятельствами.

Во-первых, организационной и пространственной «сжатостью» всех мероприятий и структур, осуществляющих научно-исследовательскую и образовательно-методическую деятельность. В отличие, например, от корпоративного университета, здесь нет разрыва не только во времени, но и в понимании инновационных задач, поскольку все происходит в сжатом корпоративном экономическом пространстве и в «ощутимой» близости всех креативных энергетических. В этих условиях появляется возможность для формирования множества полезных социальных и микросоциальных видов взаимодействий с последующим развитием соответствующих «кумулятивных групп», обладающих высоким уровнем творческого потенциала.

Во-вторых, здесь есть возможность формировать организационный капитал на высоком уровне качества, что позволит быстро оптимизировать все виды интеллектуального капитала самообучающегося предприятия. Ориентированность на конечный интеллектуальный продукт требуемого качества объективно предопределяет возможность быстрой оптимальной «дозировки удельных весов» управленческого, научно-исследовательского, образовательно-методического и предпринимательского капитала фирмы. Такой оптимизации трудно достичь, например, в рамках предпринимательского университета, который объективно нацелен на приоритет исследовательских и образователь-

ных трансакций, что и предопределяет приоритет инвестиций, соответственно, в развитие исследовательского и методического капитала вуза.

В-третьих, в рамках данной формы самообучающихся организаций имеет место высокая институциональная эффективность, связанная с возможностью быстро претворять в жизнь новые правила и продуктовые стандарты. Под институциональной эффективностью понимается соотношение результата и затрат, связанных с проектированием, разработкой и внедрением новых корпоративных институтов, или «клубных благ» и ожидаемыми «результативными» инновациями в определенных сферах корпоративных социально-экономических взаимодействий. Например, разработка нового корпоративного образовательного стандарта, фиксирующего перечень требуемых компетенций сотрудников, в рамках предпринимательского университета может потребовать больше времени и ресурсов, вследствие отмеченного ранее академизма.

В-четвертых, в рамках самообучающейся корпорации, организационно представленной интеллектуальной корпорацией, легче осуществить самореализацию и самообразование сотрудников, которые в «пространстве и во времени» нацелены на развитие инновационного мышления. В самом деле, в рамках предпринимательского либо корпоративного университета едва ли существует возможность *целостного охвата* всего воспроизводственного цикла инноваций, без чего невозможно формировать именно инновационное мышление. Такое мышление может успешно формироваться и давать ожидаемый рыночный результат в том случае, если субъекты управления и собственники индивидуальных интеллектуальных капиталов имеют возможность наблюдать весь воспроизводственный «продуктовый» цикл: от генерации новых идей и неявных знаний до конечного инновационного продукта потребления. В этом случае укрепляется мотивация к непрерывной творчески-трудовой деятельности на основе четкого видения инновационного цикла и соответствующих результативных примеров.

В-пятых, в рамках интеллектуальной корпорации можно с более высокой эффективностью внедрять управленческие инновации с целью обеспечения ожидаемого качества соответствующих управленческих трансакций. Корпорации, нацеленные на осуществление масштабных и непрерывных инноваций, должны реализовывать требования не всякого, а именно *лидерского стиля управления*, в рамках которого обеспечивается требуемое высокое качество всех форм и видов социально-экономических взаимодействий. Лидерский стиль управления далеко не всегда возможен в рамках корпоративного университета, где управленческий «тон» задается руководством головной корпорации [4, 5]. Качественные характеристики самообучающейся организации как целостной экономической структуры, показаны на рисунке 2.

Таким образом, как показывает логико-гносеологический анализ, наиболее предпочтительной формой самообучающейся организации в отечественной экономике в перспективе может стать интеллектуальная корпорация, способная к высокоэффективному абсорбированию лучших мировых достижений в соответствующей области нового знания [15]. В идеале, интеллектуальная организация является, одновременно, микро исследовательским центром, микро образовательной структурой и предпринимательской фирмой [11, 13-14]. Другими словами, все три уровня и формы нового знания (неявное, явное и продуктивное) непрерывно воспроизводятся именно в рамках данной организации, причем в оптимально дозированных объемах. Это позволит корпорации в непрерывной связи с социумом совершенствовать комплексные предложения [12] на высококонкурентных рынках

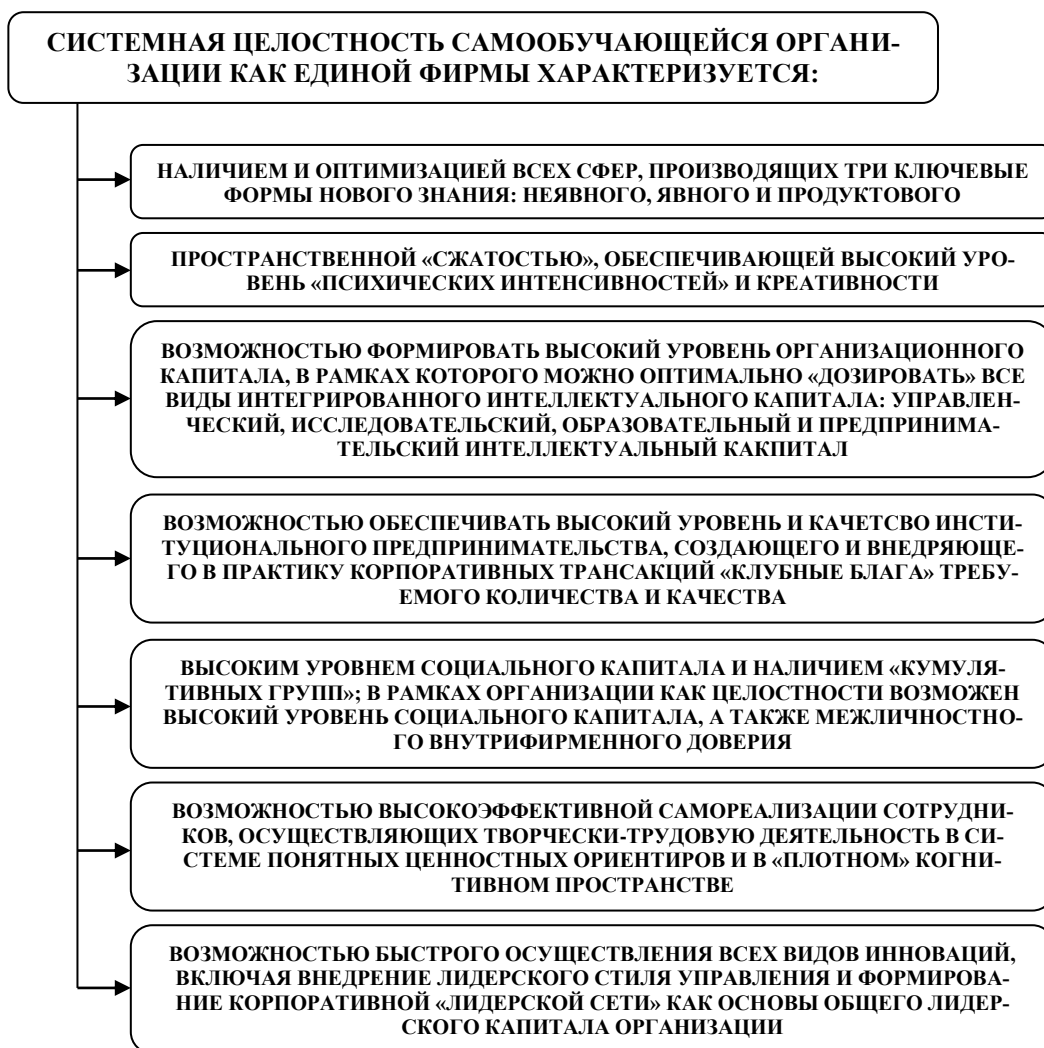


Рис. 2. Качественные свойства самообучающейся организации как системной целостности

Список использованных источников и литературы

1. Дэвид Гарвин. Создание обучающейся организации // В книге «Управление знаниями» / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 50-83.
2. Замараев Б., Назарова А., Суханов Е. Финансовые ограничения вслед за инвестиционной паузой // Вопросы экономики, 2014. – № 10. – С. 4-44.
3. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б.З. Мильнера. – М.: Инфра-М, 2010. – 624 с.
4. Качество высшего образования / Под ред. М.П. Карпенко. – М.: Изд-во СГУ, 2012. – 291с.
5. Коттер Джон П. Истинная роль лидера // В книге «Лидерство» / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 48-75.

6. Лялин А.М. Подготовка кадров для инновационной экономики // В книге: Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б.З.Мильнера. – М.: ИНФРА-М, 2010. – С. 386-405.
7. Мильнер Б.З., Румянцева З.П., Смирнова В.Г., Блинникова А.В. Управление знаниями в корпорациях / Под ред. д-ра эконом. наук, проф. Б.З. Мильнера. – М.: Дело, 2006. – 304 с.
8. Модернизация российского образования: вызовы нового десятилетия. – М. Издательский дом «Дело» РАНХ и ГС, 2013. – 104 с.
9. Рубин Ю.Б. Высшее образование в России: качество и конкурентоспособность. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2011. – 448 с.
10. Салихов Б.В. Императивы развития современной экономики знаний // Инновационное развитие общества: условия, противоречия, приоритеты / Материалы X международной научной конференции. – М.: изд. ЧОУВО «МУ им. С.Ю. Витте», 2014. – С. 16-40.
11. Дрогобыцкая К.С., Докукин А.В., Ершов А.С. Современные социально-информационные факторы совершенствования цепей создания ценности // Транспортное дело России. 2013. № 4.
12. Докукин А.В., Борцова Д.Э. Нормативно-управленческие резервы качества комплексных товарно-сервисных предложений на потребительском рынке // Транспортное дело России. 2012. № 6-2.
13. Докукин А.В., Дрогобыцкий А.И. Эволюция организационных структур повышения качества управления инновационными компаниями // Транспортное дело России. 2011. № 4.
14. Ломакин М.И. Экономические механизмы развития информационной инфраструктуры предприятия // Транспортное дело России. 2011. № 4.
15. Докукин А.В., Гурьева Е.Ю. Развитие стандартов качества консалтинговых услуг // Транспортное дело России. 2012. № 6-2

© И.С. Салихова, 2014